

Acta que se levanta en la Ciudad de México, Distrito Federal, siendo las 17:15 horas del día 12 de abril de 2012, en el lugar que ocupa la Sala de Juntas de la Dirección de Recursos Materiales y Servicios, sito en Periférico Sur número 4124, segundo piso, Colonia Ex Hacienda de Anzaldo, Delegación Álvaro Obregón, Código Postal 01090, lugar donde se celebró la Segunda Sesión Extraordinaria 2012 del Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Instituto Federal Electoral.-----

1. LISTA DE ASISTENCIA-----

Asistieron a la sesión los C.C.: **Biól. Armando Contreras León**, Presidente Suplente; **Lic. Claudia Edith Suárez Ojeda**, Secretaria Ejecutiva Suplente; **Lic. Claudia García González**, Vocal Suplente; **Lic. Francisco Javier Zárate**, Vocal Suplente; **Lic. Fernando Flores Macías**, Asesor Suplente; **Lic. Fabiola Navarro**, Asesora Jurídica.-----

VERIFICACIÓN DE QUÓRUM-----

El **Biól. Armando Contreras León**, Presidente Suplente, saludó a los integrantes y solicitó a la **Lic. Claudia Edith Suárez Ojeda**, Secretaria Ejecutiva Suplente, verificar el quórum para iniciar la sesión, quien, de conformidad al registro de asistencia, señaló que sí existía quórum para continuar con la sesión.-----

2. ORDEN DEL DÍA-----

El **Biól. Armando Contreras León** solicitó a la **Lic. Claudia Edith Suárez Ojeda**, poner a consideración de los presentes el orden del día, el cual fue aprobado por unanimidad.-----

3. DIRECCIÓN EJECUTIVA DE CAPCITACIÓN ELECTORAL Y EDUCACIÓN CÍVICA- Con fundamento en el artículo 19 fracción II del Reglamento del Instituto Federal Electoral en materia de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios (El Reglamento), se presenta la solicitud de dictaminación sobre la procedencia de excepción a la licitación pública por encontrarse en el supuesto del artículo 46 fracción I de El Reglamento, a fin de realizar mediante el procedimiento de adjudicación directa, la contratación de “Espacios Publicitarios (Banners) que permitan la difusión de mensajes relativos a la Promoción del Voto Informado y Razonado así como de la Participación Ciudadana en el Proceso Electoral Federal 2011-2012”, a celebrarse con la empresa Google Operaciones de México, S. de R.L. de C.V.-----

El **Lic. Fernando Flores Macías**, Asesor Suplente de la Contraloría General, haciendo uso de la palabra, dijo: “Van a contratar la colocación de algunos banners en la publicidad en Google. En el expediente que nos mandan, hacen una clasificación de las herramientas más visitadas y en donde colocan a Facebook, a YouTube y a Twitter. Yo todavía no alcanzo a comprender ahí y me disculpo por la ignorancia: Van a contratar a Google, que es un buscador que tiene acceso a todos ellos ¿es así? O sea, lo van a colocar en el Google para que cuando alguien entre buscando cualquier otra página, solamente a través de Google podrían ver el banner, ¿es correcto?”-----

La **Lic. Claudia Gabriela García González**, Vocal Suplente de la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica, expuso: “La contratación que se está proponiendo es la siguiente: La

empresa Google, además de ser el buscador más importante, como todo mundo sabemos, además de los que estamos aquí, tiene una serie de servicios de manera exclusiva que pueden ofertar en materia de internet. Es decir, ellos son los únicos que comercializan el canal de YouTube; ellos tienen una red de display; un conjunto de páginas de internet diversas con las cuales tienen una negociación a través de las cuales ellos comercializan cada una de esas páginas, los espacios publicitarios de esas páginas. Entonces no es que vayamos a poner los anuncios en el buscador como tal, sino que vamos a utilizar las herramientas que ellos ofrecen, que ellos comercializan.-----
Se trata de comercializar no únicamente YouTube a través de ellos, sino también comercializar las páginas como Facebook y muchas otras que son utilizadas por el sector de la población que estamos buscando impactar a través de los banners en internet. Ellos tienen estos servicios diversos que también vienen explicados en el anexo técnico, los diferentes tipos de banners en donde se van a colocar en estas diferentes páginas. No es únicamente, para contestar específicamente a su pregunta, en la página de Google”.-----

El **Lic. Fernando Flores Macías**, preguntó: “Muy bien. Esa es una parte de mi cuestionamiento. Después comentan que será en algunas páginas comercializadas por ellos, usted lo acaba de confirmar. Me interesaría saber, y no lo vi a detalle, el universo, calculado por ustedes al que se tiene acceso justamente en estos porcentajes que establecen de cada herramienta porque entonces no es en el Google, que yo pensaba que a la hora de invocarlo, sale un banner; no. Son en algunas páginas que comercializa. ¿Estoy en lo cierto?”-----

La **Lic. Claudia Gabriela García González**, respondió: “Bueno, sí es que aparecen banners en páginas de una red de display, que así se le denomina, que es una red de páginas que ellos comercializan y que son los únicos que tienen el acceso para esos banners, como en el caso de YouTube”.-----

El **Lic. Fernando Flores Macías**, cuestionó: “En el caso, por ejemplo, de Facebook, ¿esto quiere decir que cualquier joven o adulto que entre a Facebook va a ver el anuncio?”-----

La **Lic. Claudia Gabriela García González**, comentó: “No todos, porque obviamente no podríamos tener esa cobertura, sería carísimo. Es algo aleatorio. Todos los banners son aleatorios”.-----

El **Lic. Fernando Flores Macías**, dijo: “Entonces por costo no entran en general a la página inicial de Facebook. ¿Es esto cierto?”-----

La **Lic. Claudia Gabriela García González**, indicó: “Todos los banners, insisto, serían aleatorios. Es decir, no salen siempre cada vez que uno abre. Suponiendo que en este momento, todas las personas que estamos sentadas en este Comité iniciáramos la página de Facebook, no nos va a salir a todos el banner. Es más probable que no nos salga a ninguno de los que estamos aquí, porque hay otros tantos millones de personas utilizando esta herramienta en el país y a algunos de ellos sí les va a salir. Lo mismo pasa en todas las demás páginas”.-----

El **Lic. Fernando Flores Macías**, cuestionó: “Entonces, ¿qué porcentaje tienen calculado de ese universo que debe estar medido? Son tantos millones que utilizan esta página, el aleatorio va a salir a un porcentaje; quiero saber el impacto. Finalmente, ¿cuál es el impacto calculado por ustedes que van a ver esos banners?”-----

La **Lic. Claudia Gabriela García González**, comentó: “Se llaman impresiones. Cada vez que aparece un banner, sea en la página que sea, cada vez que aparece únicamente, se llama impresión, y el número de impresiones que se tiene contratado con este servicio es de 509 millones 111 mil 555. Ese es el número de banners que va a aparecer en las diferentes páginas”-----

El **Lic. Fernando Flores Macías**, comentó: “Muy bien, 509 millones. Ahora, lo interesante sería lo visitadas que son esas páginas en porcentaje a las visitas generales que hace la población. Esto es, si yo vendo como empresa a la que se va a contratar la presentación en una página que es muy poco vista, a lo mejor es más barata o a lo mejor la más vista de todas, que nos alcanza un porcentaje de 14 por ciento, ¿eso cómo lo miden?”-----

La **Lic. Claudia Gabriela García González**, explicó: “Ellos tienen una herramienta que les permite y nos permite obviamente obtener los reportes de cómo van apareciendo los banners y cómo se van utilizando en las diferentes páginas y cuánta gente las va viendo; dependiendo, en efecto, del número de entradas que se vayan teniendo. Esa información nos la van a ir proporcionando de manera semanal, y hablaba así, en esos términos, porque este mismo ejercicio ya lo hicimos con la Campaña del Voto de los Mexicanos en el Extranjero el año pasado y a principios de este año, ellos nos van informando sobre las entradas y uno puede ir decidiendo, de manera conjunta con ellos, qué páginas utilizamos más o qué páginas utilizamos menos.”-----

Es decir, en esta red de display ellos saben y conocen el número de visitantes que se tiene. Todo eso se puede comprobar de manera electrónica, a través de las herramientas con las que ellos cuentan. Ellos nos van informando del número de visitas y el número de personas que fueron viendo nuestros banners y nosotros podemos decidir si seguimos en esas mismas páginas o si enfocamos más impresiones, como explicaba que se llamaban, en una página o en otra porque puede estar siendo más visitada por diversas razones. Por ejemplo, en una página de deportes, si hay un acontecimiento importante en un determinado momento, va a ser una página mucho más visitada que otras; si hay un lanzamiento de una película, si hay un lanzamiento de una canción, si hay algún actor, en fin; dependiendo de cómo se vaya moviendo el mercado puede ser que en algún momento una página que se tenía con un nivel estable de entradas, pueda tener un mayor número y ahí es donde tengamos que estar.”-----

Insisto que todo esto es a través de Google Analytics, que es la herramienta que tiene esta empresa, quien nos va diciendo el número de entradas que van teniendo, el número de impresiones donde éstas van funcionando mejor y ahí es donde nosotros podemos ir determinando si seguimos ahí o cambiamos de páginas”-----

El **Lic. Fernando Flores Macías**, dijo: “Me interesaría saber qué universo tienen calculados los mismos estudios de la red. ¿Qué universo tienen calculado a quien podría eventualmente llegar el

impacto? ¿Cuántos millones de personas?”-----

La **Lic. Claudia Gabriela García González**, respondió: “Estamos hablando de 40 millones de personas”.-----

El **Lic. Fernando Flores Macías**, cuestionó: “¿Cuarenta millones de mexicanos?”-----

La **Lic. Claudia Gabriela García González**, respondió: “Cuarenta millones de mexicanos, hoy por hoy”.-----

El **Lic. Fernando Flores Macías**, comentó: “Ahora, en particular, ¿cuál es el porcentaje de ese universo al que piensan llegar con esta contratación, de esos 40 millones?”-----

La **Lic. Claudia Gabriela García González**, explicó: “Es el número de 22 millones de jóvenes que tenemos en la Lista Nominal a quienes estamos enfocando los mayores esfuerzos. Es decir, tenemos una población de 39 a 40 millones de mexicanos que utilizan internet y principalmente son 22 millones de jóvenes los que están entre los 19 y los 39 años de edad quienes son, además, el mayor número de la población en la Lista Nominal actualmente”.-----

El **Lic. Fernando Flores Macías**, dijo: “Tienen ustedes pensando ese impacto, perfecto.-----
Ahora bien, bajo los mecanismos de supervisión de informes de reportes que hace la misma empresa y sus mecanismos electrónicos de llevar este seguimiento, aportan un resultado. O sea, aspirábamos a informar, de los 40 millones que tienen las redes, a impactar en 22 millones; según la evaluación y revisión, ¿hay una forma de decir ‘impactamos a tantos’? Me imagino, por las aperturas de las páginas, que llevan registros de esto, ¿no?”-----

La **Lic. Claudia Gabriela García González**, contestó: “Sí, sí tenemos la posibilidad. Lo que pasa es que no de todas, porque depende por la IP por la que entren y lo que pasa es que en los cafés internet lo que se va a registrar es una misma IP y no necesariamente los 22 millones de jóvenes tienen computadoras propias. También las utilizan en los cafés internet o bien en los trabajos y de manera compartida; no todo mundo tiene una IP personal. Por eso no podríamos tener el dato exacto de si tuvimos el impacto en los 22 millones de mexicanos”.-----

El **Lic. Fernando Flores Macías**, dijo: “Sí, pero tendrán los rangos. Entonces yo le pediría en este Comité, si no hay inconveniente, que nos informaran posteriormente esa franja de rango o ese rango; es decir, yo aspiro a 22 y se va dando por reportes de la empresa un impacto considerado, de acuerdo a la metodología de las herramientas de medición que tienen; esto es, un impacto determinado, en mi caso personal, para aprender.-----
Y para la función formal que representamos como Contraloría, para saber qué cobertura va teniendo este tipo de herramientas, este tipo de publicidad que es relativamente novedosa, esto de acuerdo a los costos que está autorizando el Comité”.-----

El **Lic. Francisco Javier Zárate Ponce**, Vocal Suplente de la Dirección Ejecutiva del Servicio Profesional Electoral, comentó: “Yo voy a votar positivamente para que se apruebe esta solicitud de excepción de licitación en este caso, pero tengo una pregunta y también una propuesta. La pregunta es, en este caso, ¿si existe alguna otra empresa o proveedor con servicios similares alternativos en el mercado? Esto sería para lo que se está planteando en este punto”.-----

La **Lic. Claudia Gabriela García González**, explicó: “No, como tal no existen otros proveedores que puedan ofrecer este servicio respecto de la red de display. Google es la única empresa que comercializa otras muchas páginas y si bien se podría contratar a todas en lo individual, sería un esfuerzo un tanto inútil, costoso para el Instituto y muchísimo más difícil. Pero no solamente eso, Google es el buscador más importante por mucho en comparación con los otros que tienen buscador, como es el caso de Yahoo. La diferencia, eso ya lo evaluamos también en su momento, en otro proyecto lo presentamos, es que ahora no estamos contratando como tal el espacio del buscador, lo que sí se buscó en otro momento justamente para el proyecto del Voto de los Mexicanos en el Extranjero. Tenemos el comparativo de cómo utilizan esto en forma distinta y nadie más comercializa el sitio de consulta de videos más importante a nivel mundial que es YouTube, que es donde se concentra la gran mayoría de las búsquedas de los jóvenes, del sector particular que estamos buscando atacar y ésta es la única empresa que lo hace. O sea, que no hay otra empresa que lo sustituya”.-----

El **Lic. Francisco Javier Zárate Ponce**, comentó: “Ahora, la propuesta que quisiera hacer es que con esa claridad de que se trata de una empresa única con estas características de servicios que ofrece, se mencione en el documento que se está presentando en el apartado de motivación, que viene en la foja 20, porque ahí lo que se menciona no es un servicio de características únicas, sino de características idóneas. Creo que vale la pena hacer la precisión para que quede plenamente justificada esta excepción de licitación. En la foja 20, antes de mencionar ‘eficiencia’, dice ‘Por las razones antes descritas, se considera que este proveedor proporciona los servicios idóneos para impactar este importante grupo’. Creo que ahí tendríamos que abundar, tal como se ha mencionado con esta argumentación”.-----

La **Lic. Claudia Gabriela García González**, explicó: “Si me permite, con mucho gusto abonamos ahí un poco en poner más información. Lo que diría acerca de las razones por las cuales se puso que son servicios idóneos es que no todos los servicios que nos están proporcionando son exclusivos. Como decía hace un momento, todas las páginas de la red de display se comercializan, muchas de ellas se comercializan de manera individual. Entonces son las dos cosas. Es decir, en algunos casos es porque se trata de un servicio idóneo para el Instituto pero no todos son exclusivos. No es como hemos presentado el caso del Metro o el caso de las tortillerías, que son empresas que comercializan de manera exclusiva un servicio. En este caso, no todos los servicios que estamos proponiendo contratar los comercializa Google de manera exclusiva. Por eso el término ‘idóneo’ para expresar obviamente que es lo que más le conviene al Instituto por las razones que ya se expresaron hace un momento”.-----

El **Lic. Francisco Javier Zárate Ponce**, señaló: “Sin embargo, es la única empresa que ofrece todos estos servicios de manera conjunta, con estas características, tal como se ha comentado. ¿Es así?”--

La **Lic. Claudia Gabriela García González**, contestó: “Así es. De ahí la idoneidad del servicio. Así es, sin duda”.-----

El **Lic. Francisco Javier Zárate Ponce**, dijo: “Entonces estamos ante un servicio único en conjunto”.-----

La **Lic. Fabiola Navarro Luna**, Asesora Suplente de la Dirección Jurídica, expuso: “Nosotros no tenemos ningún comentario por lo que hace a la procedencia, creemos que se actualiza el supuesto de excepción en el cual se está sustentando la adjudicación. Pero tenemos un comentario menor de tipo administrativo, que es para efectos de que esté bien integrado el expediente.-----

En la foja número 26, en el segundo párrafo, dice en la segunda línea, al final, es decir, en la tercera oración, que ‘en el mercado solo no existe un posible oferente’. Entonces al decirlo así, parece que se está diciendo lo contrario de lo que en realidad se quiere decir. Si se dice que ‘en el mercado solo no existe un posible oferente’, es que hay muchos más y lo que se quiere decir es lo contrario: Que no existen oferentes con estas características. Lo que se puede salvar, me parece, si esto es así, es que podría decirse ‘y que en el mercado no existe un posible oferente con esas características’, y con eso ya lo alineamos a lo que dice la supuesta normativa.-----

Tal vez hubo un error en la palabra ‘no’ y se puso después pero además de eso, si complementamos ‘el posible oferente con esas características’, me parece que se sustenta mejor el supuesto en la excepción en que se está apoyando la adjudicación”.-----

La **Lic. Claudia Edith Suárez Ojeda**, comentó: “Relativo a la foja 21, que corresponde a la propuesta de inversión de la campaña, en el momento de recibir la documentación y de dar lectura a esta foja se le consultó al área y se le solicitó que se pudiera especificar en esta sesión, toda vez que ya estaba en proceso la convocatoria al Comité, a efecto de no confundir en términos de las condiciones contractuales que regirán esta contratación toda vez que se observa que hay un monto fijo a adjudicar y que los precios, como nos lo señala la norma, pueden ser fijos o variables.-----

Lo que señalaba aquí el proveedor es que si todos los valores incluidos en la presente son valores estimativos, han sido estimados a la fecha de firma de esta propuesta y los mismos pueden registrar variaciones durante el curso de la campaña, que pudiera contarse con la confirmación por parte del proveedor o alguna otra razón o asociación respecto de los servicios a contratar, para efecto de poder identificar bien la condición de los precios que regirán esta contratación.-----

Tenemos entendido que el área trae la documentación soporte que complementa esta solicitud que se realizó, por lo que solicitaríamos que se pudiera comentar en esta sesión y, en su caso, acordarse de que se integre a la carpeta el expediente para que podamos tener el sustento de esa condición contractual de precios”.-----

La **Lic. Claudia Gabriela García González**, dijo: “Así es. Ya se entregó la documentación a la que hace referencia la Subdirectora de Adquisiciones”.-----

La **Lic. Claudia Edith Suárez Ojeda**, añadió: “Nada más solicitaríamos, como se ha estilado en otras sesiones de Comité, que toda vez que va a formar parte del expediente y el expediente es el que se presenta para dictaminación, sería conveniente, toda vez que estamos ahora por replicar la información a los demás miembros del Comité, si nos pudieras señalar cuál es la distinción o cuál la condición que vamos a fijar o a qué se debe el tema de las variaciones y estimaciones que señala el proveedor en su oferta”.-----

La **Lic. Claudia Gabriela García González**, comentó: “La variación en los precios que oferta Google se debe a que todo lo manejan por subastas. Es decir, nosotros vamos a contratar el servicio de Google por la cantidad que ustedes tienen en los documentos que vemos en la pantalla, que son 3 millones 17 mil 241. Eso también se especifica, en ese cuadro se especifica el mínimo de anuncios que nos van a dar. Si lo subimos un poquito en la pantalla, lo podríamos apreciar mucho mejor, y este es el mínimo de impresiones y el mínimo de click’s que nosotros vamos a tener.-----

El tema de cómo funciona el servicio de Google es a través de subastas; puede haber otros. Nosotros estimamos con ellos un número, una cifra, una cantidad de costo por cada una de estas impresiones máximo. Esto, además, para hacer la colocación de los banners en las páginas en ciertos lugares. Esto tiene diferente costo y entonces se subasta ese distinto costo en cada una de las páginas, con los diferentes proveedores que estén contratando banners en esas páginas y quien oferte, quien tenga mayor número de entradas y quien oferte el mejor precio, lo que es una subasta, es a quien le dan esa posición.-----

Entonces, sí, hay otras empresas y todas las posiciones para nosotros son funcionales sin lugar a duda, por eso las estamos contratando; pero sí hay otras empresas y dependiendo del juego que haya con esta subasta es que vamos a tener un lugar o vamos a tener el otro. Esto es, a mayor número de click’s que haga el público finalmente dentro de nuestras impresiones, es como funciona esto. La impresión es que tú lo veas en la pantalla, el click es el hecho de que la gente ponga el mouse sobre eso y en la medida en que haga click literalmente y lo llevemos a la página que nosotros queremos, va a ser menor el costo que vayamos teniendo. Entonces eso es a través de esta subasta. Por eso es que el planteamiento en la cotización puede tener costos variables.-----

Esto no significa que no vayamos a gastarnos el total de lo que tenemos presupuestado aquí, sino que nos vamos a gastar todo y lo más seguro que vaya a pasar, porque así ha pasado también en las otras campañas, es que tengamos mayor número de impresiones, mayor número de click’s con este mismo costo. O sea, el mínimo que vamos a tener es el que está estipulado en la cotización”.-----

La **Lic. Claudia Edith Suárez Ojeda**, explicó: “Sólo señalar a los miembros del Comité que de los documentos que se incorporarán a la carpeta, no hay una modificación o se agrega algún otro argumento en la cotización respecto de los precios, solamente se actualizaron a efecto de cumplir con lo señalado en POBALINES, que la cotización tiene que contar con una vigencia, ya viene integrada y viene ya firmada. Es prácticamente la sustitución del documento que se estaría haciendo en la carpeta del Comité”.-----

Al no existir más comentarios, se puso a consideración de los presentes la dictaminación favorable sobre la procedencia de excepción a licitación pública del punto tratado, siendo aprobado por

unanimidad.-----

4. Con fundamento en el artículo 19 fracción II del Reglamento del Instituto Federal Electoral en materia de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios (El Reglamento), se presenta la solicitud de dictaminación sobre la procedencia de excepción a la Licitación Pública, por encontrarse en el supuesto del artículo 46 fracción I de El Reglamento, a fin de realizar mediante el procedimiento de Adjudicación Directa, la contratación de “Espacios publicitarios en salas cinematográficas en el marco del Proceso Electoral Federal 2011-2012”, a celebrarse con las empresas Cadena Mexicana de Exhibición, S.A. de C.V. (CINEMEX) y Screencast S.A.P.I. de C.V. (Cinépolis).-----

La Lic. **Claudia Gabriela García González**, pidió la palabra: “Comentarles la razón por la cual se presenta hoy a este Comité la propuesta de hacer esta contratación a través de una excepción de licitación. Nosotros realizamos la investigación de mercado correspondiente. Como a lo mejor ustedes saben, contamos en este país con algunas cadenas importantes de salas cinematográficas a nivel nacional; éstas son CINEPOLIS, CINEMEX, CINEMARK con una mucho menor cobertura y algunas otras empresa locales que aún conservan estos cines. También como ustedes sabrán y recordaremos algunos, antes no existían estas cadenas, hace muchos años y había diferentes dueños de diferentes salas de cines. Ahora ya no es así, estas empresas han ido comprando todas estas salas, han ido generando muchas de ellas nuevas en diferentes lugares y a partir, insisto, de la investigación de mercado que se realizó, tomando obviamente en consideración las 31 entidades federativas y el Distrito Federal donde queremos hacer esta cobertura, de acuerdo al Plan de Medios que nos autorizó la Comisión del ramo y teniendo, además, como dato más relevante y solicitándole así a los proveedores que nos pudieran proporcionar las salas, los complejos. Nada más me permito rápidamente un paréntesis, se llaman complejos de cine a los que ustedes han ido en cualquier lado, un ejemplo claro sería el de Perisur, que tiene muchas salas, y entonces son los complejos y las salas. Ellos lo que te venden es el complejo completo con los cineminutos en cada una de las salas durante todas las funciones de la semana, durante todo el día. O sea, no puedes elegir una sala o una función, sino lo que contratas es al complejo completo, con todas sus salas y con todas sus funciones durante periodos semanales.-----

Dicho lo cual, nosotros hicimos la solicitud a estas empresas, que nos dijeran cuál era la cobertura que tenían. Nosotros, insisto, requerimos una cobertura nacional y las empresas nos hicieron sus propuestas, hablando particularmente de CINEMEX, CINEPOLIS y CINEMARK. Y solamente CINEMEX, de las 44 ciudades en las que nosotros estamos solicitando la cobertura, nos ofreció 40 de estas ciudades; es decir, el 91 por ciento de la cobertura. En el caso de CINEPOLIS, solamente nos ofrecía 36 ciudades de estas 44 solicitadas y además con un costo promedio; no todas las salas cuestan lo mismo porque varían dependiendo de la afluencia que tienen, el lugar donde están, etcétera, con un costo promedio muchísimo mayor al que nos está ofreciendo CINEMEX. Lo mismo

sucedió con CINEMARK que tiene una cobertura mucho menor, es decir, de estas 44 ciudades que nosotros estábamos solicitando solamente nos puede ofrecer 15, también con un número menor de salas y con un costo promedio bastante más alto.-----

Al haber hecho esta investigación de mercado, ya entrando a la parte administrativa, lo comentamos con el área de adquisiciones para ver cuál era la viabilidad de la contratación, cuál era el camino a seguir y la recomendación, la sugerencia por esta explicación que acabo de dar, por esta cobertura que se tiene, que conocemos y que ya sabemos desde ahora, es que se hizo la propuesta de presentarles de esta manera la Adjudicación Directa a estas dos empresas, que vienen siendo CINEMEX con la mayor cobertura y CINEPOLIS, a través de la empresa, que es la que lo comercializa, para contratar el resto de las ciudades y poder lograr nosotros la cobertura que estamos buscando, al menor costo posible para el Instituto. Esto significa, con el presupuesto que nosotros teníamos programado para este medio, estar en el mayor número de salas posible, con la mayor afluencia de ciudadanos a estas salas, de acuerdo a la información que nos proporcionaron las empresas. Esa es la razón por la cual se presenta de esta manera, para consideración del Comité”.---

El **Lic. Fernando Flores Macías**, comentó: “En relación a este punto, el licenciado Francisco Javier Zárate Ponce nos hacía una pregunta hace un momento a la Lic. Fabiola y a su servidor, en el sentido de ver cuál era la diferencia entre la excepción a licitación y la invitación a tres personas, y en un momento dado en qué caso era aplicable. ¿Por qué razón? Porque la Contraloría ha insistido en que debemos utilizar lo menos posible o invocar lo menos posible la excepción a la licitación. Esa es una petición constante nuestra.-----

En este sentido, analizábamos la posibilidad hace un momento del por qué en un momento dado es la excepción o por qué no lo es. Y cuando es algo tan tajante, es el comentario que hacíamos, tan tajante como son las coberturas, como es el número de salas y sobre todo ahora con la explicación que nos da la vocal, se amplía todavía más, que es los costos. Entonces creo que con ello podemos completar la explicación que se quedó a medias hace un rato, en donde en este caso muy particular parece que sí hay la justificación para la decisión que está tomando el Comité; aunque podría en sentido estricto, lo mismo en el otro caso, no ir a excepción y salir por la invitación a cuando menos tres personas. Sin embargo, en obvio de tiempo y que el tiempo tal vez no sería el punto, en virtud de que debe hacerse con la planeación debida, no sería un argumento pero en este caso la Contraloría no tiene inconveniente en la propuesta”.-----

La **Lic. Fabiola Navarro Luna**, expuso: “Por la misma razón que dijo el Maestro Fernando Flores, me voy a permitir participar en atención a la pregunta que nos hizo el Licenciado Zárate. En efecto, nosotros tampoco vemos ningún inconveniente ni en éste ni en el anterior caso en que ésta sea la vía de adjudicación, porque además se trata de hechos públicos notorios, del conocimiento público, de muy fácil sustento, los alcances que tiene tanto Google, basta meterse a cualquier página y solicitar

que se muestre el ranking y ni siquiera compite con algún otro buscador, las diferencias son de 80 contra los 20 repartidos. En el caso de las salas también. Pero es correcto el planteamiento en términos generales. La excepción debe ser eso, una excepción y no la regla, pero existen casos en los que legalmente es válido optar por esa vía, porque sería ocioso invitar a tres personas cuando de antemano sabemos que no es competitivo para el Instituto, no sólo por precio, a lo mejor CINEMARK u otras empresas más chicas, familiares, ofrecen un mejor precio, pero aún dando un mejor precio son inviables por el tema de la cobertura. En este caso, externo mis razones de por qué creo, en atención a la pregunta, que es correcto, aún y cuando me parece que el razonamiento técnico que acompaña a la propuesta también trae datos que por sí solos son muy elocuentes y que están en el estudio de mercado”.

El **Lic. Francisco Javier Zárate Ponce**, comentó: “Siendo que el Reglamento del Instituto Federal Electoral en Materia de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios, en el artículo 46, fracción I, establece que los órganos centrales y delegacionales bajo su responsabilidad podrán contratar adquisiciones, arrendamientos y servicios sin sujetarse al procedimiento de licitación pública, a través de los procedimientos de invitación a cuando menos tres personas o de adjudicación directa cuando, fracción I, ‘No existan bienes o servicios alternativos o sustitutos técnicamente razonables...’. Es decir, la recomendación de la representación de la Contraloría y de la Dirección Jurídica es que en este caso en concreto sí se colman los extremos previstos en esta disposición que acabo de mencionar, en cuanto a que no existen bienes o servicios alternativos o sustitutos técnicamente razonables, no obstante que se hizo un estudio de mercado y que si bien es cierto estas empresas que se propone contratar con excepción de licitación son las que ofrecen una mayor cobertura y un costo competitivo, no son las únicas.

Lo que solicitaría es que este mismo criterio se utilice en casos similares, para que quede claro que este supuesto previsto en este artículo 46 fracción I del Reglamento citado, sí se actualice en este tipo de supuestos”.

El **Lic. Fernando Flores Macías**, indicó: “En el documento se establece que habrán reportes de los cines, por supuesto habrá una calendarización me imagino, si bien se contratan por complejos, asignarán inicialmente una calendarización de exposición. Establece también el documento que podrá haber variaciones que en los mismos reportes se indicarán, si es que estoy bien. ¿Hay seguimiento por parte del Instituto o únicamente nos sujetamos a los reportes que ellos nos envían?”

La **Lic. Claudia Gabriela García González**, explicó: “Sí, en efecto, ellos nos van a dar una propuesta de plan de difusión. Ésta puede variar y sí lo queremos dejar claro porque puede haber estrenos de pronto que nos convengan más, porque las salas van a estar más llenas y entonces nos conviene más estar presentes allí, porque tendremos mayores impactos, mayor número de personas que

puedan ver nuestros mensajes. Ellos tienen la obligación de darnos estos reportes, tienen la obligación de darnos a través del número de boletos que ellos venden, esta es una manera en la que ellos comprueban la asistencia y las afluencias que tienen en las diferentes salas, en los diversos complejos. Y también parte de sus servicios es proporcionarnos los boletos necesarios para poder acudir aleatoriamente cuando nosotros queramos hacer la supervisión de la transmisión de nuestros mensajes. Esto, lo que les comentaba de los boletos se llama 'taquillómetro', la industria así lo maneja, es una manera de comprobar el número de personas que asisten y entonces esa es la información que nos van a proporcionar con ese referencia. Insisto, nosotros también de la misma manera que hacemos el trabajo de supervisión a nivel nacional con las tortillerías o con los demás medios exteriores, vamos a hacer las visitas correspondientes para poder comprobar que están haciendo la transmisión de nuestros mensajes".-----

El Lic. Fernando Flores Macías, dijo: "Sí, porque quisiéramos conocer ese proyecto de supervisión. Es tan amplia la difusión que no se puede hacer una revisión total, estamos perfectamente conscientes, pero sí bajo un programa se puede hacer un aleatorio. Y entonces esa programación, tengo entendido, según el documento, que se puede modificar por ellos mismos; pero ellos mismos corregirán en tiempo y entonces los reportes le dirán: 'A ver, me diste una programación y después modificaste y me llegó tu modificación. Pero por este lado en mi supervisión de manera aleatoria estoy confirmando que sí o no presentaste tal', porque puede ser que no lo presenten. Y precisamente establecen una serie de sanciones que aunque es un procedimiento en que 'si no lo presentas te comento que no lo presentaste', eso me preocupa un poco, porque establece 'si no lo presentas yo te digo que lo presentes y tienes cuatro días para presentarlo, y si ahora no lo vuelves a presentar entonces ya te descuento'. Yo creo que a un calendario, a una programación definida por el proveedor, con una posibilidad de ajustar por una serie de factores internos muchas de las veces conveniente en este caso, podría serlo pero fuera de eso si en el aleatorio resulta que no lo pasó debe de ir de manera directa el descuento. Estamos dando una concesión a lo mejor no adecuada, porque es primero a que identifiques que yo no pasé uno, que lo identifiques y luego que me lo demandes y luego tengo tres o cuatro días para sustituirlo, y entonces ya evado la multa.----- Yo creo que si me diste una programación me la modificaste y me informas y yo tengo mi información aleatoria, 'aquí no lo presentaste' y va al descuento. Debe ser tan seria la casa que no creo que esté pensando en hacer esto; sencillamente por cuestión de control, para que el aleatorio fuera eficiente, sí nos gustaría ver cómo lo tienen diseñado, cómo es que van a hacer la revisión aleatoria, qué porcentaje van a cubrir de ese total, en qué tiempos, bajo qué criterio, quién lo va a hacer. Inclusive pueden apoyarse en la gente de servicio social, habrá mucha gente que quiera ir al cine gratis, nada más con tal de revisar. Entonces, si nos pudieran enviar posteriormente la información, se los agradeceríamos".-----

La **Lic. Fabiola Navarro Luna**, expuso: “Dos comentarios. Uno en relación con lo que dice el Maestro Flores, necesariamente que en el contrato se tendrá, porque además por normatividad así tiene que ser, prever la cláusula de las deducciones y necesariamente que tendrá que haber acompañado de eso un mecanismo de verificación de información, que también necesariamente por las características del servicio tendrá que ser aleatorio. Porque le sería más oneroso al Instituto montar un SIATE para verificar transmisión de contenidos en las salas de cine. Y creo que el Maestro Flores parte de la desconfianza, como es nuestra cultura, o sea, partimos de que te están contratando, van a incumplir y no. Pero lo que nada más quería comentar es que frente a esto existen mecanismos para ante incumplimientos o deficiencias en la prestación del servicio hacer los descuentos correspondientes.-----

Y el segundo comentario en relación a lo que comentaba el Licenciado Zárate, el que se establezca como criterio para asuntos subsecuentes que se presenten con fundamento en la fracción I del artículo 46, es responsabilidad de los vocales, de los que tienen voto si lo aceptan o no. Pero creo que no puede ser el supuesto de excepción el que fije el criterio, sino el caso concreto. O sea, en este caso no es porque sea la fracción la que te hable de la descripción del supuesto, es porque es CINEMEX, es porque es Google, que es evidente que no necesitamos abrir a tres la oferta. Porque, insisto, así te cotizara en cinco pesos CINEMARK y fuera una diferencia hasta de un 80 por ciento, no te serviría contratar con ellos para el propósito que se busca, no tendría los alcances y el impacto. Entonces, toda la construcción normativa que se deriva del 134 constitucional, que es el que habla del adecuado manejo de los recursos, lo que tratan de asegurar es sí mejores precios, pero no en detrimento de calidad del servicio. Y en ese sentido terminaría mi comentario, con la consideración, porque al final nosotros nada más somos asesores, lo que decimos nosotros lo pueden tomar en cuenta o no, ustedes votan, ustedes deciden, pero sí creo que tiene que pensarse en eso, que no es la fracción la que determina el criterio, es el asunto en concreto y necesariamente eso hace que sea casuístico, que se aplique o no. Si estamos ante hechos, ante proveedores que son así de grandes y así de globales seguramente que se tendrá que votar en sentido similar”. -----

El **Lic. Francisco Javier Zárate Ponce**, comentó: “Sí, estamos de acuerdo con el argumento. La referencia que hacía yo era en cuanto a que si esta excepción de licitación prevista en el Reglamento, cuando no existan bienes o servicios alternativos o sustitutos técnicamente razonables se aplica por razones de costos y de cobertura, es decir, no específicamente por razones técnicas del servicio, también tendremos que ser consecuentes en situaciones similares. Evidentemente cada caso es diferente y sí es distinto cuando hay un proveedor único de un servicio determinado, que cuando hay varios proveedores que ofrecen el mismo servicio, aunque con mejores costos y mejores coberturas”.-----

La **Lic. Claudia Edith Suárez Ojeda**, expuso: “De acuerdo a los comentarios que se han ido ya

asentando en el acta estenográfica y para efectos de precisión de algunos de ellos y complementarios a algunos otros, fundamentando mis comentarios en el numeral 2.37 de POBALINES, como miembro del Comité consideré importante contextualizar lo siguiente: Efectivamente, los asuntos que se dictaminan en este cuerpo colegiado, las responsabilidades para cada integrante de este Comité, quedan limitadas a su voto o comentario que emita u omita en lo particular respecto del asunto sometido a su consideración, con base en la documentación que les sea presentada. Precisamente por esta razón insistimos mucho, ya opinando como representante o responsable de un área contratante como es en este caso que intervenimos y fungimos tanto como vocales que tienen derecho a voto y a voz, y además tenemos la función también por manual, de orientar a las áreas solicitantes que requieran sobre las consultas que realicen sobre los procedimientos de contratación, allí es el tema complicado. La precisión a la que me referí al inicio es poder contextualizar que como derecho de todos y cada uno de los que estamos aquí, precisamente lo que nos respalda es la norma en el sentido de que podemos emitir, fundamentar y motivar los comentarios que hagamos, pero la importancia y la insistencia en las áreas de que todo quede documentado. Siempre en tiempos y, sobre todo ahora en Proceso Electoral, las áreas solicitantes se vuelven más sensibles hacia el tema de los tiempos, pero es necesario documentar todo lo que se pueda comentar en el Comité y lo que se tenga que cumplir como acuerdo posteriormente, para efecto de que el punto que se somete a dictaminación efectivamente acredite documentalmente lo que nosotros venimos a votar.-----

Dentro de este contexto y aunado al comentario que realiza la Licenciada Fabiola Navarro Luna, también el numeral de POBALINES 2.38 señala las responsabilidades del servidor público que solicita el caso de excepción, donde éste indica que 'queda bajo responsabilidad del servidor público que solicita el caso de excepción la documentación presentada, así como la selección del procedimiento de excepción, la fundamentación y la motivación, según las circunstancias que concurran en cada caso, en criterios de economía, eficiencia, eficacia, imparcialidad, honradez y transparencia que resulten procedentes para obtener las mejores condiciones para el Instituto', que emana precisamente de un mandato constitucional, como ya lo comentó la representante de la Dirección Jurídica Y todo esto sumado a que efectivamente y dentro también de las funciones y límites de responsabilidad que señala el manual de este Comité, consideramos importante que, si bien en el expediente se señala se pueda sustentar o vincular las distintas razones que ya están en él, como lo es en la página 42, el supuesto de excepción que se está invocando para este asunto creemos sí requiere las dos condiciones: Que no existan bienes o servicios alternativos o sustitutos, que el área, en la página 42, en el segundo párrafo, señala por qué este servicio para cumplir con este objetivo. Entonces podría complementarse con lo que ya se ha ido comentando por la Licenciada Claudia Gabriela García González, de por qué otro servicio sustituto no va a poder cumplir eficazmente con el objetivo que por comisión, por acuerdo o por COFIPE se le tiene que dar cumplimiento, lograr ese objetivo.-----

Y, por último, indicar que también el artículo 48 del Reglamento en esta Materia de Adquisiciones señala un principio básico, que creemos que se puede vincular de alguna manera con la gráfica y con la motivación que presenta el área, donde se ven las tres gráficas; cuando se ven las gráficas de los posibles oferentes, donde en el 48 habla de los procedimientos de invitación a cuando menos tres personas y en el cual la premisa básica es contar con tres ofertas que sean susceptibles de analizarse técnicamente y además, en principio, sea en condiciones de igualdad. Al menos visualmente esta gráfica nos da ese acreditamiento de que aunque convoquemos a un procedimiento de Invitación a Cuando Menos Tres Personas, con los requisitos establecidos en el anexo técnico, que también son totalmente responsabilidad del área solicitante, requirente o técnica que está fungiendo para cada contratación, no podríamos lograr este principio de invitación a cuando menos tres personas si el procedimiento es inviable. Esto es para que, si estos elementos pudieran considerarse por el área solicitante, pudieran vincularse y sostenerse en el documento”.-----

La **Lic. Claudia Gabriela García González**, expresó: “No entendí la solicitud”.-----

La **Lic. Claudia Edith Suárez Ojeda**, aclaró: “Sí. Se ha ido señalando que por qué la excepción si no se está justificando el que no haya un servicio o bien sustituto alternativo técnicamente razonable y que además hay un posible oferente. Entonces, en este caso, ustedes ya están señalando que el servicio idóneo para poder cumplir con su función, en el párrafo segundo de la página 42, es esta contratación. ¿Y quiénes son los oferentes? Esto en el tema de que a veces es fácil o más bien nos vamos en la línea de pensar que lo que estamos tratando de justificar es a los proveedores y no es así; lo que se justifica son los elementos que se integran y acreditan que el procedimiento de Licitación Pública o, en este caso que se comentaba de la invitación a cuando menos tres personas, no serían idóneos, porque no estaríamos en el monto de invitación y de la excepción sobre una invitación, pues esto nos refleja que no habría un comparativo técnico en condiciones de igualdad”.-----

Acto seguido, se tomó la votación sobre la aprobación de este punto del orden del día, quedando aprobado por unanimidad.-----

Por último, el **Lic. Fernando Flores Macías**, solicitó asentar en acta que “No se omite manifestar que las consideraciones anteriores tienen por objeto brindar únicamente una orientación general de índole estrictamente normativa con base en los antecedentes proporcionados, y no representan desde luego, una resolución a los asuntos planteados, ni prejuzgan acerca de las decisiones que tomen los integrantes de este Comité, ni de la posibilidad que en un futuro se lleven a cabo auditorías o revisiones respecto de los actos derivados de las mismas”.-----

Habiéndose agotado los puntos en el orden del día, el **Biól. Armando Contreras León** agradeció a todos su participación y dio por terminada la sesión.-----

LISTA DE FIRMANTES

Biol. Armando Contreras León
Presidente Suplente

Lic. Claudia Edith Suárez Ojeda
Secretaria Ejecutiva Suplente

Lic. Claudia García González
Vocal Suplente

Lic. Francisco Javier Zárate
Vocal Suplente

Lic. Fernando Flores Macías
Asesor Suplente

Lic. Fabiola Navarro
Asesora Jurídica
