

Calendario de eventos

PRECONVOCATORIA:

DÍA:	3	MES:	FEBRERO	AÑO:	2012	HORA:	9:38
LUGAR:	A TRAVÉS DE COMPRANET Y PAGINA WEB DEL CONSEJO						

CONVOCATORIA O INVITACIÓN

DÍA:	22	MES:	FEBRERO	AÑO:	2012	HORA:	14:00
-------------	-----------	-------------	----------------	-------------	-------------	--------------	--------------

VISITA(S) A LAS INSTALACIONES: NO APLICA

DÍA:		MES:		AÑO:	2012	HORA:	
LUGAR:	EN VIADUCTO MIGUEL ALEMÁN 105, COLONIA ESCANDÓN, DELEGACIÓN MIGUEL HIDALGO, C.P. 11800, MÉXICO, D.F.						

JUNTA(S) DE ACLARACIÓN(ES)

DÍA:	7	MES:	MARZO	AÑO:	2012	HORA:	10:00
LUGAR:	A TRAVÉS DE COMPRANET, EN VIADUCTO MIGUEL ALEMÁN 105, COLONIA ESCANDÓN, DELEGACIÓN MIGUEL HIDALGO, C.P. 11800, MÉXICO, D.F.						

ACTO DE PRESENTACIÓN Y APERTURA DE PROPOSICIONES:

DÍA:	14	MES:	MARZO	AÑO:	2012	HORA:	10:00
LUGAR:	A TRAVÉS DE COMPRANET EN VIADUCTO MIGUEL ALEMÁN 105, COLONIA ESCANDÓN, DELEGACIÓN MIGUEL HIDALGO, C.P. 11800, MÉXICO, D.F.						

ACTO DE NOTIFICACIÓN DE FALLO:

DÍA:		MES:		AÑO:	2012	HORA:	17:00
LUGAR:	EN EL ACTO DE PRESENTACIÓN Y APERTURA DE PROPOSICIONES, SE NOTIFICARÁ LA HORA A TRAVÉS DE COMPRANET.						

FECHA ESTIMADA DE FORMALIZACIÓN DE CONTRATO:

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

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 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 ACREDITAMIENTO DE EXISTENCIAS Y PERSONALIDAD JURÍDICA.
 - 3.5.5 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 SERÁ 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 ACREDITACIÓN DE PERSONALIDAD.
 - 6.1.2 MANIFESTACIÓN DE NACIONALIDAD MEXICANA.
 - 6.1.3 ACREDITAMIENTO DEL CUMPLIMIENTO DE NORMAS.
 - 6.1.4 DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO.
 - 6.1.5 SUPUESTOS ESTABLECIDOS EN LOS ARTÍCULOS 50 Y 60, ANTEPENÚLTIMO PÁRRAFO DE LA LEY.
 - 6.1.6 DECLARACIÓN DE INTEGRIDAD.
 - 6.1.7 PERSONAL CON DISCAPACIDAD.

- 6.1.8 CARÁCTER DE ESTRATIFICACIÓN.
- 6.1.9 PROPOSICIÓN CONJUNTA.

7. INCONFORMIDADES.

8. FORMATOS.

GLOSARIO

EN LOS ASPECTOS LEGAL, ADMINISTRATIVO Y TÉCNICO.

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

EN LOS ASPECTOS TÉCNICOS.

COMPRADOR POR COMPRADOR PROFESIONAL SE ENTIENDE A AQUELLAS

- PROFESIONAL:** PERSONAS QUE VISITAN EL PABELLÓN DE MÉXICO PARA ENCONTRARSE CON UN EXPOSITOR DURANTE LA FERIA O EXPOSICIÓN, CON OBJETO DE ALCANZAR UN ACUERDO DE NEGOCIO CON EL EXPOSITOR.
- **CON CITA PREVIA:** EL ENCUENTRO SE CONCERTA ANTES DE LA FERIA POR EL EXPOSITOR.
 - **IN SITU:** EL ENCUENTRO SE REALIZA EN LA FERIA O EXPOSICIÓN SIN CITA ANTICIPADA Y DURANTE LOS HORARIOS DEL EVENTO.
- EXPOSITOR :** EL ES RESPONSABLE DE LA ORGANIZACIÓN Y OPERACIÓN DEL ESPACIO DE EXHIBICIÓN QUE SE ENCUENTRA DENTRO DEL PABELLÓN DE MÉXICO; QUE CONOCE SU OFERTA, TIENE CAPACIDAD DE DECISIÓN RESPECTO A LAS NEGOCIACIONES Y LAS FACULTADES PARA COMPROMETERSE EN UN PRIMER NIVEL DE NEGOCIO POR PARTE DE LA ORGANIZACIÓN (ES) PÚBLICA (S) O PRIVADAS(S) QUE REPRESENTA. ESTO EXCLUYE LA MERA ENTREGA DE INFORMACIÓN AL VISITANTE ESPECIALIZADO.
- INSTRUMENTO DE LEVANTAMIENTO:** PARA EFECTOS DE ESTE SERVICIO LOS CONCEPTOS DE ENTREVISTA Y ENCUESTA SERÁN UTILIZADOS DE MANERA INDISTINTA PARA REFERIRSE AL INSTRUMENTO DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN QUE SE ENCUENTRA EN EL APARTADO B. SE ENTIENDE COMO ENCUESTA EFECTIVA A AQUELLAS QUE CUMPLEN TOTALMENTE Y SATISFACTORIAMENTE TODOS LOS REQUERIMIENTOS ESPECIFICADOS EN LOS TÉRMINOS DE LA CONTRATACIÓN Y QUE SE ENTREGA TOTALMENTE RESUELTA.
- PABELLÓN :** EL PABELLÓN DE MÉXICO ES EL ESPACIO QUE CORRESPONDE A LA SUPERFICIE TOTAL CONTRATADA AL RECINTO FERIAL Y EN EL CUAL SE MONTAN TODOS LOS ESPACIOS DE EXHIBICIÓN QUE CORRESPONDEN A LA OFERTA TURÍSTICA DE MÉXICO Y QUE PARTICIPAN POR EL PROGRAMA DE FERIAS Y EVENTOS DEL CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO. HAY UN SOLO PABELLÓN Y EL RESPONSABLE DEL MISMO ES LA DIRECCIÓN DE FERIAS Y EVENTOS DEL CONSEJO.
- ESPACIO DE EXHIBICIÓN:** EL TÉRMINO DE ESPACIO DE EXHIBICIÓN CORRESPONDE A LA SUPERFICIE EN METROS DENTRO DEL PABELLÓN DE MÉXICO QUE ATIENDE CADA UNO DE LOS EXPOSITORES MEXICANOS PARTICIPANTES EN LA FERIA. EXISTEN TANTOS ESPACIOS DE EXHIBICIÓN COMO EXPOSITORES PARTICIPANTES, QUIENES SON LOS RESPONSABLES DE LA ATENCIÓN QUE SE BRINDA A LOS COMPRADORES Y DE LAS ACTIVIDADES PROMOCIONALES O DE COMERCIALIZACIÓN QUE REALIZA EN NOMBRE DE LA ENTIDAD REPRESENTADA.

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, 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-N27-2012, RELATIVA A LA CONTRATACIÓN DE LA MEDICIÓN DEL DESEMPEÑO DE LA PARTICIPACIÓN MEXICANA EN FERIAS Y EXPOSICIONES INTERNACIONALES DE TURISMO, BAJO LA SIGUIENTE:

1.1 PLAZO Y CONDICIONES PARA LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS.

LA VIGENCIA PARA LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS, SERÁ DEL 19 DE MARZO DEL 2012 AL 30 DE ABRIL DE 2014.

1.2 IDIOMA DE LA PROPOSICIÓN.

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

1.3 PRESUPUESTO AUTORIZADO.

EL CONSEJO CUENTA CON LA SUFICIENCIA PRESUPUESTAL, AUTORIZADO POR LA SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, MEDIANTE OFICIO No. 307.-A-6920 DEL 26 DE DICIEMBRE DE 2011 Y REQUISICIÓN DE COMPRA NÚMERO DE FOLIO 107 DE FECHA 25 DE ENERO DE 2012, ASÍ MISMO, LA DIRECTORA GENERAL, DEL CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V., AUTORIZO EFECTUAR LA CONTRATACIÓN PLURIANUAL A TRAVÉS DEL OFICIO NO. DG/CPTM/006/2012, DE FECHA 10 DE FEBRERO DE 2012.

2. OBJETO Y ALCANCE.

CONTRATACIÓN DE LA MEDICIÓN DEL DESEMPEÑO DE LA PARTICIPACIÓN MEXICANA EN FERIAS Y EXPOSICIONES INTERNACIONALES DE TURISMO, LA DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LOS SERVICIOS SE MUESTRA EN EL **ANEXO TÉCNICO**.

2.1 AGRUPACIÓN POR PARTIDAS

PARTIDA ÚNICA.

2.2 NORMAS DE CALIDAD.

CONTAR CON CERTIFICADO VIGENTE DE CALIDAD EN LA GESTIÓN DE SUS PROCESOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO EXPEDIDO POR UN ORGANISMO DE CERTIFICACIÓN EN LOS TÉRMINOS QUE ESTABLECE LA LEY FEDERAL DE METROLOGÍA Y NORMALIZACIÓN.

2.3 PRUEBAS.

NO APLICA

2.4 TIPO DE CONTRATO.

EL CONTRATO QUE SE ADJUDIQUE COMO RESULTADO DE ESTA LICITACIÓN SERÁ A PRECIO FIJOS DURANTE TODA LA VIGENCIA DEL CONTRATO.

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

EL CONSEJO ÚNICAMENTE ACEPTARÁ CUBRIR EL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO, MISMO QUE DEBERÁ PRESENTARSE EN FORMA DESGLOSADA EN LAS FACTURAS.

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 PREVISIÓN DE AJUSTE DE GARANTÍAS POR MODIFICACIONES AL CONTRATO.
- EL DESGLOSE DEL IMPORTE A EJERCER.

EL LICITANTE QUE RESULTE GANADOR O SU REPRESENTANTE LEGAL, DEBERÁ PRESENTARSE A ENTREGAR LA DOCUMENTACIÓN LEGAL Y ADMINISTRATIVA ABAJO SEÑALADA, DENTRO DEL TÉRMINO DE CINCO DÍAS HÁBILES CONTADOS A PARTIR DE LA NOTIFICACIÓN DEL FALLO, CON EL PROPÓSITO DE QUE EL CONSEJO CUENTE CON TODOS LOS ELEMENTOS NECESARIOS PARA ESTAR EN CONDICIONES DE ELABORAR EL CONTRATO RESPECTIVO Y LLEVAR A CABO SU REVISIÓN Y SANCIÓN POR LA DIRECCIÓN EJECUTIVA 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, 2° 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 Y FOTOCOPIA DE:

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. EN CASO DE PODERES GENERALES PARA ACTOS DE DOMINIO O DE ADMINISTRACIÓN, ÉSTOS DEBERÁN PRESENTAR LA INSCRIPCIÓN ANTE EL REGISTRO PÚBLICO QUE CORRESPONDA (PERSONA FÍSICA O MORAL).

C).- CÉDULA DE IDENTIFICACIÓN FISCAL DEL LICITANTE GANADOR (PERSONA FÍSICA O MORAL), O DOCUMENTO EQUIVALENTE EN EL PAÍS DE ORIGEN DEL LICITANTE..

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 I.2.1.16 DE LA RESOLUCIÓN DE LA MISCELÁNEA FISCAL PARA EL 2012, PUBLICADA EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN EL 28 DE DICIEMBRE DE 2011.

LOS SERVICIOS MATERIA DE ESTA LICITACIÓN NO PODRÁN SER SUBCONTRATADOS.

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

2.6.2 MODIFICACIONES AL CONTRATO.

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

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

2.6.3. OTORGAMIENTO Y LIBERACIÓN DE GARANTÍAS.

2.6.3.1 PARA EL CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO.

PARA GARANTIZAR EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES ESTABLECIDAS EN EL CONTRATO QUE SE ADJUDIQUE, EL LICITANTE GANADOR, DENTRO DE LOS DIEZ DÍAS NATURALES SIGUIENTES A LA FIRMA DE DICHO CONTRATO, DEBERÁ ENTREGAR AL CONSEJO UNA FIANZA POR EL 10% (DIEZ POR CIENTO), SIN INCLUIR EL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO DEL TOTAL POR EROGAR EN EL EJERCICIO FISCAL DE QUE SE TRATE Y DEBERÁ SER RENOVADA CADA EJERCICIO POR EL MONTO A EROGAR EN EL MISMO, LA CUAL DEBERÁ PRESENTARSE A MÁS TARDAR DENTRO DE LOS PRIMEROS 10 (DIEZ) DÍAS NATURALES DEL EJERCICIO QUE CORRESPONDA. DICHA FIANZA DEBERÁ SER EXPEDIDA POR UNA INSTITUCIÓN DE FIANZAS DE NACIONALIDAD MEXICANA, A FAVOR DEL CONSEJO, DEBIENDO CONTENER LAS ESPECIFICACIONES QUE SE SEÑALAN EN EL **FORMATO G**, DE LA PRESENTE CONVOCATORIA.

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

2.6.3.2 LIBERACIÓN DE LA GARANTÍA.

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

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

3.1 REDUCCIÓN DE PLAZOS.

PARA ESTA LICITACIÓN NO SE CONSIDERÓ LA REDUCCIÓN DE PLAZOS.

3.2 CALENDARIO DE EVENTOS.

PROCESO	FECHA Y HORARIO	
JUNTA DE ACLARACIONES	10:00 HORAS 7 DE MARZO DE 2012	COMPRANET
PRESENTACIÓN Y APERTURA DE PROPUESTAS.	10:00 HORAS 14 DE MARZO DE 2012	
FALLO	12:00 HORAS 16 DE MARZO DE 2012	

TIPO DE LICITACIÓN	PÚBLICA NACIONAL ELECTRÓNICA (ARTÍCULO 26 BIS, FRACCIÓN II, DE LA LAASSP)
FORMA DE PRESENTACIÓN DE LAS PROPOSICIONES.	ELECTRÓNICA (ARTÍCULO 26 BIS, FRACCIÓN II, DE LA LAASSP)

3.3 VIGENCIA DE LAS PROPOSICIONES.

UNA VEZ RECIBIDAS LAS PROPOSICIONES A TRAVÉS DEL SISTEMA COMPRANET, 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.

DE CONFORMIDAD CON EL ARTÍCULO 34 DE LA LEY Y 44 DE SU REGLAMENTO, DOS O MÁS PERSONAS QUE NO SE ENCUENTREN EN ALGUNO DE LOS SUPUESTOS A QUE SE REFIEREN LOS ARTÍCULOS 29, FRACCIÓN VIII, 50 Y 60 ANTEPENÚLTIMO PÁRRAFO DE LA LEY, PODRÁN PRESENTAR CONJUNTAMENTE UNA PROPUESTA, SIN NECESIDAD DE CONSTITUIR UNA SOCIEDAD, O NUEVA SOCIEDAD EN CASO DE PERSONAS MORALES, SIEMPRE QUE, PARA TALES EFECTOS, EN LA PROPOSICIÓN Y EL CONTRATO SE ESTABLEZCA CON PRECISIÓN Y A SATISFACCIÓN DEL CONSEJO, LAS PARTES A QUE CADA PERSONA SE OBLIGARÁ, ASÍ COMO LA MANERA EN QUE SE EXIGIRÁ EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES. EN ESTE SUPUESTO. LA PROPOSICIÓN DEBERÁ SER FIRMADA POR EL REPRESENTANTE COMÚN QUE PARA ESE ACTO HAYA SIDO DESIGNADO POR EL GRUPO DE PERSONAS, YA SEA AUTÓGRAFAMENTE O POR LOS MEDIOS DE IDENTIFICACIÓN ELECTRÓNICA AUTORIZADOS POR LA SFP, PARA LO CUAL DEBERÁ DAR CUMPLIMIENTO A LO SIGUIENTE:

- I.- DEBERÁN CELEBRAR ENTRE TODAS LAS PERSONAS QUE INTEGRAN LA AGRUPACIÓN UN CONVENIO EN LOS TÉRMINOS DE LA LEGISLACIÓN APLICABLE, EN EL QUE SE ESTABLECERÁN LOS ASPECTOS SIGUIENTES:

NOMBRE, DOMICILIO Y REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES DE LAS PERSONAS INTEGRANTES, IDENTIFICANDO, EN SU CASO, LOS DATOS DE LAS ESCRITURAS PÚBLICAS CON LAS QUE SE ACREDITA LA EXISTENCIA LEGAL DE LAS PERSONAS MORALES;

NOMBRE Y DOMICILIO DE LOS REPRESENTANTES DE CADA UNA DE LAS PERSONAS AGRUPADAS, IDENTIFICANDO, EN SU CASO, LOS DATOS DE LAS ESCRITURAS PÚBLICAS CON LAS QUE ACREDITEN LAS FACULTADES DE REPRESENTACIÓN;

DESIGNACIÓN DE UN REPRESENTANTE COMÚN, OTORGÁNDOLE PODER AMPLIO Y SUFICIENTE, PARA ATENDER TODO LO RELACIONADO CON LA PROPUESTA EN EL PROCEDIMIENTO DE LICITACIÓN, MISMO QUE FIRMARÁ LA PROPOSICIÓN.

DESCRIPCIÓN DE LAS PARTES OBJETO DEL CONTRATO QUE CORRESPONDERÁ CUMPLIR A CADA PERSONA, ASÍ COMO LA MANERA EN QUE SE EXIGIRÁ EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES, Y

ESTIPULACIÓN EXPRESA DE QUE CADA UNO DE LOS FIRMANTES QUEDARÁ OBLIGADO, EN FORMA CONJUNTA Y SOLIDARIA CON LOS DEMÁS INTEGRANTES, PARA COMPROMETERSE POR CUALQUIER RESPONSABILIDAD DERIVADA DEL CONTRATO QUE SE FIRME.

EN ESTE CASO EL CONTRATO DEBERÁ PRESENTARSE EN ORIGINAL Y CON FIRMAS AUTÓGRAFAS.

3.5 PROCEDIMIENTO DE LICITACIÓN.

LA O LAS JUNTAS DE ACLARACIONES, EL ACTO DE PRESENTACIÓN Y APERTURA DE PROPOSICIONES Y EL ACTO DE FALLO, SÓLO SE REALIZARÁN A TRAVÉS DE COMPRANET 5.0 Y SIN LA PRESENCIA DE LOS LICITANTES EN DICHS ACTOS, POR LO ANTERIOR, SÓLO PODRÁN PARTICIPAR LOS LICITANTES QUE ACCEDAN A LA SIGUIENTE PÁGINA: <https://compranet.funcionpublica.gob.mx> Y LLENEN EL PRE-REGISTRO, A FIN DE QUE LA FUNCIÓN PÚBLICA LES OTORQUE SU NOMBRE DE USUARIO Y CONTRASEÑA PARA ACCESAR AL SISTEMA.

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

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

3.5.1 JUNTA DE ACLARACIONES.

LA PRIMERA JUNTA DE ACLARACIONES DARÁ INICIO EL **DÍA 7 DE MARZO DE 2012, A LAS 10:00 HORAS**, A TRAVÉS DE COMPRANET.

LAS PERSONAS QUE PRETENDAN SOLICITAR ACLARACIONES A LOS ASPECTOS CONTENIDOS EN LA CONVOCATORIA, DEBERÁN INTEGRAR A TRAVÉS DE COMPRANET, UN ESCRITO, EN EL QUE EXPRESEN SU INTERÉS EN PARTICIPAR EN LA LICITACIÓN, POR SI O EN REPRESENTACIÓN DE UN TERCERO, MANIFESTANDO EN TODOS LOS CASOS LOS DATOS GENERALES DEL INTERESADO Y, EN SU CASO, DEL REPRESENTANTE. **FORMATO I.**

LAS SOLICITUDES DE ACLARACIÓN, DEBERÁN ENVIARSE A TRAVÉS DE COMPRANET, A MÁS TARDAR VEINTICUATRO HORAS ANTES DE LA FECHA Y HORA EN QUE SE VAYA A REALIZAR LA JUNTA DE ACLARACIONES. SI EL CONSEJO NO RECIBE 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.

LA PROPOSICIÓN DEBERÁ CAPTURARSE EN SOBRE CERRADO QUE CONTENDRÁ LA PROPUESTA TÉCNICA Y ECONÓMICA. LOS SOBRES SERÁN GENERADOS MEDIANTE EL USO DE TECNOLOGÍAS QUE RESGUARDEN LA CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN DE TAL FORMA QUE SEAN INVIOABLES, CONFORME A LAS DISPOSICIONES TÉCNICAS QUE AL EFECTO ESTABLEZCA LA SECRETARÍA DE LA FUNCIÓN PÚBLICA.

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

a) PROPUESTA TÉCNICA.

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

b) PROPUESTA ECONÓMICA.

LOS LICITANTES DEBERÁN SEÑALAR EN SU PROPUESTA ECONÓMICA, QUE EL PRECIO QUE OFERTA SERÁ FIJO DURANTE TODA LA VIGENCIA DEL CONTRATO, DE ACUERDO AL **FORMATO A.**

TAMBIÉN SE RECOMIENDA QUE LOS DOCUMENTOS ESTÉN, ROTULADOS CON: EL NOMBRE Y NÚMERO DE LA LICITACIÓN, RAZÓN SOCIAL DEL LICITANTE, DOMICILIO, TELÉFONO Y NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL, 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 14 DE MARZO DE 2012, A LAS 10:00 HORAS,** A TRAVÉS DE COMPRANET.

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

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

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

III. SE LEVANTARÁ ACTA QUE SERVIRÁ DE CONSTANCIA DE LA CELEBRACIÓN DEL ACTO DE PRESENTACIÓN Y APERTURA DE LAS PROPOSICIONES, EN LA QUE SE HARÁN CONSTAR EL IMPORTE DE CADA UNA DE ELLAS; 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.

3.5.4 ACREDITAMIENTO DE EXISTENCIA Y PERSONALIDAD JURÍDICA

CON EL OBJETO DE ACREDITAR SU PERSONALIDAD, LOS LICITANTES O SUS REPRESENTANTES PODRÁN 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.

3.5.5 FALLO DE LA LICITACIÓN Y FIRMA DEL CONTRATO.

LA NOTIFICACIÓN DE FALLO SE LLEVARÁ A CABO EL **DÍA 16 DE MARZO DE 2012, A LAS 12:00 HORAS**, A TRAVÉS DE COMPRANET, LEVANTÁNDOSE EL ACTA RESPECTIVA, DICHA ACTA Y EL CONTENIDO DEL FALLO SE DIFUNDIRÁ A TRAVÉS DE COMPRANET EL MISMO DÍA EN QUE SE EMITA.

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

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 FALLO.

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.

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) SOBRE ELECTRÓNICO, EN CUYO CONTENIDO ESTE LA PROPOSICIÓN (PROPUESTA TÉCNICA Y ECONÓMICA), ADJUNTANDO COPIA SIMPLE POR AMBOS LADOS DE SU IDENTIFICACIÓN OFICIAL VIGENTE CON FOTOGRAFÍA, TRATÁNDOSE DE PERSONAS FÍSICAS Y, EN EL CASO DE PERSONAS MORALES, DE LA PERSONA QUE FIRME LA PROPOSICIÓN.
- b) ACREDITACIÓN DE PERSONALIDAD.
- c) MANIFESTACIÓN DE NACIONALIDAD MEXICANA.
- d) SUPUESTOS ESTABLECIDOS EN LOS ARTÍCULOS 50 Y 60, ANTEPENÚLTIMO PÁRRAFO DE LA LEY.
- e) DECLARACIÓN DE INTEGRIDAD.

4.1.2 DE LOS REQUISITOS TÉCNICOS.

NOTA: LA DOCUMENTACIÓN CONTENIDA EN ESTE NUMERAL, CORRESPONDE A LOS REQUISITOS SEÑALADOS EN EL ANEXO TÉCNICO.

Numeral	Requisito	Acreditación documental
8.1	Experiencia en la realización de trabajos de levantamiento de encuestas cara a cara y online. Acreditar al menos tres casos de cada uno.	ii) Formato de Currículo de la Empresa en papel membretado de la empresa, utilizando el formato del apartado A.1 de este documento. Favor de no anexas presentaciones ni currículo institucional.
8.2	Competencia de la persona que coordinará y representará a la empresa contratada en México y en los países donde se preste el servicio, para todos los asuntos relacionados con la prestación del mismo, que cuente con experiencia de haber conducido al menos tres	iii) Formato de "Currículo del Coordinador de Proyecto en México", elaborado en papel membretado de la empresa, utilizando el formato del apartado A.2 de este documento. Favor de no utilizar ningún otro tipo de formato o documento institucional, en el apartado denominado Enlace de Proyecto.

	investigaciones de mercado en fuentes primarias y su procesamiento. Cualquier otro tipo de experiencia presentada no se tomará en cuenta.	
8.3	Contar con certificado vigente de calidad en la gestión de sus procesos de investigación de mercado expedido por un organismo de certificación en los términos que establece la Ley Federal de Metrología y Normalización.	<p>iv) Copia del documento de certificación ISO, ESIMM o cualquier otro certificado expedido por un organismo de certificación en los términos que establece la Ley Federal de Metrología y Normalización.</p> <p>Por vigencia se entenderá que el certificado presentado haya sido expedido hasta un año antes de la fecha de la presentación de las propuestas técnica y económica de la convocatoria de licitación; o bien el que se estipule en el certificado el periodo máximo de vigencia.</p>

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

4.2.1 DE LA DOCUMENTACIÓN LEGAL Y ADMINISTRATIVA.

- a) DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO.
- b) CARÁCTER DE ESTRATIFICACIÓN.
- c) PROPOSICIÓN CONJUNTA.

4.2.2 DEL ANEXO TÉCNICO.

NOTA: LA DOCUMENTACIÓN CONTENIDA EN ESTE NUMERAL, CORRESPONDE A LOS REQUISITOS SEÑALADOS EN EL ANEXO TÉCNICO.

- **Experiencia y especialidad**

- 9.1 Experiencia del licitante que se acredita con un mínimo de tres **años** de experiencia de actividad realizando levantamientos in situ y procesando información. Esta experiencia se acredita con cartas de los clientes a los cuales se les ha brindado este tipo de servicio, y donde se especifique lo siguiente: objeto del contrato o proyecto, vigencia del contrato o proyecto, duración del contrato o proyecto, fecha de firma del contrato o proyecto y satisfacción del servicio. Las cartas deberán de venir en papel membretado del cliente y con los siguientes datos del contacto: nombre del contacto, cargo en la organización, teléfono con lada y dirección de e-mail.
- Los contratos o proyectos presentados a través de las cartas de los clientes deberán corresponder al periodo 2005-2011 y encontrarse totalmente concluidos a la fecha de la publicación de la convocatoria.
- 9.2 Especialidad del licitante que se acredita con un mínimo de tres **contratos o proyectos** para la realización de levantamientos in situ y procesando información. La especialidad se acredita con cartas de los clientes a los cuales se les ha brindado este tipo de servicio, y donde se especifique lo siguiente: objeto del contrato o proyecto, vigencia del contrato o proyecto,

duración del contrato o proyecto, fecha de firma del contrato o proyecto y satisfacción del servicio. Las cartas deberán de venir en papel membretado del cliente y con los siguientes datos del contacto: nombre del contacto, cargo en la organización, teléfono con lada y dirección de e-mail.

Los contratos o proyectos presentados a través de las cartas de los clientes deberán corresponder al periodo 2008-2011 y encontrarse totalmente concluidos a la fecha de la publicación de la convocatoria.

- **Capacidad**

- 9.3 Manifestación en la propuesta técnica de que cuente con trabajadores con discapacidad en una proporción del cinco por ciento cuando menos de la totalidad de su planta de empleados, cuya antigüedad no sea inferior a seis meses, misma que se comprobará con copia simple del aviso de alta al régimen obligatorio del Instituto Mexicano del Seguro Social que se incluirá en la propuesta técnica.
- 9.4 Experiencia conocimiento y dominio del Coordinador del proyecto para la conducción de los recursos del proyecto acreditados con la información verificable de su Curriculum Vitae. Para la presentación del Curriculum se facilita el formato A.2. Se pide un mínimo de tres años de experiencia durante el periodo que comprende el 2007 al 2011

- **Propuesta trabajo**

- 9.5 La presentación de la Propuesta de trabajo con los puntos 1 a 7 de este Anexo Técnico.
 - a) Por propuesta metodológica.
 - b) Por Plan de trabajo.
 - c) Por manual de organización de la empresa.
 - d) Por equipamiento para encuestas cara a cara en forma manual.
 - e) Por equipamiento para encuestas cara a cara con soporte electrónico. Presentar descripción de la tecnología de soporte propuesta para el levantamiento y sus características en documento no mayor a una página.

- **Cumplimiento de contratos o proyectos**

- 9.6 Grado de cumplimiento y satisfacción del licitante en compromisos anteriores. El cumplimiento se acredita con cartas de los clientes a los cuales se les ha brindado este tipo de servicio, y donde se especifique lo siguiente: objeto del contrato o proyecto, vigencia del contrato o proyecto, duración del contrato o proyecto, fecha de firma del contrato o proyecto y satisfacción del servicio. Las cartas deberán de venir en papel membretado del cliente y con los siguientes datos del contacto: nombre del contacto, cargo en la organización, teléfono con lada y dirección de e-mail.
Dichos contratos o proyectos habrán sido terminados y haberse realizado en el período 2008-2011. Presentar al menos 3 cartas y un máximo de 5.

SE ANEXA EL **FORMATO C**, CON EL CUAL SE HARÁ CONSTAR LA RECEPCIÓN DE LOS DOCUMENTOS QUE EL LICITANTE ENTREGUE A TRAVÉS DE COMPRANET, EN EL ACTO DE

PRESENTACIÓN Y APERTURA DE PROPOSICIONES.

ASÍ MISMO SERÁ MOTIVO DE DESECHAMIENTO, LA COMPROBACIÓN DE QUE ALGÚN LICITANTE HA ACORDADO CON OTRO U OTROS ELEVAR LOS PRECIOS DE SERVICIOS, O CUALQUIER OTRO ACUERDO QUE TENGA COMO FIN OBTENER UNA VENTAJA SOBRE LOS DEMÁS LICITANTES.

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

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

5.1 EVALUACIÓN DE LAS PROPOSICIONES.

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

LOS PUNTOS O UNIDADES PORCENTUALES A OBTENER EN LA PROPUESTA TÉCNICA PARA SER CONSIDERADA SOLVENTE Y POR TANTO, NO SER DESECHADA, SERÁ DE CUANDO MENOS 60 DE LOS 80 PUNTOS MÁXIMOS QUE SE PUEDEN OBTENER EN SU EVALUACIÓN.

EL CONSEJO SE RESERVA EL DERECHO DE INVESTIGAR 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 TOTAL DEL IMPORTE, RESUMIDO EN EL CUADRO IV RESUMEN FINAL, SIN CONSIDERAR EL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO

EL TOTAL DE PUNTUACIÓN O UNIDADES PORCENTUALES DE LA PROPUESTA ECONÓMICA, DEBERÁ TENER UN VALOR NUMÉRICO MÁXIMO DE 20.

PARA LA ASIGNACIÓN DE LA PUNTUACIÓN O UNIDADES PORCENTUALES A LA PROPUESTA ECONÓMICA, EL CONSEJO DEBERÁ OBTENER EL PROMEDIO DE LAS MISMAS, ASIGNANDO EL MÁXIMO DE 20 PUNTOS O UNIDADES PORCENTUALES, RESPECTIVAMENTE, A LA PROPUESTA ECONÓMICA MÁS PRÓXIMA AL CITADO PROMEDIO Y QUE SE UBIQUE POR ARRIBA DE ÉSTE, ASIGNANDO DE MANERA PROPORCIONAL LA PUNTUACIÓN O UNIDADES PORCENTUALES A LAS DEMÁS PROPUESTAS ECONÓMICAS SITUADAS POR ENCIMA DE DICHO PROMEDIO, MEDIANTE UNA REGLA SIMPLE DE TRES.

A LAS PROPUESTAS ECONÓMICAS QUE SE ENCUENTREN POR DEBAJO DEL PROMEDIO SEÑALADO, NO SE LE ASIGNARÁ PUNTUACIÓN O UNIDADES PORCENTUALES, POR LO QUE SERÁN DESECHADAS.

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

$$PPE = MP_{emb} \times 20 / MP_i$$

Donde:

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

MPemb = Monto de la Propuesta económica más baja, y

MP_i = Monto de la i-ésima Propuesta económica

5.1.2 EVALUACIÓN DE LA PUNTUACIÓN.

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

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

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.

Nota: Para determinar el promedio de las propuestas económicas (MP_i) se obtiene del importe, resumido en el Cuadro IV Resumen Final, sin considerar el impuesto al valor agregado de los servicios ofertados en la propuesta económica. (**FORMATO A PROPUESTA ECONÓMICA**)

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 PERSONALIDAD.

CON OBJETO DE ACREDITAR SU PERSONALIDAD, LOS LICITANTES O SUS REPRESENTANTES PODRÁN EXHIBIR LA CONSTANCIA O CITAR EL NÚMERO DE SU INSCRIPCIÓN EN COMPRANET 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.**

6.1.3 ACREDITAMIENTO DEL CUMPLIMIENTO DE NORMAS.

CONTAR CON CERTIFICADO VIGENTE DE CALIDAD EN LA GESTIÓN DE SUS PROCESOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO EXPEDIDO POR UN ORGANISMO DE CERTIFICACIÓN EN LOS TÉRMINOS QUE ESTABLECE LA LEY FEDERAL DE METROLOGÍA Y NORMALIZACIÓN.

6.1.4 DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO.

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

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

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

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

6.1.6 DECLARACIÓN DE INTEGRIDAD.

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

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

6.1.7 PERSONAL CON DISCAPACIDAD.

MANIFESTACIÓN EN LA PROPUESTA TÉCNICA DE QUE CUENTE CON TRABAJADORES CON DISCAPACIDAD EN UNA PROPORCIÓN DEL CINCO POR CIENTO CUANDO MENOS DE LA TOTALIDAD DE SU PLANTA DE EMPLEADOS, CUYA ANTIGÜEDAD NO SEA INFERIOR A SEIS MESES, MISMA QUE SE COMPROBARÁ CON COPIA SIMPLE DEL AVISO DE ALTA AL RÉGIMEN OBLIGATORIO DEL INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL QUE SE INCLUIRÁ EN LA PROPUESTA TÉCNICA.

6.1.8 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.**

6.1.9 PROPOSICIÓN CONJUNTA.

EN SU CASO, CONVENIO FIRMADO POR CADA UNA DE LAS PERSONAS QUE INTEGREN UNA PROPOSICIÓN CONJUNTA, INDICANDO EN EL MISMO LAS OBLIGACIONES ESPECÍFICAS DEL CONTRATO QUE CORRESPONDERÁ A CADA UNA DE ELLAS, ASÍ COMO LA MANERA EN QUE SE EXIGIRÁ SU CUMPLIMIENTO.

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.

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	NO IMPEDIMENTO POR LA LEY PARA PARTICIPAR.
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

LUIS ENRIQUE FERNÁNDEZ PEREDO
DIRECTOR DE RECURSOS MATERIALES

ANEXO TÉCNICO

- 1 OBJETIVO GENERAL.**
- 2 OBJETIVOS PARTICULARES.**
- 3 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.**
 - 3.1 METODOLOGÍA.**
 - 3.2 POBLACIÓN OBJETIVO.**
 - 3.3 TAMAÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA. Compradores (ETAPA 1)**
 - 3.4 TAMAÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA. Expositores (ETAPA 1)**
 - 3.5 TAMAÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA. Expositores (ETAPA 2)**
- 4 PRODUCTOS ENTREGABLES.**
- 5 PROGRAMA DE TRABAJO**
- 6 COORDINACIÓN Y OPERACIÓN DEL PROYECTO**
- 7 CRITERIOS DE SUPERVISIÓN**
- 8 REQUISITOS**

APÉNDICES:

A. FORMATOS PARA ACREDITAR EXPERIENCIA

A.1

A.2

B. CUESTIONARIO

B1. Cuestionario de compradores ETAPA 1

B2. Cuestionario de expositores ETAPA 1

B3. Cuestionario de expositores ETAPA 2

B4. formato de incidencias de expositores ETAPA 1

B5. formato de incidencias de expositores ETAPA 2

C. CATÁLOGOS PARA EL LEVANTAMIENTO Y MODIFICACIONES EN EL INSTRUMENTO POR EVENTO

D. GLOSARIO

E. FORMATO DE PRESUPUESTO DESGLOSADO

ANEXO TÉCNICO

1 OBJETIVO GENERAL.

La medición consistente del desempeño de la participación de las organizaciones públicas y privadas mexicanas que utilizan las ferias y exposiciones internacionales de turismo como medio de promoción y comercialización de su oferta y de los resultados obtenidos, como referente para anteriores evaluaciones.

2 OBJETIVOS PARTICULARES.

1. Medir la efectividad del evento seleccionado como herramienta de promoción y comercialización para la oferta mexicana.
2. Medir la efectividad de la participación de las organizaciones públicas y privadas mexicanas en los eventos seleccionados.
3. Medir el nivel de resultados obtenidos en la utilización de las ferias y exposiciones como herramienta de promoción y comercialización para la oferta mexicana.
4. Medir la percepción de los compradores respecto a la oferta turística mexicana.
5. Medir la relación entre la inversión realizada respecto a los resultados obtenidos.
6. Contar con elementos para iniciar con la formación estructurada y consistente de una serie histórica que permita observar el desempeño de la participación mexicana y la evolución de los eventos en el tiempo.
7. Medir el grado de satisfacción del comprador internacional, respecto a su visita al Pabellón Mexicano
8. Medir el nivel de efectividad de los compradores profesionales que visitan el evento.

3 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.

Investigación cuantitativa para la medición del desempeño de la participación mexicana en ferias y exposiciones seleccionadas en 2012, 2013, y 2014, la cual se divide en dos etapas:

ETAPA I. La investigación se realizará a través de entrevistas cara a cara dirigidas a compradores profesionales que se encuentran con los expositores mexicanos en el Pabellón de México, sea por cita previa o concertada *in situ*, así como a los expositores mexicanos que participan en las ferias seleccionadas que integran el Programa Anual de Ferias y Eventos Internacionales del Consejo.

ETAPA 2. La investigación esta dirigida a los expositores mexicanos que participaron en pabellón de México, se llevará a cabo a través de entrevistas online de seguimiento, 6 meses después de haber concluido cada Feria.

3.1 METODOLOGÍA.

La metodología empleada es de naturaleza cuantitativa y se realizará a través de un cuestionario estructurado de pregunta – respuesta.

ETAPA 1

Durante la feria se aplicarán entrevistas cara a cara a expositores y compradores.

La duración aproximada del cuestionario cara a cara de los compradores es de 15 minutos, mientras que el de expositores es de 10 minutos aproximadamente. El Consejo podrá ajustar la versión final de los cuestionarios hasta 5 días hábiles previo al inicio del levantamiento, sin que ello implique una mayor duración del mismo.

Para los compradores internacionales

El levantamiento se realizará en lengua inglesa y/o en la lengua del país huésped, de acuerdo con las especificaciones del apartado 3.3 de este documento. El levantamiento se llevará a cabo durante los primeros días de inicio de la Feria. El procesamiento, así como los productos entregables, se trabajarán en español.

Para los expositores

El levantamiento durante la feria se realizará en inglés al responsable del espacio de exhibición (ver glosario) únicamente. Este levantamiento se realizará el tercer día de la feria, procurando que sea en un momento donde el expositor no tenga una entrevista. Si la Feria se lleva a cabo en un país hispano parlante, la encuesta a los expositores se podrá desahogar en español.

En caso de que el expositor, rechace o no sea posible entrevistarle, se deberá de llevar a cabo un reporte minucioso de incidencias de acuerdo al formato B4, el cual será contabilizado como entrevista siempre y cuando este firmado por el encargado del pabellón de México del Consejo.

Solo, en el caso del Tianguis Turístico, adicional a lo anterior, se deberá realizar un informe preliminar con los resultados al cierre de las 4 de la tarde del penúltimo día. La revisión de los resultados preliminares se llevará a cabo alrededor de las 7 de la noche con la Coordinación de Planeación y la Dirección de Inteligencia de Mercados en conjunto con el Coordinador del proyecto asignado en la sede del Tianguis los cuales serán libres de solicitar modificaciones al documento que deberán de realizarse de forma inmediata.

El coordinador del proyecto deberá realizar una exposición de los resultados preliminares en la mañana del último día del evento y deberá de entregar para dicha presentación 12 copias del documento a color debidamente engargolado así como su versión electrónica, como se detalla en el punto 4.2 de este documento.

Etapa 2

Seis meses posteriores al término de cada feria, se aplicará una entrevista vía online a los expositores participantes en el evento.

La duración aproximada del cuestionario online es de 5 minutos que corresponde a un máximo 7 preguntas cerradas y 1 pregunta abierta.

El levantamiento online se realizará a la misma persona (el responsable del espacio de exhibición, ver glosario o en su caso, al actual responsable de cada feria en cuestión), teniendo 10 días hábiles para el levantamiento. La entrevista on-line deberá llevarse a cabo en idioma español. Se deberá de entregar un reporte de incidencias Formato B5 en el caso de no haber sido contestada, la incidencia deberá estar respaldada con por lo menos 3 correos electrónicos enviados al expositor invitándole a contestar la encuesta.

3.2 POBLACIÓN OBJETIVO.

La población objetivo del estudio son los compradores profesionales (ver glosario) internacionales que se entrevisten con expositores mexicanos (ver glosario), **por espacio de 15 minutos cuando menos**, durante los días de atención a público especializado (no público en general) y en los horarios de la feria o exposición. Las entrevistas se realizarán después del encuentro entre comprador y expositor. Asimismo, constituyen la población objetivo los expositores mexicanos (ver glosario) responsables del espacio de exhibición en el que participan (ver glosario). La selección de la población de los entrevistados se realizará de la siguiente forma:

Para el caso de los compradores se hará a partir de la observación de su interacción con el expositor, cuyo encuentro dure más de 15 minutos.

Para el caso de los expositores mexicanos, durante la etapa 1, se habrá de entrevistar a la persona que el Consejo señale como responsable del espacio de exhibición. Para ello, la Dirección de Ferias y Eventos del Consejo entregará una lista con los nombres de las personas, el nombre del espacio de exhibición, entidad al que representan así como su cargo, nombre de la empresa, teléfono y correo electrónico a efecto de que se pueda desarrollar el servicio.

El levantamiento se llevará a cabo en los eventos y ciudades, de acuerdo con los cuadros de las secciones 3.3, 3.4 y 3.5 que a continuación se anexan. Las fechas pueden llegar a tener ajustes en días, por lo que, en caso de haber cambios, las fechas precisas se confirmarán con 4 semanas de anticipación por parte del Consejo. Sin embargo, estas fechas podrán orientar al licitante para formular

sus propuestas técnica y económica, dado que la variación entre una edición y otra es de algunos días de diferencia, se deberá de contemplar que las fechas están sujetas a cambios.

La cantidad de encuestas que se detallan en las muestras corresponde a un número de encuestas efectivas por día, las cuales podrán variar entre un 10% más o 10% menos para garantizar se cubra en cada año con el 100% de los expositores, mismas que se habrán de garantizar con la cantidad indicada de encuestadores. El licitante ganador no podrá levantar más de dos encuestas de una misma empresa u organización en su calidad de comprador internacional y por ningún motivo duplicar a la misma persona aunque sea en días diferentes.

Esta muestra tiene un nivel de confianza de 95% y un índice de error muestral de +/- 7%, visto a total de entrevistas.

Para el caso de los expositores mexicanos, durante la etapa 2, se realizará la entrevista vía online a la misma persona que el Consejo señaló como responsable del espacio de exhibición durante la etapa 1 o al actual responsable del espacio de exhibición.

3.3 TAMAÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA. Compradores (etapa1)

El cuestionario de entrevista será aplicado a la muestra indicada en el cuadro siguiente de compradores profesionales durante los dos primeros días de duración de la Feria por cada una de las ediciones, en las dos modalidades **Con cita** e **In Situ**, (ver apartado **D** glosario). En todos los casos el levantamiento se realizará durante el horario de las ferias. El siguiente cuadro corresponde al calendario de fechas de 2012. Para los años, subsecuentes (2013 y las ferias de FITUR, ITB, COTTM, ARABIAN TRAVEL MARKET y IMEX en 2014) se utilizará como referencia pues las fechas en las que se lleva a cabo cada edición puede variar en términos de algunos días con respecto a la edición anterior.

Ferias 2012

	NOMBRE	LUGAR	ENTREVISTAS POR DÍA	MÍNIMO REQUERIDO DE ENTREVISTADORES POR DÍA	DÍAS EFECTIVOS DE LEVANTAMIENTO	FECHA DE LA FERIA	LENGUAS DE TRABAJO	HORARIO DE LEVANTAMIENTO
1	FITUR (FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO)	Madrid, España	25	3	2	18 al 19 de enero	Inglés/ Español	10:00 - 17:00 hrs.
2	ITB (BOLSA INTERNACIONAL DE TURISMO)	Berlín, Alemania	20	2	2	7 al 8 de marzo	Inglés/ Alemán	10:00 - 17:00 hrs.
3	TIANGUIS TURÍSTICO	Puerto Vallarta, México,	75	12	2	25 al 28 de marzo	Inglés/ Español	10:00 - 17:00 hrs.
4	COTTM (CHINA OUTBOUND TRAVEL AND TOURISM MARKET)	Beijing, China	8	2	2	18 al 19 de abril	Inglés / Chino Mandarín	10:00 - 17:00 hrs.
5	ARABIAN TRAVEL MARKET	Dubai	8	2	2	30 de abril al 1 de mayo	Inglés / Árabe	10:00 - 17:00 hrs.
6	IMEX (INCENTIVE TRAVEL AND MEETINGS EXHIBITION)	Frankfurt, Alemania	25	3	2	22 al 23 de mayo	Inglés/ Alemán	10:00 - 17:00 hrs.
7	AIBTM (AMERICAN INCENTIVE, BUSINESS TRAVEL & MEETINGS EXHIBITION)	Baltimore, EUA	15	2	2	19 al 20 de junio	Inglés	10:00 - 17:00 hrs.
8	TOP-RESA (INTERNATIONAL FRENCH TRAVEL MARKET)	Paris, Francia	15	2	2	18 al 19 de septiembre	Inglés/ Francés	10:00 - 17:00 hrs.
9	OTDYKH LEISURE RUSIA	Moscu, Rusia	15	2	2	19 al 20 de septiembre	Inglés/ Ruso	10:00 - 17:00 hrs.
10	JATA WTF (JATA WORLD TRAVEL FAIR)	Tokio, Japón	15	2	2	20 al 21 de septiembre	Inglés/ Japonés	10:00 - 17:00 hrs.

	NOMBRE	LUGAR	ENTREVISTAS POR DÍA	MÍNIMO REQUERIDO DE ENTREVISTADORES POR DÍA	DÍAS EFECTIVOS DE LEVANTAMIENTO	FECHA	LENGUAS DE TRABAJO	HORARIO DE LEVANTAMIENTO
11	IMEX AMÉRICA 2012	Las Vegas, EUA	15	2	2	9 al 10 de octubre	Inglés	10:00 - 17:00 hrs.
12	SITV (Salón Internacional de Turismo y Viajes)	Montreal, Canadá	15	2	2	21 al 22 de octubre	Inglés/ Francés	10:00 - 17:00 hrs.
13	ABAV (Asociación Brasileña de Agencias de Viajes)	Río de Janeiro, Brasil	15	2	2	24 al 25 de octubre	Inglés/ Portugués	10:00 - 17:00 hrs.
14	FIT (FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO DE AMÉRICA LATINA)	Buenos Aires, Arg.	15	2	2	3 al 4 de noviembre	Inglés/ Español	10:00 - 17:00 hrs.
15	WTM (WORLD TRAVEL MARKET)	Londres, Inglaterra	20	2	2	5 al 6 de noviembre	Inglés	10:00 - 17:00 hrs.
16	EIBTM (EUROPEAN INCENTIVES BUSSINESS TRAVEL AND MEETING EXHIBITION)	Barcelona, España	30	4	2	27 al 28 de noviembre	Inglés/ Español	10:00 - 17:00 hrs.
17	LUXURY TRAVEL EXPO	Las Vegas, EUA	8	2	2	6 al 7 de diciembre	Inglés	10:00 - 17:00 hrs.

3.4 TAMAÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA. Expositores (etapa1)

El cuestionario de entrevista será aplicado al **100% de expositores** profesionales, para el levantamiento en las ediciones de las ferias en 2013 y las ferias de FITUR, ITB, COTTM, ARABIAN TRAVEL MARKET y IMEX en 2014 se debe de considerar que la muestra puede aumentar o disminuir a razón de un 10%, El siguiente cuadro corresponde al calendario de fechas de 2012. Para los años, subsecuentes se utilizará como referencia, pues las fechas en las que se lleva a cabo cada edición puede variar en términos de algunos días con respecto a la edición anterior.

Las entrevistas se realizarán durante el tercer día de la feria, en las dos modalidades **Con cita e In Situ**, (ver glosario), de acuerdo con la siguiente muestra:

	NOMBRE	LUGAR	EXPOSITORES*	MÍNIMO REQUERIDO DE ENTREVISTADORES POR DÍA	DÍAS EFECTIVOS DE LEVANTAMIENTO	FECHA	HORARIO DE LEVANTAMIENTO
1	FITUR (FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO)	Madrid, España	95	5	1	23 de enero	10:00 - 17:00 hrs
2	ITB (BOLSA INTERNACIONAL DE TURISMO)	Berlín, Alemania	64	4	1	9 de marzo	10:00 - 17:00 hrs
3	TIANGUIS TURÍSTICO	México, Puerto Vallarta	170	12	2**	25 al 28 de marzo	10:00 - 17:00 hrs
4	COTTM (CHINA OUTBOUND TRAVEL AND TOURISM MARKET)	Beijing, China	10	1	1	20 de abril	10:00 - 17:00 hrs
5	ARABIAN TRAVEL MARKET	Dubai		1	1	2 de mayo	10:00 - 17:00 hrs
6	IMEX (INCENTIVE TRAVEL AND MEETINGS EXHIBITION)	Frankfurt, Alemania	24	2	1	24 de mayo	10:00 - 17:00 hrs
7	AIBTM (AMERICAN INCENTIVE, BUSINESS TRAVEL & MEETINGS EXHIBITION)	Baltimore, EUA	44	3	1	21 de junio	10:00 - 17:00 hrs
8	TOP-RESA (INTERNATIONAL FRENCH TRAVEL MARKET)	Paris, Francia	24	2	1	20 de septiembre	10:00 - 17:00 hrs
9	OTDYKH LEISURE RUSIA	Moscu, Rusia	25	2	1	21 de septiembre	10:00 - 17:00 hrs

	NOMBRE	LUGAR	EXPOSITORES*	MÍNIMO REQUERIDO DE ENTREVISTADORES POR DÍA	DÍAS EFECTIVOS DE LEVANTAMIENTO	FECHA	HORARIO DE LEVANTAMIENTO
10	JATA WTF (JATA WORLD TRAVEL FAIR)	Tokio, Japón	10	1	1	22 de septiembre	10:00 - 17:00 hrs
11	IMEX AMÉRICA 2012	Las Vegas, EUA	56	4	1	11 de octubre	10:00 - 17:00 hrs
12	SITV (Salón Internacional de Turismo y Viajes)	Montreal, Canadá	20	2	1	23 de octubre	10:00 - 17:00 hrs
13	ABAV (Asociación Brasileña de Agencias de Viajes)	Río de Janeiro, Brasil	24	2	1	26 de octubre	10:00 - 17:00 hrs
14	FIT (FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO DE AMÉRICA LATINA)	Buenos Aires, Arg.	55	4	1	5 de noviembre	10:00 - 17:00 hrs
15	WTM (WORLD TRAVEL MARKET)	Londres, Inglaterra	50	3	1	7 de noviembre	10:00 - 17:00 hrs
16	EIBTM (EUROPEAN INCENTIVES BUSSINESS TRAVEL AND MEETING EXHIBITION)	Barcelona, España	26	2	1	29 de noviembre	10:00 - 17:00 hrs
17	LUXURY TRAVEL EXPO	Las Vegas, EUA	16	1	1	8 de diciembre	10:00 - 17:00 hrs

*El número de expositores podrá ser modificado a razón de 10% más o 10% menos para cubrir el 100% de los expositores asistentes a cada evento durante 2013 y 2014

**Se realizará el levantamiento de expositores durante el Tianguis a partir del medio día del penúltimo día y hasta las 4 de la tarde del último día.

3.5 TAMAÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA. Expositores (etapa 2)

El cuestionario de entrevista vía online será aplicado al **100% de expositores** profesionales que el Consejo señaló como responsable y del cual se proporcionó un listado con la información correspondiente a cada expositor en la ETAPA 1 para realizar el levantamiento.

El levantamiento online comenzará **6 meses después** de haber concluido cada una de las ferias y deberá realizarse llevarse a cabo en los siguientes 10 días hábiles. La siguiente tabla corresponde al calendario de fechas para 2012 y que se utilizará como referencia para la ejecución de los levantamientos de las siguientes ediciones.

NOMBRE	EXPOSITORES	DÍAS EFECTIVOS DE LEVANTAMIENTO	FECHA
FITUR (FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO)	95	10 hábiles	23 de Julio al 03 de Agosto
ITB (BOLSA INTERNACIONAL DE TURISMO)	64	10 hábiles	10 de Septiembre al 21 de Septiembre
COTTM (CHINA OUTBOUND TRAVEL AND TOURISM MARKET)	10	10 hábiles	22 de Octubre al 03 de Noviembre
ARABIAN TRAVEL MARKET		10 hábiles	05 de Noviembre al 17 de Noviembre
IMEX (INCENTIVE TRAVEL AND MEETINGS EXHIBITION)	24	10 hábiles	21 de Noviembre al 03 de Diciembre
TOP-RESA (INTERNATIONAL FRENCH TRAVEL MARKET)	24	10 hábiles	18 de Marzo al 30 de Marzo
OTDYKH LEISURE RUSIA	25	10 hábiles	18 de Marzo al 30 de Marzo
JATA WTF (JATA WORLD TRAVEL FAIR)	10	10 hábiles	18 de Marzo al 30 de Marzo
SITV (Salón Internacional de Turismo y Viajes)	20	10 hábiles	22 de Abril al 04 de Mayo
ABAV (Asociación Brasileña de Agencias de Viajes)	24	10 hábiles	29 de Abril al 11 de Mayo
FIT (FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO DE AMÉRICA LATINA)	55	10 hábiles	06 de Mayo al 18 de Mayo
WTM (WORLD TRAVEL MARKET)	50	10 hábiles	06 de Mayo al 18 de Mayo
EIBTM (EUROPEAN INCENTIVES BUSSINESS TRAVEL AND MEETING EXHIBITION)	26	10 hábiles	27 de Mayo al 08 de Junio
LUXURY TRAVEL EXPO	16	10 hábiles	10 de Junio al 22 de Junio
AIBTM (AMERICAN INCENTIVE, BUSINESS TRAVEL & MEETINGS EXHIBITION)	44	10 hábiles	09 de Diciembre al 21 de Diciembre
IMEX AMÉRICA 2012	56	10 hábiles	08 de Abril al 20 de Abril
Tianguis Turístico (Puerto Vallarta)	170	10 hábiles	08 de Abril al 20 de Abril

4 PRODUCTOS ENTREGABLES.

4.1 Una entrega parcial por cada evento (ETAPA 1), haciendo un total de 48 entregas. Cada entrega parcial integra:

4.1.2 3 Versiones impresas a color y 3 versiones electrónicas en CD o USB de la siguiente información:

- **Base de datos** en SPSS para compradores y otra para expositores durante el evento, en formato SPSS con los resultados de la evaluación. Las bases deben venir etiquetadas tanto en las vista de variables para los conceptos de etiqueta, valores y perdidos. En función a cada uno de los cuestionarios las preguntas deben estar articuladas de forma numérica. La base contendrá una variable para identificar la feria. Todas las bases tendrán que ser homologadas y homologables. La información deberá procesarse y entregarse en español. Esta información no se requiere impresa
- **2 Reportes tabulares en excel (un reporte en números absolutos y otro en porcentajes)** con los resultados de cada variable por día y a total, tomando en cuenta de incluir aquellas respuestas múltiples que requieren analizarse por medio de la definición de conjuntos. La información deberá procesarse y entregarse en español. Esta información no se requiere impresa.
- **Catálogo de Variables en excel**, donde se especifiquen las variables utilizadas y las nuevas variables identificadas durante el proceso de levantamiento e incorporadas a este instrumento, El Consejo proporcionará al licitante ganador un Catálogo como base para la ejecución del servicio.
- **Reportes de incidencias en excel**, deberá contener las incidencias de no respuesta de expositores durante el evento a total, así un reporte minucioso de los expositores y las razones de no respuesta al cuestionario durante el evento.
- **Reporte de Resultados** en versión power point de acuerdo con los elementos que se señalan en el apartado denominado Reporte de Resultados. El reporte incluye tres secciones:
 - Resultados del procesamiento de las encuestas aplicadas a compradores por día y total.
 - Resultados del procesamiento de las encuestas aplicadas a expositores.
 - Resultado del cruce de variables entre las Respuestas de compradores y expositores.
- Asimismo, se entregará al licitante ganador un cuadro con el resumen de los principales resultados obtenidos, denominado d) **Cuadro de resultados en la feria**. Este documento acumulará los resultados de todas y cada una de las ferias.
- **Reporte de ejecutivo**. Con los principales hallazgos de los resultados obtenidos de cada feria evaluada en formato de Power Point.
- **Boletín de prensa**. Se deberá entregar en formato de Word en dos cuartillas

4.1.2 Se deberá de entregar en físico:

- **Cuestionarios** aplicados, foliados y firmados por el Responsable del Consejo en el Pabellón Mexicano.

- **Incidencias**, foliados y firmados por el Responsable del Consejo en el Pabellón Mexicano.
 - o **5 Presentaciones o exposiciones de resultados** que se llevaran a cabo de acuerdo a los requerimientos que solicite el CPTM. Estas presentaciones corresponden a los siguiente periodos de levantamiento:
 - 4 Presentaciones o exposición de resultados por año, una cada trimestre con los resultados de las ferias evaluadas en dicho periodo.
 - 1 presentación con los resultados finales del Tianguis Turístico.
- 4.2 **Informe preliminar** (Aplica únicamente para el Tianguis Turístico y no reemplaza la entrega parcial)
- **12 Reportes Impresos, en versión de Power Point y** de acuerdo con los elementos que se señalan en el apartado denominado Reporte de Resultados. Las versiones impresas deberán de ser a color y debidamente engargoladas y tres versiones digitales en CD o USB. La entrega deberá de ser el último día del tianguis antes de la presentación o exposición de resultados.
 - **Presentación o exposición de resultados**, deberá realizar una exposición de los resultados obtenidos en el reporte preliminar en la sede del tianguis durante la mañana del último día del evento.
- 4.3 Una entrega parcial por cada evento (ETAPA 2).
- 4.3.1 Cada entrega deberá entregarse en 3 versiones impresas a color y 3 versiones electrónicas en CD o USB cada entrega parcial integra:
- **Base de datos** en SPSS de expositores con la información recabada en la encuesta Online, en formato SPSS con los resultados de la evaluación. Las bases deben venir etiquetadas tanto en las vista de variables para los conceptos de etiqueta, valores y perdidos. En función a cada uno de los cuestionarios las preguntas deben estar articuladas de forma numérica. La base contendrá una variable para identificar la feria. Todas las bases tendrán que ser homologadas y homologables. La información deberá procesarse y entregarse en español. Esta información no se requiere impresa
 - **2 Reportes tabulares en excel (1 reportes en números absolutos y 1 en porcentajes)** a total, tomando en cuenta de incluir aquellas respuestas múltiples que requieren analizarse por medio de la definición de conjuntos. La información deberá procesarse y entregarse en español. Esta información no se requiere impresa
 - **Catálogo de Variables en excel**, donde se especifiquen las variables utilizadas y las nuevas variables identificadas durante el proceso de levantamiento e incorporadas a este instrumento.
 - **Reportes de incidencias en excel**, deberá contener las incidencias de no respuesta de expositores durante la segunda etapa, así un reporte minucioso de los expositores y las razones de no respuesta al cuestionario durante el evento.
 - **Reporte de Resultados** en versión power point, estos resultados deberán de incluirse en el reporte de la etapa 1 y deberá de contener los elementos que se señalan en el apartado denominado Reporte de Resultados y además incluirá :
 - a. Resultados del procesamiento de las encuestas aplicadas a total y comparativo con los resultados obtenidos en la Etapa 1.

4.3.2 Se deberá de entregar en físico:

- **Reportes de incidencias impresos**, deberá contener las incidencias de no respuesta de expositores durante el levantamiento online respaldado con por lo menos 3 correos electrónicos impresos enviados al expositor con la invitación a responder la encuesta o en su caso, el correo electrónico donde exponga sus razones para o contestar la encuesta.

4.4 Una entrega final por año, en 3 versiones impresas a color y 3 versiones electrónicas en CD o USB, que integrará:

- Un **Informe de observaciones y recomendaciones**, que incluye un reporte de incidencias (problemas u obstáculos identificados durante el levantamiento y/o procesamiento), si los hubiere y una propuesta de recomendaciones para futuros trabajos.
- **Catálogo Final de Variables en excel**, con la suma de los resultados de los Catálogos de variables de cada una de las ferias objeto de la contratación.
- **Guía de Entrevista** elaborada en español y traducida al inglés, francés, japonés, chino mandarín, italiano, alemán y portugués. Estas deberán ser elaboradas en formato de word .
- **Reporte Final de Resultados**, elaborado en versión de power point que incluye la información de los resultados obtenidos en todos los eventos en etapa 1 y etapa 2 , así como las comparaciones que resulten.
- **Ultima versión de cuestionarios de compradores y expositores aplicados en cada feria** en Word, los cuestionarios deberán de estar en el idioma requerido.

Tanto el Reporte de Resultados de cada Feria como el Reporte Final de Resultados deberán contener la siguiente información:

ETAPA 1

Para el caso de los compradores

1. Número de compradores con cita y sin cita
2. Tamaño, antigüedad y volumen de venta del comprador
3. Productos que vende
4. Intereses en la feria
5. Intereses en México
6. Ferias a las que asiste
7. Respuesta obtenida en el pabellón mexicano
8. Resultados esperados de sus entrevistas /citas con los expositores mexicanos
9. Principales problemas detectados en la comercialización del producto mexicano
10. Percepción sobre los expositores mexicanos

Para el caso de los expositores:

1. Número de compradores con cita y sin cita que atendieron
2. Tamaño, antigüedad y volumen de venta del expositor
3. Productos que vende
4. Intereses en la feria
5. Preparación para la feria
 - Actividades de estrategia
 - Actividades de promoción
6. Ferias a las que asiste

7. Negociaciones realizadas en la feria
8. Resultados esperados de sus entrevistas /citas con los compradores profesionales
9. Percepción de los expositores mexicanos sobre la feria como instrumento de comercialización de su oferta en el extranjero.

ETAPA 2

Expositores:

1. Productos que se concretaron en venta
2. Logros de asistencia a la feria
3. Negociaciones concretadas en los últimos 6 meses

El licitante podrá enriquecer la encuesta sin que se traduzca en un incremento en el precio para el Consejo.

El licitante podrá integrar toda la información correspondiente a la entrega parcial y/o final en un solo CD O USB y duplicarlo para la entrega de los tres ejemplares de CD o USB.

Para cumplir con la información relacionada con los expositores, la Dirección de Ferias y Eventos del Consejo entregará al licitante ganador el registro de los expositores mexicanos en un CD. Esta entrega se realizará en el transcurso de los 7 días previos al inicio de la feria.

5 PROGRAMA DE TRABAJO

El licitante ganador deberá presentar el programa detallado por año del servicio por contratar que incluya la programación de fechas para cada una de las etapas de la ejecución, tomando como referencia el siguiente Programa de Trabajo del Consejo. El criterio para calcular el tiempo del procedimiento, es que el período de procesamiento y etiquetado de la información abarca hasta 15 días hábiles contados a partir del día siguiente a que concluye la feria o exposición y termina el día 15 calendario. La fecha de entrega es el día siguiente hábil a la fecha en que termina el período de procesamiento y etiquetado de la información. Este criterio permitirá al licitante determinar los términos de sus propuestas técnica y económica, en los casos donde aún no se cuenta con las fechas del levantamiento. El retraso en la entrega de los productos se sancionará con penas convencionales, con forme se estable en el contrato correspondiente.

Etapas

	NOMBRE	FECHA	Período de procesamiento y etiquetado de la información	Entrega de productos: Base de datos, Catálogo de variables, Cuestionarios y Reporte de Resultados
1	FITUR (FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO)	18 al 22 de enero	15 días hábiles contados a partir del día siguiente del último día de la Feria	Día hábil siguiente al último día de procesamiento y etiquetado de la información
2	ITB (BOLSA INTERNACIONAL DE TURISMO)	7 al 11 de marzo		
3	TIANGUIS TURISTICO 2012	25 al 28 de marzo		
4	COTTM (CHINA OUTBOUND TRAVEL AND TOURISM MARKET)	18 AL 20 de abril		
5	ARABIAN TRAVEL MARKET	30 de abril al 3 de mayo		
6	IMEX (INCENTIVE TRAVEL AND MEETINGS EXHIBITION)	22 al 24 de mayo		
7	AIBTM (AMERICAN INCENTIVE, BUSINESS TRAVEL & MEETINGS EXHIBITION)	19 al 21 de junio		
8	TOP-RESA (INTERNATIONAL FRENCH TRAVEL MARKET)	18 al 21 de septiembre		
9	OTDYKH LEISURE RUSIA	19 al 22 de septiembre		
10	JATA WTF (JATA WORLD TRAVEL FAIR)	20 al 23 de septiembre		
11	IMEX AMÉRICA 2012	9 al 11 de octubre		
12	SITV (Salón Internacional de Turismo y Viajes)	21 al 23 de octubre		
13	ABAV (Asociación Brasileña de Agencias de Viajes)	24 al 26 de octubre		
14	FIT (FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO DE AMÉRICA LATINA)	3 al 6 de noviembre		
15	WTM (WORLD TRAVEL MARKET)	5 al 7 de noviembre		
16	EIBTM (EUROPEAN INCENTIVES BUSSINESS TRAVEL AND MEETING EXHIBITION)	27 al 29 de noviembre		
17	LUXURY TRAVEL EXPO	6 al 8 de diciembre		

ETAPA 2

El licitante ganador deberá presentar el programa detallado por año del servicio por contratar que incluya la programación de fechas para cada una de las etapas de la ejecución,, tomando como referencia el siguiente Programa de Trabajo del Consejo. El criterio para calcular el tiempo del procedimiento, es que el período de procesamiento y etiquetado de la información abarca hasta 15 días hábiles contados a partir del día siguiente a que concluye la feria o exposición y termina el día 15 calendario. La fecha de entrega es el día siguiente hábil a la fecha en que termina el período de procesamiento y etiquetado de la información. Este criterio permitirá al licitante determinar los términos de sus propuestas técnica y económica, en los casos donde aún no se cuenta con las fechas del levantamiento. El retraso en la entrega de los productos se sancionará con penas convencionales, con forme se estable en el contrato correspondiente.

Etapa2

	NOMBRE	Levantamiento	Período de procesamiento y etiquetado de la información	Entrega de productos: Base de datos, Catálogo de variables, Cuestionarios y Reporte de Resultados
1	FITUR (FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO)	23 de Julio al 03 de Agosto	15 días hábiles contados a partir del día siguiente del ultimo día de levantamiento	Día hábil siguiente al último día de procesamiento y etiquetado de la información
2	ITB (BOLSA INTERNACIONAL DE TURISMO)	10 de Septiembre al 21 de Septiembre		
3	TIANGUIS TURISTICO 2012	01 al 12 de Noviembre		
4	COTTM (CHINA OUTBOUND TRAVEL AND TOURISM MARKET)	22 de Octubre al 03 de Noviembre		
5	ARABIAN TRAVEL MARKET	05 de Noviembre al 17 de Noviembre		
6	IMEX (INCENTIVE TRAVEL AND MEETINGS EXHIBITION)	21 de Noviembre al 03 de Diciembre		
7	AIBTM (AMERICAN INCENTIVE, BUSINESS TRAVEL & MEETINGS EXHIBITION)	09 de Diciembre al 21 de Diciembre		
8	TOP-RESA (INTERNATIONAL FRENCH TRAVEL MARKET)	18 de Marzo al 30 de Marzo		
9	OTDYKH LEISURE RUSIA	18 de Marzo al 30 de Marzo		
10	JATA WTF (JATA WORLD TRAVEL FAIR)	18 de Marzo al 30 de Marzo		
11	IMEX AMÉRICA 2012	08 de Abril al 20 de Abril		
12	SITV (Salón Internacional de Turismo y Viajes)	22 de Abril al 04 de Mayo		
13	ABAV (Asociación Brasileña de Agencias de Viajes)	29 de Abril al 11 de Mayo		
14	FIT (FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO DE AMÉRICA LATINA)	06 de Mayo al 18 de Mayo		
15	WTM (WORLD TRAVEL MARKET)	06 de Mayo al 18 de Mayo		
16	EIBTM (EUROPEAN	27 de Mayo al 08 de		

	INCENTIVES TRAVEL AND EXHIBITION) BUSSINESS AND MEETING	Junio	
17	LUXURY TRAVEL EXPO	10 de Junio al 22 de Junio	

<p>ENTREGA FINAL 2012 Contendrá la evaluación de todas las ferias en su etapa 1 y 2 , con excepción de FITUR, ITB, COTTM, ARABIAN TRAVEL MARKET y IMEX e incluirá:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Informe de observaciones y recomendaciones, b) Catálogo Final de Variables c) Guías de Entrevista d) Reporte Final de Resultados 	Máximo 15 días hábiles a partir de la ultima feria evaluada en la Etapa 2, (LUXURY TRAVEL EXPO edición 2012)
<p>ENTREGA FINAL 2013 Contendrá la evaluación de todas las ferias en su etapa 1 y 2 e incluirá:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Informe de observaciones y recomendaciones, b) Catálogo Final de Variables c) Guías de Entrevista d) Reporte Final de Resultados 	Máximo 15 días hábiles a partir de la ultima feria evaluada en la Etapa 2, (LUXURY TRAVEL EXPO edición 2013)
<p>ENTREGA FINAL 2014 Contendrá la evaluación de FITUR, ITB, COTTM, ARABIAN TRAVEL MARKET y TIANGUIS TURISTICO, IMEX en su etapa 1 y 2 e incluirá:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Informe de observaciones y recomendaciones, b) Catálogo Final de Variables c) Guías de Entrevista d) Reporte Final de Resultados 	Máximo 15 días hábiles a partir de la ultima feria evaluada en la Etapa 2, (IMEX edición 2014)

6 COORDINACIÓN Y OPERACIÓN DEL PROYECTO

6.1 Etapa preparatoria

6.1.1 El licitante ganador designará a un Coordinador que funja como contraparte única ante el Consejo y del personal que ejecuta el desarrollo del servicio.

6.1.2 Este Coordinador, tendrá en el Consejo una contraparte operativa y logística en la Dirección de Ferias y Eventos y una contraparte para el cumplimiento del objeto del contrato, así como para aspectos técnicos a través de la Dirección de Inteligencia de Mercados.

6.1.3 La Coordinación de Planeación a través de la Dirección de Inteligencia de Mercados del CPTM, entregará al licitante ganador una Guía en español para la ejecución de los trabajos objeto del contrato, mientras que la Dirección de Ferias y Eventos del CPTM entregará información sobre las ferias y los expositores registrados, al menos una semana antes del inicio de cada feria. La guía servirá como insumo para capacitar a los encuestadores, pero no la sustituirá. Esta guía constituye los criterios básicos para definir criterios sobre quién califica como población objetivo y algunas recomendaciones. El licitante ganador tendrá que traducir esta guía a los idiomas requeridos para que los encuestadores puedan entenderla y aplicarla.

6.1.4 Los aspectos relacionados con los criterios de levantamiento, las muestras, los instrumentos de levantamiento, los criterios de procesamiento y reporte, serán coordinados entre el Coordinador de

proyecto nombrado por el licitante ganador y la Coordinación de Planeación a través de la Dirección de Inteligencia de Mercados únicamente.

6.1.5 El licitante ganador deberá presentar el programa detallado de trabajo al menos cinco días hábiles a la capacitación de encuestadores.

6.1.6 El licitante ganador deberá capacitar a los encuestadores en la etapa 1, tanto en la aplicación del instrumento como en los criterios de selección de los compradores y en los conocimientos sobre las ferias y exposiciones como herramientas de promoción y comercialización de negocios internacionales. Asimismo, deberá proveerles con un glosario básico sobre los principales términos turísticos que establece la Pregunta de filtro 1 del cuestionario de compradores de tal forma que puedan seleccionar a las personas a encuestar así como familiarizarse con los destinos y ferias que probablemente manejarán durante el proceso de levantamiento.

6.2 Etapa de ejecución

6.2.1. El licitante ganador confirmará, al menos 4 semanas antes del levantamiento, los nombres del supervisor y los encuestadores a la Dirección de Ferias y Eventos del Consejo, de tal forma que ésta le pueda entregar las acreditaciones para entrar al recinto. Para el caso de la primera feria, El licitante ganador comunicará los nombres de los encuestadores cuando inicie la vigencia del contrato.

6.2.2. La entrega de gafetes se realizará un día antes del inicio de la Feria en el lugar donde la Dirección de Ferias y Eventos del Consejo designe, y estos se entregarán al encargado del licitante ganador en el país donde se lleve a cabo el levantamiento.

6.2.3. En el caso de que el licitante requiera acreditar a otra persona en sustitución de alguna ya acreditada, deberá notificar a la Dirección de Ferias y Eventos con, al menos, siete días naturales de anticipación. En este caso, sufragará el costo del cambio de acreditación. Después de siete días la Dirección de Ferias y Eventos no hará el trámite y el licitante no dispondrá del encuestador requerido, lo cual será sancionado de acuerdo con los términos que establezca el contrato.

6.2.4 El licitante ganador deberá capacitar a los supervisores de campo y a encuestadores en cada una de las ferias del contrato, usando como uno de los insumos la guía proporcionada por el Consejo.

6.2.5. Durante la etapa 1, los supervisores de campo deberán presentarse al representante de la Dirección de Ferias y Eventos cada día, reportar las incidencias que se presenten cada día, si las hubiere en forma escrita. El único enlace entre los encuestadores y el Consejo, durante los trabajos de levantamiento en campo, será a través del supervisor de campo.

6.2.6. Durante la etapa 1, los encuestadores y el supervisor de campo deberán atender las actividades objeto del contrato durante los horarios que se señalan en el apartado 3.3 de este Anexo Técnico. El Consejo confirmará junto con los datos de entrega de gafetes que se señala en el numeral 6.2.2, los horarios de levantamiento.

6.2.7. El levantamiento de la etapa 1 será supervisado por el encargado del Pabellón Mexicano. Cada día, durante los días programados para el levantamiento, el encargado del Pabellón Mexicano firmará los formatos de entrevista e incidencias total y debidamente completados. Estos serán parte de los entregables finales y en caso de no contar con la firma o rubrica del encargado del Pabellón Mexicano del Consejo, no será contabilizada.

6.2.8. Al terminar cada entrevista durante la etapa 1, se solicitará al entrevistado una tarjeta de presentación personal, misma que entregará con la información del cuestionario. Los encuestadores, a través del supervisor de campo, presentarán cada día los cuestionarios totalmente llenos y terminados al encargado del Pabellón Mexicano para su firma.

6.2.9 Con la información recabada durante la feria, el licitante ganador, realizará el trabajo de procesamiento, análisis y elaboración de los productos objeto de la contratación en los términos que

establece el numeral 4 de este Anexo Técnico.

6.2.10 Durante el levantamiento de la etapa 2, el licitante ganador, enviará por lo menos en 3 ocasiones (en caso de haber respuesta), el enlace de la encuesta vía correo electrónico a cada uno de los expositores responsables del espacio de exhibición con la invitación a contestar el cuestionario online y deberá marcarse copia oculta al responsable que designe la Coordinación de Planeación a través de la Dirección de Inteligencia de Mercados. En caso de no haber respuesta se levantará un reporte de incidencia individual (por expositor) que deberá ir respaldado por los correos electrónicos impresos los cuales deberán tener visible la fecha.

6.3 Etapa de entrega

6.3 .El licitante ganador entregará dichos productos de acuerdo con lo siguiente:

Concepto	Fecha límite de entrega
Entregas Parciales etapa 1 <u>Incluye en cada caso:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Base de datos • Reportes tabulares • Catálogo de Variables • Reporte de incidencias • Reporte Ejecutivo • Boletín de prensa • Cuestionarios terminados, completos y firmados • Formatos de incidencia, firmados • Reporte de Resultados • Cuadro de Resultados acumulado 	Día hábil siguiente al último día de procesamiento y etiquetado de la información
Entrega reporte preliminar Tianguis Turístico <u>Incluye:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Reporte de Resultados • Presentación 	Último día del tianguis.
Entregas Parciales etapa 2 <u>Incluye en cada caso:</u> <ul style="list-style-type: none"> • Base de datos • Catálogo de Variables • Reporte de Incidencias • Formatos de incidencia • Reporte de Resultados 	Día hábil siguiente al último día de procesamiento y etiquetado de la información
<u>Entregables finales:</u> <ol style="list-style-type: none"> 1. Informe de observaciones y Recomendaciones, 2. Catalogo Final de Variables, 3. Guía de Entrevista y 4. Traducciones de los diferentes documentos 5. Reporte Final de Resultados 6. Cuadro de Resultados acumulado 	Máximo 15 días hábiles a partir de la ultima feria evaluada en la Etapa 2,

7 CRITERIOS DE SUPERVISIÓN

Con objeto de que el Consejo pueda verificar los avances en la ejecución del Programa de Trabajo, El licitante ganador dispondrá las siguientes facilidades e indicaciones:

- ❖ La asistencia del Coordinador a sesiones de trabajo.
- ❖ Los avances de documentos, bases y productos resultados de los trabajos.
- ❖ Los reportes de avance solicitados por el Consejo.
- ❖ Realizar las entregas parciales y reporte preliminar que especifica el presente documento.
- ❖ El licitante ganador deberá otorgar al Consejo las facilidades necesarias para supervisar el levantamiento.
- ❖ Tanto los encuestadores como el supervisor deberán hablar fluidamente las lenguas de trabajo especificadas para cada feria. Asimismo, deberán tener experiencia en levantamiento de entrevistas cara a cara por al menos 5 trabajos previamente. El Consejo podrá solicitar acreditaciones sobre las habilidades de las lenguas de trabajo de los encuestadores y supervisor de campo al Coordinador de proyecto en cualquier momento. Así como constancia de la capacitación impartida a los encuestadores Si El licitante ganador no las presentare a petición del Consejo, está será una causal de incumplimiento y rescisión del contrato.

8 REQUISITOS

El licitante deberá acompañar su propuesta técnica con la documentación que a continuación se indica. La omisión de alguno de estos documentos de acreditación será motivo de descalificación.

Numeral	Requisito	Acreditación documental
8.1	Experiencia en la realización de trabajos de levantamiento de encuestas cara a cara y online. Acreditar al menos tres casos de cada uno.	ii) Formato de Currículo de la Empresa en papel membretado de la empresa, utilizando el formato del apartado A.1 de este documento. Favor de no anexar presentaciones ni currículo institucional.
8.2	Competencia de la persona que coordinará y representará a la empresa contratada en México y en los países donde se preste el servicio, para todos los asuntos relacionados con la prestación del mismo, que cuente con experiencia de haber conducido al menos tres investigaciones de mercado en fuentes primarias y su procesamiento. Cualquier otro tipo de experiencia presentada no se tomará en cuenta.	iii) Formato de "Currículo del Coordinador de Proyecto en México", elaborado en papel membretado de la empresa, utilizando el formato del apartado A.2 de este documento. Favor de no utilizar ningún otro tipo de formato o documento institucional, en el apartado denominado Enlace de Proyecto.
8.3	Contar con certificado vigente de calidad en la gestión de sus procesos de investigación de mercado expedido por un organismo de certificación en los términos que establece la Ley Federal de Metrología y Normalización.	iv) Copia del documento de certificación ISO, ESIMM o cualquier otro certificado expedido por un organismo de certificación en los términos que establece la Ley Federal de Metrología y Normalización. Por vigencia se entenderá que el certificado presentado haya sido expedido hasta un año antes de la fecha de la presentación de las propuestas técnica y económica de la convocatoria de licitación; o bien el que se estipule en el certificado el periodo máximo de vigencia.

9. REQUISITOS TÉCNICOS.

Puntos y porcentajes

- **Experiencia y especialidad**

9.1 Experiencia del licitante que se acredita con un mínimo de tres **años** de experiencia de actividad realizando levantamientos in situ y procesando información. Esta experiencia se acredita con cartas de los clientes a los cuales se les ha brindado este tipo de servicio, y donde se especifique lo siguiente: objeto del contrato o proyecto, vigencia del contrato o proyecto, duración del contrato o proyecto, fecha de firma del contrato o proyecto y satisfacción del servicio. Las cartas deberán de venir en papel membretado del cliente y con los siguientes datos del contacto: nombre del contacto, cargo en la organización, teléfono con lada y dirección de e-mail.

Se otorgara un máximo de 5 puntos a quien acredite un mayor número de años de experiencia a quien acredite un mayor número de años (máximo 5 años) se asignará en forma proporcional a quien acredite menos años siendo necesario cumplir un mínimo de tres años de experiencia.

Los contratos o proyectos presentados a través de las cartas de los clientes deberán corresponder al periodo 2005-2011 y encontrarse totalmente concluidos a la fecha de la publicación de la convocatoria.

9.2 Especialidad del licitante que se acredita con un mínimo de tres **contratos o proyectos** para la realización de levantamientos in situ y procesando información. La especialidad se acredita con cartas de los clientes a los cuales se les ha brindado este tipo de servicio, y donde se especifique lo siguiente: objeto del contrato o proyecto, vigencia del contrato o proyecto, duración del contrato o proyecto, fecha de firma del contrato o proyecto y satisfacción del servicio. Las cartas deberán de venir en papel membretado del cliente y con los siguientes datos del contacto: nombre del contacto, cargo en la organización, teléfono con lada y dirección de e-mail.

Se otorgara un máximo de 5 puntos a quien acredite un mayor número de **contratos o proyectos** a quien acredite un mayor número de **contratos o proyectos** (máximo 5 **contratos o proyectos**) se asignará en forma proporcional a quien acredite menos **contratos o proyectos** siendo necesario cumplir un mínimo de tres **contratos o proyectos**.

Los contratos o proyectos presentados a través de las cartas de los clientes deberán corresponder al periodo 2008-2011 y encontrarse totalmente concluidos a la fecha de la publicación de la convocatoria.

Máximo de puntos a obtener por Experiencia y Especialidad 10 puntos

- **Capacidad**

9.3 Manifestación en la propuesta técnica de que cuente con trabajadores con discapacidad en una proporción del cinco por ciento cuando menos de la totalidad de su planta de empleados, cuya antigüedad no sea inferior a seis meses, misma que se comprobará con copia simple del aviso de alta al régimen obligatorio del Instituto Mexicano del Seguro Social que se incluirá en la propuesta técnica. Se otorgarán hasta **5 puntos a quien acredite** mayor cantidad de trabajadores con discapacidad y se asignaran de forma proporcional al que acredite un menor número de los que cumplan con el requisito especificado.

9.4 Experiencia conocimiento y dominio del Coordinador del proyecto para la conducción de los recursos del proyecto acreditados con la información verificable de su Curriculum Vitae. Para la presentación del Curriculum se facilita el formato A.2. Se pide un mínimo de tres años de experiencia durante el periodo que comprende el 2007 al 2011. La experiencia máxima que se considerará será de máximo 8 años durante el periodo que comprende los años 2003 a 2011 y

se asignará un máximo de 23 puntos

Los puntos se otorgarán al licitante que presente una mayor cantidad de años de experiencia teniendo como máximo 8 y se asignaran de forma proporcional al que acredite un menor número de los que cumplan con el requisito especificado.

Máximo de puntos a obtener por capacidad 28 puntos

- **Propuesta trabajo**

9.5 La presentación de la Propuesta de trabajo con los puntos 1 a 7 de este Anexo Técnico. En el caso de que alguno de estos campos no se presente, el requisito tendrá un valor de 0 puntos, Por equipamiento para encuestas cara a cara con soporte electrónico se añade hasta 10 puntos adicionales. Los puntos se otorgarán de la siguiente forma:

- a) Por propuesta metodológica. 4 puntos
- b) Por Plan de trabajo. 5 puntos
- c) Por manual de organización de la empresa. 5 puntos (presentar carátula del manual de organización liberada)
- d) Por equipamiento para encuestas cara a cara en forma manual. 10 puntos. Presentar organigrama del equipo de trabajo en una página
- e) Por equipamiento para encuestas cara a cara con soporte electrónico. 10 puntos adicionales. Presentar descripción de la tecnología de soporte propuesta para el levantamiento y sus características en documento no mayor a una página.

Máximo de puntos a obtener por propuesta de trabajo 34 puntos

- **Cumplimiento de contratos o proyectos**

9.6 Grado de cumplimiento y satisfacción del licitante en compromisos anteriores. El cumplimiento se acredita con cartas de los clientes a los cuales se les ha brindado este tipo de servicio, y donde se especifique lo siguiente: objeto del contrato o proyecto, vigencia del contrato o proyecto, duración del contrato o proyecto, fecha de firma del contrato o proyecto y satisfacción del servicio. Las cartas deberán de venir en papel membretado del cliente y con los siguientes datos del contacto: nombre del contacto, cargo en la organización, teléfono con lada y dirección de e-mail.

Dichos contratos o proyectos habrán sido terminados y haberse realizado en el período 2008-2011. Presentar al menos 3 cartas y un máximo de 5.

Los puntos se otorgarán al licitante que presente una mayor cantidad de cartas teniendo como máximo 5 y se asignaran de forma proporcional al que acredite un menor número de los que cumplan con el requisito especificado.

Máximo de puntos a obtener por cumplimiento 8 puntos

RESUMEN	
TOTAL DE PUNTOS POR EXPERIENCIA Y ESPECIALIDAD	10
TOTAL PUNTOS POR CAPACIDAD	28
TOTAL PUNTOS POR CUMPLIMIENTO DE CONTRATOS	8
TOTAL DE PUNTOS POR PROPUESTA TÉCNICA	34
EVALUACIÓN TOTAL	80

FORMATOS DE ACREDITACIÓN DE EXPERIENCIA

El formato se deberá **llenar completamente**, con excepción de aquellos campos marcados con asterisco (*). Si alguno de los campos no se encuentra debidamente requisitado, se **descalificará la propuesta**.

A1. Currículo de la Empresa

Razón Social	
Dirección	
Teléfono(s)	
Dirección Fiscal	
Página WEB *	
RFC	
Objeto social	

Número total de personas que laboran en la empresa	
Nivel directivo	
Nivel mando medio	
Nivel operativo	

Nombre del Coordinador		Cargo del Coordinador en la empresa	
Dirección		Teléfono	
Tel. Celular *		Correo electrónico	

CASOS DE EXPERIENCIA EN PROYECTOS DE LEVANTAMIENTO CARA A CARA

Razón Social (CLIENTE I)	
Teléfono(s)	
Dirección Fiscal	
Página WEB *	
RFC	
Área responsable del proyecto	
Nombre del proyecto	
Breve descripción del servicio	
Fecha de conclusión del servicio	

Razón Social (CLIENTE II)	
Teléfono(s)	
Dirección Fiscal	
Página WEB *	
RFC	
Área responsable del proyecto	

Nombre del proyecto	
Breve descripción del servicio	
Fecha de conclusión del servicio	

Razón Social (CLIENTE III)	
Teléfono(s)	
Dirección Fiscal	
Página WEB *	
RFC	
Área responsable del proyecto	
Nombre del proyecto	
Breve descripción del servicio	
Fecha de conclusión del servicio	

CASOS DE EXPERIENCIA EN PROYECTOS DE LEVANTAMIENTO ONLINE

Razón Social (CLIENTE I)	
Teléfono(s)	
Dirección Fiscal	
Página WEB *	
RFC	
Área responsable del proyecto	
Nombre del proyecto	
Breve descripción del servicio	
Fecha de conclusión del servicio	

Razón Social (CLIENTE II)	
Teléfono(s)	
Dirección Fiscal	
Página WEB *	
RFC	
Área responsable del proyecto	
Nombre del proyecto	
Breve descripción del servicio	
Fecha de conclusión del servicio	

servicio	
Razón Social (CLIENTE III)	
Teléfono(s)	
Dirección Fiscal	
Página WEB *	
RFC	
Área responsable del proyecto	
Nombre del proyecto	
Breve descripción del servicio	
Fecha de conclusión del servicio	

- La descripción del proyecto deberá integrar objetivos, actividades realizadas en forma genérica y productos obtenidos.

(Lugar y fecha)

(Firma del Representante legal)

(Nombre del Representante legal de la empresa)

A2. Currículo del Coordinador

Se deberá **llenar todos los campos**, excepto aquellos marcados con asterisco (*). En caso de que uno de estos campos no se encuentre debidamente requisitado, **se descalificará la propuesta**.

Nombre		Cargo en la empresa	
Dirección		Teléfono	
Tel. Celular *		Correo electrónico	

Grado universitario o equivalente	
Especialidad	
Institución	
Año	
Ultimo grado escolar obtenido	
Especialidad	
Institución	
Año	

Tiempo de laborar en años en la empresa	
Descripción de funciones	
Nombre del Jefe inmediato	
Teléfono del Jefe inmediato	
Correo electrónico del Jefe inmediato	

Experiencia en los últimos tres proyectos

Denominación del proyecto (1)	
Objetivo	
Funciones dentro del proyecto	
Principales actividades durante el proyecto	1) 2) 3) 4) 5)
Nombre de la persona a la que reportaba resultados y avances	
Teléfono	
Correo electrónico *	

Denominación del proyecto (2)	
Objetivo	
Funciones dentro del proyecto	
Principales actividades durante el proyecto	1) 2) 3) 4) 5)
Nombre de la persona a la que reportaba resultados y avances	
Teléfono	
Correo electrónico *	

Denominación del proyecto (3)	
Objetivo	
Funciones dentro del proyecto	
Principales actividades durante el proyecto	1) 2) 3) 4) 5)
Nombre de la persona a la que reportaba resultados y avances	
Teléfono	
Correo electrónico *	

Sobre la experiencia del Coordinador respecto al tema de ferias, agradeceremos cruzar la opción que describa mejor su sus conocimientos:

Ha participado en alguna feria internacional como expositor	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
Ha participado en alguna feria internacional como promotor	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
Ha participado en alguna feria internacional como organizador	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
Ha participado en alguna feria internacional como visitante	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
Ha participado en alguna feria internacional de turismo como expositor	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
Ha participado en alguna feria internacional de turismo como promotor	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
Ha participado en alguna feria internacional de turismo como organizador	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
Ha participado en alguna feria internacional de turismo como visitante	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
Ha participado en alguna feria nacional como expositor	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
Ha participado en alguna feria nacional como promotor	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
Ha participado en alguna feria nacional como organizador	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
Ha participado en alguna feria nacional como visitante	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
Ha participado en alguna feria nacional de turismo como expositor	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
Ha participado en alguna feria nacional de turismo como promotor	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
Ha participado en alguna feria nacional de turismo como organizador	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
Ha participado en alguna feria nacional de turismo como visitante	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
La organización que representa cuenta con la asesoría de un consultor propio para el tema de promoción de ferias nacionales de turismo	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
La organización que representa cuenta con la asesoría de un consultor propio para el tema de promoción de ferias internacionales	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
La organización que representa cuenta con la asesoría de un consultor propio para el tema de comercialización de producto turístico a través de ferias nacionales	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
La organización que representa cuenta con la asesoría de un consultor propio para el tema de comercialización de producto turístico a través de ferias internacionales	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>

- Describir al menos tres de las cinco actividades por cada proyecto en la casilla denominada *“Principales actividades durante el proyecto”*
- El Currículo del Coordinador (**A2**) deberá elaborarse y entregarse en papel membretado de la empresa y firmado en original.

Fecha _____ Firma _____

**B1. CUESTIONARIO BASE 1 PARA COMPRADORES(ETAPA 1)
(TODAS LAS FERIAS CON EXCEPCIÓN DE IMEX America Y AIBTM)**

FOLIO: _____

**NOMBRE DEL EVENTO Y AÑO DE EDICIÓN
CUESTIONARIO PARA COMPRADORES**

Agradecemos de manera muy especial, su participación en *NOMBRE DEL EVENTO* y *AÑO DE EDICIÓN*. La información solicitada es únicamente para fines estadísticos, por lo que se guardará la confidencialidad de sus datos en todo momento.

You are cordially invited to participate in an interview with regard to xxxxxxx. The information requested is solely for analysis along with all other interviews conducted and will remain strictly confidential.

Filtro / Screener

F 1. ¿Estaría dispuesto a contestar un cuestionario de 10 minutos sobre los expositores de este Pabellón?

F 1. Would you be willing to take part in a 10-minute interview about the exhibitors in this pavilion?

1. Si / Yes **Continuar**
Continue 2. No / No **Suspenda y registre contactos**
Stop and register your contact information

Rechazo contestar el cuestionario/ Refused to take the survey

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	(60-61)
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	---------

F2. ¿Realizó alguna negociación de **compra** con alguno de los expositores del stand de México?

*F2. Did you make any negotiation of **purchase** with some of the Exhibitors in the Mexico Stand?*

1. Si / Yes **Continuar**
Continue 2. No / No **Suspenda y registre contactos**
Stop and register your contact information

Rechazo contestar el cuestionario/ Refused to take the survey

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	(60-61)
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	---------

F3. El giro de la empresa o institución que representa es:

F3. The category of the company or institution that you represent is:

1. Hotel de Cadena
Hotel Chain 4. Agente de Viajes Minorista
Retail Travel Agent 7. Meeting Planner
Meeting Planner
2. Hotelería Independiente
Independent Hotel Business 5. DMC u Operadora de Turismo Receptivo
DMC or Tourism Operator
3. Tour Operador o Mayorista
Tour Operator or Wholesaler 6. Transporte Aéreo
Air Transport
8. Otro ¿cuál? / *Other (Specify)*

¿Califica?

- 8.1 *Does company or institution qualify?* 1. Si Yes 2. No No **Suspenda y registre contactos**
Stop and give your contact information

Giro de la empresa no adecuado/ Company category does not qualify

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	(60-61)
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	---------

Cuestionario/ Questionnaire

1. ¿Cuántas veces ha asistido a esta Feria en sus ediciones anteriores?

(Seleccione solo una Opción)

1. How many times have you attended this fair when it was held previously? **(Select only one option)**

1. Menos 3 veces
Fewer than 3 times
2. Entre 3 y 5 veces
Between 3 and 5 times
3. Entre 5 y 7 veces
Between 5 and 7 times
4. Entre 7 y 10 veces
Between 7 and 10 times
5. Más de 10 veces
More than 10 times

2. ¿Cuántas veces ha asistido al Pabellón de México de esta Feria en sus ediciones anteriores?

(Seleccione solo una Opción)

2. How many times have you visited this fair's Mexican pavilion during previous fairs? **(Select only one option)**

1. Menos 3 veces
Fewer than 3 times
2. Entre 3 y 5 veces
Between 3 and 5 times
3. Entre 5 y 7 veces
Between 5 and 7 times
4. Entre 7 y 10 veces
Between 7 and 10 times
5. Más de 10 veces
More than 10 times

3. ¿Acordó una cita preestablecida con alguno de los expositores de este pabellón **antes** del inicio de la feria? **(Seleccione sólo una opción)**

3. Did you set an appointment with any of the exhibitors prior to the start of the fair?

(Select only one option)

1. Si / Yes
2. No / No

4. En orden de importancia, ¿Cuáles fueron sus tres principales objetivos al asistir a la feria?

4. In order of importance, what were your three principal objectives for attending this fair?

		1 ^{ra}	2 ^{da}	3 ^{ra}
1.	Obtener información de destinos/productos turísticos <u>Obtain information about various tourist destinations/products</u>	()	()	()
2.	Cierre de negocios <u>Closing sales</u>	()	()	()
3.	Dar seguimiento a sus relaciones comerciales <u>Pursuit of commercial contacts</u>	()	()	()
4.	Conocimiento de nuevos proveedores <u>Knowledge of new providers</u>	()	()	()
5.	Búsqueda de nuevos productos <u>Seeking new products</u>	()	()	()
6.	Búsqueda de mejores tarifas <u>Seeking better rates</u>	()	()	()

7.	Integrar nuevos servicios a su oferta <i>Including new services in your range</i>	()	()	()
8.	Obtener material para la comercialización del producto <i>Obtaining materials for product marketing</i>	()	()	()
10.	Otro, ¿cuál? <i>Other (specify)</i>	()	()	()

5. Indique los tipos de productos turísticos que usted demandó durante la feria:
(Respuesta Múltiple)

5. *Indicate the types of products that you requested during the fair:* **(Multiple responses)**

- | | | |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. Turismo de sol y playa
<i>Tourism/sun and beach</i> | <input type="checkbox"/> 5. Golf
<i>Golf</i> | <input type="checkbox"/> 9. Exposiciones
<i>Exhibitions</i> |
| <input type="checkbox"/> 2. Turismo cultural
<i>Cultural tourism</i> | <input type="checkbox"/> 6. Spa
<i>Spa</i> | <input type="checkbox"/> 10. Viajes de incentivo
<i>Incentive trips</i> |
| <input type="checkbox"/> 3. Ecoturismo
<i>Ecotourism</i> | <input type="checkbox"/> 7. Cruceros
<i>Cruises</i> | <input type="checkbox"/> 11. Viajes educativos
<i>Educational trips</i> |
| <input type="checkbox"/> 4. Aventura
<i>Adventure</i> | <input type="checkbox"/> 8. Congresos y convenciones
<i>Congresses and conventions</i> | <input type="checkbox"/> 12. Viajes de luna de miel
<i>Honeymoon trips</i> |
| <input type="checkbox"/> 8. Otro, ¿cuál?
<i>Other (Specify)</i> | | |

6. Respecto a la atención brindada por el personal del Pabellón Mexicano, usted encontró que:
6. *Please rate the service provided by the staff of the Mexican pavilion:*

(Seleccione una opción en cada enunciado)
(Select only one option for each section)

	7. Exce nte/ <i>Excele nt</i>	6. Muy Bue na/ <i>Very Goo d</i>	5. Buen al <i>Good</i>	4. Regular / <i>Adequa te</i>	3. Mala / <i>Poor</i>	2. Mu y Mal al/ <i>Ver y po or</i>	1. Pésima / <i>Dreadf ul</i>
1. La preparación y conocimiento del personal para atender sus requerimientos es <i>Staff's preparation and knowledge when tending to your needs</i>							
2. La Calidad de la Información brindada por parte del personal del Pabellón es <i>Quality of information offered by the staff at the pavilion</i>							
3. La capacidad para tomar decisiones y asumir compromisos es <i>Ability to make decisions and assume responsibility</i>							
4. La utilidad del material recibido es <i>Usefulness of the materials provided</i>							
5. El tiempo de atención que le destinó el personal para darle respuesta a sus inquietudes fue <i>Time and attention given to your inquiries by the personnel</i>							

6.	Considera que los <u>resultados obtenidos</u> por su visita al Pabellón son <i>The results attained during your visit to the pavilion</i>							
7.	La <u>imagen</u> de los productos expuesta en el Pabellón es <i>The images of products displayed in the pavilion</i>							
8.	Otro, ¿cuál? <i>Other (explain)</i>							

7. ¿Cuáles fueron los **destinos** turísticos mexicanos a los que dirigió su negociación de compra?
(Respuesta Multiple)

7. Which were the Mexican tourist **destinations** that led you to negotiations for a purchase?
(Multiple responses)

1.	
2.	
3.	

4.	
5.	

8. Del total de sus citas de negocios en esta Feria, ¿Qué porcentaje corresponde a México?
(Seleccione sólo una opción)

8. Out of all of your business appointments during this fair, what percentage was Mexican? _ (Select only one option)

1. Menos 10%
Less than 10%
2. Entre 11 y 20%
Between 11 and 20%
3. Entre 21 y 25 %
Between 21 and 25%
4. Entre 26 y 50 %
Between 26 and 50%
5. Entre 51 y 75 %
Between 51 and 75 %
6. Más del 75%
More than 75%
7. No sabe/ No recuerda
Don't know/ Don't remember

9. De las citas sostenidas en el pabellón de México, ¿Qué porcentaje de esas negociaciones considera que se concreten en ventas? (Seleccione sólo una opción)

9. Out of the sustained appointments at the Mexican pavilion, what percentage of these contacts will become executed sales (Select only one option)

1. Menos 10%
Less than 10%
2. Entre 11 y 20%
Between 11 and 20%
3. Entre 21 y 25 %
Between 21 and 25%
4. Entre 26 y 50 %
Between 26 and 50%
5. Entre 51 y 75 %
Between 51 and 75 %
6. Más del 75%
More than 75%
7. No sabe/ No recuerda
Don't know/ Don't remember

9a. ¿En el pasado a comercializado con algún producto mexicano?

9a. Have you ever commercialized with any Mexican product in the past?

1. Si / Yes **Continuar**
Continue
2. No / No **Pasar a P11**
Go to P11

10. ¿Cuáles de estos problemas se les han presentado en la comercialización del producto mexicano en el pasado? (Marque con una "X")

10. Which of these problems have arisen when dealing with the marketing of Mexican products in the past? (Select with an "X")

		SI	NO
1.	Las empresas mexicanas no respetan las tarifas acordadas <i>Mexican companies do not adhere to established rates</i>		
2.	Las empresas mexicanas no respetan las condiciones acordadas <i>Mexican companies do not respect the conditions already agreed upon</i>		
3.	La calidad de los servicios no satisface a sus clientes <i>The quality of services does not satisfy clients</i>		
4.	La conectividad del destino es insuficiente <i>Connections to the destination are insufficient</i>		
5.	La oferta es poco atractiva a sus clientes <i>The offer is unattractive to clients</i>		
6.	No ha tenido problemas <i>I have not encountered any problems</i>		
7.	Otros, especificar: <i>Others (Explain)</i>		

11. ¿Cuáles son las **ferias turísticas** a las que ha asistido en los últimos 3 años? (**Insista para que proporcionen Nombre de la Feria y Lugar**)

11. Which tourist fairs have you attended in the last 3 years? (Enter the exact name of the fair and its location)

1.	
2.	
3.	

4.	
5.	

Datos de Registro / Classification

La información solicitada es únicamente para fines estadísticos, por lo que se guardará la confidencialidad de sus datos en todo momento.

The information requested is solely for statistical purposes and will remain strictly confidential.

12.- ¿Cual es la antigüedad de la empresa que usted representa?

12. How long have you been in the business that you are representing?

1. Menos de 5 años / *Less than 5 years*
 3. De 11 a 15 años / *Between 11 and 15 years*
 5. De 21 a 25 años / *Between 21 and 25 years*
 7. No sabe/ No recuerda / *Don't know/ Don't remember*
2. De 6 a 10 años / *Between 6 and 10 years*
 4. De 16 a 20 años / *Between 16 and 20 years*
 6. Más de 26 años / *More than 26 years*

13. ¿Cuál estima que fue el volumen de ventas de la empresa que representa en 2007? (**Seleccione sólo una opción**)

13. What is the estimated volume of sales that your company achieved in 2007? (**Select only one option**)

1. Menos de 500,000 UD dlls / *Less than 500,000 USD*
 4. Entre 1,500,000 y 2,500,000 US dlls / *Between 1,500,000 and 2,500,000 USD*
2. Entre 500,000 y 1,000,000 US dlls
 5. Entre 2,500,000 y 5,000,000 US dlls

- | | | | |
|----------------------------|---|----------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | <u>Between 500,000 and 1,000,000 USD</u> | <input type="checkbox"/> | <u>Between 2,500,000 and 5,000,000 USD</u> |
| <input type="checkbox"/> 3 | Entre 1,000,000 y 1,500,000 US dlls
<u>Between 1,000,000 and 1,500,000 USD</u> | <input type="checkbox"/> 6 | Más de 5,000,000 US dlls
<u>More than 5,000,000 USD</u> |
| | | <input type="checkbox"/> 7 | No sabe/ No recuerda
<u>Don't know/Don't remember</u> |

14. De sus ventas anuales, ¿Qué porcentaje representan los destinos turísticos de México? **(Seleccione sólo una opción)**

14. What is the percentage of Mexican tourist destinations included in your annual sales? **(Select only one option)**

- | | | | | | | | |
|-----------------------------|---|-----------------------------|--|-----------------------------|---|----------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 1. | Menos 10%
<u>Less than 10%</u> | <input type="checkbox"/> 3. | Entre 21 y 25 %
<u>Between 21 and 25%</u> | <input type="checkbox"/> 5. | Entre 51 y 75 %
<u>Between 51 and 75 %</u> | <input type="checkbox"/> 7 | No sabe/ No recuerda
<u>Don't know/ Don't remember</u> |
| <input type="checkbox"/> 2. | Entre 11 y 20%
<u>Between 11 and 20%</u> | <input type="checkbox"/> 4. | Entre 26 y 50 %
<u>Between 26 and 50%</u> | <input type="checkbox"/> 6. | Más del 75%
<u>More than 75%</u> | | |

Nombre del Entrevistado

Name of the person interviewed _____

Organización que representa

Organisation they represent _____

Ciudad

Country _____

País

City _____

E-Mail

Email _____

Día de levantamiento

Interview date _____

Hora de levantamiento

Interview time _____

Muchas Gracias. Agradecemos su apoyo y participación

Thank you very much. We appreciate your participation and support.

Anexar Tarjeta de Presentación

Attach the respondent's business card

Nombre y firma del entrevistador

Interviewer name and Signature

Por la Dirección de Ferias y Eventos del CPTM
With the support of CPTM Fairs and Events

1. Business Travel 4. Educational trips 7. Staff Training / Motivation
2. Convention/ Congresses 5. Exhibitions Other, Specify
3. Corporate Hospitality 6. Incentive travel

6. Please rate the quality of service provided by the Mexican pavilion Staff:

(Select only one option for each section)

	5. Excellent	4. Good	3. Average	2. Below average	1. Poor	N/A
Staff's training and knowledge while tending to your needs						
Quality of information offered by the staff at the pavilion						
Ability to make decisions and assume responsibility						
Usefulness of the materials provided						
Attention by the personnel when answering your questions						
The results attained during your visit to the pavilion						
The images of products displayed in the pavilion						
Other (explain)						

7. What are the Mexican destinations you are interested in? (Multiple responses)

1.	
2.	
3.	

4.	
5.	

8. Of all of your appointments during this show, what percentage were Mexican? (Select only one option)

1. Less than 10% 3. Between 21 and 25% 5. Between 51 and 75 % 7. Don't know/ Don't remember
2. Between 11 and 20% 4. Between 26 and 50% 6. More than 75%

9. At the Mexican pavilion, what percentage of deals were closed (Select only one option)

1. Less than 10% 3. Between 21 and 25% 5. Between 51 and 75 % 7. Don't know/ Don't remember
2. Between 11 and 20% 4. Between 26 and 50% 6. More than 75%

10. Which of these problems came up while dealing with the marketing of Mexican products? (Select with an "X")

		YES
1.	Mexican companies do not adhere to established rates	
2.	Mexican companies do not respect the conditions already agreed upon	
3.	The quality of services does not satisfy clients	
4.	Connections to the destination are insufficient	
5.	The offer is unattractive to clients	
6.	I have not encountered any problems	
7.	Others (Explain)	

11. Which shows have you attended in the past 3 years? (Enter the exact name of the show and its location)

1.	
2.	
3.	

4.	
5.	

Other information

The information requested is just for statistical purposes and will remain strictly confidential.

12. How long have you been in the business that you are representing?

1. Less than 5 years
 3. Between 11 and 15 years
 5. Between 21 and 25 years
 7. Don't know/ Don't remember
2. Between 6 and 10 years
 4. Between 16 and 20 years
 6. More than 25 years

13. What is the estimated volume of sales that your company achieved in 2010? (Select only one option)

1. Less than 500,000 USD
 3. Between 1,000,000 and 1,500,000 USD
 5. Between 2,500,000 and 5,000,000 USD
 7. Don't know/ Don't remember
2. Between 500,000 and 1,000,000 USD
 4. Between 1,500,000 and 2,500,000 USD
 6. More than 5,000,000 USD

14. Annual budget for events/meetings/incentives: (Please check only one)

1. Less than 500,000 USD
 5. Between 2,500,000 and 5,000,000 USD

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 2. Between 500,000 and 1,000,000 USD | <input type="checkbox"/> 6. More than 5,000,000 USD |
| <input type="checkbox"/> 3. Between 1,000,000 and 1,500,000 USD | <input type="checkbox"/> 7. Don't know/Don't remember |
| <input type="checkbox"/> 4. Between 1,500,000 and 2,500,000 USD | |

15. What is the percentage of Mexican tourist destinations included in your annual sales?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. Less than 10% | <input type="checkbox"/> 5. Between 51% and 75% |
| <input type="checkbox"/> 2. Between 11 and 20% | <input type="checkbox"/> 6. More than 75% |
| <input type="checkbox"/> 3. Between 21% and 25% | <input type="checkbox"/> 7. Don't know/Don't remember |
| <input type="checkbox"/> 4. Between 26% and 50% | |

Name of the person interviewed _____

Organisation they represent _____

Country _____ City _____

Email _____

Interview date _____ Interview time _____

Thank you very much. We appreciate your participation and support.

Attach the respondent's business card

Interviewer name and Signature	With the support of CPTM Shows and Events

FOLIO: _____ B2. CUESTIONARIO BASE 1 A EXPOSITORES(ETAPA 1)

NOMBRE DEL EVENTO Y AÑO DE EDICIÓN

(Todas las ferias con excepción de IMEX América Y AIBTM)

Agradecemos de manera muy especial su participación en la feria _____ xxxxxx. La información solicitada es únicamente para fines estadísticos, por lo que se guardará la confidencialidad de sus datos en todo momento.

You are cordially invited to participate in an interview with regard to _____ xxxxxxxx9. The information requested is solely for analysis along with all other interviews conducted and will remain strictly confidential.

**1. Indique los tipos de productos turísticos que su organización ofrecerá en la Feria:
(Respuesta Múltiple)**

1. Please indicate the types of touristic products your stand will offer during the duration of the fair: (Multiple responses)

- | | | | |
|--|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. Turismo de sol y playa
<u>Tourism/sun and beach</u> | <input type="checkbox"/> 4. Aventura
<u>Adventure</u> | <input type="checkbox"/> 7. Cruceros
<u>Cruises</u> | <input type="checkbox"/> 10. Viajes de incentivo
<u>Incentive trips</u> |
| <input type="checkbox"/> 2. Turismo cultural
<u>Cultural tourism</u> | <input type="checkbox"/> 5. Golf
<u>Golf</u> | <input type="checkbox"/> 8. Congresos y convenciones
<u>Congresses and conventions</u> | <input type="checkbox"/> 11. Viajes educativos
<u>Educational trips</u> |
| <input type="checkbox"/> 3. Ecoturismo
<u>Ecotourism</u> | <input type="checkbox"/> 6. Spa
<u>Spa</u> | <input type="checkbox"/> 9. Exposiciones
<u>Exhibitions</u> | <input type="checkbox"/> 12. Viajes de luna de miel
<u>Honeymoon trips</u> |
| <input type="checkbox"/> 8. Otro, ¿cuál?
<u>Other (Specify)</u> | | | |

**2. ¿En orden de importancia, ¿Cuales son sus tres principales objetivos de asistir a la Feria?
(Ordene del 1 al 3)**

2. In order of importance: Which are your three main objectives of assisting to the fair?

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. Dar seguimiento a sus relaciones comerciales
<u>Follow up of comercial relations</u> | <input type="checkbox"/> 4. Cierre de Negocios
<u>Closing business deals</u> | <input type="checkbox"/> 7. Conocimiento de la competencia y del mercado.
<u>Competitor and market Awareness</u> |
| <input type="checkbox"/> 2. Promoción de Productos/ Destinos Turísticos
<u>Promotional products/ Touristical Destinations</u> | <input type="checkbox"/> 5. Conocimiento de Nuevos Clientes
<u>Knowledge of new clients</u> | <input type="checkbox"/> 8. Lanzar un nuevo producto/ destino
<u>Launch of new products/ destinations</u> |
| <input type="checkbox"/> 3. Imagen
<u>Image</u> | <input type="checkbox"/> 6. Venta de destinos/productos turísticos
<u>Sale of destinations/touristic products</u> | <input type="checkbox"/> 9. Otro, especificar
<u>Other, specify</u> |

**3. ¿Qué actividades realizó para preparar su asistencia a la Feria ___?
3. What activities did you do in order top prepare for this event?**

A) De Estrategia / Strategy

- a.1 Elabora una estrategia comercial
Elaborate a comercial strategy
- ___ Elabora un estrategia de Alianza

B) De Herramientas/ Tools

- b.1 Producción de material promocional
Promotional material production
- ___ Concentración de Citas de Negocios dentro del

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> a.2 <u>Elaborate an Alliance strategy</u> | <input type="checkbox"/> b.2 pabellón
<u>Concentration of business appointments inside stand/pavillion</u>
Concentración de citas de negocios fuera del pabellón |
| <input type="checkbox"/> a.3 Prepara o cuenta con un plan de Negocios
<u>Prepares or counts on a business plan</u> | <input type="checkbox"/> b.3 pabellón
<u>Concentration of business appointments outside of stand/pavillion</u> |
| <input type="checkbox"/> a.4 Desarrolla alianzas locales para mejorar su oferta
<u>Develops local alliances to better their offer</u> | <input type="checkbox"/> b.4 Envío de correos electrónicos
<u>E-mail sending</u> |
| <input type="checkbox"/> a.5 Realizar un análisis de Mercado potencia
<u>Do a potential market research analysis</u> | <input type="checkbox"/> b.5 Organización de Cócteles, conferencias de prensa, etc
<u>Cocktail organization, press conferences etc.</u> |
| <input type="checkbox"/> a.6 Realiza un análisis de la competencia potencial.
<u>Do a potencial competitor analysis</u> | <input type="checkbox"/> b.6 Contratación de publicidad para el evento
<u>Advertising/ publicity for the event</u> |
| <input type="checkbox"/> a.7 Realiza un análisis del potencial de negocios que ofrece el evento
<u>Potential business analysis that the event my bring</u> | <input type="checkbox"/> b.7 Otros. ¿Cuáles? /
<u>Others. Which ones?</u>
:_____ |
| <input type="checkbox"/> a.8 Prepara documento de compromiso (Cartas, tarifas, Convenios)
<u>Preparation of commitment documents (Letters, tariffs, Agreements)</u> | |
| <input type="checkbox"/> a.9 Capacita al personal que atenderá su participación
<u>Preparation and training of personnel who will be attending your Participation</u> | |
| <input type="checkbox"/> a.10 Otras. ¿Cuáles?
<u>Others. Which ones?</u> | |

4. Ha participado en Ediciones anteriores de esta feria
4. Have you participated in previous editions of this fair:

- | | | |
|--|--|-------|
| <input type="checkbox"/> 1. Si
<u>Yes</u> | Año de ultima participación
<u>Year of last participation</u> | _____ |
| <input type="checkbox"/> 2. No
<u>No</u> | | |

5. Del Total de sus citas sostenidas en esta ultima participación, ¿Que volumen de la negociaciones realizadas se concretaron en ventas? _____%, lo cual equivalió al _____% del total de las ventas realizadas ese año.

5. Of the total of appointments obtained in this last participation, What volume of negotiations were related to sales? _____%, which equvalted to _____ total % of this years sales

6. ¿Cuántas citas de negocios concertó antes y durante esta feria?
6. How many business contacts did you make before and during this fair?

Número de citas concertadas / <u>Number of business contacts</u>		
Antes de la Feria / <u>Before the Fair</u>	Durante la Feria / <u>During the Fair</u>	Total / <u>Total</u>

7. Del total de sus citas sostenidas, ¿Qué porcentaje de esas negociaciones considera que se concreten en ventas?

7. From the total number of contacts, what percentage of these contacts will become executed sales? _____ %

8. En cuánto estima el volumen de ventas realizadas durante la feria

8. What is the volume of the estimated sales realised during the fair?
_____ dólares./ dollars

9. ¿Cómo evaluaría los siguientes aspectos específicos del Pabellón de México?

9. How would you evaluate the following aspects of the Mexican exhibit stand?

	Excelente/ Muy buena <u>Excellent/ Very Good</u>	Suficiente/ Adecuada/ Buena <u>Sufficient/ Adequate/ Good</u>	Insuficiente/ Pobre / Mala <u>Insufficient/ Poor/ Bad</u>	Muy pobre/ muy mala <u>Very Poor/ Very Bad</u>	No aplica /No sabe /No contesta <u>Not applicable/ No response</u>
1. Ubicación/ <u>Location</u>					
2. Ambientación/ <u>Ambiance</u>					
3. Diseño y funcionalidad / <u>Design and functionality</u>					
4. Imagen / <u>Image</u>					
5. La comercialización de espacios/ <u>Use of space</u>					
6. La calidad de la información recibida/ <u>Quality of information received</u>					
7. Presentaciones y cócteles / <u>Presentations and cocktails</u>					
8. Fotografías y materiales de promoción/ <u>Photographs and promotional materials</u>					
9. Servicio recibido por parte del Consejo en México / <u>Service received with regard to the Council in Mexico</u>					
10. Servicio recibido por parte del Consejo en la oficina de Berlín / <u>Service received with regard to the offices of the Council in Berlín.</u>					

10. ¿Cómo evaluaría su nivel de satisfacción general en la Feria?

10. How would you rate your overall satisfaction with the Fair?

Mas de lo que esperaba
Better than expected
 Satisfactorio
Satisfactory
 Insatisfactorio
Unsatisfactory
 Decepcionado
Disappointed

11. ¿Tiene alguna recomendación o comentario adicional?

11. Do you have any recommendations or additional comments?

Datos de Registro / <i>Classification</i>
--

Numero de Stand
Stand Number

Nombre del Stand
Stand Name

Estado al que representa
Republic State which you represents

Nombre del entrevistado
Name of person interviewed

Organización que representa
Organization they represent

Puesto en la organización
Position in the organization

E-mail

Giro de la organización
The category of the Organisation

Agradecemos su apoyo y participación en los eventos realizados por el CPTM
We appreciate your support and participation throughout the CPTM events.

Por la Dirección de Ferias y Eventos del CPTM	With the support of CPTM Shows and Events

FOLIO: _____ B2. CUESTIONARIO BASE 2 A EXPOSITORES (ETAPA 1)
NOMBRE DEL EVENTO Y AÑO DE EDICIÓN
(IMEX America Y AIBTM)

Agradecemos de manera muy especial su participación en *NOMBRE DEL EVENTO*, (Año de la edición) . La información solicitada es únicamente para fines estadísticos, por lo que se guardará la confidencialidad de sus datos en todo momento.

You are cordially invited to participate in an interview with regard to xxxxxxxx. The information here requested is for analysis purposes only. So are all other interviews and all of information will remain strictly confidential.

1. En orden de importancia , ¿Cuáles son sus tres principales objetivos de asistir a la Feria? (Ordene del 1 al 3)

1. In order of importance; What were your three most important reason for attending this event?

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. Dar seguimiento a sus relaciones comerciales
<u>Commercial relationships follow up</u> | <input type="checkbox"/> 4. Cierre de Negocios
<u>Closing sales</u> | <input type="checkbox"/> 7. Conocimiento de la competencia y del mercado.
<u>Competitor and market Awareness</u> |
| <input type="checkbox"/> 2. Promoción de Productos/ Destinos Turísticos
<u>Promotional products/ Touristical Destinations</u> | <input type="checkbox"/> 5. Desarrollar Nuevos Clientes
<u>New clients development</u> | <input type="checkbox"/> 8. Lanzar un nuevo producto/ destino
<u>Launch of new products/ destinations</u> |
| <input type="checkbox"/> 3. Imagen
<u>Image</u> | <input type="checkbox"/> 6. Venta de destinos/productos turísticos
<u>Sale of destinations/touristic products</u> | <input type="checkbox"/> 9. Otro, especificar
<u>Other, specify</u> |

2. ¿Qué actividades realizó para preparar su asistencia a IMEX 2011?

3. What activities did you do in order top prepare for this event?

A) De Estrategia / Strategy

- a.1 Elaboró una estrategia comercial
Elaborate a comercial strategy
- a.2 Elaboró un estrategia de Alianza
Elaborate an Alliance strategy
- a.3 Preparó o cuenta con un plan de Negocios
Development of business plan
- a.4 Desarrolló alianzas locales para mejorar su oferta
Development a local alliances to improve your offer
- a.5 Realizó un análisis de Mercado potencial
Develop a potential market research analysis
- a.6 Realizó un análisis de la competencia potencial.
Do a potencial competitor analysis
- a.7 Realizó un análisis del potencial de negocios que ofrece el evento Analyzing potential businesses that the event might bring
- a.8 Preparó un documento de compromiso/acuerdo (Cartas, tarifas, Convenios)
Prepared contracts for closing deals (Letters,

B) De Herramientas/ Tools

- b.1 Producción de material promocional
Promotional material production
- b.2 Concentración de Citas de Negocios dentro del pabellón
Concentration of business appointments inside stand/pavilion
- b.3 Concentración de citas de negocios fuera del pabellón
Scheduled business appointments outside of stand/pavilion
- b.4 Envío de correos electrónicos
E-mail sending
- b.5 Organización de Cócteles, conferencias de prensa, etc
Reception cocktail, press conferences etc.
- b.6 Contratación de publicidad para el evento
Advertising/ publicity for the event
- b.7 Otros. ¿Cuáles? /
Others. _____ Please especificar: _____

- tariffs, Deals*)
Capacitó al personal que atenderá el evento
- a.9 Trained personnel on promotion and sales
Otras. ¿Cuáles?
- a.10 Others. _____ *Please*
especificy _____

3. **¿Cuántas citas de negocios concertó antes y durante IMEX 2011?**
3. **How many business contacts did you make before and during IMEX 2011?**

Número de citas concertadas / Number of Schedule appointments			
Día	Antes de la Feria / Before the show	Durante la Feria / During the show	Total / Total
11 de octubre de 2011 <u>October 11, 2011</u>			
12 de octubre de 2011 <u>October 12, 2011</u>			
13 de octubre de 2011 <u>October 13, 2011</u>			

4. Del total de sus citas sostenidas, ¿Qué porcentaje de esas negociaciones considera que se concreten en ventas
4. **Of all of your appointments during this show, what percentage of deals do you think you will become close?**

1. Less than 10% 3. Between 21 and 25% 5. Between 51 and 75 % 7. Don't know/ Don't remember
2. Between 11 and 20% 4. Between 26 and 50% 6. More than 75%

5. En cuánto estima el volumen de ventas realizadas durante IMEX 2011 _____ **Dólares**

5. **What is the volume of estimated amount sales during IMEX 2011?** _____ **Dollars**

6. **¿Cómo evaluaría los siguientes aspectos específicos del Pabellón de México?**
6. **How would you evaluate the following aspects of the Mexican Pavilion?**

	Excelente/ <u>Excellent</u>	Suficiente/ Buena <u>Sufficient/Good</u>	Promedio / <u>Average</u>	Mala <u>Below average</u>	Pésima/ <u>Poor</u>	No aplica /No sabe /No contesta <u>Not applicable/ No response</u>
1. Ubicación/ <u>Location</u>						
2. Ambientación/ <u>Ambiance</u>						
3. Diseño y funcionalidad / <u>Design and functionality</u>						
4. Imagen / <u>Image</u>						

5. La comercialización de espacios/ <i>Use of space</i>						
6. La calidad de la información recibida/ <i>Quality of information received</i>						
7. Presentaciones y coctéles / <i>Presentations and reception cocktails</i>						
8. Fotografías y materiales de promoción/ <i>Photographs and promotional materials</i>						
9. Servicio recibido por parte del Consejo en México Oficinas Centrales / <i>Service received with regard to the Council in Mexico</i>						
10. Servicio recibido por parte del Consejo de las Oficinas del Exterior/ <i>Service received with regard to the offices of the Council</i>						

7. ¿Cuál es su nivel de satisfacción en este evento?

7. How would you rate your overall satisfaction with in this event?

Más de lo que esperaba *Better than expected*
 Satisfactorio *Satisfactory*
 Insatisfactorio *Unsatisfactory*
 Decepcionado *Disappointed*

8. ¿Tiene alguna recomendación o comentario adicional?

8. Do you have any recommendations or additional comments?

Datos de Registro / Classification

Numero de Stand
Stand Number

Nombre del Stand
Stand Name

Estado al que representa
Republic State which you represents

Nombre del entrevistado
Name of person interviewed

Organización que representa
Organization they represent

Puesto en la organización
Position in the organization

E-mail

Giro de la organización
The category of the Organisation

Thank you very much. We appreciate your participation and support.

Interviewer name and Signature	With the support of CPTM Shows and Events

Agradecemos su apoyo y participación en los eventos realizados por el CPTM
We appreciate your support and participation throughout the CPTM events.

FOLIO: _____
(TODAS LAS FERIAS)

B3. CUESTIONARIO BASE 1 A EXPOSITORES (ETAPA 2)

Agradecemos de manera muy especial su COLABORACIÓN EN EL proceso de seguimiento a su participación NOMBRE DEL EVENTO Y EDICIÓN La información solicitada es únicamente para fines estadísticos, por lo que se guardará la confidencialidad de sus datos en todo momento.

1. Indique los tipos de productos turísticos que ofreció durante la feria y se concretó en venta: (Respuesta Múltiple)

- | | | | |
|--|--------------------------------------|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. Turismo de sol y playa | <input type="checkbox"/> 4. Aventura | <input type="checkbox"/> 7. Cruceros | <input type="checkbox"/> 10. Viajes de incentivo |
| <input type="checkbox"/> 2. Turismo cultural | <input type="checkbox"/> 5. Golf | <input type="checkbox"/> 8. Congresos y convenciones | <input type="checkbox"/> 11. Viajes educativos |
| <input type="checkbox"/> 3. Ecoturismo | <input type="checkbox"/> 6. Spa | <input type="checkbox"/> 9. Exposiciones | <input type="checkbox"/> 12. Viajes de luna de miel |
| <input type="checkbox"/> 8. Otro, ¿cuál? _____ | | | |

2. ¿En orden de importancia, ¿Cuales son sus tres principales logros obtenidos al asistir a la Feria? (Ordene del 1 al 3)

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. Dar seguimiento a sus relaciones comerciales | <input type="checkbox"/> 4. Cierre de Negocios | <input type="checkbox"/> 7. Conocimiento de la competencia y del mercado. |
| <input type="checkbox"/> 2. Promoción de Productos/ Destinos Turísticos | <input type="checkbox"/> 5. Conocimiento de Nuevos Clientes | <input type="checkbox"/> 8. Lanzar un nuevo producto/ destino |
| <input type="checkbox"/> 3. Imagen | <input type="checkbox"/> 6. Venta de destinos/productos turísticos | <input type="checkbox"/> 9. Otro, especificar |

3. Del total de sus citas sostenidas durante la feria(nombre del evento y edición), ¿Qué porcentaje de esas negociaciones que se concretaron en venta en los últimos 6 meses?

4. En cuánto estima el volumen de ventas que se concretó en los últimos 6 meses?
_____ dólares./ dollars

5. ¿Tiene alguna recomendación o comentario adicional?

Datos de Registro / Classification

Estado al que representa _____
 Nombre del entrevistado _____
 Organización que representa _____
 Puesto en la organización _____
 Giro de la organización _____

Agradecemos su apoyo y participación en los eventos realizados por el CPTM

FOLIO: _____

**B4. FORMATO DE INCIDENCIAS
EXPOSITORES (ETAPA 1)
(TODAS LAS FERIAS)**

Negativas para Contestar el Cuestionario / Refusals to Answer the Questionnaire

Registre los siguientes datos / Register the following data:

Feria _____

Número de Stand
Stand Number _____

Nombre del Stand
Stand Name _____

Estado al que representa(Obligatorio)
City _____ which _____ she/he
represents(Obligatory) _____

Nombre del entrevistado
Name of person interviewed _____

Organización que representa
(Obligatorio)
Organisation _____ they _____ represent
(Obligatory) _____

Puesto en la organización
Position in the organisation _____

El entrevistado se niega a responder la encuesta por:
The exhibitor refuses to respond the questionnaire by:

- | | | | | | |
|--------------------------|----|--|--------------------|-----|------|
| <input type="checkbox"/> | 1. | No se le localizó en su lugar o stand en el horario de la Feria. (marque en caso de que se le halla tratado de localizar al expositor 3 veces ,anotando los intentos fallidos)
<u>Was not found in their place or stand during the Schedule of the fair. (If you tried to locate the exhibitor 3 times, write down the occasions of failure)</u> | Date
(1): _____ | and | Hour |
| <input type="checkbox"/> | 2. | No considera su obligación aportar la información solicitada
<u>Does not consider their obligation to cooperate in giving the required information.</u> | Date
(2): _____ | and | Hour |
| <input type="checkbox"/> | 3. | Afirma estar muy ocupado para responder la entrevista.
<u>Affirm to be too busy to respond the interview</u> | Date
(3): _____ | and | Hour |
| <input type="checkbox"/> | 4. | Afirma no ser el responsable del stand o institución a la que representa.
<u>The exhibitor declared not being the person in charge of the stand of institution that they represent.</u> | | | |
| <input type="checkbox"/> | 5. | Varias veces le solicito al entrevistador regresar en otro momento (marque solo en caso de que halla ocurrido mas de 3 veces anotando los intentos fallidos)
<u>In various occasions the exhibitor asked to the interviewer to return at other time</u>
<u>(Select this answer only in the situation that this has occurred more than three times write down the occasions of failure)</u> | Date
(1): _____ | and | Hour |
| | | | Date
(2): _____ | and | Hour |
| | | | Date | and | Hour |

(3): _____

6 Otras (especificar) _____ (
Others _____ (
Specify) _____

Nombre y Firma del Entrevistador <i>Name and Signature of Interviewer</i>	Por la Dirección de Ferias y Eventos del CPTM

FOLIO: _____

**B5. FORMATO DE INCIDENCIAS
EXPOSITORES (ETAPA 2)
(TODAS LAS FERIAS)**

Negativas para Contestar el Cuestionario / Refusals to Answer the Questionnaire

Registre los siguientes datos / Register the following data:

Feria _____

Estado al que representa(Obligatorio) _____

Nombre del entrevistado _____

Organización que representa
(Obligatorio)) _____

Puesto en la organización _____

El entrevistado se niega a responder la encuesta por:
The exhibitor refuses to respond the questionnaire by:

- | | | | | |
|--------------------------|--|------------|-----|------|
| | | Date | and | Hour |
| <input type="checkbox"/> | 1. No respondió a ninguna de las 3 invitaciones a participar en la encuesta (añadir mail impresos de cada invitación enviada, debe de contener fecha y hora del envío) | (1): _____ | | |
| | | Date | and | Hour |
| | | (2): _____ | | |
| | | Date | and | Hour |
| | | (3): _____ | | |
-
2. No considera su obligación aportar la información solicitada (Añadir mail de respuesta)
3. Afirma estar muy ocupado para responder la entrevista. (Añadir mail de respuesta)
4. Afirma no ser el responsable del stand o institución a la que representa. (Añadir mail de respuesta)
6. Otras (especificar)

C. CATÁLOGOS PARA EL LEVANTAMIENTO Y MODIFICACIONES EN EL INSTRUMENTO POR EVENTO

Se entregará al invitado al que se adjudique el contrato, un Catálogo de Destinos y el Catálogo de Ferias, para el correcto procesamiento de la información

FORMATO A

FORMATO DE PROPUESTA ECONÓMICA

Parte I. Encuestas a COMPRADORES (ETAPA I). El precio unitario deberá cotizarse considerando que el servicio incluye levantamiento de encuestas, procesamiento de información, formación de bases y tabulados, reporte parcial de resultados reporte preliminar del tianguis turístico, presentaciones trimestrales, presentaciones del tianguis turístico en la sede, catálogos parciales de destinos y ferias, cuestionarios aplicados

	NOMBRE	TOTAL DE ENTREVISTAS 2012 (A)	COSTO UNITARIO (B)	IMPORTE (C) C=A*B	TOTAL DE ENTREVISTAS 2013 (D)	COSTO UNITARIO (E)	IMPORTE (F) F=D*E	TOTAL DE ENTREVISTAS 2014 (G)	COSTO UNITARIO (H)	IMPORTE (I) I=G*H	TOTAL M J=C+F+I
1	FITUR (FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO)	0			50			50			
2	ITB (BOLSA INTERNACIONAL DE TURISMO)	0			40			40			
3	TIANGUIS TURISTICO	150			150			150			
4	COTTM (CHINA OUTBOUND TRAVEL AND TOURISM MARKET)	0			16			16			
5	ARABIAN TRAVEL MARKET	0			16			16			
6	IMEX (INCENTIVE TRAVEL AND MEETINGS EXHIBITION)	50			50			50			
7	AIBTM (AMERICAN INCENTIVE, BUSINESS TRAVEL & MEETINGS EXHIBITION)	30			30			0			
8	TOP-RESA (INTERNATIONAL FRENCH TRAVEL MARKET)	0			30			0			
9	OTDYKH LEISURE RUSIA	0			30			0			

Parte I. Encuestas a COMPRADORES (ETAPA I). El precio unitario deberá cotizarse considerando que el servicio incluye levantamiento de encuestas, procesamiento de información, formación de bases y tabulados, reporte parcial de resultados reporte preliminar del tianguis turístico, presentaciones trimestrales, presentaciones del tianguis turístico en la sede, catálogos parciales de destinos y ferias, cuestionarios aplicados

	NOMBRE	TOTAL DE ENTREVISTAS 2012 (A)	COSTO UNITARIO (B)	IMPORTE (C) C=A*B	TOTAL DE ENTREVISTAS 2013 (D)	COSTO UNITARIO (E)	IMPORTE (F) F=D*E	TOTAL DE ENTREVISTAS 2014 (G)	COSTO UNITARIO (H)	IMPORTE (I) I=G*H	TOTAL M J=C+F+I
10	JATA WTF (JATA WORLD TRAVEL FAIR)	0			30			0			
11	SITV (Salón Internacional de Turismo y Viajes)	30			30			0			
12	ABAV (Asociación Brasileña de Agencias de Viajes)	30			30			0			
13	IMEX AMÉRICA 2012	30			30			0			
14	FIT (FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO DE AMÉRICA LATINA)	30			30			0			
15	WTM (WORLD TRAVEL MARKET)	40			40			0			
16	EIBTM (EUROPEAN INCENTIVES BUSSINESS TRAVEL AND MEETING EXHIBITION)	60			60			0			
17	LUXURY TRAVEL EXPO	16			16			0			
			Subtotal 2012			Subtotal 2013			Subtotal 2014		
										Subtotal I	

Parte II. Encuestas a EXPOSITORES (ETAPA I). El precio unitario deberá cotizarse considerando que la muestra de expositores puede variar entre 10% más o 10% menos de lo especificado en el numeral 3.4 de este anexo técnico además de que el importe incluye levantamiento de encuestas, procesamiento de información, formación de bases y tabulados, reporte parcial de resultados, reporte preliminar del tianguis turístico, presentación de resultados, presentaciones del tianguis turístico en la sede, catálogos parciales de destinos y ferias, cuestionarios aplicados

	NOMBRE	TOTAL DE ENTREVISTAS 2012 (A)	IMPORTE	TOTAL DE ENTREVISTAS 2013 (B)	IMPORTE	TOTAL DE ENTREVISTAS 2014 (C)	IMPORTE	TOTAL D=A+B+C	E
1	FITUR (FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO)	0		100% DE EXPOSITORES		100% DE EXPOSITORES			
2	ITB (BOLSA INTERNACIONAL DE TURISMO)	0		100% DE EXPOSITORES		100% DE EXPOSITORES			
3	TIANGUIS TURISTICO	100% DE EXPOSITORES		100% DE EXPOSITORES		100% DE EXPOSITORES			
4	COTTM (CHINA OUTBOUND TRAVEL AND TOURISM MARKET)	0		100% DE EXPOSITORES		100% DE EXPOSITORES			
5	ARABIAN TRAVEL MARKET	0		100% DE EXPOSITORES		100% DE EXPOSITORES			
6	IMEX (INCENTIVE TRAVEL AND MEETINGS EXHIBITION)	100% DE EXPOSITORES		100% DE EXPOSITORES		100% DE EXPOSITORES			
7	AIBTM (AMERICAN INCENTIVE, BUSINESS TRAVEL & MEETINGS EXHIBITION)	100% DE EXPOSITORES		100% DE EXPOSITORES		0			
8	TOP-RESA (INTERNATIONAL FRENCH TRAVEL MARKET)	0		100% DE EXPOSITORES		0			

			S				
9	OTDYKH LEISURE RUSIA	0	100% DE EXPOSITORES		0		

Parte II. Encuestas a EXPOSITORES (ETAPA I). El precio unitario deberá cotizarse considerando que la muestra de expositores puede variar entre 10% más o 10% menos de lo especificado en el numeral 3.4 de este anexo técnico además de que el importe incluye levantamiento de encuestas, procesamiento de información, formación de bases y tabulados, reporte parcial de resultados, reporte preliminar del tianguis turístico, presentación de resultados, presentaciones del tianguis turístico en la sede, catálogos parciales de destinos y ferias, cuestionarios aplicados

	NOMBRE	TOTAL DE ENTREVISTAS 2012 (A)	IMPORTE	TOTAL DE ENTREVISTAS 2013 (B)	IMPORTE	TOTAL DE ENTREVISTAS 2014 (C)	IMPORTE	TOTAL D=A+B+C
10	JATA WTF (JATA WORLD TRAVEL FAIR)	0		100% DE EXPOSITORES		0		
11	SITV (Salón Internacional de Turismo y Viajes)	100% DE EXPOSITORES		100% DE EXPOSITORES		0		
12	ABAV (Asociación Brasileña de Agencias de Viajes)	100% DE EXPOSITORES		100% DE EXPOSITORES		0		
13	IMEX AMÉRICA 2012	100% DE EXPOSITORES		100% DE EXPOSITORES		0		
14	FIT (FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO DE AMÉRICA LATINA)	100% DE EXPOSITORES		100% DE EXPOSITORES		0		
15	WTM (WORLD TRAVEL MARKET)	100% DE EXPOSITORES		100% DE EXPOSITORES		0		
16	EIBTM (EUROPEAN BUSINESS INCENTIVES)	100% DE EXPOSITORES		100% DE EXPOSITORES		0		

	TRAVEL AND MEETING EXHIBITION)	S		S				
17	LUXURY TRAVEL EXPO	100% DE EXPOSITORES		100% DE EXPOSITORES		0		
		Subtotal 2012		Subtotal 2013		Subtotal 2014		
							Subtotal II	

Parte III. Encuestas a EXPOSITORES (ETAPA 2). El precio unitario deberá cotizarse considerando que la muestra de expositores puede variar entre 10% más o 10% menos de lo especificado en el numeral 3.4 de este anexo técnico además de que el importe incluye levantamiento de encuestas, procesamiento de información, formación de bases y tabulados, reporte parcial de resultados, reporte preliminar del tianguis turístico, presentación de resultados, catálogos parciales de destinos y ferias, cuestionarios aplicados

	NOMBRE	TOTAL DE ENTREVISTAS 2012 (A)	IMPORTE	TOTAL DE ENTREVISTAS 2013 (B)	IMPORTE	TOTAL DE ENTREVISTAS 2014 (C)	IMPORTE	TOTAL D D=A+B+C
1	FITUR (FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO)	0		100% DE EXPOSITORES		100% DE EXPOSITORES		
2	ITB (BOLSA INTERNACIONAL DE TURISMO)	0		100% DE EXPOSITORES		100% DE EXPOSITORES		
3	TIANGUIS TURISTICO	0		100% DE EXPOSITORES		100% DE EXPOSITORES		
4	COTTM (CHINA OUTBOUND TRAVEL AND TOURISM MARKET)	0		100% DE EXPOSITORES		100% DE EXPOSITORES		
5	ARABIAN TRAVEL MARKET	100% DE EXPOSITORES		100% DE EXPOSITORES		100% DE EXPOSITORES		

6	IMEX (INCENTIVE TRAVEL AND MEETINGS EXHIBITION)	100% DE EXPOSITORES		100% DE EXPOSITORES		100% DE EXPOSITORES		
7	AIBTM (AMERICAN INCENTIVE, TRAVEL & BUSINESS MEETINGS EXHIBITION)	100% DE EXPOSITORES		100% DE EXPOSITORES		0		
8	TOP-RESA (INTERNATIONAL FRENCH TRAVEL MARKET)	0		100% DE EXPOSITORES		0		
9	OTDYKH LEISURE RUSIA	0		100% DE EXPOSITORES		0		

Parte III. Encuestas a EXPOSITORES (ETAPA 2). El precio unitario deberá cotizarse considerando que la muestra de expositores puede variar entre 10% más o 10% menos de lo especificado en el numeral 3.4 de este anexo técnico además de que el importe incluye levantamiento de encuestas, procesamiento de información, formación de bases y tabulados, reporte parcial de resultados, reporte preliminar del tianguis turístico, presentación de resultados, catálogos parciales de destinos y ferias, cuestionarios aplicados

	NOMBRE	TOTAL DE ENTREVISTAS 2012 (A)	IMPORTE	TOTAL DE ENTREVISTAS 2013 (B)	IMPORTE	TOTAL DE ENTREVISTAS 2014 (C)	IMPORTE	TOTAL D=A+B+C
10	JATA WTF (JATA WORLD TRAVEL FAIR)	0		100% DE EXPOSITORES		0		
11	SITV (Salón Internacional de Turismo y Viajes)	100% DE EXPOSITORES		100% DE EXPOSITORES		0		
12	ABAV (Asociación Brasileña de Agencias de Viajes)	100% DE EXPOSITORES		100% DE EXPOSITORES		0		
13	IMEX AMÉRICA 2012	100% DE EXPOSITORES		100% DE EXPOSITORES		0		

1 4	FIT (FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO DE AMÉRICA LATINA)	100% DE EXPOSITORES		100% DE EXPOSITORES		0		
1 5	WTM (WORLD TRAVEL MARKET)	100% DE EXPOSITORES		100% DE EXPOSITORES		0		
1 6	EIBTM (EUROPEAN INCENTIVES TRAVEL AND MEETING EXHIBITION) BUSSINESS	100% DE EXPOSITORES		100% DE EXPOSITORES		0		
1 7	LUXURY TRAVEL EXPO	100% DE EXPOSITORES		100% DE EXPOSITORES		0		
		Subtotal 2012		Subtotal 2013		Subtotal 2014		
							Subtotal III	

Parte IV. PRODUCTOS FINALES.					
Ref	Concepto	Cantidad (a)	Unidad (b)	Precio Unitario (c)	(d) Importe (d=axc)
1	<p>Reporte final</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Resultados del procesamiento de las encuestas aplicadas a compradores por día y total. ▪ Resultados del procesamiento de las encuestas aplicadas a expositores y el registro de participantes. ▪ Resultado del cruce de variables entre las Respuestas de compradores y expositores. ▪ Cuadro de Resultados final en excel. 	4	Documentos en power point		
2	Catálogos de Final de Variables.	4	Documento		
3	Traducción de instrumentos de levantamiento (inglés, francés, portugués, japonés y chino mandarín, alemán e italiano).	7	Traducciones		
4	Elaboración de la Guía de Entrevista.	1	Documento		
5	Traducción de la Guía de Entrevista (inglés, francés, portugués, japonés y chino mandarín, alemán e italiano).	7	Traducciones		
6	Reporte de observaciones y recomendaciones.	4	Documento		
Subtotal IV					

IV RESUMEN FINAL	
Concepto	IMPORTE
Subtotal Parte I	
Subtotal Parte II	
Subtotal Parte III	
Subtotal Parte IV	
TOTAL	

FORMATO B

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

_____ de _____ de _____ (1)

_____ (2) _____

Presente.

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

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

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

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

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

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

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

ATENTAMENTE

Firma autógrafa del representante legal

FORMATO B (CONTINUA)

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

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

FORMATO C

VERIFICACIÓN DE RECEPCIÓN DE DOCUMENTOS

Nombre de la Empresa Participante _____

Representante _____

Cargo _____ Telefonos _____

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

4.1.1 DE LA DOCUMENTACIÓN LEGAL Y ADMINISTRATIVA

4.1.1 a)	SOBRE ELECTRÓNICO, EN CUYO CONTENIDO ESTE LA PROPOSICIÓN (PROPUESTA TÉCNICA Y ECONÓMICA), ADJUNTANDO COPIA SIMPLE POR AMBOS LADOS DE SU IDENTIFICACIÓN OFICIAL VIGENTE CON FOTOGRAFÍA, TRATÁNDOSE DE PERSONAS FÍSICAS Y, EN EL CASO DE PERSONAS MORALES, DE LA PERSONA QUE FIRME LA PROPOSICIÓN.		
4.1.1 b)	ACREDITACIÓN DE PERSONALIDAD.		
4.1.1 c)	MANIFESTACIÓN DE NACIONALIDAD MEXICANA.		
4.1.1 d)	SUPUESTOS ESTABLECIDOS EN LOS ARTÍCULOS 50 Y 60, ANTEPENÚLTIMO PÁRRAFO DE LA LEY.		
4.1.1 e)	DECLARACIÓN DE INTEGRIDAD.		

2.1.2 DE LOS REQUISITOS TÉCNICOS.

8.1	Experiencia en la realización de trabajos de levantamiento de encuestas cara a cara y online. Acreditar al menos tres casos de cada uno. ii) Formato de Currículo de la Empresa en papel membretado de la empresa, utilizando el formato del apartado A.1 de este documento. Favor de no anexar presentaciones ni currículo institucional.		
8.2	Competencia de la persona que coordinará y representará a la empresa contratada en México y en los países donde se preste el servicio, para todos los asuntos relacionados con la prestación del mismo, que cuente con experiencia de haber conducido al menos tres investigaciones de mercado en fuentes primarias y su procesamiento.		

	<p>Cualquier otro tipo de experiencia presentada no se tomará en cuenta.</p> <p>iii) Formato de “Currículo del Coordinador de Proyecto en México”, elaborado en papel membretado de la empresa, utilizando el formato del apartado A.2 de este documento. Favor de no utilizar ningún otro tipo de formato o documento institucional, en el apartado denominado Enlace de Proyecto.</p>		
8.3	<p>Contar con certificado vigente de calidad en la gestión de sus procesos de investigación de mercado expedido por un organismo de certificación en los términos que establece la Ley Federal de Metrología y Normalización.</p> <p>iv) Copia del documento de certificación ISO, ESIMM o cualquier otro certificado expedido por un organismo de certificación en los términos que establece la Ley Federal de Metrología y Normalización.</p> <p>Por vigencia se entenderá que el certificado presentado haya sido expedido hasta un año antes de la fecha de la presentación de las propuestas técnica y económica de la convocatoria de licitación; o bien el que se estipule en el certificado el periodo máximo de vigencia.</p>		

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

4.2.1 DE LA DOCUMENTACIÓN LEGAL Y ADMINISTRATIVA

a)	DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO		
b)	CARÁCTER DE ESTRATIFICACIÓN.		
c)	PROPOSICIÓN CONJUNTA		

4.2.2 DEL ANEXO TÉCNICO

9.1	<p><u>Experiencia</u> del licitante que se acredita con un mínimo de tres años de experiencia de actividad realizando levantamientos in situ y procesando información. Esta experiencia se acredita con cartas de los clientes a los cuales se les ha brindado este tipo de servicio, y donde se especifique lo siguiente: objeto del contrato o proyecto, vigencia del contrato o proyecto, duración del contrato o proyecto, fecha de firma del contrato o proyecto y satisfacción del servicio. Las cartas deberán de venir en papel membretado del cliente y con los siguientes datos del contacto: nombre del contacto, cargo en la organización, teléfono con lada y dirección de e-mail.</p> <p>Se otorgara un máximo de 5 puntos a quien acredite un</p>		
------------	---	--	--

	<p>mayor número de años de experiencia a quien acredite un mayor número de años (máximo 5 años) se asignará en forma proporcional a quien acredite menos años siendo necesario cumplir un mínimo de tres años de experiencia.</p> <p>Los contratos o proyectos presentados a través de las cartas de los clientes deberán corresponder al periodo 2005-2011 y encontrarse totalmente concluidos a la fecha de la publicación de la convocatoria.</p>		
9.2	<p>Especialidad del licitante que se acredita con un mínimo de tres contratos o proyectos para la realización de levantamientos in situ y procesando información. La especialidad se acredita con cartas de los clientes a los cuales se les ha brindado este tipo de servicio, y donde se especifique lo siguiente: objeto del contrato o proyecto, vigencia del contrato o proyecto, duración del contrato o proyecto, fecha de firma del contrato o proyecto y satisfacción del servicio. Las cartas deberán de venir en papel membretado del cliente y con los siguientes datos del contacto: nombre del contacto, cargo en la organización, teléfono con lada y dirección de e-mail.</p> <p>Los contratos o proyectos presentados a través de las cartas de los clientes deberán corresponder al periodo 2008-2011 y encontrarse totalmente concluidos a la fecha de la publicación de la convocatoria.</p>		
9.3	<p>Manifestación en la propuesta técnica de que cuente con trabajadores con discapacidad en una proporción del cinco por ciento cuando menos de la totalidad de su planta de empleados, cuya antigüedad no sea inferior a seis meses, misma que se comprobará con copia simple del aviso de alta al régimen obligatorio del Instituto Mexicano del Seguro Social que se incluirá en la propuesta técnica.</p>		
9.4	<p>Experiencia conocimiento y dominio del Coordinador del proyecto para la conducción de los recursos del proyecto acreditados con la información verificable de su Curriculum Vitae. Para la presentación del Curriculum se facilita el formato A.2. Se pide un mínimo de tres años de experiencia durante el periodo que comprende el 2007 al 2011. La experiencia máxima que se considerará será de máximo 8 años durante el periodo que comprende los años 2003 a 2011</p>		
9.5	<p>La presentación de la Propuesta de trabajo con los puntos 1 a 7 de este Anexo Técnico. En el caso de que alguno de estos campos no se presente, el requisito tendrá un valor de 0 puntos, Por equipamiento para encuestas cara a cara con soporte electrónico se añade hasta 10 puntos adicionales. Los puntos se otorgarán de la siguiente forma:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Por propuesta metodológica. 4 puntos b) Por Plan de trabajo. 5 puntos c) Por manual de organización de la empresa. 5 puntos (presentar carátula del manual de organización liberada) d) Por equipamiento para encuestas cara a cara en forma manual. 10 puntos. Presentar organigrama del equipo de trabajo en una página 		

	<p>e) Por equipamiento para encuestas cara a cara con soporte electrónico. 10 puntos adicionales. Presentar descripción de la tecnología de soporte propuesta para el levantamiento y sus características en documento no mayor a una página.</p>		
<p>9.6</p>	<p>Grado de cumplimiento y satisfacción del licitante en compromisos anteriores. El cumplimiento se acredita con cartas de los clientes a los cuales se les ha brindado este tipo de servicio, y donde se especifique lo siguiente: objeto del contrato o proyecto, vigencia del contrato o proyecto, duración del contrato o proyecto, fecha de firma del contrato o proyecto y satisfacción del servicio. Las cartas deberán de venir en papel membretado del cliente y con los siguientes datos del contacto: nombre del contacto, cargo en la organización, teléfono con lada y dirección de e-mail. Dichos contratos o proyectos habrán sido terminados y haberse realizado en el período 2008-2011. Presentar al menos 3 cartas y un máximo de 5.</p>		

FIRMA AUTÓGRAFA DEL REPRESENTANTE

FORMATO D

Manifiesto bajo protesta de decir verdad que cuenta, con facultades suficientes para suscribir la propuesta en la presente licitación.

Manifiesto bajo protesta de decir verdad, que los datos aquí asentados son ciertos y han sido debidamente verificados, así como que cuento con facultades suficientes para suscribir la propuesta en la presente licitación a nombre y representación de _____

No. de Licitación:

Registro Federal de Contribuyentes:

Domicilio:

Calle y Número:

Colonia:

Delegación o Municipio:

Código Postal:

Entidad Federativa:

Teléfonos:

Fax:

Correo Electrónico:

No. de Escritura Pública en la que consta su Acta Constitutiva:

Fecha:

Nombre, número y lugar del Notario Público ante el cual se dio fe de la misma:

Relación de accionistas:

Apellido paterno:

Apellido materno:

Nombre (s):

Descripción del Objeto Social:

Reformas al Acta Constitutiva:

Nombre del Apoderado o del Representante:

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

Escritura Pública No.:

Fecha:

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

(Lugar y fecha)

(Firma)

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

FORMATO E

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

(Fecha) _____ de _____ de _____ (1)

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

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

NOMBRE, FIRMA AUTÓGRAFA DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA EMPRESA

FORMATO F

DECLARACIÓN DE INTEGRIDAD.

(fecha) _____ de _____ de _____ (1)

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

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

Sobre el particular, y en los términos de lo previsto por el artículo 39, fracción VI, inciso f) del Reglamento de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, declara 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)

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

FORMATO H

MANIFESTACIÓN DE NACIONALIDAD MEXICANA.

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

_____ a de _____ de ____

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

(_____ nombre _____) Manifiesto bajo protesta de decir verdad, que:

La empresa _____ a la que represento es de nacionalidad mexicana.

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

Lugar y fecha
Protesto lo necesario

(Nombre y firma autógrafa del representante legal)

INSTRUCTIVO DE LLENADO

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

FORMATO J

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS NÚMERO _____, QUE CELEBRAN POR UNA PARTE, EL CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V., REPRESENTADO EN ESTE ACTO POR LA LICENCIADA MARTHA VERÓNICA ESTRADA DÍAZ, EN SU CARÁCTER DE DIRECTORA EJECUTIVA DE ADMINISTRACION Y FINANZAS Y, POR LA OTRA, _____, A TRAVÉS DE SU REPRESENTANTE LEGAL, _____, A QUIENES 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” por conducto de su representante que:

I.1 Es una empresa de participación estatal mayoritaria de la Administración Pública Federal, constituida mediante Escritura Pública Número 39,873, de fecha 11 de octubre de 1999, pasada ante la fe del Notario Público Número 32 del Distrito Federal, Licenciado Francisco Jacobo Sevillano González, inscrita en el Registro Público de la Propiedad y de Comercio, bajo el folio mercantil número 257,243, de fecha 9 de diciembre de 1999; con las atribuciones y facultades que le confiere el artículo 25 de la Ley Federal de Turismo, 14 de su Reglamento y demás disposiciones legales aplicables; que tiene dentro de su objeto social el relativo a operar campañas de promoción turística a nivel nacional e internacional, y celebrar todos los actos y contratos necesarios para el cumplimiento de sus fines.

I.2 La licenciada Martha Verónica Estrada Díaz, acredita su personalidad con el testimonio del Poder Notarial Número 57,170, de fecha 22 de noviembre de 2010, pasado ante la fe del Notario Público Número 32 del Distrito Federal, Licenciado Francisco Jacobo Sevillano González, por lo que está investido con las facultades legales inherentes a su cargo para representar a “**EL CONSEJO**” en la suscripción de este contrato.

Asimismo, firma este 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., para administración y verificación por parte del _____, como _____, conforme a lo previsto en el último párrafo del artículo 84 del Reglamento de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.

I.3 Este contrato se adjudicó mediante fallo emitido por “**EL CONSEJO**” el día --- de ----- de -----, en el procedimiento de licitación pública nacional electrónica número LA021W3J001-N-----2012, convocada en términos de lo dispuesto por los artículos 26 fracción I, 26 bis, fracción II, 28, fracción I, 29, 30 y 47 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, cuyas Bases y Acta de la Junta de Aclaraciones se incluyen como **ANEXO UNO** de este contrato.

I.4 Cuenta con la asignación presupuestaria y con la disponibilidad de recursos suficientes para el pago de los servicios en la partida presupuestal (-----) correspondiente a “-----”, misma que le fue otorgada de conformidad con el oficio de autorización presupuestal No. ----- de fecha ---- de ----- de -----, emitido por la Secretaría de Hacienda y Crédito y Público y Requisiciones de Compra con Números de

folio ----- y ----- de fecha -- de ----- de -----.

I.5 Su Registro Federal de Contribuyentes es el 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 ----- constituida y debidamente registrada conforme a las leyes de los Estados Unidos Mexicanos, según se hace constar en la Escritura Constitutiva número - -----, de fecha --- de ----- de -----, otorgada ante el Notario Público número -----, del Distrito Judicial de -----, Lic. -----, inscrita en el Registro Público de Personas Morales, bajo el folio número -----, de fecha --- de ----- de ----.

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

II.3 Su representante legal, se identifica con -----, expedido a su favor por ---- -----, de fecha -----, y acredita su personalidad con ---- -----, de fecha -----, otorgada ante Licenciado -----, Notario Público número -----, por lo que está investido de las facultades legales suficientes para representar a “**EL PROVEEDOR**” en la suscripción de este 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.

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

II.6 Con fundamento en el artículo 32-D del Código Fiscal de la Federación EL PROVEEDOR, presenta documento número de folio -----, de fecha ---- de ----- ---- de -----, expedido por el Servicio de Administración Tributaria, en donde se acredita estar al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales.

II.7 Cuenta con el Registro Federal de Contribuyentes Número ----- y señala como domicilio para todos los efectos legales del presente contrato, el ubicado en -----.

III. Declaran las partes a través de sus representantes que:

III.1 Conocen el contenido de los tres anexos del contrato consistentes en: Uno, Bases de Licitación y Junta de Aclaraciones; Dos, Propuesta Técnica de “**EL PROVEEDOR**” y Tres, Propuesta Económica de “**EL PROVEEDOR**”, y que debidamente firmados por las mismas, forman parte integrante del contrato.

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

CLÁUSULAS

PRIMERA.- OBJETO DEL CONTRATO. “EL PROVEEDOR” se obliga a prestar a “EL CONSEJO” los servicios de medición del desempeño de la participación del Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V., en las ferias y exposiciones internacionales de turismo en que EL CONSEJO le señale conforme a las especificaciones técnicas contenidas en el **ANEXO DOS** de este contrato, que corresponden a la propuesta técnica ofrecida por “EL PROVEEDOR” en el procedimiento de contratación referido en la **DECLARACIÓN I.3**.

SEGUNDA.- VIGENCIA. La vigencia para la prestación de los servicios será del 15 de marzo de 2012 al 30 de abril de 2014.

TERCERA. MONTO DEL CONTRATO. El monto total del contrato es de \$-----,---- (-----
----- **PESOS ----/100 M.N.**), conforme a la propuesta económica ofertada por “EL PROVEEDOR”, que constituye el **ANEXO TRES** del presente contrato.

La oferta económica propuesta por “EL PROVEEDOR” para la prestación de los servicios objeto de este instrumento jurídico será fija durante la vigencia del presente contrato.

CUARTO.- PAGO. El pago que haga 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 Coordinación de Planeación, adscrita a la Dirección General Adjunta.

El pago de los servicios será cubierto en moneda nacional y se pondrá a disposición de EL PROVEEDOR mediante transferencia electrónica para abono en cuenta.

La cantidad referida en esta cláusula que antecede debe ser entendida 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 le correspondan.

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

QUINTA.- FACTURACIÓN Y PROCEDIMIENTO.- Las facturas habrán de acompañarse de los productos sobre los servicios realizados, a que se refiere la cláusula DÉCIMA SÉPTIMA de este instrumento, y deberán cumplir con lo siguiente:

- I.- Presentarse en original a nombre del Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.;
- II.- Consignar el domicilio fiscal y Registro Federal de Contribuyentes de EL CONSEJO;
- III.- Consignar el monto en moneda nacional o peso mexicano.
- IV.- Tener desglosado el IVA;
- V.- Contener el número de factura, así como el nombre completo, domicilio, fecha de expedición y teléfono de EL PROVEEDOR y los datos de la autorización al impresor por parte de la autoridad hacendaria;
- VI.- No presentar tachaduras ni enmendaduras;
- VII.- Indicar claramente los servicios que ampara, el número de este contrato, el precio unitario y precio total y, en general,
- VIII.- Cumplir con los requisitos que establecen las disposiciones fiscales vigentes.

EL PROVEEDOR entregará para revisión de requisitos fiscales y control presupuestario en la Dirección de Recursos Financieros de **EL CONSEJO**, de las 10:00 a las 14:00 horas en días hábiles, la (s) factura (s) original (es) que emita respecto de los servicios que ampara este contrato; asimismo, entregará copia de la (s) factura (s) y el soporte que acredite la prestación de los servicios en la Coordinación de Planeación de **EL CONSEJO**.

La Dirección de Recursos Financieros, dentro de los cinco días naturales posteriores a la recepción y previa validación de requisitos fiscales, turnará la(s) factura(s) a la Coordinación de Planeación, para que dentro de los siguientes trece días naturales realice la validación, autorización y continúe con el trámite interno de pago correspondiente.

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

En caso de detectar algún error en la(s) factura(s), se devolverá(n) a **EL PROVEEDOR** dentro de los tres días hábiles siguientes a su recepción, mediante escrito de cualquiera de los titulares de las Direcciones de Recursos Financieros o de la Coordinación de Planeación; el escrito indicará las observaciones correspondientes y **EL PROVEEDOR** dispondrá de diez días naturales para efectuar las correcciones. Los días que transcurran, a partir de la entrega del citado escrito y hasta que **EL PROVEEDOR** presente las facturas sin errores, no se computarán dentro del plazo de los veinte días naturales que tiene **EL CONSEJO** para realizar el pago correspondiente.

Las facturas no deberán tener tachaduras o enmendaduras.

SEXTA.- 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, arrendamientos o servicios solicitados mediante modificaciones a sus contratos vigentes, siempre que las modificaciones no rebasen, en conjunto, el veinte por ciento del monto o cantidad de los conceptos o volúmenes establecidos originalmente en los mismos y el precio de los bienes, arrendamientos o servicios sea igual al pactado originalmente.

Tratándose de dos o más partidas, el porcentaje al que hace referencia el párrafo anterior, se aplicará para cada una de ellas.

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 los contratos, EL CONSEJO podrá modificarlos mediante la cancelación de partidas o parte de las cantidades originalmente estipuladas, siempre y cuando no rebase el diez por ciento del importe total del contrato respectivo.

Cualquier modificación al contrato deberá formalizarse por escrito por las partes, 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.

SÉPTIMA.- 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.

OCTAVA.- TERMINACIÓN ANTICIPADA DEL CONTRATO. **“EL CONSEJO”** podrá dar por terminado anticipadamente el presente contrato, cuando concurren razones de interés general, o bien, cuando por causas justificadas se extinga la necesidad de requerir los bienes o servicios originalmente contratados y se demuestre que de continuar con el cumplimiento de las obligaciones pactadas, se ocasionaría algún daño o perjuicio al Estado, o se determine la nulidad total o parcial de los actos que dieron origen al contrato, con motivo de la resolución de una inconformidad emitida por la Secretaría de la Función Pública.

En estos supuestos, **“EL CONSEJO”** reembolsará a **“EL PROVEEDOR”** los gastos no recuperables en que haya incurrido, siempre que estos sean razonables, estén debidamente comprobados y se relacionen directamente con el presente contrato. Dentro de los siguientes veinte días naturales posteriores a la solicitud fundada y documentada de **“EL PROVEEDOR”**.

NOVENA.- CAUSALES DE RESCISIÓN. CAUSALES DE RESCISIÓN. **“EL CONSEJO”** podrá rescindir administrativamente el presente contrato, sin necesidad de intervención judicial, en 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 o deducciones al pago.
- 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.

- X. En caso de incumplimiento en el convenio que formalizaron los licitantes para formar un grupo y se presente el supuesto de disolución de la asociación y que esto impida o disminuya la prestación de los servicios materia del presente contrato.

DÉCIMA.- 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.
- 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 rescisión.

Si previamente a la determinación de dar por rescindido el presente contrato, se hiciera entrega de los bienes o se prestaren los servicios, el procedimiento iniciado queda 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 o deducciones al pago 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 entrega de los bienes o 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 bienes o 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 PRIMERA.- FINIQUITO DE CONTRATO. La Coordinación de Planeación, efectuará una conciliación con **“EL PROVEEDOR”**. Para tal efecto, realizará las siguientes actividades:

- I.- Revisión de facturas pagadas;
- II.- Revisión de facturas pendientes de pago;
- III.- Revisión de facturas en trámite, y
- IV.- Saldo pendiente de pago conforme al presupuesto asignado en el contrato o convenio.

La Coordinación de Planeación, 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 SEGUNDA.- GARANTÍA DE CUMPLIMIENTO. Para garantizar 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 fianza por el 10% (diez por ciento) del monto total del mismo, sin incluir el impuesto al valor agregado (IVA). Dicha fianza deberá ser expedida por una Institución de Fianzas de Nacionalidad Mexicana, a favor del Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V., debiendo contener las especificaciones que se señalan a continuación.

- I.- Ser expedida a favor del Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.
- II.- Señalar la denominación o nombre 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.

En el 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) del monto total por erogar en el ejercicio fiscal de que se trate sin incluir el impuesto al valor agregado (IVA), y deberá ser renovada cada ejercicio por el monto a erogar en el mismo, la cual deberá presentarse a más tardar dentro de los diez días naturales del ejercicio que corresponda y establecido en la cláusula **TERCERA** del contrato, debiendo contener las especificaciones que se señalan en el párrafo anterior.

En el supuesto de que se acuerden incrementos en la cantidad de bienes solicitados, conforme a lo previsto en la cláusula **SEXTA** 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 **“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 **“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 TERCERA.- LIBERACIÓN DE LA GARANTÍA.- Únicamente se podrá liberar la garantía de cumplimiento de contrato, a través de la Dirección Ejecutiva de Administración y Finanzas, previa solicitud por escrito de la Coordinación de Planeación, por la que confirme el cumplimiento de todas y cada una de las obligaciones establecidas en el contrato.

DÉCIMA CUARTA.- PATENTES, MARCAS, DERECHOS DE AUTOR Y, PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELECTUAL. **EL CONSEJO** será titular de los derechos de autor y de propiedad de las bases de datos y de cualquier tipo de material que se produzca con motivo de la prestación de los servicios objeto de este contrato, salvo de aquellos materiales respecto de los que terceros ya detenten los derechos de autor o de propiedad, en cuyo caso, se hará del conocimiento de **“EL CONSEJO”**. **“EL PROVEEDOR”** tendrá la obligación ineludible de investigar e informar a **“EL CONSEJO”** sobre las condiciones de uso y restricción de los derechos intelectuales en relación con los materiales producidos durante la vigencia del contrato.

“EL PROVEEDOR” asume cualquier tipo de responsabilidad por las violaciones que pudieran darse en materia de patentes, marcas o derechos de autor, con respecto a la ejecución de sus servicios, por lo que de presentarse alguna reclamación a **“EL CONSEJO”** por ese motivo, durante la vigencia del contrato o posterior a ella, **“EL PROVEEDOR”** conviene desde ahora en sacar a salvo y en paz de tales reclamaciones a **“EL CONSEJO”**.

DÉCIMA QUINTA.- PENAS CONVENCIONALES. Con fundamento en lo dispuesto por el artículo 53 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, así como el 64 de su Reglamento, cuando **EL PROVEEDOR** se atrase en la fecha de la prestación de los servicios en la fechas pactadas, se aplicará una pena convencional del 1%

(uno por ciento) diario por cada día hábil de retraso sobre el valor de los servicios no prestados a tiempo, sin incluir el impuesto al valor agregado.

Las penas convencionales se causarán hasta por un monto máximo del 10% (diez por ciento) del valor de los servicios no entregados.

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 Coordinación de Planeación, será la responsable de determinar y realizar el cálculo de la pena convencional, misma que será turnada a la Dirección de Recursos Financieros para que se aplique mediante nota de crédito en la factura de pago correspondiente.

El pago de los bienes o servicios quedará condicionado, proporcionalmente, al pago que **“EL PROVEEDOR”** deba efectuar por penas convencionales a la 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 a que se refiere esta cláusula, **“EL CONSEJO”** le formulará una notificación por escrito a **“EL PROVEEDOR”**, que le será entregada mediante correo certificado o entrega personal en su domicilio con acuse de recibo, con efectos de requerimiento, en la que señalará el incumplimiento en que haya incurrido y las penas convencionales a que se ha hecho acreedor. **“EL PROVEEDOR”** en un plazo máximo de diez días hábiles contados a partir de la recepción del requerimiento, deberá subsanar su incumplimiento, manifestando en su caso, lo que a su derecho convenga. Hecho lo anterior, **“EL CONSEJO”** resolverá aplicando, en su caso, las penas convencionales que correspondan, las cuales deberán ser comunicadas 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, **“EL CONSEJO”** podrá iniciar el procedimiento de rescisión del presente instrumento, conforme a lo previsto en la cláusula **DÉCIMA**.

DÉCIMA SEXTA.- VICIOS OCULTOS. **“EL PROVEEDOR”** quedará obligado ante **“EL CONSEJO”** a responder de los defectos y vicios ocultos de los bienes 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 medios magnéticos que contienen la información objeto de los servicios proporcionados y que los hagan inútiles para los usos previstos en este contrato.

DÉCIMA SÉPTIMA.- INFORMACIÓN, BASES DE DATOS Y REPORTE. Durante la vigencia del contrato **“EL PROVEEDOR”** deberá presentar ante la Coordinación de Planeación, lo siguiente:

- I. Una entrega parcial por cada evento (ETAPA 1), haciendo un total de 48 entregas. Cada entrega parcial integra:

A) 3 Versiones impresas a color y 3 versiones electrónicas en CD o USB de la siguiente información:

- **Base de datos en SPSS** para compradores y otra para expositores durante el evento, en formato SPSS con los resultados de la evaluación. Las bases deben venir etiquetadas tanto en las vista de variables para los conceptos de etiqueta, valores y perdidos. En función a cada uno de los cuestionarios las preguntas deben estar articuladas de forma numérica. La base contendrá una variable para identificar la feria. Todas las bases tendrán que ser homologadas y homologables. La información deberá procesarse y entregarse en español. Esta información no se requiere impresa
- **2 Reportes tabulares en excel** (un reporte en números absolutos y otro en porcentajes) con los resultados de cada variable por día y a total, tomando en cuenta de incluir aquellas respuestas múltiples que requieren analizarse por medio de la definición de conjuntos. La información deberá procesarse y entregarse en español. Esta información no se requiere impresa.
- **Catálogo de Variables en excel**, donde se especifiquen las variables utilizadas y las nuevas variables identificadas durante el proceso de levantamiento e incorporadas a este instrumento, El Consejo proporcionará al licitante ganador un Catálogo como base para la ejecución del servicio.
- **Reportes de incidencias en excel**, deberá contener las incidencias de no respuesta de expositores durante el evento a total, así un reporte minucioso de los expositores y las razones de no respuesta al cuestionario durante el evento.
- **Reporte de Resultados en versión power point** de acuerdo con los elementos que se señalan en el apartado denominado Reporte de Resultados. El reporte incluye tres secciones:
 - Resultados del procesamiento de las encuestas aplicadas a compradores por día y total.
 - Resultados del procesamiento de las encuestas aplicadas a expositores.
 - Resultado del cruce de variables entre las Respuestas de compradores y expositores.
- Asimismo, se entregará al licitante ganador un cuadro con el resumen de los principales resultados obtenidos, denominado d) **Cuadro de resultados en la feria**. Este documento acumulará los resultados de todas y cada una de las ferias.
- **Reporte de ejecutivo**. Con los principales hallazgos de los resultados obtenidos de cada feria evaluada en formato de Power Point.
- **Boletín de prensa**. Se deberá entregar en formato de Word en dos cuartillas

B) Se deberá de entregar en físico:

- **Cuestionarios** aplicados, foliados y firmados por el Responsable del Consejo en el Pabellón Mexicano.
- **Incidencias**, foliados y firmados por el Responsable del Consejo en el Pabellón Mexicano.
- **5 Presentaciones o exposiciones de resultados** que se llevaran a cabo de acuerdo a los requerimientos que solicite el CPTM. Estas presentaciones corresponden a los siguiente periodos de levantamiento:
 - 4 Presentaciones o exposición de resultados por año, una cada trimestre con los resultados de las ferias evaluadas en dicho periodo.
 - 1 presentación con los resultados finales del Tianguis Turístico.
- C) Informe preliminar** (Aplica únicamente para el Tianguis Turístico y no reemplaza la entrega parcial)
 - **12 Reportes Impresos**, en versión de Power Point y de acuerdo con los elementos que se señalan en el apartado denominado Reporte de Resultados. Las versiones impresas deberán de ser a color y debidamente engargoladas y tres versiones digitales en CD o USB. La entrega deberá de ser el último día del tianguis antes de la presentación o exposición de resultados.
 - **Presentación** o exposición de resultados, deberá realizar una exposición de los resultados obtenidos en el reporte preliminar en la sede del tianguis durante la mañana del último día del evento.
- II. Una entrega parcial por cada evento (ETAPA 2).
 - A) Cada entrega deberá entregarse en 3 versiones impresas a color y 3 versiones electrónicas en CD o USB cada entrega parcial integra:**
 - **Base de datos en SPSS** de expositores con la información recabada en la encuesta Online, en formato SPSS con los resultados de la evaluación. Las bases deben venir etiquetadas tanto en las vista de variables para los conceptos de etiqueta, valores y perdidos. En función a cada uno de los cuestionarios las preguntas deben estar articuladas de forma numérica. La base contendrá una variable para identificar la feria. Todas las bases tendrán que ser homologadas y homologables. La información deberá procesarse y entregarse en español. Esta información no se requiere impresa
 - **2 Reportes tabulares en excel** (1 reportes en números absolutos y 1 en porcentajes) a total, tomando en cuenta de incluir aquellas respuestas múltiples que requieren analizarse por medio de la definición de conjuntos. La información deberá procesarse y entregarse en español. Esta información no se requiere impresa

- **Catálogo de Variables en excel**, donde se especifiquen las variables utilizadas y las nuevas variables identificadas durante el proceso de levantamiento e incorporadas a este instrumento.
 - **Reportes de incidencias en excel**, deberá contener las incidencias de no respuesta de expositores durante la segunda etapa, así un reporte minucioso de los expositores y las razones de no respuesta al cuestionario durante el evento.
 - **Reporte de Resultados** en versión power point, estos resultados deberán de incluirse en el reporte de la etapa 1 y deberá de contener los elementos que se señalan en el apartado denominado Reporte de Resultados y además incluirá :
 - a. Resultados del procesamiento de las encuestas aplicadas a total y comparativo con los resultados obtenidos en la Etapa 1.
- i. Se deberá de entregar en físico:
- **Reportes de incidencias impresos**, deberá contener las incidencias de no respuesta de expositores durante el levantamiento online respaldado con por lo menos 3 correos electrónicos impresos enviados al expositor con la invitación a responder la encuesta o en su caso, el correo electrónico donde exponga sus razones para o contestar la encuesta.
- III. Una entrega final por año, en 3 versiones impresas a color y 3 versiones electrónicas en CD o USB, que integrará:
- **Un Informe de observaciones y recomendaciones**, que incluye un reporte de incidencias (problemas u obstáculos identificados durante el levantamiento y/o procesamiento), si los hubiere y una propuesta de recomendaciones para futuros trabajos.
 - **Catálogo Final de Variables en excel**, con la suma de los resultados de los Catálogos de variables de cada una de las ferias objeto de la contratación.
 - **Guía de Entrevista** elaborada en español y traducida al inglés, francés, japonés, chino mandarín, italiano, alemán y portugués. Estas deberán ser elaboradas en formato de word.
 - **Reporte Final de Resultados**, elaborado en versión de power point que incluye la información de los resultados obtenidos en todos los eventos en etapa 1 y etapa 2, así como las comparaciones que resulten.
 - **Ultima versión de cuestionarios** de compradores y expositores aplicados en cada feria en Word, los cuestionarios deberán de estar en el idioma requerido.

DÉCIMA OCTAVA.- ENTREGA DE LOS PRODUCTOS.- Los productos deberán ser entregados en el domicilio ubicado en la declaración I.5, de acuerdo con las especificaciones de la cláusula anterior y quince días hábiles posteriores a la terminación de la feria en turno; con excepción de las presentaciones que podrán realizarse en cualquier momento del año de que se trate.

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 productos. Para tal efecto, el licitante que resulte adjudicado deberá justificarlo por escrito, con anticipación al vencimiento de las fechas pactadas.

DÉCIMA NOVENA.- SUPERVISIÓN. **“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 encuentren en poder de **“EL PROVEEDOR”**.

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 Directora General, Director General Adjunto, del Director Ejecutivo de Administración y Finanzas, del Titular del Órgano Interno de Control en **“EL CONSEJO”** o por las personas que sean designadas para tal efecto, para constatar la aplicación de los recursos, la comprobación de los mismos y los beneficios que obtenga **“EL PROVEEDOR”** para **“EL CONSEJO”**.

VIGÉSIMA.- 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 aquél 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 PRIMERA.- SUBCONTRATACIÓN. 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, en cuyo caso se deberá contar con el consentimiento de **“EL CONSEJO”**. Los servicios materia del presente contrato no podrán ser subcontratados.

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

VIGÉSIMA TERCERA.- 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 designan como responsables de la supervisión del contrato a la Coordinación de Plantación, por conducto de la Dirección de Inteligencia de Mercados, en el ámbito de sus respectivas competencias.

- II. Por parte de “**EL PROVEEDOR**” el personal responsable de la ejecución, supervisión y seguimiento de los servicios objeto de este contrato es el C. -----, en su carácter de -----.

“**EL CONSEJO**”, podrá autorizar el cambio del personal de enlace, siempre y cuando cumpla con las mismas características solicitadas en el Anexo dos, debidamente acreditadas.

VIGÉSIMA CUARTA.- COMUNICACIONES. Las comunicaciones entre las partes se deberán realizar por escrito, a la atención de cuando menos uno de los enlaces designados por las partes en la cláusula que antecede, conforme a lo siguiente:

- I. Para las comunicaciones se harán al siguiente correo electrónico gesteran@visitmexico.com o por correo con acuse de recibo al domicilio de “**EL CONSEJO**” mencionado en la **DECLARACIÓN I.5** de este 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.7** 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 notificación por escrito a la otra parte, con cuando menos cinco días naturales de anticipación, para quedar debidamente formalizado el cambio.

VIGÉSIMA QUINTA.- 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 SEXTA.- ANEXOS. Las partes reconocen que el presente contrato se encuentra integrado por veintisiete cláusulas y tres anexos, los cuales se encuentran debidamente firmados por las partes y se describen a continuación:

ANEXO	CONTENIDO
Uno	Bases de Licitación y Juntas de Aclaraciones
Dos	Propuesta Técnica de “ EL PROVEEDOR ”
Tres	Propuesta Económica de “ EL PROVEEDOR ”

Leído que fue el presente contrato y enteradas las partes de su contenido y alcance legal, lo firman por triplicado el día 15 de marzo de 2012.

POR “**EL CONSEJO**”

POR “**EL PROVEEDOR**”

Lic. Martha Verónica Estrada Díaz
Representante Legal

Representante Legal

Lic. Humberto Molina Medina
Coordinador de Planeación, área
responsable de administrar y vigilar el
cumplimiento del contrato

REVISIÓN LEGAL

Director Ejecutivo Jurídico

FORMATO K

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

¿Cadenas Productivas?

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

¿Afiliarse?

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

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

Cadenas Productivas ofrece:

- Adelantar el cobro de las facturas mediante el descuento electrónico
- Obtener liquidez para realizar más negocios
- Mejorar la eficiencia del capital de trabajo
- Agilizar y reducir los costos de cobranza
- Realizar las transacciones desde la empresa en un sistema amigable y sencillo, www.nafin.com.mx
- Realizar en caso necesario, operaciones vía telefónica a través del Call Center 50 89 61 07 y 01800 NAFINSA (62 34 672)
- Acceder a capacitación y asistencia técnica gratuita
- Recibir información
- Formar parte del Directorio de compras del Gobierno Federal

Características descuento ó factoraje electrónico:

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

Directorio de Compras del Gobierno Federal

¿Qué es el directorio de compras?

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

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

Dudas y comentarios vía telefónica,

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

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

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

- 1.- Carta Requerimiento de Afiliación.
Debidamente firmada por el área usuaria compradora
- 2.- **Copia simple del Acta Constitutiva (Escritura con la que se constituye o crea la empresa).
Esta escritura debe estar debidamente inscrita en el Registro Público de la Propiedad y de Comercio.
Debe anexarse completa y legible en todas las hojas.
- 3.- **Copia simple de la Escritura de Reformas (modificaciones a los estatutos de la empresa)
Cambios de razón social, fusiones, cambios de administración, etc.,
Estar debidamente inscrita en el Registro Público de la Propiedad y del Comercio.
Completa y legible en todas las hojas.
- 4.- **Copia simple de la escritura pública mediante la cual se haga constar los Poderes y Facultades del Representante Legal para Actos de Dominio.
Esta escritura debe estar debidamente inscrita en el Registro Público de la Propiedad y de Comercio.
Debe anexarse completa y legible en todas las hojas.
- 5.- Comprobante de domicilio Fiscal
Vigencia no mayor a 2 meses
Comprobante de domicilio oficial (Recibo de agua, Luz, Teléfono fijo, predio)
Debe estar a nombre de la empresa, en caso de no ser así, adjuntar contrato de arrendamiento, comodato.
- 6.- Identificación Oficial Vigente del (los) representante(es) legal(es), con actos de dominio
Credencial de elector; pasaporte vigente ó FM2 (para extranjeros)
La firma deberá coincidir con la del convenio
- 7.- Alta en Hacienda y sus modificaciones
Formato R-1 ó R-2 en caso de haber cambios de situación fiscal (razón social o domicilio fiscal)
En caso de no tener las actualizaciones, pondrán obtenerlas de la página del SAT.
- 8.- Cédula del Registro Federal de Contribuyentes (RFC, Hoja Azul)
- 9.- Estado de Cuenta Bancario donde se depositaran los recursos
Sucursal, plaza, CLABE interbancaria
Vigencia no mayor a 2 meses
Estado de cuenta que emite la Institución Financiera y llega su domicilio.

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

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

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

(** Únicamente, para personas Morales)

Usted podrá contactarse con la 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.