

Oficio No. CEINCO/1090/2021

Asunto: Solicitud de Adjudicación Directa
Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco a 12 de mayo del 2021

LCP. Ulises Rafael Chávez Sánchez

Director del Área Administrativa y Financiera del
Organismo Público Descentralizado Centro de Coordinación,
Comando, Control, Comunicaciones y Cómputo del Estado de Jalisco
Presente.

Con fundamento en lo establecido en los artículos 24, numeral 1, fracción X, 47, numeral 2 y 73, numeral 1, Fracción I y 74, numeral 1 de la Ley de Compras Gubernamentales, Enajenaciones y Contrataciones de Servicios del Estado de Jalisco y sus Municipios; en los artículos 99, en todas sus fracciones y 100 del Reglamento de la Ley de Compras Gubernamentales, Enajenaciones y Contrataciones de Servicios del Estado de Jalisco y sus Municipios para el Poder Ejecutivo del Estado de Jalisco, le solicito llevar a cabo la **ADJUDICACIÓN DIRECTA**, a favor del proveedor **"PAGINA TRES S.A."**, a fin de contratar el servicio de **Impresión de Banner en medios electrónicos** para la Campaña de concientización denominada **"Uso responsable de la línea de Emergencias 9-1-1"**, para el periodo del 17 de mayo al 13 de junio del presente año.

La adjudicación señalada se solicita por un monto de hasta **\$324,571.48, (TRESCIENTOS VEINTICUATRO MIL QUINIENTOS SETENTA Y UN 48/100 M.N.)** que serán cubiertos por Recursos Federales no Etiquetados, Subfuente de Financiamiento "Participaciones Federales no Condicionadas", señalando que este Organismo cuenta con suficiencia presupuestal en el capítulo **3000**, partida **3611** para dicha solicitud de compra.

Lo anterior se justifica en que persiste la problemática de llamadas falsas o improcedentes, por lo que resulta necesario continuar con las estrategias para minimizar dicha problemática, entre ellas, la realización de una nueva campaña de difusión para seguir con la concientización y sensibilización hacia la ciudadanía jalisciense, denominada **"Uso responsable de la línea de Emergencias 9-1-1"**, con la finalidad de fomentar y resaltar la importancia del uso responsable de la línea de emergencias, así como enfatizar la concientización acerca del costo que implica una llamada falsa, no sólo en términos económicos, sino en la distracción del personal operativo que pudiera atender verdaderas emergencias.

Se solicitó la opinión técnica para la realización de la campaña a la Coordinación General de Comunicación del Gobierno del Estado, respondiéndonos que basados en su conocimiento y experiencia de trabajo en campañas previas y con el objetivo de que tenga el alcance e impacto necesario entre los jaliscienses, nos sugirieron lo siguiente: que para tener un alcance a todo tipo de segmentos poblacionales, la campaña se pauté en radio, televisión y prensa; además, debido a que el problema de llamadas falsas o improcedentes que se reciben diariamente se da principalmente en el Área Metropolitana de Guadalajara (AMG), recomiendan que se pauté un 70% en el AMG y un 30% en el interior del estado; y por último que la pauta se realice con el medio de comunicación PAGINA TRES S.A., con un Banner en medios electrónicos ya que es uno de los medios que cuentan con mayor alcance y penetración, así como diversos canales y frecuencias para llegar al público objetivo, medio que va orientado al alcance de personas por rating porcentual, ya que sus estaciones, tienen al menos una sección o programa que acapara al público al que va dirigida la campaña.

Actualmente el proveedor en comento, cuenta con ediciones en 9 diferentes plazas en la república mexicana entre las que destacan Jalisco, Monterrey y Laguna, también entre todas las ediciones tiene 84 suplementos anuales con amplia cobertura en el país; entre sus firmas más relevantes cuenta con colaboradores líderes de opinión que diario general más de 40 columnas y artículos entre ellos Joaquín López Dóriga, Carlos Puig, Héctor Aguilar Camín, entre otros, además, libros y suplementos tales como la revista Socialité Chic, el semanario M (antes revista Milenio Semanal) el suplemento cultural Laberinto y el suplemento semanal Mercados de Financial Times, además de contar con el suplemento diario junto con La Afición, de El Mundo de España, en colaboración con Milenio, entre otras publicaciones.

El alcance de este medio en Jalisco está determinado por su tiraje que es de más de 30 mil periódicos diarios con más de 10 mil suscriptores definidos. El target al que llegan NSE medio-bajo, edad de 25 a 44 años.

Por lo anterior se infiere que, por su alcance y capacidad de llegar a distintos sectores de la población, su experiencia y penetración en la audiencia de Jalisco, dicho proveedor es un canal que permitirá difundir de manera amplia esta campaña.

Asimismo, se informa que se solicitó ante el Instituto Nacional Electoral (INE) de la campaña en comento, se vinculara a los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental para los procesos electorales locales y federales 2020-2021, teniendo respuesta por parte de dicho Instituto, a través de su Consejo General de manera procedente a través del Acuerdo número INE/CG334/2021, en el resolutivo CUARTO, consecutivo 109, de fecha tres de abril del presente año.

Encontrándonos en el supuesto previsto en el artículo 73, numeral 1, Fracción I, de la Ley de Compras Gubernamentales, Enajenaciones y Contrataciones de Servicios del Estado de Jalisco y sus Municipios, toda vez que existe una necesidad de este Organismo de obtener lo solicitado.

De igual forma, manifiesto que no existen productos alternativos que puedan satisfacer las necesidades detectadas a un precio más bajo, o en su caso, la inexistencia de estudios o consultorías similares a las que se soliciten; así como que este Organismo no cuenta con ningún contrato vigente que ampare la prestación de dicho servicio y que la presente solicitud, atiende a la correcta programación de adquisiciones de esta Área Requirente, en atención a sus necesidades reales y con sujeción al Presupuesto de Egresos aprobado.

Adjunto a la presente solicitud de aprovisionamiento, la siguiente documentación:

1. Original de la suficiencia presupuestal.
2. Documentación que acredita el supuesto de la Adjudicación Directa (Anexo a Solicitud).
3. Original de Investigación de mercado, con las características que marca el artículo 57 del Reglamento de la Ley de Compras Gubernamentales, Enajenaciones y Contrataciones de Servicios del Estado de Jalisco y sus Municipios para el Poder Ejecutivo del Estado de Jalisco.
4. Cotización del Proveedor, donde se manifiesten las necesidades específicas del bien o servicio a adquirir.

Finalmente, reconozco que la veracidad de la información proporcionada, así como la responsabilidad por la presente solicitud de Adjudicación Directa corresponde a este solicitante.


Sin otro particular de momento, le envío un cordial saludo.

Atentamente.


Ing. Alejandro Plaza Arriola
Director General del Organismo Público
Descentralizado denominado Centro de
Coordinación, Comando, Control,
Comunicaciones y Cómputo del Estado de
Jalisco.



Dirección General



Lic. Nancy Celina Díaz Mora
Directora del Centro Integral de
Comunicaciones.

ANEXO A SOLICITUD

Respecto de la **ADJUDICACIÓN DIRECTA** solicitada a favor de **PAGINA TRES S.A.** y por la cantidad de **\$324,571.48, (TRESCIENTOS VEINTICUATRO MIL QUINIENTOS SETENTA Y UN 48/100 M.N.)**, para la obtención del servicio de Impresión de Banner en medios electrónicos, relacionado con la solicitud de aprovisionamiento del oficio CEINCO/1090/2021, se rinde el siguiente **INFORME**:

SUPUESTOS

- A. Se declaró desierta una o varias partidas en dos o más ocasiones y no existan bienes o servicios alternativos o sustitutos técnicamente razonables;
- B. **En el mercado sólo existe un posible oferente;**
- C. Se trata de una persona que posee la titularidad o el licenciamiento exclusivo de patentes otorgada por la autoridad competente en México, así como aquellos con derechos protegidos de propiedad intelectual;
- D. Se trata de adquisiciones de bienes perecederos, granos y productos alimenticios, básicos o semiprocesados, que produzcan o fabriquen directamente los productores;
- E. Se realiza con fines de seguridad pública y se compromete la confidencialidad o alguna cuestión estratégica de seguridad interior del Estado, en los términos de las leyes de la materia;
- F. Se trata de caso fortuito o fuerza mayor, y no es posible obtener bienes o servicios mediante el procedimiento de convocatoria pública en el tiempo requerido para atender la eventualidad de que se trata, al tratarse de un caso de urgencia motivado por accidentes, eventos meteorológicos, contingencias sanitarias o acontecimientos inesperados, y lo solicitado, se limita a lo estrictamente necesario para afrontarla;
- G. Se trata de adquisiciones de bienes provenientes de personas que, sin ser proveedores habituales, ofrecen bienes en condiciones favorables respecto a su precio de mercado, en razón de encontrarse en estado de liquidación, disolución o bajo intervención judicial;
- H. Se trata de bienes producidos por la Industria Jalisciense de Rehabilitación Social.


La hipótesis antes seleccionada se justifica porque: la realización de esta campaña de difusión se pretende dar con los medios que cuenten con mayor alcance y penetración, así como diversos canales y frecuencias para llegar al público objetivo, que va orientado al alcance de personas por rating porcentual, ya que sus ediciones, tienen al menos una sección o programa que acapara al público al que va dirigida la campaña; y se comprueba con el proveedor en comento ya que cuenta con ediciones en 9 diferentes plazas en la república mexicana entre las que destacan Jalisco, Monterrey y Laguna, también entre todas las ediciones tiene 84 suplementos anuales con amplia cobertura en el país; entre sus firmas más relevantes cuenta con colaboradores líderes de opinión que diario general más de 40 columnas y artículos entre ellos Joaquín López Dóriga, Carlos Puig, Héctor Aguilar Camín, entre otros, además, libros y suplementos tales como la revista Socialité Chic, el semanario M (antes revista Milenio Semanal) el suplemento cultural Laberinto y el suplemento semanal Mercados de Financial Times, además de contar con el suplemento diario junto con La Afición, de El Mundo de España, en colaboración con Milenio, entre otras publicaciones.

El alcance de este medio en Jalisco está determinado por su tiraje que es de más de 30 mil periódicos diarios con más de 10 mil suscriptores definidos. El target al que llegan NSE medio-bajo, edad de 25 a 44 años.

Por lo anterior se infiere que, por su alcance y capacidad de llegar a distintos sectores de la población, su experiencia y penetración en la audiencia de Jalisco, dicho proveedor es un canal que permitirá difundir de manera amplia esta campaña.

Lo anterior con fundamento en el artículo 73 Numeral 1, Fracción I, de la Ley de Compras Gubernamentales, Enajenaciones y Contratación de Servicios del Estado de Jalisco y sus Municipios.

ATENTAMENTE


Ing. Alejandro Plaza Arriola
Director General del Organismo Público
Descentralizado denominado Centro de
Coordinación, Comando, Control,
Comunicaciones y Cómputo del Estado de
Jalisco.




Lic. Nancy Celina Díaz Mora
Directora del Centro Integral de
Comunicaciones.