

INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL
DIRECCIÓN EJECUTIVA DE ADMINISTRACIÓN
DIRECCIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

BASES PARA LICITACIÓN PÚBLICA NACIONAL
00100001-005/2004

“DISEÑO DE LA ESTRATEGIA, RACIONAL CREATIVO Y DISEÑO DE MATERIALES IMPRESOS Y AUDIOVISUALES PARA LA CAMPAÑA INTEGRAL DE EDUCACIÓN CÍVICA CAP/CAI Y DE PROMOCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA 2004-2006”

EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL, EN ADELANTE **“EL INSTITUTO”**, EN CUMPLIMIENTO DE LO DISPUESTO POR EL ARTÍCULO 134 DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, EN LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO Y SU REGLAMENTO, DECRETOS, CIRCULARES Y LINEAMIENTOS APLICABLES EN MATERIA DE ADQUISICIONES, A TRAVÉS DE LA DIRECCIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS, UBICADA EN PERIFÉRICO SUR 4124, 2º PISO, COLONIA EX-HACIENDA DE ANZALDO, CÓDIGO POSTAL 01900, MÉXICO, DISTRITO FEDERAL, CON TELÉFONOS 5728-2610, 5728-2611, 5728-2613 Y FAX 5728-27-86, CONVOCA A EMPRESAS NACIONALES, EN ADELANTE **“EL LICITANTE”**, A CONCURSAR EN LA LICITACIÓN PÚBLICA NACIONAL **00100001-005/2004**, AL TENOR DE LAS SIGUIENTES:

B A S E S

1. OBJETO DE LA LICITACIÓN

LA PRESENTE LICITACIÓN TIENE POR OBJETO LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO QUE PERMITA EL “DISEÑO DE LA ESTRATEGIA, RACIONAL CREATIVO Y DISEÑO DE MATERIALES IMPRESOS Y AUDIOVISUALES PARA LA CAMPAÑA INTEGRAL DE EDUCACIÓN CÍVICA CAP/CAI Y DE PROMOCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA 2004-2006”, DE CONFORMIDAD CON LAS ESPECIFICACIONES CONTENIDAS EN EL **ANEXO TÉCNICO** DE ESTAS BASES.

2. INFORMACIÓN ESPECÍFICA DE LA LICITACIÓN

- 2.1. LA PRESENTACIÓN DE LAS PROPUESTAS SERÁ EN IDIOMA ESPAÑOL.
- 2.2. LAS BASES SE PODRÁN ADQUIRIR A PARTIR DE LA FECHA DE PUBLICACIÓN DE LA CONVOCATORIA Y HASTA, INCLUSIVE, EL SEXTO DÍA NATURAL PREVIO AL ACTO DE PRESENTACIÓN Y APERTURA DE PROPOSICIONES.
- 2.3. **“EL LICITANTE”** QUE ADQUIERA LAS BASES A TRAVÉS DEL SISTEMA COMPRANET, DEBERÁ ACUDIR AL DEPARTAMENTO DE ADQUISICIONES DE LA DIRECCIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS, UBICADO EN PERIFÉRICO SUR 4124, 2° PISO, COLONIA EXHACIENDA DE ANZALDO, MÉXICO, D. F., A RECOGER, PREVIA PRESENTACIÓN DE SU RECIBO DE PAGO CORRESPONDIENTE, EL DOCUMENTO DE LOS APÉNDICES DEL ANEXO TÉCNICO DE ESTAS BASES (MEDIO MAGNÉTICO)..

2.4. COSTO DE LAS BASES

EN LA DIRECCIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS, UBICADA EN PERIFÉRICO SUR 4124, 2° PISO, COLONIA EX-HACIENDA DE ANZALDO, DELEGACIÓN ALVARO OBREGÓN, CÓDIGO POSTAL 01090, MÉXICO, D.F., ESTAS BASES TIENEN UN COSTO DE **\$484.44 (CUATROCIENTOS OCHENTA Y CUATRO PESOS 44/100 M.N.)**, QUE SERÁ CUBIERTO CON CHEQUE CERTIFICADO O DE CAJA A FAVOR DE EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL, EL CHEQUE SERÁ RECIBIDO CONTRA ENTREGA DE LAS BASES. POR COMPRANET ESTAS BASES TIENEN UN COSTO DE **\$440.40 (CUATROCIENTOS CUARENTA PESOS 40/100 M.N.)**, QUE SERÁ CUBIERTO DE ACUERDO A LOS REQUERIMIENTOS DEL SISTEMA.

ANTES DE ADQUIRIR LAS BASES “EL LICITANTE” PODRÁ CONSULTARLAS.

2.5. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS

LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS SOLICITADOS SE ENCUENTRAN EN EL ANEXO TÉCNICO DE ESTAS BASES.

2.6. TIEMPO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO SERÁ A PARTIR DEL DIA HÁBIL SIGUIENTE DE LA FIRMA DEL CONTRATO Y HASTA EL 31 DE DICIEMBRE DE 2006.

2.7. VIGENCIA DEL CONTRATO

LA VIGENCIA DEL CONTRATO, SERÁ A PARTIR DEL DÍA SIGUIENTE DE SU FIRMA Y HASTA EL 31 DE DICIEMBRE. DE 2004; PARA LOS EJERCICIOS 2005 Y 2006 “**EL INSTITUTO**” PREVERÁ LA DISPONIBILIDAD PRESUPUESTAL CORRESPONDIENTE, QUEDANDO SUJETA A LA APROBACIÓN DEL PRESUPUESTO POR PARTE DEL H. CONGRESO DE LA UNIÓN

2.8. TIEMPO DE ENTREGA

“**EL LICITANTE**” GANADOR DEBERÁ ENTREGAR EL DISEÑO DE LA ESTRATEGIA, RACIONAL CREATIVO Y DISEÑO DE MATERIALES IMPRESOS Y AUDIOVISUALES A LOS SERVIDORES PÚBLICOS DE LA DIRECCIÓN EJECUTIVA DE CAPACITACIÓN ELECTORAL Y EDUCACIÓN CÍVICA, CONFORME AL TRABAJO ESTABLECIDO EN EL **ANEXO TÉCNICO**.

2.9. CONFIDENCIALIDAD

“**EL LICITANTE**” SE OBLIGARÁ POR ESCRITO, EN TÉRMINOS DEL **ANEXO 6**, A NO DIVULGAR LA INFORMACIÓN A QUE TENGA ACCESO NI EL RESULTADO DE LOS SERVICIOS MOTIVO DE LA PRESENTE LICITACIÓN, YA QUE TODA INFORMACIÓN PREVIA Y LOS RESULTADOS QUE SE GENEREN DE DICHS SERVICIOS, ES PROPIEDAD DE “**EL INSTITUTO**” Y TIENE CARÁCTER DE CONFIDENCIAL.

POR LO ANTERIOR, “**EL LICITANTE**” GANADOR QUEDA OBLIGADO, POR EL SOLO ACTO DE HABER CONCURSADO, A NO UTILIZAR POR SÍ O POR INTERPÓSITA PERSONA LA INFORMACIÓN, DATOS Y RESULTADOS DERIVADOS DE SU PARTICIPACIÓN EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO OBJETO DE ESTA LICITACIÓN, PARA SU DIVULGACIÓN EN CONFERENCIAS, INFORMES, REPORTE O CUALQUIER OTRO MEDIO YA SEA ESCRITO, ORAL, ELECTRÓNICO O DE CUALQUIER OTRO TIPO Y TAMPOCO PODRÁ UTILIZARLOS EN BENEFICIO PROPIO COMO BASE DE UN NUEVO DISEÑO SIN LA PREVIA Y EXPRESA AUTORIZACIÓN DE “**EL INSTITUTO**”.

PARA EL CASO DE INCUMPLIMIENTO “**EL INSTITUTO**” SE RESERVA EL DERECHO DE EJERCITAR LA ACCIÓN QUE CORRESPONDA ANTE LAS AUTORIDADES RESPECTIVAS, LAS CUALES PUEDEN SER CIVILES, PENALES O DE CUALQUIER OTRA ÍNDOLE.

2.10. **DERECHOS DE AUTOR**

“**EL LICITANTE**” GANADOR RECONOCE QUE LOS DERECHOS DE AUTOR QUE PUDIERAN SURGIR DE LOS TRABAJOS DERIVADOS DE ESTA LICITACIÓN, PERTENECERÁN DE MANERA EXCLUSIVA A “**EL INSTITUTO**”, TODA VEZ QUE SUS SERVICIOS SON RETRIBUIDOS DE CONFORMIDAD CON LA LEGISLACIÓN MEXICANA EN MATERIA DE DERECHOS DE AUTOR.

EN RAZÓN DE LO ANTERIOR, “**EL LICITANTE**” GANADOR CONVIENE Y ACEPTA EXPRESAMENTE QUE “**EL INSTITUTO**” PODRÁ HACER USO DE MANERA ILIMITADA DE TODOS Y CADA UNO DE LOS PRODUCTOS, MATERIALES Y DOCUMENTOS QUE SE REALICEN A LO LARGO DE LA VIGENCIA DEL CONTRATO QUE DERIVARÁ DE ESTA LICITACIÓN, ASÍ COMO A EDITARLOS CONFORME A SUS REQUERIMIENTOS, SIN TENER DERECHO ALGUNO “**EL LICITANTE**” GANADOR A RECLAMAR EN LO FUTURO POR DICHOS CONCEPTOS.

2.11. **VISITAS Y VERIFICACIÓN**

“**EL LICITANTE**” OTORGARÁ TODAS LAS FACILIDADES PARA QUE PERSONAL DE “**EL INSTITUTO**” PUEDA EFECTUAR LAS VISITAS QUE JUZGUE NECESARIAS A SUS INSTALACIONES.

“**EL INSTITUTO**” SE RESERVA EL DERECHO DE VERIFICAR LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA POR “**EL LICITANTE**”, TANTO LA QUE SE DESPRENDE DE ESTAS BASES, COMO CUALQUIER OTRA QUE SOLICITE PARA ACLARACIÓN.

2.12. **GARANTÍA**

“**EL LICITANTE**” QUE RESULTE ADJUDICADO ENTREGARÁ UNA GARANTÍA PARA EL CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO CORRESPONDIENTE, POR EL MONTO TOTAL ANUAL DEL MISMO, SIN INCLUIR EL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO, MEDIANTE FIANZA EXPEDIDA POR UNA AFIANZADORA MEXICANA CONSTITUIDA CONFORME A LAS LEYES MEXICANAS, DICHA FIANZA DEBERÁ SER RENOVADA ANUALMENTE POR EL IMPORTE ESTIPULADO PARA CADA EJERCICIO FISCAL (**2004, 2005 Y 2006**), EN LOS TÉRMINOS DEL **ANEXO 8**, A FAVOR DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL. ESTA GARANTÍA DEBERÁ PRESENTARSE A MÁS TARDAR DENTRO DE

LOS 10 DÍAS NATURALES SIGUIENTES A LA FIRMA DEL CONTRATO CORRESPONDIENTE.

2.13. PRECIO

LOS PRECIOS SE COTIZARÁN EN MONEDA NACIONAL Y SERÁN FIRMES PARA EL AÑO 2004; PARA 2005 SE LE INCREMENTARÁ CON EL ÍNDICE INFLACIONARIO RECONOCIDO POR EL BANCO DE MÉXICO DEL AÑO 2004 Y PARA 2006 EL CORRESPONDIENTE A 2005 HASTA LA PRESTACIÓN COMPLETA DEL SERVICIO, MEDIANTE PAGOS MENSUALES VENCIDOS, DE ACUERDO AL CALENDARIO DE ACTIVIDADES PROPUESTO POR “**EL LICITANTE**” GANADOR (CRONOGRAMA), SEGÚN EL PUNTO V, INCISO D) DEL ANEXO TÉCNICO DE ESTAS BASES.

2.14. CONDICIONES DE PAGO

LA FECHA DEL PAGO DEL SERVICIO RECIBIDO A PLENA SATISFACCIÓN DE “**EL INSTITUTO**”, SERÁ A LOS 20 DÍAS NATURALES POSTERIORES A LA PRESENTACIÓN DE LA FACTURA CORRESPONDIENTE, SIEMPRE Y CUANDO SE ENCUENTRE DEBIDAMENTE REQUISITADA Y ACEPTACIÓN DE LOS SERVICIOS RECIBIDOS.

2.15. IMPUESTOS Y DERECHOS

TODOS LOS IMPUESTOS Y DERECHOS QUE PROCEDAN SERÁN CUBIERTOS POR “**EL LICITANTE**”, TRASLADANDO A “**EL INSTITUTO**” ÚNICAMENTE EL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO.

2.16. COMPROMISO EN EL USO DE LA CAMPAÑA GANADORA

“**EL INSTITUTO**” SE COMPROMETE A UTILIZAR ÚNICA Y EXCLUSIVAMENTE LAS ESTRATEGIAS Y CREATIVIDAD DE LA PROPUESTA TÉCNICA DE “**EL LICITANTE**” GANADOR Y LAS QUE DERIVEN DE LA MISMA.

3. MODIFICACIONES QUE PODRÁN EFECTUARSE

“**EL INSTITUTO**” CON FUNDAMENTO EN EL ART. 33 DE LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO, PODRÁ MODIFICAR LAS BASES DE LA LICITACIÓN A PARTIR DE LA FECHA DE PUBLICACIÓN DE LA CONVOCATORIA Y HASTA INCLUSIVE, EL SEXTO DÍA NATURAL PREVIO AL ACTO DE PRESENTACIÓN Y APERTURA DE PROPUESTAS; PARA ELLO, PUBLICARÁ UN AVISO EN LA SECCIÓN

ESPECIALIZADA DEL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN, A FIN DE QUE LOS INTERESADOS QUE HAYAN ADQUIRIDO LAS BASES CONCURRAN ANTE “**EL INSTITUTO**” PARA CONOCER DE MANERA ESPECÍFICA LAS MODIFICACIONES RESPECTIVAS.

4. INTEGRACIÓN DE LAS PROPUESTAS

PARA EL ACTO DE PRESENTACIÓN Y APERTURA DE PROPUESTAS, LOS LICITANTES DEBERÁN INTEGRAR DOS SOBRES DEBIDAMENTE IDENTIFICADOS Y CERRADOS CONFORME A LO ESTIPULADO EN EL ARTÍCULO 34 DE “**LA LEY**”.

LOS INTERESADOS QUE NO SE ENCUENTREN EN ALGUNO DE LOS SUPUESTOS A QUE SE REFIERE EL ARTÍCULO 50 DE LA LEY, PODRÁN PARTICIPAR AGRUPÁNDOSE DE ACUERDO CON EL ARTÍCULO 34, SEGUNDO PÁRRAFO, DE LA MISMA LEY Y AL ARTÍCULO 31 DE SU REGLAMENTO.

4.1 PROPUESTA TÉCNICA

EN EL PRIMER SOBRE SE INCLUIRÁ EN PAPEL MEMBRETEADO DE “**EL LICITANTE**”, LA DOCUMENTACIÓN DE LA PROPUESTA TÉCNICA QUE CUMPLA CON LAS ESPECIFICACIONES Y REQUISITOS CONTENIDOS EN EL **ANEXO TÉCNICO** DE ESTAS BASES, SEPARANDO DENTRO DEL MISMO SOBRE EL ORIGINAL DE SU COPIA, DE SER POSIBLE CON NUMERACIÓN CONSECUTIVA EN CADA UNA DE LAS HOJAS, SEÑALANDO EL NÚMERO QUE LE CORRESPONDE CON RESPECTO AL TOTAL DE LAS MISMAS, ASIMISMO ENGARGOLADAS, TODO ESTO PARA FACILITAR SU REVISIÓN.

EN EL PRIMER SOBRE ADEMÁS DE LA DOCUMENTACIÓN PRECISADA ANTERIORMENTE, SE INCLUIRÁ, EN ORIGINAL Y COPIA, LO SIGUIENTE.

- a) FORMATO SEGÚN **ANEXO 1**.
- b) FORMATO SEGÚN **ANEXO 2**.
- c) CARTA PODER DE ACUERDO AL **ANEXO 3**, EN CASO DE QUE EL REPRESENTANTE LEGAL DESIGNE A UNA TERCERA PERSONA, ASÍ COMO IDENTIFICACIÓN OFICIAL VIGENTE, PASAPORTE O CREDENCIAL PARA VOTAR, TANTO DEL PODERDANTE COMO DEL APODERADO.

- d) CURRÍCULUM DE “**EL LICITANTE**” QUE DEMUESTRE EXPERIENCIA MÍNIMA DE DOS AÑOS, CONFORME AL OBJETO SEÑALADO EN SU ACTA CONSTITUTIVA, QUE INCLUYA HABER REALIZADO CAMPAÑAS Y DISEÑOS SIMILARES A LOS SOLICITADOS EN LA PRESENTE LICITACIÓN, ASÍ COMO PRESENTAR RELACIÓN DE CUANDO MENOS CINCO DE SUS PRINCIPALES CLIENTES, INCLUYENDO NOMBRE, DIRECCIÓN, TELÉFONO Y PERSONA A CONTACTAR.
- e) MANIFESTACIÓN DE NO ENCONTRARSE EN LOS SUPUESTOS DEL ARTÍCULO 50 DE “**LA LEY**” SEGÚN **ANEXO 4**.
- f) MANIFESTACIÓN DE NO ENCONTRARSE EN LOS SUPUESTOS DEL ARTÍCULO 50, FRACCIÓN II, DE “**LA LEY**”, ASÍ COMO EN EL ARTÍCULO 8 FRACCIÓN XX DE LA LEY FEDERAL DE RESPONSABILIDADES ADMINISTRATIVAS DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS, PRESENTARÁ EN PAPEL MEMBRETEADO DE “**EL LICITANTE**” EL FORMATO IDENTIFICADO COMO **ANEXO 5**.
- g) ESCRITO POR EL QUE DECLARE, BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, QUE EN EL PERÍODO DE UN AÑO COMO MÍNIMO, NI EN EL PRESENTE AÑO NI DURANTE LA VIGENCIA DEL CONTRATO, NINGUNO DE LOS ACCIONISTAS, ADMINISTRADORES O PERSONAL DEL LICITANTE QUE INTERVENDRÁ EN LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS, HA FORMADO NI FORMARÁ PARTE DE LOS COMITÉS DIRECTIVOS A NIVEL NACIONAL, ESTATAL O MUNICIPAL DE ALGÚN PARTIDO POLÍTICO O AGRUPACIÓN POLÍTICA NACIONAL, NI SON FUNCIONARIOS DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL O DE ALGUNA DEPENDENCIA DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL, ESTATAL O MUNICIPAL, NI DE LOS PODERES LEGISLATIVO O JUDICIAL A NIVEL FEDERAL O ESTATAL.
- h) ESCRITO POR EL QUE DECLARE, BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, QUE DISPONE DE LOS RECURSOS HUMANOS Y TÉCNICOS, ASÍ COMO CON LA INFRAESTRUCTURA ADECUADA Y LOS DEMÁS ELEMENTOS NECESARIOS PARA EL BUEN CUMPLIMIENTO Y DESARROLLO DE LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS.
- i) CURRÍCULA DE LAS PERSONAS QUE INTERVENDRÁN EN LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS PARA EFECTOS DE ACREDITACIÓN, QUIENES DEBERÁN CONTAR CON LA EXPERIENCIA SEÑALADA EN EL **ANEXO**

TÉCNICO.

- j) ESCRITO DE CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN UTILIZADA EN LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS, ASÍ COMO DE SUS RESULTADOS, EN TÉRMINOS DEL **ANEXO 6**.
- k) COMPROBANTE DE CUMPLIMIENTO DE LA NORMA OFICIAL MEXICANA, LAS NORMAS MEXICANAS, Y A FALTA DE ESTAS LAS NORMAS INTERNACIONALES O, EN SU CASO LAS NORMAS DE REFERENCIA, DE NO EXISTIR ESTAS, ESCRITO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD QUE NO EXISTEN
- l) COMPROBANTE DE COMPRA DE BASES.
- m) IDENTIFICACIÓN OFICIAL VIGENTE DEL REPRESENTANTE LEGAL, PASAPORTE O CREDENCIAL PARA VOTAR.

LA DOCUMENTACIÓN COMPLEMENTARIA A QUE SE REFIEREN LOS INCISOS l) Y m), DEBERÁN PRESENTARSE A ELECCIÓN DE “**EL LICITANTE**”, DENTRO O FUERA DEL SOBRE DE LA PROPUESTA TÉCNICA. INDEPENDIEMENTE DE LO ANTERIOR, **EN EL ORIGINAL Y EN LA COPIA DE LA PROPUESTA TÉCNICA SE DEBERÁ PRESENTAR COPIA FOTOSTÁTICA DE ESTOS DOCUMENTOS.**

CADA HOJA CONTENDRÁ LA FIRMA AUTÓGRAFA DE QUIEN POSEA EL PODER PARA CONTRATAR Y OBLIGAR A “**EL LICITANTE**”.

EN LA PROPUESTA TÉCNICA POR NINGÚN MOTIVO DEBERÁN INCORPORARSE PRECIOS.

4.2. **PROPUESTA ECONÓMICA**

EN EL SEGUNDO SOBRE, CERRADO EN FORMA INVOLABLE, SE PRESENTARÁ EN PAPEL MEMBRETEADO DE LA EMPRESA, LA PROPUESTA ECONÓMICA, SEPARANDO DENTRO DEL MISMO SOBRE, EL ORIGINAL DE SU COPIA, DE ACUERDO A LO SIGUIENTE:

- a) MECANOGRAFIADA, SIN TACHADURAS NI ENMENDADURAS Y COMO PORTADA DE ESTE DOCUMENTO SE PRESENTARÁ EL FORMATO SEÑALADO COMO **ANEXO 9**.
- b) DE SER POSIBLE CON NUMERACIÓN CONSECUTIVA EN CADA UNA DE

LAS HOJAS, SEÑALANDO EL NÚMERO QUE LE CORRESPONDE CON RESPECTO AL TOTAL DE LAS MISMAS, Y ENGARGOLADAS PARA FACILITAR SU REVISIÓN.

SI POR ALGUNA CAUSA LAS PROPUESTAS ECONÓMICAS NO SE PRESENTAN ENGARGOLADAS Y CON NUMERACIÓN CONSECUTIVA, ESTO NO SERÁ MOTIVO DE DESCALIFICACIÓN.

- c) SERÁ EN MONEDA NACIONAL Y CONTENDRÁ LOS ASPECTOS RELATIVOS A LAS CONDICIONES DE PAGO SEÑALADAS EN ESTAS BASES.
- d) CADA HOJA DE LA COTIZACIÓN DEBERÁ PRESENTARSE CON FIRMA AUTÓGRAFA DE QUIEN POSEA EL PODER PARA CONTRATAR Y OBLIGAR A **“EL LICITANTE”**.

EN LA ELABORACIÓN DE SU PROPUESTA ECONÓMICA, **“EL LICITANTE”** DEBERÁ CONSIDERAR LOS SIGUIENTES ASPECTOS:

TODOS LOS IMPUESTOS, DERECHOS Y CONTINGENCIAS, CUBRIENDO UN PERÍODO QUE ABARCA DESDE QUE SE FIRME EL CONTRATO HASTA EL 31 DE DICIEMBRE DE 2006.

- A) PARA EL CASO DE MEDIOS ELECTRÓNICOS, LA PROPUESTA DEBERÁ CONSIDERAR LOS SIGUIENTES MATERIALES EJECUCIONALES, EN VERSIONES DE 30 SEGUNDOS:

CUADRO DE PRODUCCIÓN DE SPOTS PARA RADIO Y TELEVISIÓN 2004-2006

ETAPAS	2004		2005		2006	
	TV	RADIO	TV	RADIO	TV	RADIO
EDUCACIÓN CÍVICA, CULTURA POLÍTICA IMAGEN INSTITUCIONAL	5	8	3	4	2	2
ACTUALIZACIÓN DEL PADRÓN ELECTORAL	7	12	7	8	5	8
PROMOCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA	0	0	10	11	13	15
TOTAL	12	20	20	23	20	25
T.V.	52					
RADIO	68					

10 GUIONES PARA CÁPSULAS DE PERIFONEO Y 12 GUIONES PARA CINE MINUTOS.

B) PARA EL CASO DEL DISEÑO (ARTE) DE LOS MATERIALES PARA IMPRESOS, MEDIOS EXTERIORES Y ALTERNATIVOS, “**EL LICITANTE**” DEBERÁ CONSIDERAR VERSIONES (DE ACUERDO CON SU ESTRATEGIA) BOCETOS Y FORMATOS, HASTA ORIGINAL MECÁNICO Y DIGITAL (CD).

PARA CADA SUBCAMPAÑA, DEBERÁN CONSIDERARSE POR LO MENOS 2 VERSIONES DE LOS SIGUIENTES MATERIALES:

- ?? AUTOBUSES URBANOS, (PUBLICIDAD INTEGRAL)
- ?? AUTOBUSES URBANOS (MEDALLÓN Y AMBOS LATERALES)
- ?? MICROBUSES (AMBOS LATERALES Y MEDALLÓN).
- ?? DOBELAS LATERALES SUPERIOR EN EL METRO (D.F.)

- ?? PARABUSES.
- ?? PUBLIMÓVILES.
- ?? CAJAS DE TRAILER.
- ?? PÁGINA DE INTERNET
- ?? ESPECTACULARES
- ?? BARDAS

C) PARA CADA SUBCAMPAÑA DEBERÁN CONSIDERARSE POR LO MENOS 2 VERSIONES ANUALES DE LOS SIGUIENTES FORMATOS:

- ?? PLANAS
- ?? MEDIAS PLANAS
- ?? DOBLES MEDIAS PLANAS
- ?? ROBAPLANAS
- ?? CINTILLOS

D) PARA EL CASO DE LOS MATERIALES IMPRESOS (QUE PRODUCIRÁ EL INSTITUTO), DEBERÁN CONSIDERARSE LAS SIGUIENTES VERSIONES:

- ?? CARTELES (40 VERSIONES)
- ?? MANTAS, TRÍPTICOS, GALLARDETES Y VOLANTES (BOCETOS "TIPO", RACIONAL Y MANUAL DE APLICACIÓN GRÁFICA)
- ?? ELABORACIÓN DE ORIGINALES PARA PORTADAS DE DIVERSAS PUBLICACIONES, DE ACUERDO CON LOS LINEAMIENTOS DEL MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA (30 VERSIONES)

E) LA PRODUCCIÓN DE MATERIALES PARA MEDIOS ELECTRÓNICOS, LA CONTRATACIÓN Y LA PRODUCCIÓN DE LOS MEDIOS EXTERIORES SERÁN

LICITADAS PÚBLICAMENTE POR EL INSTITUTO; LA CONTRATACIÓN DE TIEMPOS EN LOS MEDIOS ELECTRÓNICOS SE LLEVARÁ A CABO A TRAVÉS DE TIEMPOS OFICIALES DE RTC Y LA DE MEDIOS IMPRESOS A TRAVÉS DE LOS CONVENIOS QUE TIENE LA COORDINACIÓN NACIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL INSTITUTO CON PERIÓDICOS Y REVISTAS, POR LO QUE LAS AGENCIAS NO DEBERÁN CONTEMPLAR EN SU PROPUESTA ECONÓMICA, DICHS COSTOS NI COMISIONES.

4.3 POLÍTICAS PRESUPUESTALES PARA “EL LICITANTE” GANADOR

POLÍTICAS PRESUPUESTALES

1. “EL LICITANTE” GANADOR DEBERÁ SOSTENER SU POSTURA ECONÓMICA, Y NO PODRÁ MODIFICARLA BAJO NINGUNA CIRCUNSTANCIA, RESPETANDO LA TOTALIDAD DEL SERVICIO OFRECIDO HASTA EL ÚLTIMO DÍA DE VIGENCIA DEL CONTRATO OBJETO DE LA PRESENTE LICITACIÓN PÚBLICA.
2. LOS ERRORES COMETIDOS POR “EL LICITANTE”, ASÍ COMO LOS PROYECTOS CREATIVOS NO AUTORIZADOS POR EL INSTITUTO, SERÁN ABSORBIDOS POR “EL LICITANTE”.
3. EL INSTITUTO SE RESERVA EL DERECHO DE SOLICITAR LOS CAMINOS CREATIVOS NECESARIOS, HASTA ENTERA SATISFACCIÓN

5. PROCEDIMIENTO DE LA LICITACIÓN.

TODOS LOS EVENTOS SE REALIZARÁN EN EL SALÓN DE USOS MÚLTIPLES DE LA DIRECCIÓN EJECUTIVA DE ADMINISTRACIÓN UBICADA EN PERIFÉRICO SUR 4124, PRIMER PISO, COLONIA EX-HACIENDA DE ANZALDO, DELEGACIÓN ALVARO OBREGÓN, MÉXICO, DISTRITO FEDERAL.

A TODOS LOS EVENTOS PODRÁ ASISTIR CUALQUIER INTERESADO PERO NO TENDRÁ VOZ, SÓLO PODRÁN PARTICIPAR AQUELLOS QUE HAYAN ADQUIRIDO LAS BASES Y LO DEMUESTRE MEDIANTE SU RECIBO DE PAGO CORRESPONDIENTE.

a) **JUNTAS ACLARATORIAS.**

LOS DÍAS 30 DE ABRIL A LAS 18: 00 HORAS Y 7 DE MAYO DE 2004 A LAS 18:00 HORAS, TENDRÁN LUGAR JUNTAS ACLARATORIAS CON OBJETO DE QUE “**EL INSTITUTO**” PUEDA ACLARAR CUALQUIER DUDA QUE TENGAN LOS LICITANTES RESPECTO A ESTA LICITACIÓN, DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN LA NORMATIVIDAD DE LA MATERIA, LAS ACLARACIONES SE HARÁN SOLAMENTE A LOS QUE COMPRUEBEN LA COMPRA DE BASES MEDIANTE COPIA DE SU RECIBO.

TODAS LAS PREGUNTAS, RESPUESTAS Y ACLARACIONES QUE AHÍ SE ENTREGUEN PASARÁN A FORMAR PARTE INTEGRAL DE ESTAS BASES Y POR LO MISMO OBLIGAN POR IGUAL A TODOS LOS PARTICIPANTES AÚN Y CUANDO NO SE HUBIEREN PRESENTADO O NO HUBIESEN FIRMADO EL ACTA DE LA REUNIÓN, SIN MENOSCABO DE LAS PREGUNTAS QUE LOS PARTICIPANTES QUE HAYAN ADQUIRIDO LAS BASES HAGAN EN ESTA JUNTA ACLARATORIA. A LAS PERSONAS QUE NO HAYAN ADQUIRIDO LAS BASES SE LES PERMITIRÁ SU ASISTENCIA SIN PODER FORMULAR PREGUNTAS.

PARA FACILITAR LA REALIZACIÓN DEL EVENTO, SE SOLICITA A LOS LICITANTES PRESENTEN POR ESCRITO, EN PAPEL MEMBRETEADO, A MÁS TARDAR CON 24 HORAS DE ANTICIPACIÓN SUS SOLICITUDES DE ACLARACIÓN, LAS CUALES DEBERÁN SER ACOMPAÑADAS DE LA RESPECTIVA COPIA DEL COMPROBANTE DE COMPRA DE BASES Y PODRÁN SER ENTREGADAS EN EL SEGUNDO PISO DEL DOMICILIO ANTES CITADO, EN LA SUBDIRECCIÓN DE RECURSOS MATERIALES, AL FAX 5728 2786 O A LA DIRECCIÓN ELECTRÓNICA aclarac@ife.org.mx

b) **PRIMERA ETAPA-** ACTO DE PRESENTACIÓN DE LAS PROPUESTAS DE LOS LICITANTES Y DE APERTURA DE PROPUESTAS TÉCNICAS.

EL ACTO DE PRESENTACIÓN DE PROPOSICIONES Y DE APERTURA DE LAS PROPUESTAS TÉCNICAS SE LLEVARÁ A CABO **EL DÍA 13 DE MAYO DE 2004 A LAS 10:00 HORAS.**

DESPUÉS DE LA HORA ANTES CITADA NO SE ADMITIRÁ LA ENTRADA A NINGÚN LICITANTE EN ESTE ACTO.

EN ESTE EVENTO “**EL LICITANTE**” ENTREGARÁ LOS DOS SOBRES SEÑALADOS EN EL PUNTO NÚMERO 4 DE LAS PRESENTES BASES, ASÍ COMO LA DOCUMENTACIÓN COMPLEMENTARIA SEÑALADA EN EL PUNTO 4.1, PROCEDIÉNDOSE A LA RECEPCIÓN Y REVISIÓN DE LA DOCUMENTACIÓN CONTENIDA EN EL PRIMER SOBRE DE CADA LICITANTE, MISMA QUE SE HARÁ EN FORMA CUANTITATIVA, SIN ENTRAR EL ANÁLISIS DETALLADO DE SU CONTENIDO, EL CUAL SE REALIZARÁ DURANTE EL PROCESO DE EVALUACIÓN DE LAS PROPUESTAS.

LAS PROPUESTAS TÉCNICAS SERÁN FIRMADAS CUANDO MENOS POR UN LICITANTE Y DOS SERVIDORES PÚBLICOS DE “**EL INSTITUTO**” PRESENTES Y SE PROCEDERÁ A LEVANTAR EL ACTA CIRCUNSTANCIADA CORRESPONDIENTE.

LOS SOBRES DE LAS PROPUESTAS ECONÓMICAS, SIN SER ABIERTOS, SERÁN FIRMADOS POR TODOS LOS LICITANTES Y SERVIDORES PÚBLICOS DE “**EL INSTITUTO**” PRESENTES Y QUEDARÁN BAJO LA CUSTODIA DE LA CONTRALORÍA INTERNA DE “**EL INSTITUTO**”.

EN ESTE ACTO SE REALIZARÁ EL SORTEO QUE SE MENCIONA EN EL ANEXO TÉCNICO PUNTO V INCISO G).

c) **EVALUACIÓN DE PROPUESTAS TÉCNICAS.**

SOLAMENTE CALIFICARÁN LAS PROPUESTAS QUE CUMPLAN CON TODOS LOS REQUISITOS SOLICITADOS EN ESTAS BASES Y DE CONFORMIDAD CON LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN SEÑALADOS EN EL **ANEXO TÉCNICO**.

DE IGUAL FORMA NO SERÁ SOLVENTE LA PROPUESTA TÉCNICA DE AQUEL LICITANTE QUE PRESENTE FALSEDAD EN LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA.

d) **SEGUNDA ETAPA-** ACTO DE APERTURA DE PROPUESTAS ECONÓMICAS.

EL ACTO DE APERTURA DE PROPUESTAS ECONÓMICAS SE LLEVARÁ A CABO **EL DÍA 20 DE MAYO DE 2004 A LAS 10:00 HORAS..**

EN ESTE ACTO SE COMUNICARÁ EL DICTAMEN TÉCNICO DE LA LICITACIÓN; SE INFORMARÁ A LOS LICITANTES CUYAS PROPUESTAS

TÉCNICAS HAYAN SIDO RECHAZADAS Y LOS MOTIVOS QUE LO ORIGINARON.

A CONTINUACIÓN, SE PROCEDERÁ A LA APERTURA DE LOS SOBRES DE LAS PROPUESTAS ECONÓMICAS DE LOS LICITANTES CUYAS PROPUESTAS TÉCNICAS FUERON ACEPTADAS, INCLUSIVE AQUELLAS DE LOS PARTICIPANTES QUE NO SE ENCUENTREN PRESENTES, QUIENES ACEPTARÁN LOS COMPROMISOS Y ACUERDOS QUE SE DERIVEN DE ESTE ACTO, MISMAS QUE SE FIRMARÁN POR LOS PARTICIPANTES Y SERVIDORES PÚBLICOS PRESENTES Y SE PROCEDERÁ A LEVANTAR EL ACTA CIRCUNSTANCIADA RESPECTIVA.

e) **ACTO DE FALLO.**

EL FALLO DE LA LICITACIÓN SERÁ DADO A CONOCER **EL DÍA 25 DE MAYO DE 2004 A LAS 14:000 HRS.**

TODAS Y CADA UNA DE LAS ACTAS CIRCUNSTANCIADAS LEVANTADAS DURANTE LOS ACTOS DEL PROCESO LICITATORIO, COMO SON LA JUNTA ACLARATORIA, LA DEL ACTO DE PRESENTACIÓN Y APERTURA DE PROPOSICIONES Y LA DEL FALLO DE LA LICITACIÓN, SERÁN PUESTAS A DISPOSICIÓN DE LOS LICITANTES QUE NO ASISTIERON A LOS ACTOS CORRESPONDIENTES, EN LA DIRECCIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS, UBICADA EN PERIFÉRICO SUR 4124, SEGUNDO PISO, COL. EX- HACIENDA DE ANZALDO, C.P. 01090, MÉXICO D.F. DE IGUAL FORMA LA CONVOCATORIA, LAS BASES DE LA LICITACIÓN, LAS ACTAS DE JUNTA DE ACLARACIONES Y DE FALLO, LOS INTERESADOS LAS PODRÁN CONSULTAR A TRAVÉS DEL SISTEMA COMPRANET.

EN VIRTUD DE LO ANTERIOR, DICHO PROCEDIMIENTO SUSTITUYE A LA NOTIFICACIÓN PERSONAL DE LOS LICITANTES QUE NO ASISTIEREN A LOS SEÑALADOS ACTOS.

6. **CRITERIOS PARA LA ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO.**

a) CONFORME A LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS EN EL PUNTO IX DEL ANEXO TÉCNICO.

- b) LA DETERMINACIÓN DE QUIÉN ES “**EL LICITANTE**” GANADOR, SE HARÁ TENIENDO COMO FUNDAMENTO LO DISPUESTO EN EL ARTÍCULO 36 DE LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO Y 42 DE SU REGLAMENTO
- c) LOS CRITERIOS QUE SE APLICARÁN PARA ADJUDICAR EL CONTRATO SERÁN LOS SIGUIENTES:

CON BASE EN EL RESULTADO QUE SE OBTENGA DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA INDICADA EN LOS PUNTOS ANTERIORES, SE CONSIDERARÁ GANADORA AQUELLA PROPUESTA QUE RESULTE MÁS CONVENIENTE PARA “**EL INSTITUTO**”, EN CASO DE QUE DOS O MÁS PROPOSICIONES SATISFAGAN LA TOTALIDAD DE LOS REQUERIMIENTOS, EL SERVICIO SE ADJUDICARÁ A QUIEN PRESENTE LA PROPOSICIÓN CUYO PRECIO SEA EL MÁS BAJO, EN CASO DE EMPATE SE RESOLVERÁ POR EL PROCEDIMIENTO DE INSACULACIÓN.

7. FIRMA DEL CONTRATO.

7.1 EL REPRESENTANTE LEGAL DE “**EL LICITANTE**” GANADOR, DEBERÁ ENTREGAR AL DÍA SIGUIENTE DE LA NOTIFICACIÓN DEL FALLO, ORIGINAL O COPIA CERTIFICADA Y COPIA SIMPLE PARA SU COTEJO DE LOS SIGUIENTES DOCUMENTOS:

- a) ACTA CONSTITUTIVA DE LA EMPRESA EN LA QUE CONSTE QUE DESEMPEÑA ACTIVIDADES RELACIONADAS CON EL OBJETO DE LA PRESENTE LICITACIÓN Y EN SU CASO, LA ÚLTIMA MODIFICACIÓN QUE HUBIERE SUFRIDO.
- b) PODER NOTARIAL QUE LO FACULTE PARA CELEBRAR ACTOS DE ADMINISTRACIÓN Y OBLIGARSE EN NOMBRE DE LA EMPRESA.

EL ACTA CONSTITUTIVA Y MODIFICACIONES A LA MISMA Y EL PODER DEL REPRESENTANTE LEGAL ANTES SEÑALADO, DEBERÁN ESTAR DEBIDAMENTE INSCRITOS EN EL REGISTRO PÚBLICO DE LA PROPIEDAD Y DE COMERCIO QUE LES CORRESPONDA, EN EL CASO DE LOS PODERES ESPECIALES NO SERÁ NECESARIA SU INSCRIPCIÓN Y REGISTRO.

- c) ESCRITO EN TÉRMINOS DEL **ANEXO 7**, EN EL QUE MANIFIESTE BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, QUE HA PRESENTADO EN TIEMPO Y FORMA SUS DECLARACIONES DE IMPUESTOS FEDERALES

CORRESPONDIENTES A SUS TRES ÚLTIMOS EJERCICIOS FISCALES Y QUE NO TIENE ADEUDOS DE ESA NATURALEZA.

- d) CÉDULA DE IDENTIFICACIÓN FISCAL DE LA EMPRESA.
- e) COMPROBANTE DEL DOMICILIO QUE SE SEÑALE PARA EFECTOS DEL CONTRATO, (RECIBO DE LUZ, TELÉFONO Y BOLETA PREDIAL).

7.2 EL REPRESENTANTE LEGAL DE **“EL LICITANTE”** GANADOR DEBERÁ PRESENTARSE A FIRMAR EL CONTRATO EN UN TÉRMINO NO MAYOR A 20 DÍAS NATURALES SIGUIENTES AL DE LA NOTIFICACIÓN DEL FALLO.

SI **“EL LICITANTE”** A QUIEN SE HUBIERE ADJUDICADO EL CONTRATO, COMO RESULTADO DE LA LICITACIÓN, NO LO FORMALIZA POR CAUSAS IMPUTABLES A ÉL DENTRO DE LOS 20 DÍAS NATURALES SIGUIENTES A LA NOTIFICACIÓN DE TAL ADJUDICACIÓN, **“EL INSTITUTO”** CON FUNDAMENTO EN EL ARTÍCULO 46 DE LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO, ADJUDICARÁ EL CONTRATO A **“EL LICITANTE”** QUE HAYA PRESENTADO LA SIGUIENTE PROPOSICIÓN SOLVENTE MÁS BAJA Y ASÍ SUCESIVAMENTE EN CASO DE QUE ESTE ÚLTIMO NO ACEPTE LA ADJUDICACIÓN, SIEMPRE QUE LA DIFERENCIA EN PRECIO CON RESPECTO A LA POSTURA QUE INICIALMENTE HUBIERE RESULTADO GANADORA, NO SEA SUPERIOR AL 10%.

7.3 DE CONFORMIDAD CON EL ARTÍCULO 52 DE LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO, **“EL INSTITUTO”** PODRÁ MODIFICAR EL CONTRATO VIGENTE, DENTRO DE LOS DOCE MESES POSTERIORES A SU FIRMA, HASTA POR UN 20% ADICIONAL DE LOS CONCEPTOS Y VOLÚMENES ESTABLECIDOS ORIGINALMENTE EN EL MISMO.

8. **DESCALIFICACIÓN DEL LICITANTE; DECLARACIÓN DE LICITACIÓN DESIERTA; CANCELACIÓN DE LICITACIÓN; TERMINACIÓN ANTICIPADA Y RESCISIÓN DEL CONTRATO.**

- a) **DESCALIFICACIÓN DE EL LICITANTE.**

SE DESCALIFICARÁ A “**EL LICITANTE**” QUE INCURRA EN ALGUNA DE LAS SIGUIENTES SITUACIONES, EN CUALQUIERA DE LAS ETAPAS DE LA LICITACIÓN:

- ?? EL INCUMPLIMIENTO DE ALGUNO DE LOS REQUISITOS CONTENIDOS EN ESTAS BASES.
- ?? NO PRESENTAR LA DOCUMENTACIÓN SOLICITADA EN EL CUERPO DE ESTAS BASES.
- ?? NO PRESENTARSE EL DÍA Y HORA SEÑALADOS PARA LA REALIZACIÓN DEL ACTO DE PRESENTACIÓN Y APERTURA DE PROPUESTAS TÉCNICAS.
- ?? LA COMPROBACIÓN DE QUE ALGÚN LICITANTE HAYA ACORDADO CON OTRO LA ELEVACIÓN DE PRECIOS DE LOS SERVICIOS SOLICITADOS.
- ?? PRESENTACIÓN DE INFORMACIÓN FALSA POR PARTE DE “**EL LICITANTE**”.
- ?? SI EN SU PROPUESTA TÉCNICA INCLUYE CUALQUIER COSTO.
- ?? CUALQUIER OTRA VIOLACIÓN A LAS DISPOSICIONES DE “**LA LEY**” Y SU REGLAMENTO.

PARA ESTOS CASOS, SE INCLUIRÁN LAS OBSERVACIONES QUE CORRESPONDAN EN LAS ACTAS RELATIVAS A LOS ACTOS DE PRESENTACIÓN Y APERTURA DE PROPUESTAS.

b) DECLARACIÓN DE LICITACIÓN DESIERTA.

LA LICITACIÓN PODRÁ DECLARARSE DESIERTA EN LOS CASOS SIGUIENTES:

- ?? SI NO ADQUIERE LAS BASES, CUANDO MENOS UN LICITANTE.
- ?? SI NO SE REGISTRA CUANDO MENOS UN LICITANTE, PARA EL ACTO DE APERTURA DE OFERTAS.
- ?? SI AL ABRIR LOS SOBRES QUE CONTIENEN LAS PROPUESTAS, NO SE DETERMINA QUE AL MENOS UNA DE ELLAS CUMPLE CON TODOS LOS

REQUISITOS EXIGIDOS EN LAS BASES, O SUS PRECIOS NO FUEREN ACEPTABLES.

?? SI DESPUÉS DE EFECTUAR LA EVALUACIÓN, NO FUESE POSIBLE LA ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO A ALGÚN LICITANTE.

CUANDO LA LICITACIÓN SE DECLARE DESIERTA, “**EL INSTITUTO**” CON FUNDAMENTO EN EL ARTÍCULO 38 DE “**LA LEY**”, CONVOCARÁ A UNA SEGUNDA LICITACIÓN.

c) **CANCELACIÓN DE LICITACIÓN.**

SE PODRÁ CANCELAR LA LICITACIÓN EN LOS SIGUIENTES CASOS:

?? EN CASO FORTUITO O DE FUERZA MAYOR.

?? SI SE COMPRUEBA LA EXISTENCIA DE CUALQUIER TIPO DE ARREGLO ENTRE LICITANTES PARA ELEVAR EL COSTO DE LOS SERVICIOS OBJETO DE LA LICITACIÓN, O BIEN SI SE COMPRUEBA LA EXISTENCIA DE OTRAS IRREGULARIDADES GRAVES.

CUANDO SE CANCELE LA LICITACIÓN SE AVISARÁ POR ESCRITO A TODOS LOS LICITANTES.

d) **TERMINACIÓN ANTICIPADA DEL CONTRATO.**

CUANDO CONCURRAN RAZONES DE INTERÉS GENERAL, O BIEN, CUANDO POR CAUSAS JUSTIFICADAS SE EXTINGA LA NECESIDAD DE REQUERIR DE LOS SERVICIOS ORIGINALMENTE CONTRATADOS, Y SE DEMUESTRE QUE DE CONTINUAR CON EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES PACTADAS, SE OCASIONARÍA ALGÚN DAÑO O PERJUICIO A “**EL INSTITUTO**”. EN ESTOS CASOS “**EL INSTITUTO**” REEMBOLSARÁ AL PROVEEDOR LOS GASTOS NO RECUPERABLES EN QUE HAYA INCURRIDO, SIEMPRE QUE ÉSTOS SEAN RAZONABLES, ESTÉN DEBIDAMENTE COMPROBADOS Y SE RELACIONEN DIRECTAMENTE CON EL CONTRATO CORRESPONDIENTE.

“EL INSTITUTO” NOTIFICARA POR ESCRITO AL GANADOR EN UN PLAZO NO MAYOR A 30 DÍAS NATURALES LA FECHA DE TERMINACIÓN ANTICIPADA DEL CONTRATO.

e) **RESCISIÓN DEL CONTRATO.**

“EL INSTITUTO” PODRÁ RESCINDIR UNILATERALMENTE Y SIN NECESIDAD DE DECLARACIÓN JUDICIAL EL CONTRATO POR CUALQUIERA DE LAS CAUSAS QUE A CONTINUACIÓN SE ESTABLECEN:

~~///~~ SI POR CAUSAS IMPUTABLES A **“EL LICITANTE”** GANADOR NO SE INICIAN LOS SERVICIOS EN EL TIEMPO ESTABLECIDO O SE SUSPENDA LA PRESTACIÓN LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS OBJETO DE ESTE CONTRATO O NO SE OBTENGAN LOS RESULTADOS DESEADOS POR **“EL INSTITUTO”**.

~~///~~ POR NO AJUSTARSE **“EL LICITANTE”** GANADOR A LO ESTABLECIDO EN EL CONTRATO; A LAS ESPECIFICACIONES SEÑALADAS EN SU PROPUESTA DE TRABAJO; A LOS ACUERDOS QUE ES SU CASO Y POR ESCRITO ESTABLEZCAN **“EL INSTITUTO”** Y **“EL LICITANTE”** GANADOR Y A LAS TÉCNICAS APLICABLES A SU ACTIVIDAD.

~~///~~ SI DESPUÉS DE HABERSE REALIZADO LA EVALUACIÓN ANUAL RESPECTO A LOS SERVICIOS PRESTADOS, **“EL LICITANTE”** GANADOR NO CUMPLE CON LO ESTABLECIDO EN EL PROGRAMA DE TRABAJO APROBADO POR **“EL INSTITUTO”**.

EN EL SUPUESTO DE QUE **“EL INSTITUTO”** RESCINDA EL CONTRATO SE ATENDERÁ CONFORME A LO SIGUIENTE:

SI EL INCUMPLIMIENTO SE DERIVA DEL ATRASO EN LA ENTREGA DE LOS BIENES O EN LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS, SE AGOTARA EL LÍMITE MÁXIMO DE LA PENA CONVENCIONAL EQUIVALENTE AL 15 % PARA POSTERIORMENTE INICIAR EL PROCEDIMIENTO DE RESCISIÓN DEL CONTRATO DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN EL ARTÍCULO 54 DE **“LA LEY”** Y FINALMENTE HACER EFECTIVA LA GARANTÍA.

CUANDO EL INCUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES POR PARTE DE “**EL LICITANTE**” GANADOR NO DERIVE DEL ATRASO EN LOS PLAZOS PACTADOS DE ENTREGA DE LOS BIENES O PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS, SI NO POR CAUSAS ESTABLECIDAS EN EL CONTRATO, “**EL INSTITUTO**” PODRÁ INICIAR EN CUALQUIER MOMENTO EL PROCEDIMIENTO DE RESCISIÓN.

ASÍ MISMO, DE CONFORMIDAD CON LO QUE ESTABLECE EL ARTÍCULO 2 FRACCIÓN II DEL REGLAMENTO DE “**LA LEY**”, EN CASO DE RESCISIÓN, LA APLICACIÓN DE LA GARANTÍA SERÁ PROPORCIONAL AL MONTO DE LAS OBLIGACIONES INCUMPLIDAS.

EN ESTOS CASOS, “**EL INSTITUTO**” PODRÁ ADJUDICAR EL CONTRATO, EN TÉRMINOS DEL ARTÍCULO 41, FRACCIÓN VI, DE “**LA LEY**”.

9. PENA CONVENCIONAL.

SE ESTABLECE UNA PENA O SANCIÓN CONVENCIONAL PARA CASOS DE MORA DE ACUERDO A LO SIGUIENTE:

~~SE~~ POR LA ENTREGA NO OPORTUNA DE CADA REPORTE DE MONITOREO EN RADIO Y TELEVISIÓN, LA ENTREGA DE GUIONES PARA MEDIOS ELECTRÓNICOS, STORY BOARDS Y MAQUETAS, DISEÑOS GRÁFICOS PARA MATERIALES IMPRESOS E INASISTENCIA EN LOS PROCESOS DE SUPERVISIÓN EN LA PRODUCCIÓN DE LOS MATERIALES, ASÍ COMO EN LA SUSTITUCIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS SOLICITADOS EN EL ANEXO TÉCNICO EN UN PLAZO NO MAYOR DE 24 HORAS, POR LA CANTIDAD DE \$15,000.00 POR CADA DÍA DE ATRASO PARA CADA UNO DE ELLOS.

EL LÍMITE MÁXIMO DE LA SANCIÓN QUE PODRÁ APLICARSE AL PRESTADOR DEL SERVICIO POR CAUSA DE DICHOS INCUMPLIMIENTOS, SERÁ HASTA POR UN 15% DEL MONTO TOTAL DEL CONTRATO ADJUDICADO, DESPUÉS DE LO CUAL, “**EL INSTITUTO**” PROCEDERÁ A RESCINDIR DICHO CONTRATO.

EN EL CASO DE PROCEDER EL COBRO DE PENAS CONVENCIONALES, EL PAGO DE LOS SERVICIOS QUEDARÁ CONDICIONADO AL PAGO QUE EL PROVEEDOR DEBA EFECTUAR POR DICHAS PENAS.

10. INFRACCIONES Y SANCIONES.

SE ESTARÁ A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 59, 60, 61, 63 Y 64 DE “LA LEY”.

11. INCONFORMIDADES.

SE SUJETARÁ A LO DISPUESTO EN LOS ARTÍCULOS 65, 66, 67, 68, 69 Y 70 DE “LA LEY”.

12. NEGOCIACIONES.

DE CONFORMIDAD CON EL ARTÍCULO 31 FRACCIÓN VII DE “LA LEY”, NINGUNA DE LAS CONDICIONES CONTENIDAS EN LAS BASES, ASÍ COMO DE LAS OFERTAS PRESENTADAS POR “EL LICITANTE” PODRÁN SER NEGOCIADAS.

ANEXO TÉCNICO

LICITACIÓN PÚBLICA NACIONAL

00000000-005/2004

ADEMÁS DE LOS REQUERIMIENTOS SOLICITADOS EN BASES, LAS PROPUESTAS TÉCNICAS DEBERÁN CONTENER TODOS Y CADA UNO DE LOS REQUISITOS ESPECIFICADOS EN ESTE ANEXO.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA "CAMPAÑA INTEGRAL DE EDUCACIÓN CÍVICA CAP/CAI Y DE PROMOCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA 2004-2006"

I. INTRODUCCIÓN

DE ACUERDO A SUS FINES Y EN CUMPLIMIENTO DE LAS DISPOSICIONES LEGALES CONTENIDAS EN LOS ARTÍCULOS 69, 96 Y 146 DEL CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES, EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL, A TRAVÉS DE LA DIRECCIÓN EJECUTIVA DE CAPACITACIÓN ELECTORAL Y EDUCACIÓN CÍVICA (DECEYEC), EN COORDINACIÓN CON LA DIRECCIÓN EJECUTIVA DEL REGISTRO FEDERAL DE ELECTORES (DERFE) Y DE LA COORDINACIÓN NACIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL (CNCS), DESARROLLARÁ DURANTE 2004, 2005 y 2006 LA "CAMPAÑA INTEGRAL DE EDUCACIÓN CÍVICA CAP/CAI Y DE PROMOCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA 2004-2006"

LA CAMPAÑA DEBERÁ ESTAR ORIENTADA A CONSOLIDAR LA IMAGEN DEL INSTITUTO SOBRE LA BASE DE UNA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN COHERENTE, HOMOGÉNEA, NOVEDOSA E INTEGRAL QUE DÉ UNIDAD A LOS DIVERSOS MENSAJES DEL INSTITUTO, PERO QUE AL MISMO TIEMPO ATIENDA LAS EXIGENCIAS COMUNICACIONALES ESPECÍFICAS PARA HACER LLEGAR EN FORMA ADECUADA LOS MENSAJES A LOS DISTINTOS PÚBLICOS OBJETIVO, CONFORME A LOS CRITERIOS ESTRATÉGICOS, CONCEPTUALES Y GRÁFICOS ESTABLECIDOS EN EL MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA, EN LAS BASES, EN ESTE ANEXO Y SUS APÉNDICES.

LAS ESTRATEGIAS DE CADA UNA DE LAS SUBCAMPAÑAS PODRÁN VARIAR EN EL TRANSURSO DEL TIEMPO EN EL QUE ESTÉN CONTRATADOS LOS SERVICIOS DE "EL LICITANTE", EN FUNCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL INSTITUTO Y DE NUEVOS ESTUDIOS E INVESTIGACIONES QUE SE GENEREN CON DATOS E INFORMACIÓN ACTUALIZADA RESPECTO A LOS PROGRAMAS DE EDUCACIÓN CÍVICA Y DE ACTUALIZACIÓN DEL PADRÓN ELECTORAL.

II. ESTRUCTURA DE LA "CAMPAÑA INTEGRAL DE EDUCACIÓN CÍVICA CAP/CAI Y DE PROMOCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA 2004-2006"

LA CAMPAÑA SE DIVIDIRÁ EN LAS SUBCAMPAÑAS SIGUIENTES, LAS CUALES INCLUIRÁN VERTIENTES ESPECÍFICAS DE COMUNICACIÓN, EN VIRTUD DE LOS MENSAJES QUE, EN CUMPLIMIENTO DEL MARCO JURÍDICO, LES CORRESPONDA TRANSMITIR, ASÍ COMO LA MEZCLA DE MEDIOS E INTENSIDADES QUE CADA UNA REQUIERA.

- A) "SUBCAMPAÑA DE EDUCACIÓN CÍVICA, CULTURA POLÍTICA E IMAGEN INSTITUCIONAL".

- B) "SUBCAMPAÑA DE ACTUALIZACIÓN DEL PADRÓN ELECTORAL".
- C) "SUBCAMPAÑA DE PROMOCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA".

II.1. CAMPAÑA INTEGRAL DE EDUCACIÓN CÍVICA 2004-2006

OBJETIVO GENERAL

EL OBJETIVO GENERAL DE ESTA CAMPAÑA ES CONSTRUIR Y GENERAR UNA CIUDADANÍA ACTIVA Y RESPONSABLE; FORTALECER LA IMAGEN INSTITUCIONAL, PROMOVER EL CONOCIMIENTO Y EL APRECIO DE LOS PRINCIPIOS, LOS VALORES, LAS INSTITUCIONES Y LAS PRÁCTICAS DE LA DEMOCRACIA EN EL CONJUNTO DE LA SOCIEDAD MEXICANA, ASÍ COMO ORIENTAR Y EXHORTAR A LA CIUDADANÍA AL EJERCICIO Y CUMPLIMIENTO DE SUS DERECHOS POLÍTICO-ELECTORALES, EN PARTICULAR LOS RELATIVOS A SU INSCRIPCIÓN EN EL PADRÓN ELECTORAL, A LA ACTUALIZACIÓN PERMANENTE DE DICHO INSTRUMENTO, A LA REVISIÓN DE SUS DATOS EN LA LISTA NOMINAL Y A LA OBTENCIÓN OPORTUNA DE SU CREDENCIAL PARA VOTAR.

ASIMISMO, COADYUVAR EN LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN DE CONOCIMIENTOS E IDEAS QUE GENEREN EL RECONOCIMIENTO Y PRÁCTICA DE LOS INSTRUMENTOS ACTIVOS DE LA DEMOCRACIA, A TRAVÉS DE UNA POLÍTICA Y UNA ESTRATEGIA INSTITUCIONAL DE EDUCACIÓN CÍVICA DE ALTO PERFIL QUE LO CONDUZCAN A SER UNA DE LAS INSTITUCIONES LÍDERES EN LA DEFINICIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS Y EN LA GENERACIÓN DE CAMPAÑAS Y PROGRAMAS EN LA MATERIA.

ESTA CAMPAÑA, ASÍ COMO LAS SUBCAMPAÑAS QUE LA INTEGRAN, DEBEN CREAR SINERGIA DE LOS ESFUERZOS QUE REALIZA EL INSTITUTO EN FAVOR DEL FORTALECIMIENTO DE LA AUTONOMÍA CÍVICA DE LOS MEXICANOS, CON EL PROPÓSITO DE GENERAR CADA VEZ MÁS EN LOS CIUDADANOS CAPACIDADES EFECTIVAS DE GOBERNAR MEDIANTE LA ELECCIÓN DE SUS REPRESENTANTES POLÍTICOS, DE CARA A LOS COMICIOS FEDERALES DEL AÑO 2006.

II.2. ESTRATEGIA GENERAL

COMO SE HA SEÑALADO, LA ESTRATEGIA GENERAL SE SUBDIVIDIRÁ EN TRES SUBCAMPAÑAS QUE SE ABOCARÁN A LA DIFUSIÓN DE MENSAJES ORIENTADOS A LA APLICACIÓN DE ACCIONES Y CONDUCTAS QUE DERIVEN EN EL EJERCICIO DE LA DEMOCRACIA, Y LOS RELATIVOS A EXHORTAR Y MOTIVAR A LOS CIUDADANOS A EJERCER SUS DERECHOS Y CUMPLIR CON SUS OBLIGACIONES POLÍTICO-ELECTORALES SEÑALADOS EN EL OBJETIVO DE LA CAMPAÑA.

ESTE ESQUEMA BUSCA QUE LOS DISTINTOS MENSAJES QUE DEBE TRANSMITIR EL INSTITUTO A LA CIUDADANÍA SE ENMARQUEN DENTRO DEL PLAN INTEGRAL DE EDUCACIÓN CÍVICA DEL INSTITUTO, DE ACUERDO CON EL **APÉNDICE I**, Y QUE SE INTEGREN EN UNA ESTRATEGIA GLOBAL Y COHERENTE DE IMAGEN INSTITUCIONAL A TRAVÉS DE LA CAMPAÑA.

ASÍ, LA ESTRUCTURA DE LA CAMPAÑA INTEGRAL DE EDUCACIÓN CÍVICA CAP/CAI 2004-2006 INCLUIRÁ UNA PRIMERA SUBCAMPAÑA DESTINADA A GENERAR

CONFIANZA EN LAS CONDUCTAS QUE CORRESPONDEN AL DESARROLLO DE ACCIONES Y ACTITUDES DEMOCRÁTICAS, QUE SE MANTENDRÁ A LO LARGO DEL PERIODO COMPRENDIDO DEL 2004 AL 2006. ESTA SUBCAMPAÑA INTEGRAL DE EDUCACIÓN CÍVICA DEBERÁ ALTERNAR SU FRECUENCIA DE TRANSMISIONES EN MEDIOS AUDIOVISUALES CON LA SUBCAMPAÑA DE ACTUALIZACIÓN DEL PADRÓN ELECTORAL EN LOS PERIODOS EN QUE, POR LEY, ESTA ÚLTIMA DEBA INTENSIFICAR SUS OPERATIVOS.

1) “SUBCAMPAÑA DE EDUCACIÓN CÍVICA, CULTURA POLÍTICA E IMAGEN INSTITUCIONAL”

EDUCACIÓN CÍVICA Y CULTURA POLÍTICA

ESTA SUBCAMPAÑA TIENE COMO OBJETIVO RECONOCER AL CIUDADANO COMO EL ELEMENTO CENTRAL DEL SISTEMA DEMOCRÁTICO, Y EL RESPETO A LAS NORMAS Y ACUERDOS CIUDADANOS GARANTIZADOS EN LA CONSTITUCIÓN COMO EL ENGRANAJE QUE PERMITE QUE EL SISTEMA DEMOCRÁTICO FUNCIONE.

ES POR ELLO QUE RESULTA IMPRESCINDIBLE DIVULGAR EL CONOCIMIENTO Y LA PRÁCTICA DE VALORES DE LA DEMOCRACIA COMO LA TOLERANCIA, EL PLURALISMO, LA LEGALIDAD Y LA PARTICIPACIÓN, ASÍ COMO DE LOS PROCEDIMIENTOS DEMOCRÁTICOS (DIÁLOGO, DELIBERACIÓN O ESTABLECIMIENTO DE ACUERDOS) QUE PERMITEN LA COLABORACIÓN ENTRE PERSONAS LIBRES EN UN SISTEMA PLURAL Y ABIERTO (**APÉNDICE I**).

MÁS QUE LA TRANSMISIÓN DE INFORMACIÓN PUNTUAL, EL ENFOQUE DE ESTA SUBCAMPAÑA SE ORIENTARÁ A TRATAR DE EXPLICITAR EL SIGNIFICADO ÉTICO Y POLÍTICO QUE TIENE LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DE LOS CIUDADANOS EN LA VIDA PÚBLICA PARA LA CONVIVENCIA, LA COOPERACIÓN, LA PAZ Y LA ESTABILIDAD SOCIAL.

LAS ESTRATEGIAS PARTICULARES DE ESTA VERTIENTE SE PROPONEN INTENSIFICAR LOS MENSAJES DURANTE LOS PRIMEROS NUEVE MESES DEL AÑO, CUANDO LA DIFUSIÓN EN APOYO AL PADRÓN ELECTORAL TIENE MENOR PRESENCIA, Y MANTENIENDO EL IMPACTO CUANDO SE INICIA LA FASE INTENSIVA DE LA SUBCAMPAÑA ANUAL INTENSA, PARA POSTERIORMENTE RELANZARLA EN EL AÑO SIGUIENTE.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ?? ELABORAR MATERIALES IMPRESOS Y AUDIOVISUALES EDUCATIVOS CUYOS CONTENIDOS INVOLUCREN A LOS CIUDADANOS EN LA IMPORTANCIA DEL CUMPLIMIENTO DE LAS LEYES Y EN LA EXIGENCIA HACIA LOS GOBERNANTES Y REPRESENTANTES EN EL RESPETO A LAS NORMAS, FORTALECIENDO LA CERTEZA DE QUE SERÁN APLICADAS Y QUE SON ELEMENTOS VITALES QUE INFLUYEN EN EL COMPORTAMIENTO DE LA CIUDADANÍA EN EL ÁMBITO PÚBLICO; ESTOS MATERIALES DEBERÁN SER DIFERENCIADOS DEPENDIENDO DE LA AUDIENCIA A LA QUE VAN DIRIGIDOS.

- ?? DISEÑAR MENSAJES CONCEPTUALES DE FÁCIL COMPRENSIÓN PARA LA CIUDADANÍA, QUE REFLEJEN LA PLURALIDAD DEL PAÍS EN CUANTO A LENGUAJE, TIPOS DE PERSONAJES, LOCACIONES O ESCENOGRAFÍAS, PRIORIZANDO EN ELLOS LA PARTICIPACIÓN ACTIVA Y RESPONSABLE DE LA CIUDADANÍA.
- ?? DIFERENCIAR CLARAMENTE LAS CAMPAÑAS DEL INSTITUTO RESPECTO DE LAS QUE REALICEN LAS INSTANCIAS GUBERNAMENTALES, LOS PARTIDOS POLÍTICOS Y CANDIDATOS.
- ?? REALIZAR MENSAJES REGIONALES PARA POBLACIONES, ENTIDADES O ÁREAS PARTICULARES CON PROBLEMÁTICAS ESPECÍFICAS DETECTADAS (CULTURALES, POLÍTICAS, SOCIALES, ENTRE OTRAS), A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN LOCALES, EXTERIORES, IMPRESOS Y ALTERNATIVOS, A FIN DE QUE LOS MENSAJES DE FORMACIÓN CIUDADANA PUEDAN LLEGAR A TODA LA POBLACIÓN.
- ?? CUBRIR DOS NIVELES DE ACCIÓN SIMULTÁNEOS: UNO INFORMATIVO-EDUCATIVO QUE CONTINÚE CON LA LABOR DE CREAR UNA CONCIENCIA DE RESPONSABILIDAD CIUDADANA, Y OTRO MOTIVACIONAL EN EL QUE SE INVITE A LA POBLACIÓN A PARTICIPAR.
- ?? CONTRIBUIR A LA FORMACIÓN DE UNA CIUDADANÍA MÁS INFORMADA, CRÍTICA, PARTICIPATIVA Y RESPONSABLE CON EL FIN DE CONSTRUIR UNA CULTURA DEMOCRÁTICA.
- ?? FOMENTAR EL FORTALECIMIENTO Y LA PARTICIPACIÓN DE LA CIUDADANÍA Y DE LAS DIFERENTES ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL EN LA EDUCACIÓN CÍVICA.

IMAGEN INSTITUCIONAL

EL IFE HA FORJADO Y CONSTRUIDO UN PRESTIGIO Y CREDIBILIDAD TANTO A NIVEL NACIONAL COMO INTERNACIONAL, COMO RESULTADO DEL MARCO JURÍDICO QUE NORMA SUS ACCIONES, DE LA CAPACIDAD Y PROFESIONALISMO DE LA GENTE QUE LABORA EN ESTE ORGANISMO Y DE SU AUTONOMÍA ECONÓMICA PARA CUMPLIR CON SUS TAREAS.

LA TRAYECTORIA DEL INSTITUTO COMO ENTIDAD IMPARCIAL, CONFIABLE Y AUTÓNOMA INICIÓ EN 1996 CON LA "CIUDADANIZACIÓN" DE SU MÁXIMO ÓRGANO DE DIRECCIÓN, Y ALCANZÓ SU MAYOR NIVEL DE CREDIBILIDAD EN LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES DEL AÑO 2000, REAFIRMÁNDOSE EN LAS INTERMEDIAS DE 2003, EN LAS QUE SE MANIFESTÓ LA CONFIANZA CIUDADANA EN LAS ACCIONES INSTITUCIONALES PARA LA ORGANIZACIÓN DE ELECCIONES FEDERALES LIMPIAS Y TRANSPARENTES, Y CUYOS RESULTADOS SON ACEPTADOS Y RESPETADOS POR TODOS.

EN LA NUEVA ETAPA INSTITUCIONAL, Y EN SU MISIÓN DE CONTRIBUIR A LA CONSOLIDACIÓN DEMOCRÁTICA DEL PAÍS, EL IFE ENFRENTA AHORA NUEVOS

RETOS. POR ELLO, ESTA SUBCAMPAÑA, ADEMÁS DE COMUNICAR QUE EL IFE ES UNA INSTITUCIÓN EFICIENTE, TRANSPARENTE Y CONFIABLE, ESTARÁ ORIENTADA A POSICIONAR AL IFE COMO UNA INSTITUCIÓN QUE RINDE CUENTAS A LA CIUDADANÍA DEL MANEJO DE LOS RECURSOS Y DEL CUMPLIMIENTO DE SUS TAREAS. EL ENFOQUE ESTARÁ EN QUE EL DESEMPEÑO DEL IFE CONSTITUYE UN MODELO PARA LA SOCIEDAD Y LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS, TANTO POR LA CONSISTENCIA DE SUS DECISIONES COMO POR SU VOCACIÓN DE SERVICIO A LA CONSOLIDACIÓN DEMOCRÁTICA.

ESTA SUBCAMPAÑA DEBE COMUNICAR **(APÉNDICE I)** ORGANIZAR EFICIENTEMENTE LOS PROCESOS ELECTORALES, COADYUVANDO A LA ELEVACIÓN DE LA CALIDAD DE LA DEMOCRACIA, PROMOVRIENDO LA RENDICIÓN DE CUENTAS DE TODOS SUS ACTORES, INCLUYENDO A LA AUTORIDAD ELECTORAL E IMPULSANDO UNA MAYOR PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y COMO RESULTADO DE LO ANTERIOR ABARATANDO EL COSTO DE LA DEMOCRACIA EN EL CORTO PLAZO.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

?? ELABORAR MATERIALES IMPRESOS Y AUDIOVISUALES ORIENTADOS A MANTENER Y ACRECENTAR LA CONFIANZA DE LA QUE GOZA EL INSTITUTO, A TRAVÉS DE MENSAJES QUE COMUNIQUEN LO SIGUIENTE:

- PRINCIPIOS DE GESTIÓN DEL INSTITUTO:

- **EFICIENCIA:** LAS FUNCIONES SE CUMPLEN DE MANERA EFICAZ, PARA QUE LA DEMOCRACIA CUESTE MENOS Y REPRESENTÉ MÁS.
- **TRANSPARENCIA:** LAS ACCIONES Y DECISIONES DEL IFE SON PUESTAS A LA VISTA DE LOS CIUDADANOS PARA SER EVALUADAS.
- **RENDICIÓN DE CUENTAS:** EL IFE RINDE CUENTAS POR EL MANEJO HONESTO DE LOS RECURSOS; POR LA EFICACIA EN LA ORGANIZACIÓN DE ELECCIONES Y POR SU IMPACTO EN LA CONSOLIDACIÓN DEMOCRÁTICA.

- LAS DELIBERACIONES DEL IFE SE HACEN POR MEDIO DE UNA AUTORIDAD COLEGIADA.

- EL IFE ES UNA AUTORIDAD DISCRETA EN EL CUMPLIMIENTO EFICIENTE DE SUS ATRIBUCIONES LEGALES.

- EL IFE ES UNA AUTORIDAD TRANSPARENTE.

2) SUBCAMPAÑA DE ACTUALIZACIÓN DEL PADRÓN ELECTORAL

LA ACTUALIZACIÓN DEL PADRÓN ELECTORAL ES UNO DE LOS PROGRAMAS PRIORITARIOS DEL INSTITUTO, YA QUE ESTE INSTRUMENTO ES UNO DE LOS PRINCIPALES PILARES EN LA ORGANIZACIÓN DE LAS ELECCIONES FEDERALES.

MANTENER EL PADRÓN ELECTORAL ACTUALIZADO ES, ADEMÁS, UNA DE LAS GARANTÍAS FUNDAMENTALES PARA CONSOLIDAR LA CONFIANZA DE LOS CIUDADANOS EN LAS ELECCIONES Y DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS EN LA ACTUACIÓN DE LAS AUTORIDADES ELECTORALES.

LA DIFUSIÓN EN APOYO A ESTE CONCEPTO SERÁ UNA DE LAS PRIORIDADES DE LA CAMPAÑA INTEGRAL DE EDUCACIÓN CÍVICA DURANTE TODO EL PERIODO, Y SERÁ FUNDAMENTAL QUE LA ACTUALIZACIÓN DEL PADRÓN ELECTORAL TENGA UNA DIFUSIÓN CONSTANTE DE CARA A LAS ELECCIONES FEDERALES DEL AÑO 2006.

PARA ESTA SUBCAMPAÑA SE REQUIERE INSTRUMENTAR UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN QUE LOGRE PERMEAR DE INFORMACIÓN A AQUELLOS GRUPOS QUE SE HAN IDENTIFICADO COMO PRIORITARIOS, TOMANDO EN CONSIDERACIÓN QUE EL PADRÓN ELECTORAL ES UN INSTRUMENTO DINÁMICO

QUE REFLEJA LA MOVILIDAD DE LA POBLACIÓN CIUDADANA, CUYA PROBLEMÁTICA SE DESCRIBE EN EL **APÉNDICE II**.

MANTENER EL PADRÓN ELECTORAL ACTUALIZADO Y LOGRAR QUE SU COBERTURA SEA LA MÁS AMPLIA POSIBLE, DEPENDE NO SÓLO DE LA VOLUNTAD Y EL INTERÉS DE QUIENES ESTÁN EN LA EDAD DE VOTAR (O ESTÁN POR ALCANZARLA), SINO TAMBIÉN DE LA RESPONSABILIDAD DE QUIENES SE CAMBIAN DE DOMICILIO, POR LO QUE RESULTA CLAVE MOTIVAR LA VOLUNTAD Y EL INTERÉS DE LA CIUDADANÍA POR INSCRIBIRSE Y ACTUALIZAR SUS DATOS.

LA ESTRATEGIA GENERAL DE ESTA SUBCAMPAÑA DEBERÁ DESPLEGARSE EN UNA ÓPTIMA MEZCLA E INTENSIDAD DE MEDIOS PARA MANTENER LA ATENCIÓN DE LA CIUDADANÍA DURANTE EL DESARROLLO DE LA SUBCAMPAÑA Y ORIENTARSE DE MANERA FOCALIZADA PARA ATENDER LAS NECESIDADES DE COMUNICACIÓN DE CADA REGIÓN DEL PAÍS.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ?? PROMOVER LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA PARA LA ACTUALIZACIÓN DEL PADRÓN ELECTORAL, PRINCIPALMENTE EN LA NOTIFICACIÓN DE CAMBIOS DE DOMICILIO Y, EN MENOR MEDIDA, LA CORRECCIÓN DE DATOS Y LA REPOSICIÓN DE LA CREDENCIAL PARA VOTAR.
- ?? MOTIVAR A LOS JÓVENES QUE HAYAN CUMPLIDO 18 AÑOS DE EDAD A QUE SOLICITEN SU INSCRIPCIÓN AL PADRÓN ELECTORAL PARA OBTENER LA CREDENCIAL PARA VOTAR, DESTACANDO SU IMPORTANCIA COMO MEDIO PARA EJERCER EL DERECHO AL VOTO.
- ?? PROMOVER LA REVISIÓN DE LA LISTA NOMINAL DE ELECTORES.
- ?? EXHORTAR PERMANENTEMENTE A LA CIUDADANÍA A RECOGER OPORTUNAMENTE LA CREDENCIAL PARA VOTAR, HACIENDO ÉNFASIS EN LA APLICACIÓN DEL ARTÍCULO 163 DEL COFIPE, DURANTE EL MES DE SEPTIEMBRE DE LOS AÑOS 2004 Y 2005.
- ?? INFORMAR SOBRE EL NUEVO ESQUEMA DE OPERACIÓN, DESTACANDO EL HECHO DE QUE EL CIUDADANO PUEDE HACER SU TRÁMITE EN CUALQUIER MÓDULO QUE ESTÉ UBICADO EN SU ENTIDAD FEDERATIVA.
- ?? COMUNICAR A LA CIUDADANÍA, EN CASO DE QUE LAS INSTANCIAS COMPETENTES LO APRUEBEN, QUE SON VIGENTES LAS CREDENCIALES PARA VOTAR CUYO RECUADRO EN EL REVERSO LLEGA HASTA EL AÑO 2003, Y QUE CON ELLAS PODRÁ EJERCER SU VOTO E IDENTIFICARSE, MOTIVO POR EL CUAL NO TENDRÁN QUE SER RENOVADAS. SIN EMBARGO, SI LAS INSTANCIAS DE REFERENCIA DEFINEN LA RENOVACIÓN DE TODAS LAS CREDENCIALES QUE ESTÉN EN ESTE SUPUESTO, SE DEBERÁ INFORMAR A LA CIUDADANÍA LA NECESIDAD DE CAMBIAR ESTE INSTRUMENTO ELECTORAL.

- ?? SENSIBILIZAR A LOS CIUDADANOS AFECTADOS POR EL PROCESO DE REDISTRITACIÓN, SOBRE LA IMPORTANCIA DE CONOCER EL NUEVO NÚMERO DE SU DISTRITO ELECTORAL.
- ?? EN CASO DE QUE SE APRUEBE POR LAS AUTORIDADES COMPETENTES LA REALIZACIÓN DEL PROCESO DE RESECCIONAMIENTO, MOTIVAR A LA POBLACIÓN AFECTADA PARA QUE REALICE EL CANJE DE SU CREDENCIAL PARA VOTAR, POR OTRA CON LOS DATOS ACTUALIZADOS.
- ?? DIFUNDIR LOS SERVICIOS DE ORIENTACIÓN CIUDADANA QUE BRINDA EL SISTEMA NACIONAL DE CONSULTA ELECTORAL, IFETEL.
- ?? POSICIONAR LA IMAGEN DEL MODELO OPERATIVO Y DIFUNDIR LOS BENEFICIOS QUE REPORTA A LA CIUDADANÍA. ADICIONALMENTE, DEBERÁN INCORPORARSE LOS NUEVOS SERVICIOS QUE SEAN SUSCEPTIBLES DE SER COMUNICADOS.

TEMPORALIDAD

A PARTIR DEL 16 DE ENERO DE 2004 SE INICIÓ LA DIFUSIÓN DE LA SUBCAMPAÑA DE ACTUALIZACIÓN DEL PADRÓN ELECTORAL, QUE CUBRIRÁ ANUALMENTE LAS ETAPAS SIGUIENTES:

- ?? ACTUALIZACIÓN PERMANENTE: 16 DE ENERO AL 30 DE SEPTIEMBRE.
- ?? EXHIBICIÓN DE LA LISTA NOMINAL: 26 DE MARZO AL 14 DE ABRIL
- ?? APLICACIÓN DEL ARTÍCULO 163 DEL COFIPE: 1 AL 30 DE SEPTIEMBRE.
- ?? ACTUALIZACIÓN INTENSA: 1 DE OCTUBRE AL 15 DE ENERO

3) SUBCAMPAÑA DE PROMOCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA

DE ACUERDO CON EL CÓDIGO DE LA MATERIA, CORRESPONDE AL INSTITUTO REALIZAR UNA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN PARA EXHORTAR A LOS CIUDADANOS A EJERCER SUS DERECHOS Y CUMPLIR CON SUS OBLIGACIONES POLÍTICO-ELECTORALES, ESPECIALMENTE ACUDIR A LAS URNAS A VOTAR EN LAS ELECCIONES FEDERALES Y SU DERECHO AL VOTO LIBRE Y SECRETO, ASÍ COMO PARA PROMOVER SU PARTICIPACIÓN PARA LA INTEGRACIÓN DE LAS MESAS DIRECTIVAS DE CASILLA.

ESTA CAMPAÑA DEBERÁ PREPARARSE EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE DE 2005, A FIN DE ESTAR EN CONDICIONES DE PRODUCIRLA Y ESTAR AL AIRE EN EL PRIMER BIMESTRE DEL AÑO 2006, MOMENTO OPORTUNO DADO QUE LOS PARTIDOS POLÍTICOS AÚN NO HABRÁN INTENSIFICADO SUS CAMPAÑAS ELECTORALES.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

?? LA ESTRATEGIA DE ESTA SUBCAMPAÑA ES INTEGRADA POR TRES VERTIENTES:

- INTEGRACIÓN DE MESAS DIRECTIVAS DE CASILLA.
- PROMOCIÓN DEL VOTO.
- VOTO LIBRE Y SECRETO.

**CUADRO 1.
CAMPAÑA INTEGRAL DE EDUCACIÓN CÍVICA CAP/CAI 2004-2006**

SUBCAMPANA	VERTIENTES	DURACION	ÁMBITOS DE ACCIÓN	LÍNEAS DE ACCIÓN	PÚBLICOS OBJETIVO *
Educación Cívica, Cultural Política Imagen Institucional.	Instituciones y Valores de la Democracia	15 de febrero de 2004 al 6 de julio de 2006.	Nacional	Educativa (50%) - motivacional (50%)	POBLACIÓN ABIERTA H y M 6-17* 16-30/ 30-50/ +50 M 18-24 / 25-50/+50 N.S.E.: Todos Rural/Urbano *Sólo Consulta Infantil y Juvenil
	Derechos y Obligaciones Político-Electorales				
	Imagen Institucional	Del 16 de enero al 30 de septiembre de (2004, 2005 y 2006)	Nacional	Informativa - educativa (50%) / motivacional (50%)	Inscripción: H y M 18-24 años Actualización: H y M 25-39 años N.S.E. Todos Rural/Urbano
Actualización Permanente: ?? Inscripción ?? Cambio de domicilio ?? Reposición ?? Corrección de datos Credencialización: ?? Obtención de la CPV ?? Aplicación del Artículo 163 del COFIPE Exhibición de la Lista Nominal ?? Revisión de datos					
Actualización al Padrón Electoral	Actualización Intensa: ?? Inscripción ?? Cambio de domicilio ?? Reposición ?? Corrección de datos Credencialización: ?? Obtención de la CPV	Del 1º de octubre de al 15 de enero (2004, 2005, 2006 y 2007)			

	Vigencia de la Credencial para Votar	Permanente (2004, 2005 y 2006)	Local	Informativa (50%) motivacional (50%)	H y M 24 años en adelante N.S.E. Todos Rural/Urbano
	Redistribución y Reseccionamiento	2005	Local	Informativa (50%) motivacional (50%)	H y M 18 años en adelante N.S.E. Todos Rural/Urbano
Promoción de la Participación Ciudadana:	Integración de mesas directivas de casilla	15 de febrero al 6 de julio de 2006.	Nacional.	Informativa - educativa (35%) / motivacional (65%)	Ciudadanos inscritos en el Padrón Electoral al 16/01/2006. (Insaculados para Funcionarios)
	Promoción del voto				
	Voto libre y secreto				

* ADEMÁS, EN LA CAMPAÑA SE CONTEMPLARÁN MENSAJES DIRIGIDOS A PÚBLICOS FOCALIZADOS, COMO POBLACIÓN INDÍGENA (NI) Y PERSONAS CON HABILIDADES DIFERENTES, EN FUNCIÓN DE LA EVOLUCIÓN DE LAS PROBLEMÁTICAS DE CADA PROGRAMA.

II.3. ESTRATEGIAS PARTICULARES DE CADA SUBCAMPAÑA

EN EL MARCO DE LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA **CAMPAÑA INTEGRAL DE EDUCACIÓN CÍVICA CAP/CAI 2004-2006**, CADA UNA DE LAS SUBCAMPAÑAS QUE LA INTEGRAN TIENEN PROBLEMÁTICAS ESPECÍFICAS, MISMAS QUE DEBERÁN SER ATENDIDAS CON UNA ESTRATEGIA ADECUADA A CADA NECESIDAD EN PARTICULAR.

POR OTRA PARTE, Y CON EL OBJETO DE ORGANIZAR EL USO EFICIENTE DE LOS TIEMPOS OFICIALES PARA LAS TRANSMISIONES EN MEDIOS ELECTRÓNICOS Y EVITAR LA SATURACIÓN DE MENSAJES DEL INSTITUTO, SE HAN PROGRAMADO LAS ESTRATEGIAS PARTICULARES DE CADA SUBCAMPAÑA, PARA ESTABLECER UNA SECUENCIA ENTRE ELLAS QUE IMPIDA QUE COMPITAN ENTRE SÍ.

EL OBJETIVO DE ESTE ORDENAMIENTO ES DAR COHERENCIA Y UNIDAD A LOS DISTINTOS MENSAJES QUE DEBE TRANSMITIR EL INSTITUTO **DEL 2004 AL 2006**, BAJO EL CRITERIO DE OPTIMIZAR LOS RECURSOS DE DISEÑO Y PRODUCCIÓN, ASÍ COMO DE HACER MÁS EFICIENTE EL PLAN DE TRANSMISIÓN EN MEDIOS (VER CUADRO 2).

II.4. NIVELES DE ACCIÓN

LOS MENSAJES A DIFUNDIR TENDRÁN QUE CUBRIR DOS NIVELES DE ACCIÓN SIMULTÁNEOS QUE EN UN MOMENTO DADO PUEDEN MEZCLARSE: UNO INFORMATIVO-EDUCATIVO QUE CONTINÚE CON LA LABOR DE CREAR UNA CONCIENCIA DE RESPONSABILIDAD CIUDADANA, Y OTRO MOTIVACIONAL, EN EL QUE SE INVITE A LA POBLACIÓN A PARTICIPAR.

EN ESTE SENTIDO, EN LA COMPOSICIÓN DE LOS MENSAJES DEBERÁN ESTAR PRESENTES ELEMENTOS QUE NOS PERMITAN AL MISMO TIEMPO INFORMAR Y MOTIVAR AL CIUDADANO. CADA NIVEL TIENE CARACTERÍSTICAS PROPIAS Y UNO O LOS DOS PODRÁN ENCONTRARSE EN LOS MENSAJES, COMPLEMENTÁNDOSE.

LOS ELEMENTOS ANTERIORMENTE CITADOS (ESTRATEGIA BÁSICA, VERTIENTES DE COMUNICACIÓN Y NIVELES DE ACCIÓN DE LOS MENSAJES: INFORMATIVOS Y MOTIVACIONALES), EN REALIDAD CONSOLIDAN DE FORMA INTEGRAL LO QUE ES LA ESTRATEGIA GENERAL DE COMUNICACIÓN PARA LAS TRES SUBCAMPAÑAS. CADA CONCEPTO ESTÁ INTERRELACIONADO CON EL RESTO Y DEBE ENTENDERSE COMO UNA ESTRATEGIA CUYOS MECANISMOS DE ACCIÓN SE HAN ESTABLECIDO PARA ACTUAR PARALELA E INTEGRALMENTE.

LA CAMPAÑA SE DISEÑARÁ DE MANERA TAL QUE PERMITA AL MISMO TIEMPO INFORMAR Y EDUCAR (MEDIANTE LA REFERENCIA DIRECTA A LA COEXISTENCIA COMO UNA FORMA DE ENTENDER Y PRACTICAR LA CONVIVENCIA SOCIAL CON ARREGLO A DETERMINADOS VALORES Y PRINCIPIOS, A TRAVÉS DE UNA ACCIÓN QUE LO HAGA PATENTE), ASÍ COMO MOTIVAR AL CIUDADANO A PARTICIPAR O LLEVAR A CABO ACCIONES (APELANDO AL PLANO DE LA AFECTIVIDAD).

SE RECOMIENDA QUE EN LO QUE SE REFIERE A INFORMACIÓN, LA COMUNICACIÓN DE LOS CONCEPTOS RELACIONADOS CON VALORES Y PRÁCTICAS DE LA DEMOCRACIA NO SE PERCIBAN COMO LA EXPRESIÓN DE UNA DEFINICIÓN RÍGIDA, SINO QUE EL PÚBLICO PUEDA TOMAR CONTACTO CON DICHS VALORES COMO CATALIZADORES DE CONVIVENCIA SOCIAL Y POLÍTICA DE LOS SECTORES DE LA SOCIEDAD, A TRAVÉS DE LAS ESCENAS, LOS DIÁLOGOS Y LAS SITUACIONES QUE LOS DIFERENTES MEDIOS REFLEJEN (ACCIONES).

EN EL ÁMBITO DE LA ACTUALIZACIÓN DEL PADRÓN ELECTORAL, LA INFORMACIÓN DEBERÁ SATISFACER LAS NECESIDADES DEL PÚBLICO OBJETIVO EN CUANTO A FECHAS, REQUISITOS Y TRÁMITES DE CADA UNO DE LOS OPERATIVOS, PERO ADEMÁS, EXPONDRÁ SUS BENEFICIOS Y MOTIVARÁ LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN CADA UNO DE ELLOS.

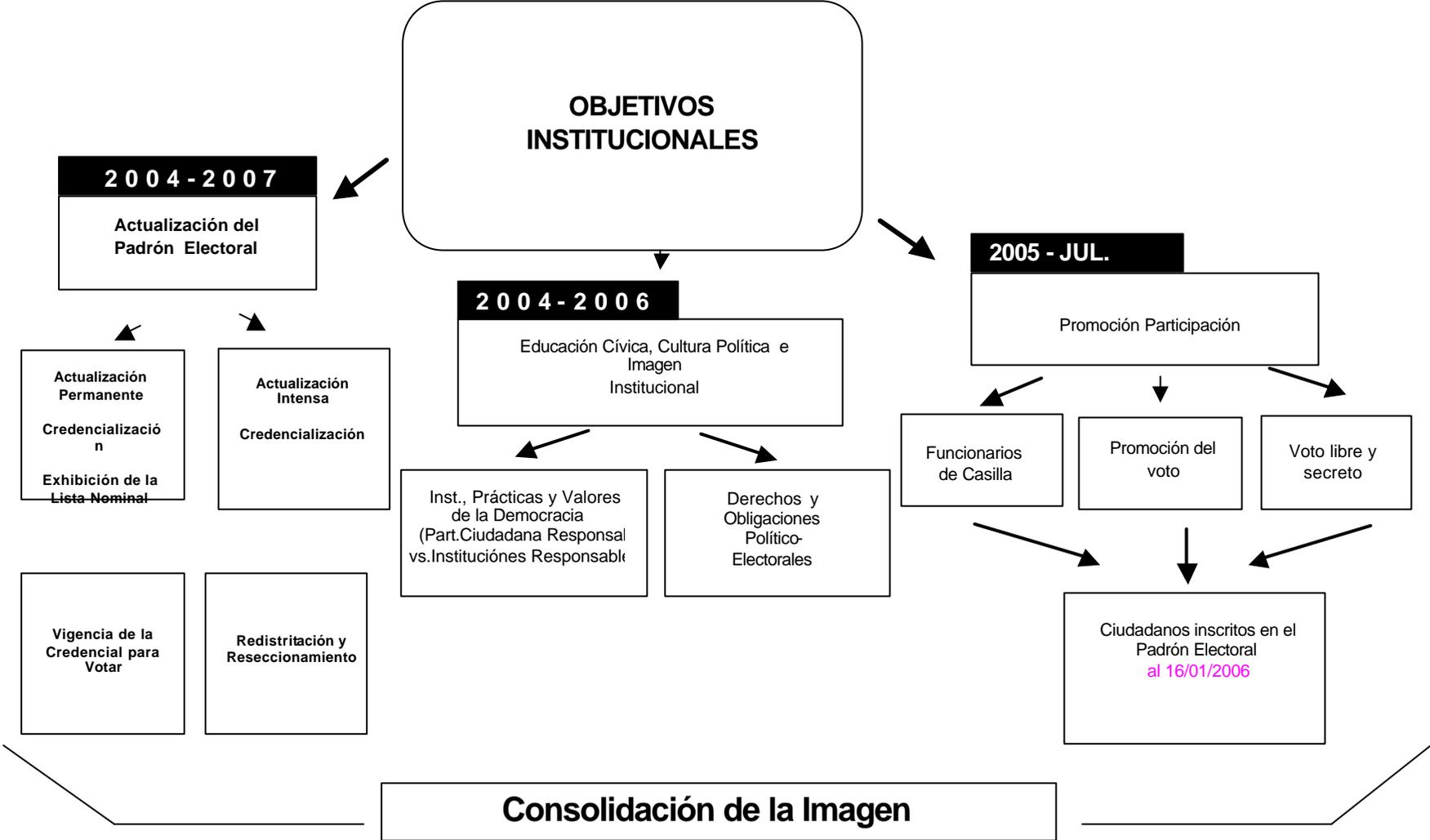
POR SU NATURALEZA, LA CAMPAÑA DEBERÁ DESARROLLARSE COMO UN ESFUERZO INTENSO DE DIFUSIÓN EN LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN DE COBERTURA NACIONAL, QUE SE VERÁ APOYADO CON ESFUERZOS LOCALES Y REGIONALES (**VER CUADRO 3**).

CUADRO 3

NIVEL INFORMATIVO-EDUCATIVO	NIVEL MOTIVACIONAL
<p>INFORMACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✍ ✍ TRÁMITES ✍ ✍ REQUISITOS ✍ ✍ FECHAS DE OPERATIVOS ✍ ✍ PLAZOS ✍ ✍ PROCEDIMIENTOS ✍ ✍ CENTROS DE ATENCIÓN (MÓDULOS, CASILLAS, ETC.) ✍ ✍ SERVICIO DE ORIENTACIÓN (IFETEL) ✍ ✍ DATOS PUNTUALES QUE EL INSTITUTO ESTÁ OBLIGADO A TRANSMITIR EN LOS MENSAJES DE SUS PROGRAMAS PRIORITARIOS 	<p>CARACTERÍSTICAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✍ ✍ SITUACIONES DE LA VIDA COTIDIANA. ✍ ✍ ACTORES QUE REPRESENTEN A CIUDADANOS COMUNES. ✍ ✍ SITUACIONES QUE RESALTEN LA IMPORTANCIA Y EL ORGULLO DE PRACTICAR VALORES, NORMAS Y PROCEDIMIENTOS DE LA DEMOCRACIA, ASÍ COMO LOS BENEFICIOS DE SU EJERCICIO PARA LA VIDA COTIDIANA Y EL DESARROLLO DE LA DEMOCRACIA. ✍ ✍ SITUACIONES QUE REFLEJEN LA IMPORTANCIA DE SENTIRSE SUJETO DE DERECHO, YA QUE ELLO CARACTERIZA LA IDENTIDAD CIUDADANA Y DA SENTIDO DE PERTENENCIA A UNA COMUNIDAD.

LAS ESTRATEGIAS, PROBLEMÁTICAS, TEMPORALIDADES, LÍNEAS ESPECÍFICAS DE ACCIÓN Y CONSIDERACIONES ESTÁN DESCRITAS EN LOS **APÉNDICES I Y II** DE ESTE ANEXO.

ESTRUCTURA DE LA CAMPAÑA



III. SERVICIOS QUE PROVEERÁ “EL LICITANTE” DE PUBLICIDAD AL INSTITUTO

EL INSTITUTO REQUERIRÁ DE “EL LICITANTE” DE PUBLICIDAD, SERVICIOS DE ASESORÍA, DISEÑO Y SUPERVISIÓN DE PRODUCCIÓN PARA EL DESARROLLO E INSTRUMENTACIÓN DE LAS ACCIONES DE DIFUSIÓN, QUE INCLUYEN LOS CONCEPTOS SIGUIENTES:

- ?? ESTRATEGIA PUBLICITARIA DE LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL Y PLATAFORMA CREATIVA, EN LO GENERAL, Y DE CADA UNA DE LAS SUBCAMPAÑAS QUE LA INTEGRAN, EN LO PARTICULAR.
- ?? DESARROLLO DE CONCEPTOS CREATIVOS PARA CADA UNA DE LAS EJECUCIONES, HASTA SU APROBACIÓN DEFINITIVA (EL INSTITUTO SE RESERVA EL DERECHO DE SOLICITAR NUEVOS CAMINOS O AJUSTES EN LOS MATERIALES QUE SE CONSIDEREN NECESARIOS).
- ?? GUIONES PARA MEDIOS ELECTRÓNICOS, ASÍ COMO TEXTOS Y BOCETOS PARA MATERIALES IMPRESOS.
- ?? ELABORACIÓN DE BOCETOS Y ORIGINALES MECÁNICOS PARA INSERCIONES EN PRENSA.
- ?? STORY BOARDS Y/O ANIMATICS PARA PRESENTACIONES Y EVALUACIONES EN GRUPOS DE ENFOQUE.
- ?? DISEÑO GRÁFICO PARA MATERIALES IMPRESOS, MEDIOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR, PÁGINAS DE INTERNET, ETC.
- ?? SUPERVISIÓN DE TODO EL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE MATERIALES DE COMUNICACIÓN, HASTA LA ENTREGA DE PRODUCTOS FINALES REALIZADOS A SATISFACCIÓN DEL INSTITUTO.
- ?? RACIONAL DE LA ESTRATEGIA GENERAL DE MEDIOS QUE CONSIDERE UNA MEZCLA QUE CUBRA EFICIENTEMENTE A TODO EL PAÍS, DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE CADA UNA DE LAS SUBCAMPAÑAS. DEBERÁ DESARROLLARSE EN FORMA FOCALIZADA, CON BASE EN LOS PÚBLICOS OBJETIVO DETERMINADOS Y CON LA PROBLEMÁTICA DIFERENCIADA QUE PRESENTA CADA ENTIDAD. LA ESTRATEGIA DE REFERENCIA DEBERÁ CONTENER EL PLAN DE MEDIOS PARA CADA ENTIDAD FEDERATIVA Y LA INFORMACIÓN ESPECÍFICA DE CADA UNO DE LOS VEHÍCULOS DE COMUNICACIÓN QUE SERÁN UTILIZADOS. (PERFILES DE AUDIENCIA, RATINGS, CIRCULACIONES, COBERTURA, ETC.).
- ?? REPORTE SEMANAL DE MONITOREO EN RADIO Y TELEVISIÓN DE LOS MENSAJES DE LA CAMPAÑA (SERVICIO EN LÍNEA), CON ANÁLISIS HISTÓRICO DE RATINGS Y UN CONCENTRADO MENSUAL, ASÍ COMO EL REPORTE EJECUTIVO CORRESPONDIENTE.

RESPONSABILIDADES DE “EL LICITANTE”, PARA CADA MEDIO DE DIFUSIÓN:

TELEVISION Y RADIO: “EL LICITANTE” SERÁ RESPONSABLE DE DISEÑAR Y DESARROLLAR LA CREATIVIDAD HASTA LA APROBACIÓN FINAL; REALIZAR JUEGOS DE STORY BOARDS Y/O ANIMATICS PARA TELEVISIÓN Y MAQUETAS DE RADIO POR CADA VERSIÓN, PARA PRESENTACIONES Y PARA SU EVALUACIÓN EN GRUPOS DE ENFOQUE; SUPERVISAR LA PRODUCCIÓN, HASTA SU REALIZACIÓN FINAL Y PROPONDRÁ SUGERENCIAS PARA QUE EL INSTITUTO PUEDA NEGOCIAR POSICIONES MÁS ADECUADAS CON RTC. “EL LICITANTE” NO SERÁ RESPONSABLE DE LA PRODUCCIÓN NI DE LA CONTRATACIÓN DE MEDIOS ELECTRÓNICOS.

PRENSA Y REVISTAS: “EL LICITANTE” SERÁ RESPONSABLE DE ELABORAR LA CREATIVIDAD Y PRESENTARÁ EN TODOS LOS CASOS BOCETOS MPRESOS EN COLOR (IMPRESIÓN LÁSER O EQUIVALENTE) EN FORMATOS Y TAMAÑOS PROPORCIONALES Y ENTREGARÁ ORIGINALES DIGITALES EN CD Y ORIGINALES MECÁNICOS DE ACUERDO

CON LAS ESPECIFICACIONES TÉCNICAS QUE EL INSTITUTO REQUIERA, SEGÚN EL CASO, DE LOS MATERIALES APROBADOS. DE ACUERDO CON EL RACIONAL DE LA ESTRATEGIA GENERAL DE MEDIOS, HARÁ RECOMENDACIONES QUE SERVIRÁN DE BASE A LA COORDINACIÓN NACIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL INSTITUTO, PARA OPTIMIZAR LAS CONTRATACIONES DE ACUERDO A LOS CONVENIOS QUE TIENE ESTABLECIDOS CON LOS MEDIOS IMPRESOS. "EL LICITANTE" NO SERÁ RESPONSABLE DE LA CONTRATACIÓN DE MEDIOS IMPRESOS (DIARIOS Y REVISTAS).

MEDIOS ALTERNATIVOS: "EL LICITANTE" SERÁ RESPONSABLE DE LA CREATIVIDAD. PRESENTARÁ EN TODOS LOS CASOS BOCETOS (EN IMPRESIÓN LÁSER) Y ENTREGARÁ ORIGINALES DIGITALES EN CD DE LOS MATERIALES APROBADOS. "EL LICITANTE" NO SERÁ RESPONSABLE DE LA CONTRATACIÓN DE MEDIOS ALTERNATIVOS.

FOLLETOS, BARDAS, MANTAS, GALLARDETES, VOLANTES, PERIFONEO, CALENDARIOS Y CARTELES: "EL LICITANTE" SERÁ RESPONSABLE DE DESARROLLAR LA PROPUESTA CREATIVA, EL DISEÑO Y LOS TEXTOS DE LOS MATERIALES A PRODUCIR. EN EL CASO DE FOLLETOS, CALENDARIOS Y CARTELES, PRESENTARÁ BOCETOS EN PRUEBA DE COLOR DE TODAS LAS VERSIONES CON SUS RESPECTIVOS TEXTOS Y ENTREGARÁ ORIGINALES DIGITALES EN CD DE LAS VERSIONES APROBADAS. EN EL CASO DE MANTAS, BARDAS, GALLARDETES Y VOLANTES, "EL LICITANTE" PRESENTARÁ UN BOCETO TIPO, PARA CADA APLICACIÓN EN PRUEBA DE COLOR, UN RACIONAL Y UN MANUAL DE APLICACIONES GRÁFICAS DE LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL. EL INSTITUTO SERÁ EL ENCARGADO DE LA PRODUCCIÓN Y ADAPTACIÓN DE ESTOS MATERIALES.

IV. REQUISITOS PARA PARTICIPAR

LAS AGENCIAS DE PUBLICIDAD DEBERÁN DEMOSTRAR QUE TIENEN CAPACIDAD PARA REALIZAR LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL QUE SE DESCRIBE EN ESTE ANEXO TÉCNICO, MEDIANTE LA PRESENTACIÓN DE LOS SIGUIENTES REQUISITOS:

1) PRESENTACIÓN DE CARTAS CREDENCIALES:

PODRÁN PARTICIPAR SÓLO AQUELLAS AGENCIAS QUE PRESENTEN UN DOCUMENTO EN EL CUAL DESCRIBAN SU TRAYECTORIA HASTA EL MOMENTO ACTUAL Y LAS VENTAJAS DERIVADAS DE SU PROPIA EXPERIENCIA, QUE A SU CONSIDERACIÓN, OFREZCAN AL INSTITUTO PARA EL DESARROLLO DE LAS CAMPAÑAS OBJETO DE ESTA LICITACIÓN.

2) INFORMACIÓN GENERAL DE "EL LICITANTE":

LAS EMPRESAS PARTICIPANTES DEBERÁN PRESENTAR SU CURRÍCULUM, ACREDITANDO LO SIGUIENTE:

- A) PRESENTAR DEMO REEL (DEMO REEL EN FORMATO VHS Y 3/4" PARA T.V. CON PIZARRAS ORIGINALES Y EN CD PARA RADIO, FOTOGRAFÍAS 8X10 O IMPRESIÓN LÁSER PARA MEDIOS DE PUBLICIDAD EXTERIOR Y MUESTRA TIPO PARA IMPRESOS). PLAN DE MEDIOS E INFORME DE RESULTADOS DE 2 CASOS DE CUENTAS QUE HAYAN MANEJADO EN LOS ÚLTIMOS 24 MESES, UTILIZANDO UNA AMPLIA MEZCLA DE MEDIOS MASIVOS, TALES COMO: TV, RADIO, IMPRESOS Y MEDIOS ALTERNATIVOS CON COBERTURA NACIONAL, EN DONDE SE DEMUESTRE UNA ESTRATEGIA ESPECÍFICA EFICAZ, QUE LE HAYA APORTADO BENEFICIOS ADICIONALES A LA MARCA.

- B) LISTA DE CLIENTES ACTUALES E HISTÓRICOS. EN EL CASO DE CLIENTES ACTUALES, DEBERÁN INDICAR EL NOMBRE DE LA PERSONA DE CONTACTO Y SU NÚMERO TELEFÓNICO.
- C) “EL LICITANTE” GANADORA DEBERÁ ASIGNAR UN RESPONSABLE PERMANENTE DE LA CUENTA, POR EL PERIODO DE TIEMPO QUE DURE EL CONTRATO OBJETO DE LA PRESENTE LICITACIÓN Y COMPROMETERSE A ASIGNAR PERSONAL DE GUARDIA CUANDO ASÍ SE REQUIERA Y ACUERDE. “EL LICITANTE” GANADORA DEBERÁ PROPORCIONAR UN NÚMERO DE TELÉFONO DE CONTACTO, AL CUAL PUEDAN COMUNICARSE PERMANENTEMENTE LOS FUNCIONARIOS RESPONSABLES DEL INSTITUTO.

3) RECURSOS HUMANOS DE LA EMPRESA

LAS EMPRESAS DEBERÁN ASIGNAR POR LO MENOS LOS SIGUIENTES RECURSOS HUMANOS PARA LA REALIZACIÓN DE LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL OBJETO DE LA PRESENTE LICITACIÓN, ANEXANDO CURRÍCULUM, QUE CUMPLA CON LOS SIGUIENTES REQUISITOS:

SERVICIO A CLIENTES:

UN VICEPRESIDENTE EJECUTIVO O DIRECTOR DE LA CUENTA.

DENTRO DE LA ESTRUCTURA DE “EL LICITANTE”, ESTA PERSONA DEBERÁ SER DEL SEGUNDO NIVEL DIRECTIVO Y ENTRE SUS RESPONSABILIDADES ESTARÁN: COORDINAR DÍA CON DÍA EL DESARROLLO GENERAL DE LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD PARA OBTENER LOS MEJORES RESULTADOS, LLEVAR A CABO LA TOMA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS, EN CONJUNTO CON EL FUNCIONARIO RESPONSABLE DEL INSTITUTO, DE ACUERDO CON LOS RESULTADOS OBTENIDOS MEDIANTE SONDEOS DE OPINIÓN, MONITOREOS, ETC., Y MANTENER LA CONSISTENCIA DEL CONCEPTO CREATIVO EN TODOS SUS PRODUCTOS.

ESTABLECERÁ COMUNICACIÓN DIRECTA CON EL RESPONSABLE DEL INSTITUTO (DIRECTOR DE DIFUSIÓN, PRODUCCIÓN EDITORIAL Y RELACIONES INSTITUCIONALES) A QUIEN PRESENTARÁ REPORTES PERIÓDICOS DE AVANCE (MÍNIMO QUINCENALES). DEBERÁ ASISTIR A LAS JUNTAS A QUE SE LE CONVOQUE.

CURRÍCULUM: ADEMÁS DE LOS DATOS GENERALES NORMALES (TRAYECTORIA CURRICULAR, ESCOLARIDAD, ETC.), DEBERÁ DEMOSTRAR CURRICULARMENTE TENER AL MENOS 4 AÑOS DE EXPERIENCIA A NIVEL DIRECTIVO DENTRO DE AGENCIAS DE PUBLICIDAD. ASIMISMO DEBERÁ PRESENTAR UNA LISTA DE LAS CUENTAS QUE HAYA MANEJADO DIRECTAMENTE EN ESOS AÑOS, ESPECIFICANDO, EN QUÉ AGENCIA LAS MANEJÓ Y DURANTE CUANTO TIEMPO.

SUPERVISOR DE CUENTA.

UN SUPERVISOR DE LA CUENTA, QUE SERÁ RESPONSABLE, JUNTO CON SUS EJECUTIVOS, DE SUPERVISAR DIRECTAMENTE LA CALIDAD DEL TRABAJO DE TODOS LOS DEPARTAMENTOS DE “EL LICITANTE”, PARA QUE ÉSTOS SEAN

REALIZADOS CON OPORTUNIDAD, DE ACUERDO A LOS CRONOGRAMAS ESTABLECIDOS EN ESTAS BASES Y CUIDANDO QUE SE APEGUEN A LOS LINEAMIENTOS ESTABLECIDOS EN LA ESTRATEGIA GENERAL. DENTRO DE SUS RESPONSABILIDADES TAMBIÉN ESTARÁ LA DE LLEVAR A CABO LOS CAMBIOS O AJUSTES NECESARIOS EN CUALQUIER MOMENTO DE LA CAMPAÑA, DE ACUERDO A LAS PRIORIDADES DEL INSTITUTO, PREVIAMENTE ACORDADOS CON LA VICEPRESIDENCIA EJECUTIVA DE “EL LICITANTE” O EL DIRECTOR DE LA CUENTA. DEBERÁ DAR SEGUIMIENTO DIARIO DE TODOS LOS ASPECTOS RELACIONADOS CON LA CAMPAÑA, REPORTANDO CUALQUIER ANOMALÍA TANTO AL DIRECTOR DE LA CUENTA DE “EL LICITANTE”, COMO AL SUBDIRECTOR DE DIFUSIÓN DEL INSTITUTO.

EL SUPERVISOR ESTABLECERÁ COMUNICACIÓN DIRECTA Y CONTINUA CON EL RESPONSABLE OPERATIVO DEL INSTITUTO (SUBDIRECTOR DE DIFUSIÓN) Y DEBERÁ ASISTIR A LAS JUNTAS A QUE LE CONVOQUE.

CURRÍCULUM: ADEMÁS DE LOS DATOS GENERALES NORMALES (TRAYECTORIA CURRICULAR, ESCOLARIDAD, ETC.), DEBERÁ DEMOSTRAR TENER AL MENOS 3 AÑOS DE EXPERIENCIA DENTRO DE AGENCIAS DE PUBLICIDAD EN EL ÁREA DE CUENTAS Y UNA LISTA DE LAS CUENTAS QUE HAYA SUPERVISADO DIRECTAMENTE EN ESOS ÚLTIMOS AÑOS. ESPECIFICANDO EN QUÉ AGENCIA Y DURANTE CUÁNTO TIEMPO.

EJECUTIVOS DE CUENTA: LOS QUE CREA NECESARIOS

CURRÍCULUM: ADEMÁS DE LOS DATOS GENERALES NORMALES (TRAYECTORIA CURRICULAR, ESCOLARIDAD, ETC.), DEBERÁN DEMOSTRAR TENER AL MENOS 1 AÑO DE EXPERIENCIA DENTRO DE AGENCIAS DE PUBLICIDAD EN EL ÁREA DE CUENTAS Y UNA LISTA DE LAS CUENTAS EN QUE HAYA PARTICIPADO DURANTE EL ÚLTIMO AÑO.

DEPARTAMENTO CREATIVO:

EL INSTITUTO CONSIDERA NECESARIO QUE EL ENFOQUE DE SU COMUNICACIÓN SEA ALTAMENTE CREATIVO, ORIGINAL, NOVEDOSO Y FRESCO. EN GENERAL, LOS MENSAJES DEBERÁN SER AMABLES Y POSITIVOS, EN CUANTO A TONO Y MANERA, PARA ALCANZAR UNA ÓPTIMA PENETRACIÓN EN TODOS LOS SECTORES DE LA POBLACIÓN.

ES MUY IMPORTANTE PARA EL INSTITUTO QUE LA COMUNICACIÓN PROYECTE EN TODO MOMENTO SU IMAGEN COMO ORGANISMO PÚBLICO AUTÓNOMO, DONDE RESALTEN LAS CARACTERÍSTICAS DE IMPARCIALIDAD E INDEPENDENCIA, POR LO QUE SE DEBERÁ PROPONER UNA COMUNICACIÓN DIFERENTE A LA QUE REALIZAN EL GOBIERNO O LOS PARTIDOS POLÍTICOS. ESTA DIFERENCIACIÓN ES ESENCIAL DENTRO DE LOS PROPÓSITOS DE COMUNICACIÓN PARA CONSOLIDAR LA IMAGEN DEL INSTITUTO, Y SE DEBERÁ REFLEJAR CLARAMENTE TANTO EN EL NIVEL DISCURSIVO COMO EN EL EJECUCIONAL.

EL INSTITUTO SOLICITARÁ A “EL LICITANTE” QUE ASIGNE AL MEJOR EQUIPO CREATIVO DE QUE DISPONGA, CON LA SUFICIENTE SENSIBILIDAD E INFORMACIÓN SOCIAL Y POLÍTICA PARA CAMPAÑAS CON CARACTERÍSTICAS COMO LAS QUE SON OBJETO DE LA PRESENTE LICITACIÓN.

UN DIRECTOR CREATIVO

“EL LICITANTE” DEBERÁ ASIGNAR UN DIRECTOR CREATIVO, DE POR LO MENOS TERCER NIVEL DIRECTIVO DENTRO DE LA ESTRUCTURA DE “EL LICITANTE”, QUE SERÁ EL RESPONSABLE DE DESARROLLAR Y DISEÑAR LA PLATAFORMA CREATIVA DE COMUNICACIÓN DE LA QUE SE DESPRENDA EL RACIONAL CREATIVO Y LOS CONCEPTOS DE LA CAMPAÑA INSTITUCIONAL, ASÍ COMO SUS RESPECTIVOS MATERIALES EJECUCIONALES. COORDINARÁ CON LOS DEPARTAMENTOS DE PRODUCCIÓN DE “EL LICITANTE”, LA SUPERVISIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE MATERIALES FINALES. SERÁ TAMBIÉN RESPONSABLE DE PRESENTAR ESTOS TRABAJOS FINALES A LA DIRECCIÓN DE DIFUSIÓN Y, EN SU CASO, A LOS PARTIDOS POLÍTICOS Y/O A LAS INSTANCIAS SUPERIORES DEL INSTITUTO QUE SE LE INDIQUEN EN SU MOMENTO.

CURRÍCULUM: ADEMÁS DE LOS DATOS GENERALES NORMALES (TRAYECTORIA CURRICULAR, ESCOLARIDAD, ETC.), DEBERÁ DEMOSTRAR TENER AL MENOS 3 AÑOS DE EXPERIENCIA COMO DIRECTOR CREATIVO DENTRO DE AGENCIAS DE PUBLICIDAD, MEDIANTE LA PRESENTACIÓN DE PORTAFOLIO (DEMO REEL DE SPOTS TV –VHS O ¾” CON PIZARRAS ORIGINALES- Y DE RADIO – AUDIOCASSETTES O CD- QUE HAYAN SALIDO AL AIRE, Y MATERIALES IMPRESOS PUBLICADOS Y/O APLICADOS DURANTE LOS ÚLTIMOS DOS AÑOS) ASÍ COMO UNA LISTA DE LAS CUENTAS DE LAS QUE ACTUALMENTE ES RESPONSABLE. ADICIONALMENTE DEBERÁ PRESENTAR UNA LISTA DE LAS CUENTAS EN LAS QUE HAYA TRABAJADO EN LOS DOS ÚLTIMOS AÑOS.

UNA DUPLA COPY/DIRECTOR DE ARTE

CURRÍCULUM: ADEMÁS DE LOS DATOS GENERALES NORMALES (TRAYECTORIA CURRICULAR, ESCOLARIDAD, ETC.), DEBERÁN DEMOSTRAR TENER AL MENOS 2 AÑOS DE EXPERIENCIA TRABAJANDO EN DEPARTAMENTOS CREATIVOS DE AGENCIA DE PUBLICIDAD CON POR LO MENOS TRES TRABAJOS (SPOTS TV O RADIO QUE HAYAN SALIDO AL AIRE, Y/O MATERIALES IMPRESOS PUBLICADOS Y/O APLICADOS).

PRODUCCIÓN:

UN SUPERVISOR DE PRODUCCION (MEDDS ELECTRÓNICOS)

CURRÍCULUM: ADEMÁS DE LOS DATOS GENERALES NORMALES (TRAYECTORIA CURRICULAR, ESCOLARIDAD, ETC.), DEBERÁ DEMOSTRAR TENER AL MENOS 2 AÑOS DE EXPERIENCIA TRABAJANDO EN DEPARTAMENTOS DE PRODUCCIÓN EN AGENCIA DE PUBLICIDAD.

MEDIOS:

UN SUPERVISOR DE MEDIOS

“EL LICITANTE” DEBERÁ ASIGNAR UN SUPERVISOR DE MEDIOS, DE POR LO MENOS TERCER NIVEL DIRECTIVO DENTRO DE LA ESTRUCTURA DE “EL LICITANTE”, QUIEN SERÁ RESPONSABLE DE DESARROLLAR EL RACIONAL DE ESTRATEGIA GENERAL DE MEDIOS Y LOS REPORTES SEMANALES Y MENSUALES DE MONITOREO, CON EL FIN DE QUE EL INSTITUTO PUEDA SOLICITAR LAS

POSICIONES MÁS CONVENIENTES DENTRO DE LOS TIEMPOS OFICIALES DE RTC PARA MEDIOS ELECTRÓNICOS (T.V. Y RADIO); EN CUANTO A IMPRESOS (PRENSA Y REVISTAS) DEBERÁ APORTAR RECOMENDACIONES Y ASESORÍA PARA QUE LA COORDINACIÓN NACIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL INSTITUTO, QUIEN REALIZARÁ LAS CONTRATACIONES, PUEDA OPTIMIZAR LOS RECURSOS ASIGNADOS, PARA HACER LLEGAR DE MANERA MÁS EFICIENTE LOS MENSAJES A LA CIUDADANÍA A TRAVÉS DE LOS CONVENIOS ESTABLECIDOS ENTRE EL INSTITUTO Y LOS MEDIOS IMPRESOS.

CURRÍCULUM: ADEMÁS DE LOS DATOS GENERALES NORMALES (TRAYECTORIA CURRICULAR, ESCOLARIDAD, ETC.), DEBERÁ PRESENTAR POR ESCRITO EL RACIONAL DEL PLAN DE MEDIOS DE POR LO MENOS DOS CASOS RECIENTES (EN EL ÚLTIMO AÑO) DE CUENTAS QUE HAYA MANEJADO EN SU TOTALIDAD, EN LAS QUE SE EJEMPLIFIQUE CLARAMENTE NEGOCIACIONES VENTAJOSAS PARA EL CLIENTE, Y UNA LISTA DE LAS CUENTAS DE LAS QUE ACTUALMENTE ES RESPONSABLE. ASIMISMO DEBERÁ DEMOSTRAR TENER AL MENOS 2 AÑOS DE EXPERIENCIA EN CENTRALES DE MEDIOS Y/O DEPARTAMENTOS DE MEDIOS DENTRO DE AGENCIAS DE PUBLICIDAD, INDICAR LOS PUESTOS EN QUE SE HA DESEMPEÑADO Y PRESENTAR UNA LISTA DE LAS CUENTAS EN LAS QUE HAYA TRABAJADO EN EL ÚLTIMO AÑO.

DISEÑADOR E ILUSTRADOR:

“EL LICITANTE” DEBERÁ ASIGNAR UN DISEÑADOR E ILUSTRADOR DE LOS MATERIALES IMPRESOS PARA MEDIOS EXTERIORES Y ALTERNATIVOS. “EL LICITANTE” DEBERÁ CONSIDERAR VERSIONES (DE ACUERDO CON SU ESTRATEGIA) BOCETOS Y FORMATOS, HASTA ORIGINAL MECÁNICO O DIGITAL (ZIP, CD).

CURRÍCULUM: ADEMÁS DE LOS DATOS GENERALES NORMALES (TRAYECTORIA CURRICULAR, ESCOLARIDAD, ETC.), DEBERÁN DEMOSTRAR TENER AL MENOS 2 AÑOS DE EXPERIENCIA EN EL RAMO Y CONOCIMIENTO EN EL MANEJO DE PAQUETERÍAS DE DISEÑO PARA PC Y MAC, Y SER ILUSTRADOR, POR LO QUE DEBERÁ PRESENTAR POR LO MENOS 3 TRABAJOS QUE SE HAYAN PUBLICADO EN LOS ÚLTIMOS 2 AÑOS, EN DONDE MUESTRE SUS APTITUDES DE DISEÑO E ILUSTRACIÓN.

ADMINISTRACIÓN:

ASIMISMO, DEBERÁ DESIGNAR A UNA PERSONA PARA QUE APOYE LAS LABORES ADMINISTRATIVAS DE LA CUENTA, CUANDO ASÍ SEA NECESARIO.

EL INSTITUTO DEBERÁ APROBAR LAS SUPLENCIAS DE LOS RECURSOS HUMANOS SOLICITADOS EN ESTE ANEXO, DE IGUAL MANERA EL LICITANTE SE OBLIGA A CUBRIR LAS VACANTES EN UN PLAZO NO MAYOR A 24 HORAS.

V. PROPUESTA TÉCNICA

LA PROPUESTA TÉCNICA DEBERÁ PRESENTARSE CONFORME AL ORDEN QUE A CONTINUACIÓN SE INDICA Y DEBERÁ CONTENER LO SIGUIENTE:

A) INFORMACIÓN DE LA EMPRESA REQUERIDA EN EL APARTADO IV DE ESTE ANEXO.

B) OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS GENERALES, ASÍ COMO ESTRATEGIAS PARTICULARES Y CRONOGRAMAS PARA CADA UNA DE LAS SUBCAMPAÑAS:

~~///~~ **EDUCACIÓN CÍVICA, CULTURA POLÍTICA E IMAGEN INSTITUCIONAL.**

~~///~~ **ACTUALIZACIÓN DEL PADRÓN ELECTORAL**

~~///~~ **PROMOCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA**

LOS LICITANTES PODRÁN INCLUIR, ADICIONALMENTE A LO REQUERIDO EN LOS APÉNDICES I Y II, AQUELLOS CONCEPTOS QUE EN SU OPINIÓN PUDIERAN MEJORAR ESTA CAMPAÑA.

C) UNA PROPUESTA INICIAL DE CONCEPTOS CREATIVOS:

1.- ESTRATEGIA PUBLICITARIA PARA LA CAMPAÑA, QUE INCLUYA:

?? RACIONAL DE ESTRATEGIA GENERAL DE MEDIOS.

?? PARA EL CASO DE IMPRESOS (REVISTA Y PRENSA), UN RACIONAL DE LINEAMIENTOS, COMO PROPUESTA PARA QUE EL INSTITUTO ELABORE LA SELECCIÓN DE MANERA EFICIENTE.

2.- PLATAFORMA Y RACIONAL CREATIVO DE IMAGEN DEL INSTITUTO Y DE LOS MENSAJES ESPECÍFICOS, A PARTIR DE LOS APÉNDICES I Y II DE ESTE ANEXO TÉCNICO. ESTO DEBERÁ PLASMARSE EN MATERIALES EJECUCIONALES, CON UN MÍNIMO DE 2 SPOTS DE T.V., 2 SPOTS DE RADIO Y 2 DISEÑOS POR IMPRESO PARA CADA SUBCAMPAÑA, DE ACUERDO A LA LISTA SIGUIENTE:

?? STORYBOARDS PARA TV (A COLOR).

?? GUIONES O MAQUETAS DE RADIO.

?? APLICACIONES EN IMPRESOS PARA: PRENSA, AUTOBUSES URBANOS Y CARTELES.

ESTOS DEBERÁN DE IR ACOMPAÑADOS DE UN BREVE MANUAL DE APLICACIONES E IDENTIDAD GRÁFICA PARA LA CAMPAÑA (TIPOGRAFÍA, POSICIÓN DE LOGOS, CONCEPTOS, ETC.)

?? TRES EJEMPLOS DE TEXTOS (GACETILLAS), UNO POR SUBCAMPAÑA, PARA ENVIAR A LOS MEDIOS, COMO PARTE DE LA ESTRATEGIA DE RELACIONES PÚBLICAS.

D) CALENDARIO DE ACTIVIDADES (CRONOGRAMA).

E) CON EL FIN DE EVALUAR LOS PARÁMETROS DE CALIDAD DE "EL LICITANTE" EN LA SUPERVISIÓN DE PRODUCCIÓN, DEBERÁN INCLUIR POR LO MENOS UN DEMO REEL FORMATO VHS Y 3/4" DE T.V. (CON PIZARRAS ORIGINALES), UN DEMO DE RADIO EN CD Y 3 EJEMPLOS DE DISTINTOS MEDIOS EXTERIORES (FOTOGRAFÍAS 8X10 O IMPRESIONES LASER A COLOR), DE DOS CASOS DE CUENTAS (PUEDEN SER LOS CASOS DEL INCISO "A" DEL APARTADO IV DEL PRESENTE ANEXO. EN SU CASO DEBERÁ ESPECIFICARSE).

F) CARTA COMPROMISO, EN LA QUE SE ASIENTE, BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, QUE LOS TRABAJOS PRESENTADOS EN LOS DEMO REEL Y PORTAFOLIO FUERON REALIZADOS POR EL PERSONAL PROPUESTO (INDICADOS EN EL INCISO IV.3) POR "EL LICITANTE" PARTICIPANTE, Y PUBLICADOS -EN EL CASO DE IMPRESOS- O EMITIDOS EN MEDIOS AUDIOVISUALES -EN LOS CASOS DE RADIO Y TELEVISIÓN-. TAMBIÉN

DEBERÁN GARANTIZAR QUE ESE MISMO PERSONAL REALIZÓ LA PROPUESTA TÉCNICA Y QUE SERÁ ASIGNADO A LA CUENTA.

- G) LAS AGENCIAS DEBERÁN PRESENTAR SU CAMPAÑA. CADA PARTICIPANTE CONTARÁ CON UNA HORA DE TIEMPO PARA REALIZARLA. EN EL ACTO DE APERTURA DE LAS PROPUESTAS TÉCNICAS SE REALIZARÁ UN SORTEO EN PRESENCIA DE LOS PARTICIPANTES PARA DESIGNAR EL ORDEN, DÍA, HORA Y LUGAR DE LAS PRESENTACIONES.

EL INSTITUTO SOLICITA NOVEDAD Y SOLIDEZ EN EL PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO; ALTA CREATIVIDAD EN EL CONCEPTO Y MATERIALES DE LA PROPUESTA TÉCNICA PRESENTADA, ASÍ COMO SIMPLICIDAD CONCEPTUAL (SIN SACRIFICAR CALIDAD).

EL INSTITUTO PROPORCIONARÁ EL MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA ASÍ COMO INFORMACIÓN SOBRE ESTUDIOS REALIZADOS SOBRE EL PROBLEMA DE LA FALTA DE PARTICIPACIÓN, ABSTENCIONISMO, INSCRIPCIÓN Y ACTUALIZACIÓN DEL PADRÓN ELECTORAL Y ELEMENTOS PARA UN DIAGNÓSTICO SOBRE CULTURA POLÍTICA A LA EMPRESA GANADORA, DURANTE EL PERIODO QUE DURE LA RELACIÓN CONTRACTUAL CON EL INSTITUTO.

PARA EFECTOS DE LA PRESENTE LICITACIÓN, PARTE DE ESA INFORMACIÓN ESTÁ CONTENIDA EN LOS APÉNDICES I Y II DEL PRESENTE ANEXO TÉCNICO MISMA QUE DEBERÁ CONSIDERARSE DE CARÁCTER CONFIDENCIAL, POR LO QUE EL LICITANTE NO PODRÁ UTILIZARLA PARA PROVECHO PROPIO O DE TERCEROS DURANTE LA PRESENTACIÓN DE LA LICITACIÓN O EN CUALQUIER MOMENTO POSTERIOR. ÚNICAMENTE SE UTILIZARÁ PARA LA PRESENTACIÓN DE LA OFERTA TÉCNICA.

LAS AGENCIAS DEBERÁN COMPROMETERSE POR ESCRITO A MANTENER LA CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA POR EL INSTITUTO PARA ESTA LICITACIÓN.

VI. COMITÉ DE SEGUIMIENTO

EL COMITÉ DE SEGUIMIENTO ESTARÁ INTEGRADO POR FUNCIONARIOS DE LA DIRECCIÓN EJECUTIVA DE CAPACITACIÓN ELECTORAL Y EDUCACIÓN CÍVICA (DECEyEC), ASÍ COMO, EN SU CASO, DE LA DIRECCIÓN EJECUTIVA DEL REGISTRO FEDERAL DE ELECTORES (DERFE) Y DE LA COORDINACIÓN NACIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL (CNCS), Y A QUIEN ELLOS DESIGNEN, Y ESTE MISMO CONVOCARÁ A “EL LICITANTE” GANADORA A LAS JUNTAS Y REUNIONES QUE CONSIDERE PERTINENTES, A LAS CUALES DEBERÁ ASISTIR, CUANDO ASÍ SE LES SOLICITE, EL VICEPRESIDENTE EJECUTIVO DE “EL LICITANTE”, O DIRECTOR DE LA CUENTA.

VII. SUPERVISIÓN

EL INSTITUTO TENDRÁ EL DERECHO DE LLEVAR A CABO POR SÍ MISMO, O A TRAVÉS DE CONTRATACIÓN EXTERNA, UNA EVALUACIÓN DE LOS PRODUCTOS Y DEL IMPACTO DE LA CAMPAÑA. PARA TAL EFECTO, EL INSTITUTO PODRÁ SOLICITAR A “EL LICITANTE” CUALQUIER INFORMACIÓN QUE CONSIDERE NECESARIA.

EL INSTITUTO PODRÁ REALIZAR, TANTAS VECES COMO LO CONSIDERE CONVENIENTE, VISITAS A LAS INSTALACIONES DE “EL LICITANTE” CON LA FINALIDAD DE CERCIORARSE DEL CORRECTO DESARROLLO DE LOS TRABAJOS OBJETO DE ESTA LICITACIÓN.

VIII. COSTOS DE LAS PROPUESTAS TÉCNICAS Y ECONÓMICAS DE LAS AGENCIAS

EN NINGÚN CASO EL INSTITUTO SERÁ RESPONSABLE DE LAS EROGACIONES QUE REALICEN LAS AGENCIAS PARA LA ELABORACIÓN DE SUS PROPUESTAS TÉCNICAS Y ECONÓMICAS. DICHOS COSTOS SERÁN ABSORBIDOS EN SU TOTALIDAD POR LOS PARTICIPANTES.

IX. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y ADJUDICACIÓN

PARA ESTE EFECTO SE CONFORMARÁ UN COMITÉ DE EVALUACIÓN QUE ESTARÁ INTEGRADO POR FUNCIONARIOS DE LA DECEYEC, DERFE Y DE LA CNCS Y QUE TENDRÁN A SU CARGO LA REVISIÓN DE LAS PROPUESTAS DE LAS AGENCIAS PARTICIPANTES Y DE LA ELABORACIÓN DEL DICTAMEN TÉCNICO, DE ACUERDO CON LOS CRITERIOS SIGUIENTES.

EVALUACIÓN DE PROPUESTAS TÉCNICAS.

Las propuestas que se reciban serán evaluadas por un Comité de Funcionarios que designe el Instituto.

De conformidad con el Artículo 42 del Reglamento de “LA LEY”, el criterio de adjudicación será el denominado “COSTO BENEFICIO” para lo cual se considerará lo siguiente:

1. La propuesta técnica deberá cumplir de manera obligatoria con todos los requisitos especificados en el Anexo Técnico, Apéndices y en las Presentes Bases.
2. El método de evaluación que se utilizará para la adjudicación de los servicios será considerando las ponderaciones que a continuación se señalan:

I) COMPRENSIÓN DE LA PROBLEMÁTICA 30 PUNTOS.

CRITERIO	LA PROPUESTA	CALIFICACIÓN
TOMA EN CUENTA LOS OBJETIVOS DE CADA SUBCAMPAÑA	SUPERA LA EXPECTATIVA	10
	SOLO PERMITE DAR CUMPLIMIENTO A LOS OBJETIVOS	6
	CARECE DE ELEMENTOS PARA DETERMINAR EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	2
LA PROPUESTA OFRECE ALTERNATIVAS DE COMUNICACIÓN DE ACUERDO A LA PROBLEMÁTICA DE CADA SUBCAMPAÑA	SUPERA LA EXPECTATIVA	10
	SOLO PERMITE DAR CUMPLIMIENTO A LOS OBJETIVOS	6
	CARECE DE ELEMENTOS PARA DETERMINAR EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	2
LA PROPUESTA REFLEJA UNA INTEGRACIÓN NOVEDOSA DE LAS SUBCAMPAÑAS	SUPERA LA EXPECTATIVA	10
	SOLO PERMITE DAR CUMPLIMIENTO A LOS OBJETIVOS	6
	CARECE DE ELEMENTOS PARA DETERMINAR EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	2

II) ESTRATEGIA DE MEDIOS 30 PUNTOS

CRITERIO	LA PROPUESTA	CALIFICACIÓN
CUBRE EFICIENTEMENTE LOS PÚBLICOS OBJETIVOS SEÑALADOS EN CADA UNA DE LAS SUBCAMPAÑAS	SUPERA LA EXPECTATIVA	10
	SOLO PERMITE DAR CUMPLIMIENTO A LOS OBJETIVOS	6
	CARECE DE ELEMENTOS PARA DETERMINAR EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	2
LA ESTRATEGIA PLANTEA EL USO EFICIENTE Y COMPLEMENTARIO DE LOS MEDIOS	SUPERA LA EXPECTATIVA	10
	SOLO PERMITE DAR CUMPLIMIENTO A LOS OBJETIVOS	6

	CARECE DE ELEMENTOS PARA DETERMINAR EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	2
PRESENTA UNA ESTRATEGIA FOCALIZADA EFICIENTE Y NOVEDOSA (ES INCLUYENTE Y CONTEMPLA A GRUPOS VULNERABLES)	SUPERA LA EXPECTATIVA	10
	SOLO PERMITE DAR CUMPLIMIENTO A LOS OBJETIVOS	6
	CARECE DE ELEMENTOS PARA DETERMINAR EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	2

III) ESTRATEGIA CREATIVA 30 PUNTOS

CRITERIO	LA PROPUESTA	CALIFICACIÓN
EL RACIONAL CREATIVO ES CLARO Y FUNDAMENTADO	SUPERA LA EXPECTATIVA	3
	SOLO PERMITE DAR CUMPLIMIENTO A LOS OBJETIVOS	2
	CARECE DE ELEMENTOS PARA DETERMINAR EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	1
LA PROPUESTA CREATIVA EVOLUCIONA EFICIENTEMENTE EN EL DESARROLLO DE LAS SUBCAMPAÑAS.	SUPERA LA EXPECTATIVA	3
	SOLO PERMITE DAR CUMPLIMIENTO A LOS OBJETIVOS	2
	CARECE DE ELEMENTOS PARA DETERMINAR EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	1
EL CONCEPTO CENTRAL O RECTOR ES CLARO CONTUNDENTE	SUPERA LA EXPECTATIVA	3
	SOLO PERMITE DAR CUMPLIMIENTO A LOS OBJETIVOS	2
	CARECE DE ELEMENTOS PARA DETERMINAR EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	1
LA PROPUESTA TOMA EN CUENTA LAS CONSIDERACIONES SEÑALADAS EN LOS APÉNDICES	SUPERA LA EXPECTATIVA	3
	SOLO PERMITE DAR CUMPLIMIENTO A LOS OBJETIVOS	2
	CARECE DE ELEMENTOS PARA DETERMINAR EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	1
EXPRESA ELEMENTOS POSITIVOS QUE BENEFICIAN LA IMAGEN DEL INSTITUTO	SUPERA LA EXPECTATIVA	3
	SOLO PERMITE DAR CUMPLIMIENTO A LOS OBJETIVOS	2
	CARECE DE ELEMENTOS PARA DETERMINAR EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	1
LA PROPUESTA ES NOVEDOSA	SUPERA LA EXPECTATIVA	3
	SOLO PERMITE DAR CUMPLIMIENTO A LOS OBJETIVOS	2
	CARECE DE ELEMENTOS PARA DETERMINAR EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	1
LA PROPUESTA ES MEMORABLE	SUPERA LA EXPECTATIVA	3
	SOLO PERMITE DAR CUMPLIMIENTO A LOS OBJETIVOS	2
	CARECE DE ELEMENTOS PARA DETERMINAR EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	1
LA PROPUESTA ES EMPÁTICA	SUPERA LA EXPECTATIVA	3
	SOLO PERMITE DAR CUMPLIMIENTO A LOS OBJETIVOS	2
	CARECE DE ELEMENTOS PARA DETERMINAR EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	1

LA PROPUESTA ES POSITIVA	SUPERA LA EXPECTATIVA	3
	SOLO PERMITE DAR CUMPLIMIENTO A LOS OBJETIVOS	2
	CARECE DE ELEMENTOS PARA DETERMINAR EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	1

LA PROPUESTA ES CLARA	SUPERA LA EXPECTATIVA	3
	SOLO PERMITE DAR CUMPLIMIENTO A LOS OBJETIVOS	2
	CARECE DE ELEMENTOS PARA DETERMINAR EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	1

IV) EXPERIENCIA 10 PUNTOS

CRITERIO	LA PROPUESTA	CALIFICACIÓN
RECONOCIMIENTOS OTORGADOS AL LICITANTE	CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y COMERCIALES	5
	CAMPAÑAS COMERCIALES	3
	CARECE DE RECONOCIMIENTOS	1

PERSONAL ASIGNADO A LA CUENTA	SUPERA LA EXPECTATIVA	5
	SOLO PERMITE DAR CUMPLIMIENTO A LOS OBJETIVOS	3
	CARECE DE ELEMENTOS PARA DETERMINAR EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS PLANTEADOS	1

La formula para determinar la propuesta ganadora será la siguiente:

$$\frac{\text{MONTO DE LA OFERTA ECONÓMICA}}{\text{PONDERACIONES (CP+EM+EC+EX)}}$$

La propuesta que como resultado de aplicar la formula indicada, sea la mas baja, será, la adjudicada.

El dictamen técnico que realice el Comité de Evaluación designado por el Instituto será inapelable.

COMPRESIÓN DE LA PROBLEMÁTICA

?? SE DEBERÁ PRESENTAR UN DOCUMENTO ESTRATÉGICO CLARO Y FUNDAMENTADO QUE EXPRESE EL OBJETIVO GENERAL DE LA CAMPAÑA Y LOS OBJETIVOS PARTICULARES DE CADA UNA DE LAS SUBCAMPAÑAS Y QUE ESTABLEZCA EL POSICIONAMIENTO DESEADO COMO RESULTADO FINAL DEL ESFUERZO.

?? EL DOCUMENTO SERÁ EVALUADO BAJO LOS SIGUIENTES CRITERIOS:

1. DOCUMENTO CLARO Y FUNDAMENTADO.
2. EL OBJETIVO GENERAL RESPONDE ADECUADAMENTE A LA PROBLEMÁTICA DEL INSTITUTO.
3. LOS OBJETIVOS PARTICULARES DE LAS SUBCAMPAÑAS SON RELEVANTES Y REFLEJAN UNA EVOLUCIÓN POSITIVA DE LA CAMPAÑA.
4. EL OBJETIVO GENERAL DE LA CAMPAÑA SE INTEGRA POSITIVAMENTE EN LAS SUBCAMPAÑAS.
5. EL POSICIONAMIENTO RESPONDE A LAS EXPECTATIVAS DE IMAGEN DEL INSTITUTO.

ESTRATEGIA DE MEDIOS

?? SE DEBERÁ PRESENTAR UN DOCUMENTO ESTRATÉGICO QUE ESTABLEZCA LOS PRINCIPIOS DE PLANEACIÓN, SELECCIÓN, FOCALIZACIÓN Y MONITOREO QUE REGIRÁN EL USO DE LOS MEDIOS MASIVOS Y ALTERNATIVOS, PARA CUMPLIR CON LOS OBJETIVOS PREESTABLECIDOS Y HACER MÁS EFICIENTES LOS RECURSOS DEL INSTITUTO.

?? EL DOCUMENTO SERÁ EVALUADO BAJO LOS SIGUIENTES CRITERIOS:

1. LA ESTRATEGIA GENERAL DE MEDIOS RESPONDE A LOS OBJETIVOS DE AUDIENCIA DEL INSTITUTO.
2. APORTA ALGO NUEVO O DIFERENTE PARA IMPACTAR A NUESTRA AUDIENCIA.
3. UTILIZA EN FORMA ORIGINAL LOS MEDIOS TRADICIONALES.
4. UTILIZA LOS MEDIOS ALTERNATIVOS DE FORMA ORIGINAL Y EFICIENTE.
5. CUENTA “EL LICITANTE” CON LAS HERRAMIENTAS ADECUADAS QUE LE PERMITAN CUMPLIR CON LOS OBJETIVOS DE AUDIENCIA OPTIMIZANDO LOS RECURSOS DEL INSTITUTO.

CAMPAÑA Y MATERIALES CREATIVOS

?? LA CAMPAÑA DEBE CONTENER UN CONCEPTO CENTRAL QUE SE EXPRESE EFICIENTEMENTE EN UN LENGUAJE (ORAL Y VISUAL) SIMPLE Y COLOQUIAL Y DEBE RESPONDER SIN DUDA, AL OBJETIVO GENERAL DE LA ESTRATEGIA.

?? LAS SUBCAMPAÑAS DEBEN COMUNICAR LOS OBJETIVOS PARTICULARES DE LA ESTRATEGIA SIN PERDER DE VISTA EL CONCEPTO CENTRAL DE LA CAMPAÑA.

?? LA CAMPAÑA DEBE DESARROLLARSE A TRAVÉS DE EJECUCIONES QUE COMUNIQUEN EL CONCEPTO CENTRAL EN TODOS Y CADA UNO DE LOS MEDIOS RECOMENDADOS.

?? LA CAMPAÑA SERÁ EVALUADA BAJO LOS SIGUIENTES CRITERIOS:

1. DEFINIR UN CONCEPTO CENTRAL O RECTOR QUE PUEDA SER UTILIZADO DURANTE TODO EL PERIODO DE LA CAMPAÑA (2004-2006), O BIEN, UTILIZAR EL CONCEPTO “LA LLAVE DE LA DEMOCRACIA” ADAPTADO A LA ESTRATEGIA CREATIVA PROPUESTA.
2. ES UNA CAMPAÑA DE LARGA DURACIÓN.
3. ES SIMPLE Y CLARA.
4. ES CREÍBLE.
5. ES ORIGINAL Y SORPRENDENTE.
6. ES RELEVANTE PARA NUESTRA AUDIENCIA.
7. ES EMPÁTICA Y POSITIVA.
8. PROVOCA ALGUNA ACCIÓN O REACCIÓN.
9. EL CONCEPTO GENERAL SE APLICA ADECUADAMENTE EN CADA MEDIO.
10. EXPRESA ELEMENTOS POSITIVOS Y NOVEDOSOS QUE BENEFICIEN LA IMAGEN DEL INSTITUTO.

EL PARTICIPANTE QUE NO CUMPLA CON LOS OBJETIVOS DE LA CAMPAÑA Y SUS SUBCAMPAÑAS EN TODOS Y CADA UNO DE LOS PUNTOS ANTERIORES, SERÁ DESCALIFICADO.

CONSIDERACIONES

? EL INSTITUTO ES UN ORGANISMO PÚBLICO, AUTÓNOMO, INDEPENDIENTE, IMPARCIAL Y OBJETIVO, CUYA LABOR CONSISTE EN INFORMAR Y ASISTIR AL CIUDADANO EN LA CONSTRUCCIÓN DE RELACIONES CÍVICAS DEMOCRÁTICAS QUE PERMITAN UNA CONVIVENCIA PACÍFICA, A TRAVÉS DE UNO DE LOS DERECHOS MÁS IMPORTANTES DEL MEXICANO: EL VOTO.

?? EL INSTITUTO ES UN ORGANISMO PÚBLICO, AUTÓNOMO, INDEPENDIENTE, IMPARCIAL Y OBJETIVO, POR LO CUAL, **TODA LA INFORMACIÓN QUE GENERE DEBE SER CONCEPTUAL PARA MANTENERSE ALEJADA DE ESTILOS, ENFOQUES Y ELEMENTOS GRÁFICOS QUE LO ASOCIEN CON CAMPAÑAS DE GOBIERNO O DE PARTIDOS POLÍTICOS.**

?? EL INSTITUTO CUENTA CON UNA ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN QUE PUDIERA SERVIR COMO BASE PARA FUTURAS ESTRATEGIAS, SIN EMBARGO Y EN FAVOR DE UNA COMUNICACIÓN MÁS EFECTIVA A LARGO PLAZO, SE ESCUCHARÁN PROPUESTAS ESTRATÉGICAS QUE HAGAN MÁS EFICIENTES Y EXPEDITOS NUESTROS OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.

ANEXO 1

Nombre del participante: _____

DOCUMENTOS SOLICITADOS ORIGINAL Y COPIA	REFERENCIAS EN LAS BASES	DOCUMENTOS QUE ENTREGA EL PARTICIPANTE	DOCUMENTOS QUE RECIBE EL IFE
Propuesta técnica	4.1.		
Formato debidamente requisitado según anexo 2	4.1. b)		
Carta poder	4.1. c)		
Curriculum de la empresa	4.1. d)		
Manifiestación de no encontrarse en los supuestos del Artículo 50 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.	4.1. e)		
Manifiestación de no encontrarse en los supuestos del Artículo 50, fracción II de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, así como en el Artículo 8, Fracción XX de la Ley Federal de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos.	4.1. f)		
Escrito por el que manifieste que no ha formado ni formará parte de Comités Directivos de algún partido político, ni ser funcionario a nivel Federal o Estatal.	4.1. g)		
Escrito en que manifieste disponer de recursos humanos y técnicos, así como con infraestructura para la prestación de los servicios.	4.1. h)		
Currícula del personal que intervendrá en la prestación de los servicios	4.1 i)		
Escrito de confidencialidad.	4.1. j)		
Comprobante de cumplimiento de la Norma Oficial Mexicana, las Normas Mexicanas y a falta de estas las Normas Internacionales o en su caso las normas de referencia. En caso de no aplicar ninguna norma, presentar escrito bajo protesta de decir verdad	4.1 k)		

haciendo notar este hecho			
Comprobante de compra de bases	4.1. l)		
Identificación oficial vigente del representante legal	4.1. m)		
Propuesta económica	4.2.		

Nota: El participante deberá llenar este formato y entregarlo durante el acto de presentación y apertura de proposiciones.

Revisa y Recibe

Representante de la Dirección Jurídica

**ANEXO 2
(formato)**

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

No. de la licitación:

Registro Federal de Contribuyentes:		
Domicilio.- Calle y número:		
Colonia:	Delegación o Municipio:	
Código Postal:	Entidad federativa:	
Teléfonos:	Fax:	
Correo electrónico:		
No. de la escritura pública en la que consta su acta constitutiva:		Fecha:
Nombre, número y lugar del Notario Público ante el cual se dió 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 representante:	
Datos del documento mediante el cual acredita su personalidad y facultades.	
Escritura pública número:	Fecha:
Nombre, número y lugar del Notario Público ante el cual se otorgó:	

(lugar y fecha)
Protesto lo necesario
(firma)

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

UTILIZAR PAPEL MEMBRETEADO DE LA EMPRESA

ANEXO 3

CARTA PODER

**C. DIRECTOR DE RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS
INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL
PRESENTE.**

EN MI CARÁCTER DE _____ SEGÚN
(carácter que ostenta quien otorga el poder)
CONSTA EN EL TESTIMONIO NOTARIAL DE FECHA _____
OTORGADO ANTE NOTARIO PÚBLICO NÚMERO _____ DE _____

Y QUE SE ENCUENTRA BAJO EL NÚMERO DE _____ DEL REGISTRO PÚBLICO DE
COMERCIO EN LA CIUDAD DE _____
(lugar en que se efectuó el registro)

OTORGO AL C. _____ EL PRESENTE PODER PARA QUE EN
NOMBRE DE MI REPRESENTADA, SE ENCARGUE DE LOS SIGUIENTES ACTOS:
ENTREGA Y RECEPCIÓN DE DOCUMENTOS, COMPARECER A LOS ACTOS DE APERTURA
DE OFERTA Y FALLO Y HACER LAS AÇLARACIONES QUE SE DERIVEN DE DICHS ACTOS
CON RELACIÓN A LA LICITACIÓN PÚBLICA NACIONAL **00100001-005/2004** CONVOCADA
POR EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL.

(lugar y fecha de expedición)

**NOMBRE DOMICILIO Y FIRMA DE
QUIEN OTORGA EL PODER**

**NOMBRE DOMICILIO Y FIRMA DE
QUIEN RECIBE EL PODER**

TESTIGOS

NOMBRE, FIRMA Y DIRECCIÓN

NOMBRE, FIRMA Y DIRECCIÓN

UTILIZAR PAPEL MEMBRETEADO DE EL PARTICIPANTE

ANEXO 4

C. _____ PERSONA FACULTADA DE EL PARTICIPANTE _____ SEGÚN SE ACREDITA EN EL TESTIMONIO NOTARIAL No. _____ DE FECHA _____ OTORGADO ANTE LA FE DEL NOTARIO PÚBLICO NO _____ DE LA CIUDAD DE _____ Y QUE SE ENCUENTRA INSCRITO EN EL FOLIO MERCANTIL NO. _____ EN EL REGISTRO PÚBLICO DE LA PROPIEDAD Y DEL COMERCIO DE LA CIUDAD DE _____, MANIFIESTO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD QUE NI EL SUSCRITO, NI NINGUNO DE LOS SOCIOS INTEGRANTES DE LA EMPRESA QUE REPRESENTO, SE ENCUENTRA EN LOS SUPUESTOS SEÑALADOS EN EL ARTÍCULO 50, DE LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO

(lugar y fecha)

A T E N T A M E N T E

(firma)

PERSONA FACULTADA

ARTÍCULO 50 DE LA LEY DE ADQUISICIONES ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO

LAS DEPENDENCIAS Y ENTIDADES SE ABSTENDRÁN DE RECIBIR PROPUESTAS O CELEBRAR CONTRATO ALGUNO EN LAS MATERIAS A QUE SE REFIERE ESTA LEY, CON LAS PERSONAS SIGUIENTES:

- I. AQUÉLLAS EN QUE EL SERVIDOR PÚBLICO QUE INTERVENGA EN CUALQUIER ETAPA DEL PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN TENGA INTERÉS PERSONAL, FAMILIAR O DE NEGOCIOS, INCLUYENDO AQUÉLLAS DE LAS QUE PUEDA RESULTAR ALGÚN BENEFICIO PARA ÉL, SU CÓNYUGE O SUS PARIENTES CONSANGUÍNEOS HASTA EL CUARTO GRADO, POR AFINIDAD O CIVILES, O PARA TERCEROS CON LOS QUE TENGA RELACIONES PROFESIONALES, LABORALES O DE NEGOCIOS, O PARA SOCIOS O SOCIEDADES DE LAS QUE EL SERVIDOR PÚBLICO O LAS PERSONAS ANTES REFERIDAS FORMEN O HAYAN FORMADO PARTE;
- II. LAS QUE DESEMPEÑEN UN EMPLEO, CARGO O COMISIÓN EN EL SERVICIO PÚBLICO, O BIEN, LAS SOCIEDADES DE LAS QUE DICHAS PERSONAS FORMEN PARTE, SIN LA AUTORIZACIÓN PREVIA Y ESPECÍFICA DE LA CONTRALORÍA CONFORME A LA LEY FEDERAL DE RESPONSABILIDADES DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS; ASÍ COMO LAS INHABILITADAS PARA DESEMPEÑAR UN EMPLEO, CARGO O COMISIÓN EN EL SERVICIO PÚBLICO;
- III. AQUELLOS PROVEEDORES QUE, POR CAUSAS IMPUTABLES A ELLOS MISMOS, LA DEPENDENCIA O ENTIDAD CONVOCANTE LES HUBIERE RESCINDIDO ADMINISTRATIVAMENTE MÁS DE UN CONTRATO, DENTRO DE UN LAPSO DE DOS AÑOS CALENDARIO CONTADOS A PARTIR DE LA NOTIFICACIÓN DE LA PRIMERA RESCISIÓN. DICHO IMPEDIMENTO PREVALECE ANTE LA PROPIA DEPENDENCIA O ENTIDAD CONVOCANTE DURANTE DOS AÑOS CALENDARIO CONTADOS A PARTIR DE LA NOTIFICACIÓN DE LA RESCISIÓN DEL SEGUNDO CONTRATO;
- IV. LAS QUE SE ENCUENTREN INHABILITADAS POR RESOLUCIÓN DE LA CONTRALORÍA EN LOS TÉRMINOS DEL TÍTULO SEXTO DE ESTE ORDENAMIENTO Y TÍTULO SÉPTIMO DE LA LEY DE OBRAS PÚBLICAS Y SERVICIOS RELACIONADOS CON LAS MISMAS;
- V. LOS PROVEEDORES QUE SE ENCUENTREN EN SITUACIÓN DE ATRASO EN LAS ENTREGAS DE LOS BIENES O EN LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS POR CAUSAS IMPUTABLES A ELLOS MISMOS, RESPECTO DE OTRO U OTROS CONTRATOS CELEBRADOS CON LA PROPIA

DEPENDENCIA O ENTIDAD, SIEMPRE Y CUANDO ÉSTAS HAYAN RESULTADO GRAVEMENTE PERJUDICADAS;

- VI. AQUELLAS QUE HAYAN SIDO DECLARADAS EN SUSPENSIÓN DE PAGOS, ESTADO DE QUIEBRA O SUJETAS A CONCURSO DE ACREEDORES;
- VII. AQUELLAS QUE PRESENTEN PROPUESTAS EN UNA MISMA PARTIDA DE UN BIEN O SERVICIO EN UN PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN QUE SE ENCUENTREN VINCULADAS ENTRE SÍ POR ALGÚN SOCIO O ASOCIADO COMÚN;
- VIII. LAS QUE PRETENDAN PARTICIPAR EN UN PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN Y PREVIAMENTE HAYAN REALIZADO O SE ENCUENTREN REALIZANDO, POR SÍ O A TRAVÉS DE EMPRESAS QUE FORMEN PARTE DEL MISMO GRUPO EMPRESARIAL, EN VIRTUD DE OTRO CONTRATO, TRABAJOS DE ANÁLISIS Y CONTROL DE CALIDAD, PREPARACIÓN DE ESPECIFICACIONES, PRESUPUESTO O LA ELABORACIÓN DE CUALQUIER DOCUMENTO VINCULADO CON EL PROCEDIMIENTO EN QUE SE ENCUENTRAN INTERESADAS EN PARTICIPAR;
- IX. AQUELLAS QUE POR SÍ O A TRAVÉS DE EMPRESAS QUE FORMEN PARTE DEL MISMO GRUPO EMPRESARIAL PRETENDAN SER CONTRATADAS PARA ELABORACIÓN DE DICTÁMENES, PERITAJES Y AVALÚOS, CUANDO ÉSTOS HAYAN DE SER UTILIZADOS PARA RESOLVER DISCREPANCIAS DERIVADAS DE LOS CONTRATOS EN LOS QUE DICHAS PERSONAS O EMPRESAS SEAN PARTE;
- X. LAS QUE CELEBREN CONTRATOS SOBRE LAS MATERIAS REGULADAS POR ESTA LEY SIN ESTAR FACULTADAS PARA HACER USO DE DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL, Y
- XI. LAS DEMÁS QUE POR CUALQUIER CAUSA SE ENCUENTREN IMPEDIDAS PARA ELLO POR DISPOSICIÓN DE LEY.

UTILIZAR PAPEL MEMBRETEADO DE EL PARTICIPANTE

ANEXO 5

C. _____ PERSONA FACULTADA DE EL PARTICIPANTE _____ SEGÚN SE ACREDITA EN EL TESTIMONIO NOTARIAL No. _____ DE FECHA _____ OTORGADO ANTE LA FE DEL NOTARIO PÚBLICO NO _____ DE LA CIUDAD DE _____ Y QUE SE ENCUENTRA INSCRITO EN EL FOLIO MERCANTIL NO. _____ EN EL REGISTRO PÚBLICO DE LA PROPIEDAD Y DEL COMERCIO DE LA CIUDAD DE _____, MANIFIESTO, BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD QUE NI EL SUSCRITO, NI NINGUNO DE LOS SOCIOS INTEGRANTES DE LA EMPRESA QUE REPRESENTO, SE ENCUENTRA EN LOS SUPUESTOS DEL ARTÍCULO 50, FRACCIÓN II, DE LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO, NI EN LOS PREVISTOS EN EL ARTÍCULO 8 FRACCIÓN XX DE LA LEY FEDERAL DE RESPONSABILIDADES ADMINISTRATIVAS DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS.

EN EL ENTENDIDO DE QUE DE NO MANIFESTARME CON VERACIDAD, ACEPTO QUE ELLO SEA CAUSA DE RESCISIÓN DEL CONTRATO CELEBRADO CON EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL.

(lugar y fecha)

A T E N T A M E N T E

(firma)

PERSONA FACULTADA

ARTÍCULO 50 DE LA LEY DE ADQUISICIONES ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO.- LAS DEPENDENCIAS Y ENTIDADES SE ABSTENDRÁN DE RECIBIR PROPUESTAS O CELEBRAR CONTRATO ALGUNO EN LAS MATERIAS A QUE SE REFIERE ESTA LEY, CON LAS PERSONAS SIGUIENTES:

FRACCIÓN II.- LAS QUE DESEMPEÑEN UN EMPLEO, CARGO O COMISIÓN EN EL SERVICIO PÚBLICO, O BIEN, LAS SOCIEDADES DE LAS QUE DICHAS PERSONAS FORMEN PARTE, SIN LA AUTORIZACIÓN PREVIA Y ESPECÍFICA DE LA CONTRALORÍA CONFORME A LA LEY FEDERAL DE RESPONSABILIDADES DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS; ASÍ COMO LAS INHABILITADAS PARA DESEMPEÑAR UN EMPLEO, CARGO O COMISIÓN EN EL SERVICIO PÚBLICO;

ARTÍCULO 8 DE LA LEY FEDERAL DE RESPONSABILIDADES ADMINISTRATIVAS DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS.- TODO SERVIDOR PÚBLICO TENDRÁ LAS SIGUIENTES OBLIGACIONES:

FRACCIÓN XX.- ABSTENERSE, EN EJERCICIO DE SUS FUNCIONES O CON MOTIVO DE ELLAS, DE CELEBRAR O AUTORIZAR LA CELEBRACIÓN DE PEDIDOS O CONTRATOS RELACIONADOS CON ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y ENAJENACIÓN DE TODO TIPO DE BIENES, PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE CUALQUIER NATURALEZA Y LA CONTRATACIÓN DE OBRA PÚBLICA O DE SERVICIOS RELACIONADOS CON ÉSTA, CON QUIEN DESEMPEÑE UN EMPLEO, CARGO O COMISIÓN EN EL SERVICIO PÚBLICO, O BIEN CON LAS SOCIEDADES DE LAS QUE DICHAS PERSONAS FORMEN PARTE. POR NINGÚN MOTIVO PODRÁ CELEBRARSE PEDIDO O CONTRATO ALGUNO CON QUIEN SE ENCUENTRE INHABILITADO PARA DESEMPEÑAR UN EMPLEO, CARGO O COMISIÓN EN EL SERVICIO PÚBLICO.

UTILIZAR PAPEL MEMBRETEADO DE LA EMPRESA

ANEXO 6

MEXICO, D.F., A ____ DE _____ DE 2004.

C. DIRECTOR DE RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS
INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL
P R E S E N T E.

POR ESTE MEDIO ME OBLIGO A NO DIVULGAR LA INFORMACIÓN A LA QUE TENGA ACCESO PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO, ASÍ COMO DE SUS RESULTADOS, DERIVADOS DE LA LICITACIÓN PÚBLICA NACIONAL **00100001-005/2004**, YA QUE DICHA INFORMACIÓN ES CONFIDENCIAL Y PROPIEDAD DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL.

EN VIRTUD DE LO ANTERIOR, ASUMO LA RESPONSABILIDAD DE QUE POR NINGÚN MOTIVO DIVULGARÉ EN INFORMES, CONFERENCIAS O CUALQUIER OTRO MEDIO, LOS DATOS Y RESULTADOS OBTENIDOS POR LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS OBJETO DE ESTA LICITACIÓN.

DE NO CUMPLIR CON LO EXPUESTO, EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL PODRÁ EJERCITAR LA ACCIÓN CORRESPONDIENTE ANTE LAS AUTORIDADES CIVILES, PENALES O DE CUALQUIER OTRA ÍNDOLE.

A T E N T A M E N T E

UTILIZAR PAPEL MEMBRETEADO DE LA EMPRESA

ANEXO 7

MEXICO, D.F., A ____ DE _____ DE 2004.

C. DIRECTOR DE RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS
INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL
P R E S E N T E .

PARA DAR CUMPLIMIENTO A LO ESTIPULADO EN EL ARTÍCULO 32-D DEL CÓDIGO FISCAL DE LA FEDERACIÓN Y A LA REGLA 2.1.14 DE LA RESOLUCIÓN MISCELÁNEA FISCAL PARA EL AÑO DE 1999, O LA QUE LA SUSTITUYA, POR ESTE CONDUCTO MANIFIESTO A USTED, BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, QUE MI REPRESENTADA _____, CON DOMICILIO FISCAL EN _____, CON R.F.C. No. _____, QUE PARTICIPÓ Y RESULTÓ ADJUDICADA EN LA LICITACIÓN PÚBLICA NACIONAL 00100001-005/2004, POR UN MONTO DE \$ _____ (_____ 00/100 M.N.), SIN I.V.A., HA PRESENTADO EN TIEMPO Y FORMA LAS DECLARACIONES POR IMPUESTOS FEDERALES CORRESPONDIENTES A SUS TRES ÚLTIMOS EJERCICIOS FISCALES Y QUE A LA FECHA NO TIENE ADEUDOS DE ESA NATURALEZA.

NOTA: ESTE FORMATO SÓLO DEBE SER REQUISITADO POR “EL LICITANTE” GANADOR Y ENTREGARLO AL MOMENTO DE LA FIRMA DEL PEDIDO CONTRATO CORRESPONDIENTE.

A T E N T A M E N T E

ANEXO 8

FORMA DE REDACCIÓN DE LA PÓLIZA DE FIANZA QUE GARANTICE EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES PACTADAS EN EL CONTRATO

QUE ES A FAVOR DE EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL PARA GARANTIZAR POR EL PROVEEDOR _____ EL FIEL Y EXACTO CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES PACTADAS EN EL CONTRATO No. IFE/___/2004 DE FECHA _____ CON IMPORTE DE \$ _____ M.N. (_____) MAS I.V.A. RELATIVO AL DISEÑO DE LA ESTRATEGIA, RACIONAL CREATIVO Y DISEÑO DE MATERIALES IMPRESOS Y AUDIOVISUALES PARA LA CAMPAÑA TRIANUAL DE EDUCACIÓN CÍVICA CAP/CAI (CAMPAÑA DE ACTUALIZACIÓN PERMANENTE Y CAMPAÑA ANUAL INTENSA DEL PADRÓN ELECTORAL Y DE LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA) 2004-2006, DE ACUERDO CON LAS ESPECIFICACIONES CONTENIDAS EN EL CITADO CONTRATO DERIVADAS DE LA LICITACIÓN PÚBLICA NACIONAL 00100001-005/2004.

LA COMPAÑÍA AFIANZADORA EXPRESAMENTE DECLARA: A) QUE LA FIANZA SE OTORGA ATENDIENDO A TODAS LAS ESTIPULACIONES CONTENIDAS EN EL CITADO CONTRATO, INCLUYENDO EL PLAZO O FECHA LÍMITE DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO. B) QUE EN EL CASO DE QUE SE PRORROGUE EL PLAZO ESTABLECIDO PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DEL CONTRATO QUE AMPARA LA PRESENTE FIANZA O EXISTA ESPERA, SU VIGENCIA AUTOMÁTICAMENTE SERÁ PRORROGADA O PERMANECERÁ EN ESPERA. C) QUE LA FIANZA GARANTIZA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO OBJETO DEL CONTRATO, AÚN CUANDO PARTE DE EL SE SUBCONTRATE CON AUTORIZACIÓN DE EL ORGANISMO. D) QUE PARA CANCELAR LA FIANZA SERÁ REQUISITO INDISPENSABLE LA SOLICITUD EXPRESA Y POR ESCRITO DE EL ORGANISMO A LA COMPAÑÍA AFIANZADORA. E) ESTA FIANZA PERMANECERÁ EN VIGOR DURANTE LA SUSTANCIACIÓN DE TODOS LOS RECURSOS LEGALES Y SE SOMETE EXPRESAMENTE AL PROCEDIMIENTO DE EJECUCIÓN ESTABLECIDO EN LOS ARTÍCULOS 95 Y 118 DE LA LEY FEDERAL DE INSTITUCIONES DE FIANZAS EN VIGOR, ASIMISMO RENUNCIAN AL DERECHO QUE LES OTORGA EL ARTICULO 119 DE LA CITADA LEY. FIN DEL TEXTO.

ANEXO 9

UTILIZAR PAPEL MEMBRETEADO DE LA EMPRESA

MÉXICO, D.F., A _____ DE _____ DE 2004

CÉDULA RESUMEN

NOMBRE DE LA PERSONA FÍSICA O MORAL:

NOMBRE Y CARGO DEL APODERADO:

REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES:

IMPORTE TOTAL DE LA COTIZACIÓN:

(EN PESOS, SIN I.V.A)

VIGENCIA DE LA COTIZACIÓN:

DECLARO HABER LEÍDO LAS BASES DE LICITACIÓN, ACEPTANDO LAS CONDICIONES ESTABLECIDAS POR EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL.

**NOMBRE, CARGO Y FIRMA
DEL APODERADO LEGAL**

MODELO DE CONTRATO

CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS QUE CELEBRAN POR UNA PARTE EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL, A QUIEN EN LO SUCESIVO SE DENOMINARA "EL **INSTITUTO**", REPRESENTADO POR _____, Y POR LA OTRA LA EMPRESA _____, A QUIEN EN LO SUCESIVO SE DENOMINARÁ "EL **PROVEEDOR**", REPRESENTADA POR _____, EN SU CARÁCTER DE _____, DE CONFORMIDAD CON LAS DECLARACIONES Y CLÁUSULAS SIGUIENTES:

DECLARACIONES.

I.- DE "EL INSTITUTO"

I.1.- QUE DE CONFORMIDAD CON LOS ARTÍCULOS 41, PÁRRAFO SEGUNDO, FRACCIÓN III, DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS; 68 Y 70, PÁRRAFO 1, DEL CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES, ES UN ORGANISMO PÚBLICO AUTÓNOMO, DE CARÁCTER PERMANENTE, INDEPENDIENTE EN SUS DECISIONES Y FUNCIONAMIENTO, CON PERSONALIDAD JURÍDICA Y PATRIMONIO PROPIOS.

I.2.- QUE EL _____, CUENTA CON EL PODER LEGAL Y LAS FACULTADES SUFICIENTES PARA CELEBRAR EL PRESENTE CONTRATO, MISMAS QUE LE FUERON CONFERIDAS MEDIANTE PODER NOTARIAL OTORGADO EN SU FAVOR POR EL SECRETARIO EJECUTIVO, EN TÉRMINOS DEL ARTÍCULO 89, PÁRRAFO 1, INCISOS A) Y R) DEL CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES, ASENTADO EN LA ESCRITURA PÚBLICA NÚMERO _____, DE FECHA _____, OTORGADA ANTE LA FE DEL NOTARIO PÚBLICO NO. ___ DEL _____.

I.3. QUE REQUIERE DEL SERVICIO PARA REALIZAR EL DISEÑO DE LA ESTRATEGIA, RACIONAL CREATIVO Y DISEÑO DE MATERIALES IMPRESOS Y AUDIOVISUALES PARA LA CAMPAÑA INTEGRAL DE EDUCACIÓN CÍVICA CAP/CAI Y DE LA PROMOCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA 2004-2006 QUE PUEDE PROPORCIONARLE "EL **PROVEEDOR**", Y CUENTA CON LA PARTIDA PRESUPUESTAL AUTORIZADA PARA EJERCERLA, SEGUN SOLICITUD No. _____ GIRADA POR _____.

I.4.- QUE SE ENCUENTRA DADO DE ALTA EN EL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES DE LA SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO CON LA CLAVE IFE901011-IH1

I.5.- QUE LA DIRECCIÓN DE RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS OPERA BAJO SU RESPONSABILIDAD LOS PROCEDIMIENTOS LICITATORIOS RELATIVOS A LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO OBJETO DEL PRESENTE CONTRATO Y QUE LA _____ ELABORÓ LOS DICTAMENES CORRESPONDIENTES QUE DETERMINARON LA ADJUDICACIÓN DEL PRESENTE CONTRATO.

I.6. QUE EL PRESENTE CONTRATO SE ADJUDICA A "EL **PROVEEDOR**" EN VIRTUD DEL FALLO DE LA LICITACIÓN PÚBLICA NACIONAL 00100001-000/200., DE FECHA ___ DE _____ DEL 2004, DE CONFORMIDAD AL PROCEDIMIENTO QUE ESTABLECEN LOS ARTÍCULOS 29 FRACCIÓN I Y 30 DE LA LEY DE ADQUISICIONES, 00100001-005/2004

ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO, MISMO QUE CUENTA CON LA OPINIÓN FAVORABLE DEL COMITÉ DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS EN SU _____ SESIÓN _____ - DE FECHA _____ DE _____ DEL 2004, CON BASE EN EL DICTAMEN TÉCNICO DE FECHA _____ DE _____ DEL 2004, FIRMADO POR _____, _____ Y _____, _____.

II.- DE "EL PROVEEDOR"

II.1.- QUE ES UNA EMPRESA CONSTITUIDA CONFORME A LA LEGISLACIÓN MEXICANA, SEGÚN CONSTA EN LA ESCRITURA PÚBLICA N° _____ DE FECHA _____ DE _____ DE _____, OTORGADA ANTE LA FE DEL NOTARIO PÚBLICO NÚMERO _____ DE _____, LIC. _____, DEBIDAMENTE INSCRITA EN EL REGISTRO PÚBLICO DE LA PROPIEDAD Y DEL COMERCIO DE _____, BAJO EL FOLIO MERCANTIL N° _____, E INSCRITA ANTE EL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES DE LA SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, BAJO EL N° _____.

II.2.- QUE _____, EN SU CARÁCTER DE _____ CONFORME A LA ESCRITURA PÚBLICA N° _____ DE FECHA _____ DE _____ DE _____, OTORGADO ANTE LA FE DEL LIC. _____, NOTARIO PÚBLICO N° _____ DE _____, CUENTA CON PODERES AMPLIOS Y SUFICIENTES PARA SUSCRIBIR EL PRESENTE CONTRATO A NOMBRE DE "EL PROVEEDOR" Y QUE DICHO NOMBRAMIENTO Y FACULTADES BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, NO LE HAN SIDO REVOCADO NI MODIFICADAS EN FORMA ALGUNA.

II.3.- QUE DENTRO DE SU OBJETO SOCIAL SE ENCUENTRA _____

_____.

II.4.- QUE TIENE CAPACIDAD JURÍDICA PARA CONTRATAR Y OBLIGARSE EN LOS TÉRMINOS DEL PRESENTE CONTRATO Y QUE DISPONE DE LOS ELEMENTOS E IMPLEMENTOS PROPIOS, ASÍ COMO DE LA ORGANIZACIÓN SUFICIENTE PARA LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS REQUERIDOS POR "EL INSTITUTO".

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

II.6.- QUE SE ENCUENTRA AL CORRIENTE EN EL PAGO DE SUS OBLIGACIONES FISCALES.

II.7.- QUE PARA LOS FINES Y EFECTOS DEL PRESENTE CONTRATO, SEÑALA COMO SU DOMICILIO EL UBICADO EN _____

EN MERITO DE LAS DECLARACIONES QUE ANTECEDEN, LAS PARTES OTORGAN LAS SIGUIENTES:

CLAUSULAS.

PRIMERA.- OBJETO DEL CONTRATO.

"EL PROVEEDOR" SE COMPROMETE EN LOS TERMINOS PREVISTOS EN EL PRESENTE CONTRATO PARA REALIZAR EL DISEÑO DE LA ESTRATEGIA, RACIONAL CREATIVO Y DISEÑO DE MATERIALES IMPRESOS Y AUDIOVISUALES PARA LA CAMPAÑA INTEGRAL DE EDUCACIÓN CÍVICA CAP/CAI Y DE LA PROMOCION DE LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA 2004-2006, CONFORME A LAS ESPECIFICACIONES QUE SE PRECISAN EN EL "ANEXO UNICO", DOCUMENTO QUE DEBIDAMENTE FIRMADO POR LAS PARTES PASA A FORMAR PARTE INTEGRANTE DE ESTE INSTRUMENTO.

SEGUNDA.- MONTO DEL CONTRATO Y FORMA DE PAGO.

EL MONTO TOTAL DEL PRESENTE INSTRUMENTO IMPORTA LA CANTIDAD TOTAL DE \$ _____ (_____ PESOS 00/100 M.N.), MAS EL 15% DEL I.V.A.

BAJO NINGUNA CIRCUNSTANCIA EL PRECIO VARIARA DURANTE LA VIGENCIA DE ESTE CONTRATO.

DICHA CANTIDAD SERA CUBIERTA, UNA VEZ RECIBIDOS LOS SERVICIOS A PLENA SATISFACCIÓN DE "EL INSTITUTO", A LOS 20 DIAS POSTERIORES A LA PRESENTACIÓN DE LAS FACTURAS CORRESPONDIENTES, ACOMPAÑADAS DE LAS CONSTANCIAS DE RECEPCION DE DICHSO SERVICIOS, CONFORME AL CALENDARIO DE ENTREGA DE LOS PRODUCTOS SOLICITADOS QUE SE DETALLA EN EL "ANEXO UNICO".

LOS PAGOS SERAN CUBIERTOS EN EL DOMICILIO UBICADO EN PERIFERICO SUR No, 4124, 1er. PISO, COL. EXHACIENDA DE ANZALDO, DELEGACION ALVARO OBREGON, C.P. 01090, MEXICO D.F.

TERCERA.- IMPUESTOS.

"EL INSTITUTO" Y "EL PROVEEDOR" CONVIENEN EN QUE CADA UNA DE ELLAS CUBRIRA LOS IMPUESTOS Y/O DERECHOS FEDERALES O LOCALES QUE CONFORME A LA LEGISLACION FISCAL VIGENTE SE CAUSEN EN EL CUMPLIMIENTO DEL PRESENTE CONTRATO Y LES SEAN APLICABLES.

CUARTA.- SUPERVISION DE LOS SERVICIOS.

"EL INSTITUTO" PODRA SOLICITAR, DIRECTAMENTE O A TRAVES DE TERCEROS A "EL PROVEEDOR", LA VERIFICACIÓN DE LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS A FIN DE ACREDITAR EL DEBIDO CUMPLIMIENTO DEL PRESENTE CONTRATO.

QUINTA.- PROFESIONALIDAD.

LAS PARTES CONVIENEN EN QUE EL PRESENTE CONTRATO SE SUSCRIBE EN ATENCION A QUE "EL PROVEEDOR" MANIFIESTA CONTAR CON LOS CONOCIMIENTOS Y RECURSOS NECESARIOS PARA EJECUTAR LOS SERVICIOS CONTRATADOS.

SEXTA. - CONFIDENCIALIDAD.

“**EL PROVEEDOR**” SE OBLIGA A NO DIVULGAR INFORMES, DATOS O RESULTADOS QUE LLEGUEN A SU POSESIÓN, POR VIRTUD DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO MATERIA DEL PRESENTE CONTRATO, O QUE POR CUALQUIER OTRO MOTIVO HUBIERA TENIDO ACCESO, YA SEA MEDIANTE INFORMES, REPORTES U OTRO MEDIO YA SEA ESCRITO, ORAL, ELECTRÓNICO O DE CUALQUIER OTRO TIPO Y TAMPOCO PODRAN SER UTILIZADOS EN BENEFICIO PROPIO COMO BASE DE UN NUEVO SERVICIO SIN LA PREVIA Y EXPRESA AUTORIZACIÓN DE “**EL INSTITUTO**”.

PARA EL CASO DE INCUMPLIMIENTO POR PARTE DE “**EL PROVEEDOR**”, “**EL INSTITUTO**” SE RESERVA EL DERECHO DE EJERCITAR LAS ACCIONES QUE CORRESPONDAN ANTE LAS AUTORIDADES RESPECTIVAS, LAS CUALES PUEDEN SER CIVILES, PENALES O DE CUALQUIER OTRA INDOLE.

SEPTIMA. - DERECHOS DE AUTOR.

LAS PARTES RECONOCEN QUE LOS DERECHOS DE AUTOR QUE PUDIERAN DERIVARSE DE LOS TRABAJOS QUE CON MOTIVO DEL PRESENTE CONTRATO DESARROLLE “**EL PROVEEDOR**”, ASI COMO LOS RESULTADOS DE ESTOS, PERTENECERAN DE MANERA EXCLUSIVA A “**EL INSTITUTO**”, TODA VEZ QUE SU COLABORACION ES RETRIBUIDA, DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN LA LEY FEDERAL DEL DERECHO DE AUTOR.

OCTAVA. - VIGENCIA.

LA VIGENCIA DEL PRESENTE CONTRATO SERA A PARTIR DEL ____ DE ____ Y HASTA EL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 2006.

LA VIGENCIA DEL PRESENTE CONTRATO PARA LOS AÑOS 2005 Y 2006, ESTARA SUJETA A LA SUFICIENCIA PRESUPUESTAL QUE LE SEA AUTORIZADA POR LA CAMARA DE DIPUTADOS DEL CONGRESO DE LA UNION A “**EL INSTITUTO**” PARA DICHOS EJERCICIOS.

NOVENA. - GARANTIAS.

PARA GARANTIZAR EL EXACTO Y FIEL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES ASUMIDAS POR “**EL PROVEEDOR**” EN ESTE INSTRUMENTO, ESTE SE OBLIGA A PRESENTAR FIANZA OTORGADA A FAVOR DE “**EL INSTITUTO**” POR AFIANZADORA LEGALMENTE CONSTITUIDA CONFORME A LA LEGISLACIÓN MEXICANA, POR EL MONTO TOTAL ANUAL DEL MISMO, SIN INCLUIR EL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO. DICHA FIANZA DEBERÁ SER RENOVADA ANUALMENTE POR EL IMPORTE ESTIPULADO PARA CADA EJERCICIO FISCAL (2004, 2005 Y 2006) Y ENTREGADA DENTRO DE LOS DIEZ DIAS NATURALES POSTERIORES A LA FIRMA DEL PRESENTE CONTRATO.

DECIMA. - RESCISION DEL CONTRATO.

“**EL INSTITUTO**”, PODRA RESCINDIR UNILATERALMENTE Y SIN NECESIDAD DE DECLARACION JUDICIAL EL PRESENTE CONTRATO POR CUALQUIERA DE LAS CAUSAS QUE A CONTINUACION SE ESTABLECEN:

A) SI POR CAUSAS IMPUTABLES A **"EL PROVEEDOR"** NO SE INICIAN LOS SERVICIOS EN EL TIEMPO ESTABLECIDO O SE SUSPENDA LA PRESTACION DE LOS SERVICIOS OBJETO DE ESTE CONTRATO, O NO SE OBTENGAN LOS RESULTADOS DESEADOS POR **"EL INSTITUTO"**.

B) POR NO AJUSTARSE, **"EL PROVEEDOR"** A LO ESTABLECIDO EN EL PRESENTE INSTRUMENTO; A LAS ESPECIFICACIONES SEÑALADAS EN SU PROPUESTA DE TRABAJO; A LOS ACUERDOS QUE, EN SU CASO Y POR ESCRITO ESTABLEZCAN **"EL INSTITUTO"** Y **"EL PROVEEDOR"** Y A LAS TECNICAS APLICABLES A SU ACTIVIDAD.

EN EL SUPUESTO DE QUE **"EL INSTITUTO"** RESCINDA EL CONTRATO SE ATENDERA CONFORME A LO SIGUIENTE:

SI EL INCUMPLIMIENTO SE DERIVA DEL ATRASO EN LA ENTREGA DE LOS BIENES O EN LA PRESTACION DE LOS SERVICIOS, SE AGOTARA EL LIMITE MÁXIMO DE LA PENA CONVENCIONAL EQUIVALENTE AL 15% PARA POSTERIORMENTE INICIAR EL PROCEDIMIENTO DE RESCISION DEL CONTRATO DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN EL ARTICULO 54 DE LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PUBLICO Y HACER EFECTIVA LA GARANTIA DE CUMPLIMIENTO.

CUANDO EL INCUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES POR PARTE DE **"EL PROVEEDOR"** NO DERIVE DEL ATRASO EN LOS TIEMPOS DE ENTREGA, SINO POR CAUSAS ESTABLECIDAS EN EL CONTRATO, **"EL INSTITUTO"** PODRA INICIAR EN CUALQUIER MOMENTO EL PROCEDIMIENTO DE RESCISION.

ASIMISMO, DE CONFORMIDAD CON LO QUE ESTABLECE EL ARTICULO 2 FRACCION II DEL REGLAMENTO DE LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PUBLICO, EN CASO DE RESCISION, LA APLICACION DE LA GARANTIA DE CUMPLIMIENTO, SERA PROPORCIONAL AL MONTO DE LAS OBLIGACIONES INCUMPLIDAS.

DECIMA PRIMERA.- PENALIDAD CONVENCIONAL POR DEMORA EN LA ENTREGA DE LOS SERVICIOS.

SI POR CAUSA DE FUERZA MAYOR AJENA A **"EL PROVEEDOR"** O A CUALQUIERA DE LAS EMPRESAS PARTICIPANTES EN ELLA, ESTAS DEMORARAN LOS SERVICIOS OBJETO DE ESTE CONTRATO, EN EL ENTENDIDO DE QUE AQUELLAS DEBERAN QUEDAR DEBIDA Y LEGALMENTE PROBADAS PARA QUE PROCEDAN, **"EL PROVEEDOR"** NO ESTARA OBLIGADO A CUBRIR A **"EL INSTITUTO"** CANTIDAD ALGUNA POR CONCEPTO DE PENALIDAD, O CUALQUIER OTRO NOMBRE CON QUE SE DENOMINE.

SI LA DEMORA O INCUMPLIMIENTO EN LA ENTREGA DE LOS SERVICIOS O PRODUCTOS OBJETO DE ESTE CONTRATO SE DEBIERA A CAUSAS IMPUTABLES A **"EL PROVEEDOR"**, SE ESTABLECE EN COMUN ACUERDO QUE ESTE CUBRIRA UNA PENALIDAD CONFORME A LO SIGUIENTE:

POR LA ENTREGA NO OPORTUNA DE CADA REPORTE DE MONITOREO EN RADIO Y TELEVISION, LA ENTREGA DE GUIONES PARA MEDIOS ELECTRONICOS, STORY BOARDS Y MAQUETAS, DISEÑOS GRÁFICOS PARA MATERIALES IMPRESOS E INASISTENCIA EN LOS PROCESOS DE SUPERVISION EN LA PRODUCCION DE LOS MATERIALES, ASI COMO EN LA SUSTITUCION DE LOS RECURSOS HUMANOS SOLICITADOS EN EL ANEXO TÉCNICO EN UN PLAZO NO MAYOR DE 24 HORAS, POR LA CANTIDAD DE \$15,000.00 (QUINCE MIL PESOS 00/100 M.N.) POR CADA DIA DE ATRASO PARA CADA UNO DE ELLOS.

EL LIMITE MÁXIMO DE LA SANCION QUE PODRA APLICARSE A **"EL PROVEEDOR"** POR CAUSA DE DICHO INCUMPLIMIENTO, SERA HASTA POR UN 15% DEL MONTO TOTAL DEL PRESENTE CONTRATO, DESPUÉS DE LO CUAL **"EL INSTITUTO"** PROCEDERA A RESCINDIR EL CONTRATO.

EN EL CASO DE PROCEDER EL COBRO DE PENAS CONVENCIONALES, EL PAGO DE LOS SERVICIOS QUEDARA CONDICIONADO AL PAGO QUE **"EL PROVEEDOR"** DEBA EFECTUAR POR DICHAS PENAS.

DECIMA SEGUNDA.- NOTIFICACIONES.

TODAS LAS COMUNICACIONES QUE LAS PARTES DEBAN HACERSE CONFORME AL PRESENTE CONTRATO, SE HARAN POR ESCRITO EN LOS DOMICILIOS SEÑALADOS EN EL CAPITULO DE DECLARACIONES DE ESTE CONTRATO Y EN CASO DE QUE ALGUNA CAMBIE DE DOMICILIO, SE OBLIGA A COMUNICARLO DE INMEDIATO Y POR ESCRITO A LA OTRA, EN LA INTELIGENCIA QUE DE NO HACERLO SERAN VALIDAS LAS NOTIFICACIONES QUE SE PRACTIQUEN EN EL DOMICILIO INDICADO.

DECIMA TERCERA.- RESPONSABILIDAD LABORAL.

SIENDO **"EL PROVEEDOR"** EL UNICO PATRON DE TODAS LAS PERSONAS QUE CON CUALQUIER CARACTER INTERVENGAN BAJO SUS ORDENES EN EL DESEMPEÑO Y EJECUCION DE LOS SERVICIOS OBJETO DEL PRESENTE CONTRATO Y TODA VEZ QUE LA RELACION DE TRABAJO SOLO EXISTE ENTRE SU PERSONAL Y AQUEL, ASUME TODAS LAS REPONSABILIDADES DERIVADAS DE DICHA RELACION, YA SEAN LABORALES, CIVILES, PENALES O DE CUALQUIER OTRA INDOLE, LIBERANDO A **"EL INSTITUTO"** DE CUALQUIERA DE ELLAS.

"EL PROVEEDOR" SE COMPROMETE A SACAR EN PAZ Y A SALVO A **"EL INSTITUTO"** DE CUALQUIER RECLAMACION DE SUS TRABAJADORES, ASI COMO A REINTEGRARLE LOS GASTOS QUE HUBIERA EROGADO **"EL INSTITUTO"** POR ESTA CAUSA.

EN NINGUN CASO Y POR NINGUN MOTIVO SE PODRA CONSIDERAR A **"EL INSTITUTO"** COMO PATRON SUSTITUTO.

DECIMA CUARTA.- TERMINACIÓN ANTICIPADA.

"EL INSTITUTO", PODRÁ DAR POR TERMINADO EL PRESENTE INSTRUMENTO ANTICIPADAMENTE, CUANDO CONCURRAN RAZONES DE INTERES GENERAL, O BIEN, CUANDO POR CAUSAS JUSTIFICADAS SE EXTINGA LA NECESIDAD DE REQUERIR EL SERVICIO DEL PRESENTE CONTRATO Y DEMUESTRE QUE DE CONTINUAR CON EL SERVICIO, SE OCACIONARA ALGUN DAÑO O PERJUICIO A **"EL INSTITUTO"**, EN ESTOS SUPUESTOS **"EL INSTITUTO"** REEMBOLSARÁ A **"EL PROVEEDOR"** LOS GASTOS NO RECUPERABLES EN QUE HAYA INCURRIDO, SIEMPRE QUE ESTOS SEAN RAZONABLES, ESTEN DEBIDAMENTE COMPROBADOS Y SE RELACIONEN DIRECTAMENTE CON EL PRESENTE CONTRATO.

DECIMA QUINTA.- MODIFICACIONES.

CUALQUIER MODIFICACIÓN A LOS TERMINOS DEL PRESENTE CONTRATO SERA ESTABLECIDA POR ESCRITO Y POR MUTUO ACUERDO, Y SE FORMALIZARA MEDIANTE CONVENIO DEBIDAMENTE SUSCRITO POR LAS PARTES.

EN LOS TERMINOS QUE ESTABLECE EL ARTICULO 52 DE LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PUBLICO Y 59 DE SU REGLAMENTO, "EL INSTITUTO" Y "EL PROVEEDOR" PODRAN ACORDAR MODIFICACIONES AL PRESENTE CONTRATO MIENTRAS SE ENCUENTRE VIGENTE, DENTRO DE LOS DOCE MESES POSTERIORES A SU FIRMA, HASTA POR UN MONTO DEL 20% (VEINTE POR CIENTO) ADICIONAL. EN ESTE CASO, "EL PROVEEDOR" DEBERA ENTREGAR LA MODIFICACIÓN RESPECTIVA DE LA GARANTIA DE CUMPLIMIENTO DE CONTRATO.

DECIMA SEXTA. - LEGISLACIÓN APLICABLE.

EN TODO LO NO PREVISTO EN EL PRESENTE CONTRATO O EN CASO DE CONTROVERSIAS SOBRE LA INTERPRETACIÓN DEL MISMO, LAS PARTES SE OBLIGAN A SUJETARSE A LA LEGISLACIÓN APLICABLE CONSTITUIDA POR LA LEY DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO Y SU REGLAMENTO, LA LEY DE PRESUPUESTO, CONTABILIDAD Y GASTO PUBLICO FEDERAL Y SU REGLAMENTO Y SUPLETORIAMENTE EL CÓDIGO CIVIL FEDERAL, LA LEY FEDERAL DE PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO Y EL CODIGO FEDERAL DE PROCEDIMIENTOS CIVILES.

DECIMA SEPTIMA. - JURISDICCION.

PARA LA INTERPRETACION Y CUMPLIMIENTO DE ESTE CONTRATO, Y PARA TODO AQUELLO QUE NO ESTE EXPRESAMENTE ESTIPULADO EN EL MISMO, LAS PARTES SE SOMETEN A LA JURISDICCION Y COMPETENCIA DE LOS TRIBUNALES FEDERALES CON SEDE EN EL DISTRITO FEDERAL, RENUNCIANDO AL FUERO QUE PUDIERA CORRESPONDERLES POR RAZON DE SU DOMICILIO PRESENTE O FUTURO, O POR CUALQUIER OTRA CAUSA.

LEIDO QUE FUE EL PRESENTE CONTRATO Y ENTERADAS LAS PARTES DE SU ALCANCE Y CONTENIDO, LO FIRMAN DE CONFORMIDAD EN EL DISTRITO FEDERAL, EL DIA ____ DE _____ DEL AÑO DOS MIL CUATRO.

POR "EL INSTITUTO"

POR "EL PROVEEDOR"