SEMARNAT SECRETARÍA DE MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES	**SECRETARÍA DE MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES**
	DICTAMEN DE JUSTIFICACIÓN
	ADJUDICACIÓN DIRECTA
	"SERVICIOS DE DIFUSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE TELEVISIÓN, RADIO, MEDIOS COMPLEMENTARIOS, MEDIOS DIGITALES Y MEDIOS IMPRESOS PARA LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN SOCIAL "PROTECCIÓN DE LOS OCÉANOS, VERSIÓN MARES Y COSTAS DE MÉXICO"."
ÁREA RESPONSABLE:	COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL
LUGAR Y FECHA:	Ciudad de México a 23 de agosto de 2018

JUSTIFICACIÓN QUE SE PRESENTA AL H. COMITÉ DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DE LA SECRETARÍA DE MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES PARA DICTAMINAR PREVIAMENTE A LA INICIACIÓN DE PROCEDIMIENTO SOBRE LA PROCEDENCIA DE LA EXCEPCIÓN A LA LICITACIÓN PÚBLICA PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE DIFUSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE TELEVISIÓN, RADIO, MEDIOS COMPLEMENTARIOS, DIGITALES E IMPRESOS PARA LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN SOCIAL "PROTECCIÓN DE LOS OCÉANOS, VERSIÓN MARES Y COSTAS DE MÉXICO".

Con fundamento en lo dispuesto por los artículos 134 de la *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*; Artículos 22 fracción II, 26 fracción III, 40, 41 fracción I y 47 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público (LAASSP), así como el 71 y 72 fracción II de su Reglamento y el Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el Ejercicio Fiscal 2018, se emite la presente Justificación y las razones para el ejercicio de la opción para someter a la autorización del Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, el asunto para exceptuar del procedimiento de licitación pública la contratación de difusión de mensajes de la CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN SOCIAL "PROTECCIÓN DE LOS OCÉANOS VERSIÓN MARES Y COSTAS DE MÉXICO", mediante proveedores de servicios de comunicación social en las categorías de: televisión, radio, impresos, complementarios y digitales.

ANTECEDENTES

- De conformidad con el artículo 32-BIS de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) tiene dentro de sus atribuciones la siguiente: I. Fomentar la protección, restauración y conservación de los ecosistemas y recursos naturales y bienes y servicios ambientales, con el fin de propiciar su aprovechamiento y desarrollo sustentable.
- La misión de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales es incorporar en los diferentes ámbitos de la sociedad y de la función pública, criterios e instrumentos que aseguren la óptima protección, conservación y aprovechamiento de los recursos naturales del país, conformando así una política ambiental integral e incluyente que permita alcanzar el desarrollo sustentable. Y la visión: un país en el que la ciudadanía abrigue una auténtica preocupación por proteger y conservar el medio ambiente y utilizar sustentablemente los recursos naturales conciliando el desarrollo económico, la convivencia armónica con la naturaleza y la diversidad cultural.
- De acuerdo con el Artículo 15 del Reglamento Interior de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, la Coordinación General de Comunicación Social tiene entre sus funciones y atribuciones las siguientes: IV. Adecuar las actividades de comunicación social de la Secretaría a los lineamientos adoptados por el Gobierno Federal en la materia; XIV. Planear, elaborar, gestionar y desarrollar el Programa Anual de Comunicación Social de la Secretaría.
- Según el artículo 27, fracción XXXIX de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, compete a la Secretaría de Gobernación (SEGOB) formular, regular y conducir la política de comunicación social del Gobierno Federal y las relaciones con los medios masivos de información, así como orientar, autorizar, coordinar, supervisar y evaluar los programas de

comunicación social de las dependencias del Sector Público Federal. Asimismo, de conformidad a lo dispuesto en el artículo 38 de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria, la programación y el ejercicio de recursos destinados a comunicación social se autorizarán por la Secretaría de Gobernación en los términos de las disposiciones generales que para tal efecto emita.

- El interés público se actualiza al comunicar las acciones que esta Dependencia ejecuta a efecto de garantizar los derechos ambientales de los mexicanos, se constituye como una función sustantiva del Estado que se materializa a través de las funciones sustantivas de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT).
- Mediante oficio SELAP/300/1782/18 del 25 de mayo de 2018, la Subsecretaría de Enlace Legislativo y Acuerdos Políticos de SEGOB notificó a SEMARNAT del exhorto de la Comisión Permanente del H. Congreso de la Unión, que a la letra dice "Único.- La Comisión Permanente del H. Congreso de la Unión exhorta respetuosamente a la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, a la Comisión Nacional Forestal y a la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente para que, en el ámbito de sus respectivas atribuciones, instrumenten campañas informativas para concientizar a la población del cuidado del medio ambiente, lo anterior en el marco de los compromisos contraídos en la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible".
- Mediante oficio sin número del 11 de junio del 2018,ante el carácter de contingencia que viven los Océanos y a fin de poner el acento en la emergencia del cuidado y preservación de las costas y mares de la República Mexicana, la oficina de representación en México del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente exhortó a la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales a emitir mensajes a la población en los que concienticen sobre las consecuencias que están teniendo: la contaminación marina, los efectos del cambio climático en los mares y el tráfico ilegal de especies marinas.
- En atención a dichas solicitudes y al amparo del Artículo 15 del Presupuesto de Egresos de la Federación 2018, que establece las bases de los programas y campañas de comunicación social de las dependencias federales, atendiendo particularmente al párrafo octavo que establece la permisividad para realizar ampliaciones al gasto de comunicación social cuando se trate de mensajes para atender situaciones de carácter contingente que sean de interés público, la Coordinación General de Comunicación Social de SEMARNAT, mediante oficio CGCS/111/0136/2018 del 21 de junio de 2018, solicitó a la Dirección General de Normatividad de Comunicación de SEGOB las modificaciones a la Estrategia y Programa Anual de Comunicación Social para el Ejercicio Fiscal 2018 que permitiera un incremento presupuestal para realizar estudios poscampaña, producciones audiovisuales y pautado en medios impresos, radio, televisión, medios digitales y complementarios.
- Mediante oficio SNM/DGNC/1102/18 del 25 de junio de 2018, la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la SEGOB autorizó, en el ámbito de su competencia, las modificaciones solicitadas al Programa Anual de Comunicación Social de SEMARNAT, correspondiente al ejercicio fiscal 2018, señalando que el incremento al techo presupuestario se llevaría a cabo mediante una ampliación líquida.
- Con oficio CGCS/146/2018 del 4 de julio de 2018, la Coordinación General de Comunicación Social de la SEMARNAT solicitó a la Dirección General de Programación y Presupuesto de la misma dependencia, gestionara una ampliación líquida presupuestal a la partida 36101 "Difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales".

- El 5 de julio de 2018, mediante oficio 511.2/1338, la Dirección General de Programación y Presupuesto de la SEMARNAT solicitó a la Dirección General Adjunta de Programación y Presupuesto de Desarrollo Agropecuario, Recursos Naturales, Hacienda y Turismo de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) intervenga para obtener el dictamen correspondiente a la solicitud de la Coordinación General de Comunicación Social de SEMARNAT.
- El 23 de julio 2018, mediante oficio 511,2/1500, la Dirección General de Programación y Presupuesto de la SEMARNAT informó a la Coordinación General de Comunicación Social de la misma dependencia que la Unidad de Política y Control Presupuestario de la SHCP considera factible se realice una ampliación líquida en la partida 36101 por la cantidad de $400,000,000 (Cuatrocientos millones de pesos 00/100 M.N.) con la finalidad de que la SEMARNAT realice una campaña sobre la protección de los océanos.
- Mediante los oficios CGCS/111/161/2018 y CGCS/111/162/2018, del 23 de julio de 2018, la Coordinación General de Comunicación Social de la SEMARNAT solicitó a la Dirección General de Programación y Presupuesto de la misma dependencia, tramitar la ampliación del plazo al 15 de septiembre de 2018 para iniciar la contratación de los servicios relacionados con la campaña "Protección de los océanos", además de remitir la adecuación presupuestal previamente solicitada.
- Mediante oficio 511.2/1553 del 1 de agosto de 2018, la Dirección General de Programación y Presupuesto de la SEMARNAT comunicó a la Coordinación General de Comunicación Social de la misma dependencia, la ampliación líquida de recursos por el monto referido, identificada en el SICOP con adecuación No. 5162.
- En respuesta a la solicitud de tiempos oficiales en radio y televisión, la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la SEGOB informó, mediante oficio DGRTC/1409/2018 del 2 de agosto de 2018, a la Coordinación General de Comunicación Social de SEMARNAT que no existe disponibilidad en los espacios requeridos.
- El 7 de agosto de 2018, mediante oficio 307-A-2596, la Unidad de Política y Control Presupuestario de la Subsecretaría de Egresos de la SHCP informó que se podrán llevar a cabo los procedimientos de contratación de los servicios relacionados con la campaña "Protección de los océanos" con fecha límite del 15 de septiembre de 2018.
- El 8 de agosto de 2018, el pleno de la Comisión Permanente correspondiente al segundo receso del Tercer Año de Ejercicio Constitucional de la LXIII Legislatura del H. Congreso de la Unión aprobó un punto de acuerdo en el que reconoce a la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales por la campaña "Sin popote está bien" (de plástico), por fomentar la concientización entre la problemática ambiental que representa el uso de plásticos como el popote y exhorta a las autoridades federales y locales para que continúen con estas acciones.
- El 10 de agosto de 2018, mediante oficio SNM/DGNC/1418/18, la Dirección General de Normatividad de Comunicación autorizó la difusión de mensajes gubernamentales a través de televisoras, radiodifusoras, diarios editados en la Ciudad de México, diarios editados en los estados, revistas, medios complementarios y medios digitales, objeto de esta justificación mediante clave de campaña 148/18-2002-TC22-16000.

SEMARNAT SECRETARÍA DE MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES	**SECRETARÍA DE MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES**
	DICTAMEN DE JUSTIFICACIÓN
	ADJUDICACIÓN DIRECTA
	"SERVICIOS DE DIFUSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE TELEVISIÓN, RADIO, MEDIOS COMPLEMENTARIOS, MEDIOS DIGITALES Y MEDIOS IMPRESOS PARA LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN SOCIAL "PROTECCIÓN DE LOS OCÉANOS, VERSIÓN MARES Y COSTAS DE MÉXICO"."
ÁREA RESPONSABLE:	COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL
LUGAR Y FECHA:	Ciudad de México a 23 de agosto de 2018

I. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Difusión de mensajes de la campaña "Protección de los océanos" a través de televisión abierta y restringida, radio, prensa, encartes, espectaculares, mobiliario urbano, internet, producto integrado y otros medios complementarios, a nivel nacional y de los estados, con el objetivo institucional de fortalecer la política de protección al medio ambiente y el combate al cambio climático y la meta de comunicación respecto a que la población mexicana desarrolle hábitos que contribuyan a la conservación de los ecosistemas costeros y marinos que están en estado crítico.

Descripción de servicios por tipo de medio:

Televisión
- Spots de 30"
- Menciones
- Cápsulas
- Cortinillas
- Producto integrado

Complementarios
- Espectaculares
- Mobiliario urbano
- Productor integrado
- Videobús
- Radio en el cine
- Radio en el súper

Radio
- Spots de 30"
- Menciones
- Cápsulas
- Flash news
- Cortinillas

Digital
- Display
- Mobile
- Redes sociales

Impresos
- Planas
- Media plana
- Roba plana
- Doble página
- Suplemento
- Encarte
- Segunda de forros
- Tercera de forros
- Cuarta de forros
- Brochure

Dicha difusión busca informar a la población sobre la emergencia que viven los océanos para que ésta desarrolle hábitos en favor de los ecosistemas marinos que redunden en la conciencia colectiva de que la salud de los océanos del planeta está en estado crítico. Su importancia radica su contribución vital en la erradicación de la pobreza, la seguridad alimentaria mundial, la salud humana y el desarrollo económico, además de construir un freno al cambio climático.

Para elegir el público al que va dirigida la campaña se consideraron dos variables fundamentales: la Población Nacional y el Nivel Socioeconómico. De tal manera, los servicios de difusión deberán impactar tanto población urbana y rural, hombres y mujeres, de 0 a 65 años o más y de niveles socioeconómicos AB, C+, C, D+, D y E.

Para dar cumplimiento a dichos objetivos de comunicación, la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) cuenta con recursos asignados en la partida de gasto 36101, "Difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales" del Clasificador por Objeto del Gasto de la Administración Pública Federal.

Los servicios de difusión serán prestados por los proveedores con las características de calidad y oportunidad requeridos, dentro de los espacios establecidos por la SEMARNAT, a través de las órdenes

de servicio dentro de la vigencia del contrato.a descripción a detalle de los plazos y condiciones de la prestación de los servicios que se pretenden contratar se encuentran en el **Anexo 4**, adjunto al presente documento.

II. PLAZOS Y CONDICIONES DE PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS

PLAZOS DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

- La vigencia del servicio será del 3 de septiembre al 28 de octubre del 2018.

CONDICIONES DE LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS

- La difusión de la campaña deberá apegarse estrictamente a las características técnicas que establezca la Dirección de Difusión de la Coordinación General de Comunicación Social de la SEMARNAT.
- El material a difundir será entregado a los proveedores por la Dirección de Difusión en forma previa.
- Los servicios serán solicitados a los proveedores mediante orden de servicio, la que será entregada a los proveedores por la Dirección de Difusión, con la descripción, características técnicas y vigencia.
- Será responsabilidad de los proveedores iniciar el servicio una vez obtenida la orden de servicio, ya que de lo contrario no tendrán derecho a reclamar pago alguno por la realización no autorizada de la orden de servicio.
- Para efecto de pago, los proveedores deberán presentar a la Dirección de Difusión la factura correspondiente al servicio, acompañada de la orden de servicio, acuse de recibo y conformidad de los materiales, con lo cual se entenderá que la Coordinación General de Comunicación Social ha recibido a satisfacción el servicio y por tanto éste ha sido devengado.
- El lugar para la entrega de los testigos son las oficinas de la Coordinación General de Comunicación Social, ubicadas en Av. Ejército Nacional 223, Piso 20, ala B, Col. Anáhuac I, Delegación Miguel Hidalgo.
- Los proveedores deberán difundir el material con la cobertura geográfica previamente acordada en la pauta autorizada, siempre congruente con las necesidades planteadas y características requeridas.
- Descripción del target al que se impactó con la campaña.
- Los proveedores, al terminar la prestación de los servicios de difusión contenidos en la orden de servicio, deberán entregar los testigos correspondientes, en tres tantos, y de acuerdo con lo siguiente:
    - Su documentación deberá estar debidamente rotulada. La rotulación deberá incluir: Campaña, versión y vigencia. Empresa que presta el servicio y deberá ser rubricada por el representante legal (en todas sus hojas), bitácora, reporte de transmisión o fotográfico.
    - Deberán identificar claramente, según sea el caso, plaza, día y horario del que se trate; con foto de inicio y final de campaña local del día.
    - Los testigos electrónicos deberán entregarse en USB, rotulados correctamente (según inciso a) con etiqueta impresa autoadherible. En caso de ser varios USB, favor de enumerarlos. Ejemplo: 1/3, 2/3, 3/3. Incluir el contenido por carpetas divididas, según el

caso, por plaza, mes y día de difusión. Para medios electrónicos (radio y televisión), los testigos se entregarán en discos duros.

- Características técnicas. Con calidad de comprensión aceptable y evitar archivos con resolución muy baja que dificulten la correcta identificación del testigo.
- Carta notariada de conclusión del servicio, en donde el representante legal de cada medio de comunicación, declara bajo protesta de decir verdad que se cumplió con el servicio al cien por ciento conforme a lo solicitado.

Características específicas para radio y televisión

- La exhibición y duración del material será a través de testigo en video para televisión (mp4) y en audio para radio (mp3) con 10 segundos antes y 10 segundos posteriores.

Características específicas para medios complementarios

- La exhibición y duración del material será a través de testigo en fotografía y video según sea el caso.

Características específicas para medios digitales

- La exhibición y duración del material será a través de testigo en fotografía (impresión diaria de la acción o banner, donde deberán identificar claramente, según sea el caso, plaza, día y horario de que se trate)
- Para las compras por CPM (Costo por Millar) deberá entregarse reporte con los porcentajes alcanzados por fecha.
- La frecuencia y dispersión de vistas y/o clics será de acuerdo a las necesidades de difusión.

Características para medios impresos

- Los proveedores, al terminar la prestación de los servicios de difusión contenidos en la orden de inserción, deberán entregar los testigos correspondientes de acuerdo con lo siguiente:
  - La exhibición y duración del material será a través de testigo digital (usb) y original (tres ejemplares originales de la edición correspondiente, donde se sustente la publicación en la fecha, plaza, diario, sección, medida, características técnicas y requisitos de ubicación establecidos por la Dirección de Difusión).
  - Las inserciones solicitadas deberán apegarse estrictamente a la fecha de publicación, plaza, diario, sección, medida y características técnicas que establezca la Dirección de Difusión. No se aceptarán publicaciones que incumplan con alguno de estos requisitos.
  - Las inserciones deberán publicarse en páginas informativas. No deberán publicarse en la misma página en que se publiquen obituarios, otros anuncios pagados ni nota "roja". No se aceptarán publicaciones que incumplan con alguno de estos requisitos.

III. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

A través del análisis de la investigación de mercado realizada se ha buscado garantizar la obtención de las mejores condiciones para el Estado, evitando costos adicionales y solicitando únicamente los servicios de difusión que la Secretaría requiere para llevar a cabo la campaña "Protección de los Océanos. Versión: Mares y Costas de México".

Del análisis de la información obtenida se identificó que los prestadores de servicios señalados son los que cuentan con capacidad de respuesta inmediata, así como con los recursos técnicos para llegar a la población objetivo con el nivel de penetración requerido en la campaña para la cual se pretende llevar a cabo la contratación con base en la autorización emitida por la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación, lo que identifica a los prestadores de servicios seleccionados como medios de audiencia únicas e irrepetibles.

Aunado a lo anterior, es importante señalar que los prestadores de servicios cuentan con certificados de licitud de título y contenido, concesiones u otros derechos exclusivos de cada uno de los servicios que proporciona cada una de ellos de acuerdo a su expertise que se necesitan para llevar a cabo en tiempo y forma con la campaña "Protección de los Océanos. Versión: Mares y Costas de México".

Para efectos del servicio de difusión para las Campañas de Comunicación Social y basada en la experiencia de difusión de mensajes anteriores, la Coordinación General de Comunicación Social de la SEMARNAT expone que:

- Cada proveedor, al ser un medio de comunicación, posee un determinado perfil de audiencia único y diferente de otro que depende tanto de los contenidos programáticos de los medios, como de variables sociológicas y psicológicas de la población que los sigue.
- El perfil de audiencia, cualidad específica y única de cada medio, revela el porcentaje en el que determinado medio de comunicación impacta a cada segmento de la población objetivo en específico y varía de un medio a otro.
- Conforme al análisis del perfil de audiencia de cada medio es posible determinar en qué medida cada proveedor, en particular y en conjunto, se aproxima al logro del objetivo de comunicación, considerando que ningún medio por sí solo, logra un impacto total y contundente.

Se realizó la consulta a CompraNet, tal y como lo establece la normatividad aplicable, encontrando antecedentes de campañas similares, lo que permitió tener una referencia para la realización de la Campaña en comento.

Derivado de lo anterior, es preciso señalar que tratándose de servicios de difusión el criterio que se emplea para la contratación de medios de comunicación es el impacto publicitario que se logra en los segmentos de población objetivo, ya sea que se clasifiquen por edad, género o nivel socioeconómico, además de la cobertura geográfica y pertinencia cultural del medio.

En este tenor es importante indicar que lo que una cotización proyecta es siempre el precio o costo de los servicios y obtenerla de cada medio serviría para comparar el costo en la prestación del servicio entre proveedores. Sin embargo, en el caso concreto de medios de comunicación que se enuncian en esta

justificación es evidente que en cuanto a precio unitario del servicio que cada medio de comunicación ofrece, aun siendo del mismo tipo, es muy variable y esto se debe a las características propias de cada medio, tales como posicionamiento en la opinión pública, el nivel socioeconómico al que está dirigido, alcance, índice de fidelidad de audiencia, personalidades que intervienen como líderes de opinión, contenidos y ubicación, entre otras.

Son precisamente estas características que posee cada medio las que determinan el impacto publicitario en los segmentos de población objetivo, ya sea que se clasifiquen por edad, género o nivel socioeconómico. Por lo anterior, se sostiene que el criterio para la contratación de medios no deberá ser el precio, sino el impacto que logra cada medio en segmentos de población específico, lo que aporta al cumplimiento del objetivo de comunicación en lo que se refiere a impacto poblacional.

Respecto a los medios de comunicación considerados, es importante subrayar que los líderes de opinión que intervienen en ellos y la segmentación por edad y nivel socioeconómico de la población objetivo a la que impactan (cualidad que es única en cada medio) son características que diferencian a una empresa de otra y la hacen única en cuanto a los servicios que ofrecen y alcance en el impacto publicitario.

Para responder a la necesidad de difundir la campaña de manera transparente, oportuna, homogénea y con calidad,la SEMARNAT requiere del diseño e implementación de una estrategia de comunicación que permita lograr el objetivo de tener una población informada que desarrolle hábitos y los concientice de que la salud de los océanos del planeta está en estado crítico y son importantes por su contribución vital en la erradicación de la pobreza, la seguridad alimentaria mundial, la salud humana y el desarrollo económico, lo que permitiría, además, construir un freno al cambio climático.

Dicha estrategia involucra a una amplia gama de poblaciones que son necesario impactar, ubicadas tanto en comunidades urbanas como rurales dentro del territorio nacional. Este universo de personas, constituye lo que en términos de comunicación se conoce como población objetivo primaria y está conformada por mujeres y hombres de todos los grupos de edades (0 a 12, 13 a 18, 19 a 24, 25 a 34, 35 a 44, 45 a 64 y 65 años o más) y todos los niveles socioeconómicos (NSE): AB, C+, C, D+, D y E. La clasificación anterior se determina de acuerdo con la estratificación del Comité de Niveles Socioeconómicos de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública, A.C. (AMAI), que, para mejor referencia, se plasma a continuación:

NSE	Descripción
A/B	Es el segmento con el más alto nivel de vida del país. Este segmento tiene cubierta todas las necesidades de bienestar y es el único nivel que cuenta con recursos para invertir y planear para el futuro. Actualmente representa el 3.9% de los hogares del país y el 6.4% de los hogares en localidades mayores de 100 mil habitantes.
C+	Es el segundo grupo con el más alto nivel de vida del país. Al igual que el segmento anterior, tiene cubiertas todas las necesidades de calidad de vida, sin embargo tiene ciertas limitantes para invertir y ahorrar para el futuro. Actualmente representa el 9.3% de los hogares del país y el 14.1% de los hogares ubicados en localidades mayores de 100 mil habitantes del país.

C-	Los hogares de este nivel se caracterizan por tener cubiertas las necesidades de espacio y sanidad y por contar con los enseres y equipos que le aseguren el mínimo de practicidad y comodidad en el hogar. Este segmento representa el 12.8% del total de hogares del país y el 16.6% de los hogares en localidades mayores de 100 mil habitantes del país.
C	Este segmento se caracteriza por haber alcanzado un nivel de vida práctica y con ciertas comodidades. Cuenta con una infraestructura básica en entretenimiento y tecnología. Actualmente este grupo representa el 10.7% de los hogares totales del país y el 15.5% de los hogares en localidades mayores de 100 mil habitantes del país.
D+	Este segmento tiene cubierta la mínima infraestructura sanitaria de su hogar. Actualmente representa el 19.0% de los hogares del país y el 20.2% de los hogares en las localidades mayores de 100 mil habitantes del país
D	Es el segundo segmento con menor calidad de vida. Se caracteriza por haber alcanzado una propiedad, pero carece de diversos servicios y satisfactores. Es el grupo más numeroso y actualmente representa el 31.8% de los hogares del país y el 23.8% de los hogares en localidades mayores de 100 mil habitantes.
E	Este es el segmento con menos calidad de vida o bienestar. Carece de todos los servicios y bienes satisfactores. Actualmente representa el 12.5% del total de hogares del país y el 3.4% de los hogares en localidades mayores de 100 mil habitantes. Fuente: Comité de Niveles Socioeconómicos de la Asociación Mexicana de Inteligencia de Mercado y Opinión (AMAI).

Fuente: Comité de Niveles Socioeconómicos de la Asociación Mexicana de Inteligencia de Mercado y Opinión (AMAI).

Aunado a lo anterior, es de mencionar que, de manera paralela a la investigación de mercado realizada por la Dirección de Difusión de la Coordinación General de Comunicación Social , se hizo un análisis de medios, con el objeto de asegurar que los prestadores de servicio señalados en el cuerpo de la presente justificación son con los que se asegura que el mensaje sea entregado de manera oportuna y pertinente.

IV. PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN PROPUESTO Y FUNDAMENTACIÓN LEGAL DEL SUPUESTO DE EXCEPCIÓN A LA LICITACIÓN PÚBLICA MEDIANTE LA DESCRIPCIÓN CLARA DE LAS RAZONES EN QUE SE SUSTENTA LA MISMA

Procedimiento de contratación: Adjudicación directa mediante dictamen de excepción a la licitación pública del Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales.

1. Motivación

Los mares y costas de México son una parte fundamental del territorio nacional para la seguridad, la soberanía y el desarrollo sustentable del país. Estas regiones poseen una gran riqueza natural que debe

ser conservada y gestionada de manera sustentable, utilizando la mejor y mayor información científica y tecnológica disponible. Su desarrollo debe promoverse tanto para el bienestar de sus poblaciones, como para brindar a las generaciones futuras la posibilidad de usarlas y aprovecharlas con un mayor sentido de responsabilidad y equidad.

Las zonas costeras de México actualmente presentan grados altos de contaminación, generados, entre otras cuestiones, por microorganismos patógenos asociados a la materia orgánica, gases tóxicos y de efecto invernadero relacionados con las emisiones vehiculares e industriales, productos agroquímicos usados como fertilizantes o plaguicidas, los cuales, además de presentar en muchos casos niveles considerables de toxicidad, pueden incrementar la presencia de nutrientes en la zona costera y producir florecimientos de algas.

Ante este panorama, el fortalecimiento de la vigilancia en la gestión de los desechos y el cambio en los hábitos de consumo resultan fundamentales para detener la polución en las aguas oceánicas. Los especialistas señalan:

> "Los océanos se están convirtiendo en los grandes basureros del mundo, puesto que 80% de los contaminantes de los mares provienen de actividades terrestres que llegan a las aguas marinas a través de los ríos". PNUMA
>
> "De no modificar los hábitos de consumo y de continuar contaminando a ritmo tan acelerado, para 2050 los ecosistemas marinos tendrán más plásticos que peces y aproximadamente 99% de las aves marinas habrán ingerido plástico". PNUMA
>
> "Se calcula que en el mar están acumulados 50 mil millones de microplásticos, éstos son ingeridos por los animales y nosotros comemos esos animales; también es un problema de salud". PNUMA

1.1 Impactos de la contaminación en aguas marítimas de México

La contaminación en las aguas de mares y océanos de jurisdicción nacional tienen una zonificación acorde a las actividades humanas que se desarrollan cerca de las zonas afectadas, pero también por las actividades, usos y costumbres de las poblaciones asentadas cuenca arriba.

Aproximadamente el 20% de la contaminación marina tiene su origen en actividades propias de las zonas oceánicas dadas por buques mercantes, navales, pesqueros y de investigación, transbordadores y cruceros, actividades de piscicultura, plataformas petroleras y redes de pesca abandonadas o extraviadas en mar.

El pasado 8 de junio, en el marco del Día Mundial de los Océanos, el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUD) informó que el 80% de la contaminación en los océanos es causada por la actividad humana, asociada principalmente con las descargas de hidrocarburos y sustancias químicas y al vertimiento de 13 millones de toneladas de plástico al año, que genera gastos de remediación hasta por ocho mil millones de dólares anuales.

México posee tres zonas de aguas marinas: el Pacífico-Golfo de California, el Golfo de México y el Caribe.Cada una presenta diversas formas de contaminación.

Las aguas del Pacífico mexicano tienen presiones e impacto principalmente por la presencia de materia orgánica y microbiológica por el desarrollo de actividades turísticas y comerciales. En cuanto a los impactos por actividades turísticas se refiere, estos se dan principalmente en destinos como Los Cabos, Puerto Vallarta, Puerto Escondido, Huatulco, Ixtapa Zihuatanejo y Acapulco. En el caso de las actividades comerciales, estos daños se dan en primera instancia por la presencia de puertos pesqueros y de comercio internacional como lo son Ensenada, Lázaro Cárdenas y Salina Cruz.

La contaminación afecta de varias maneras al medio marino y a las poblaciones que en él viven. Algunas de las interacciones son sumamente complejas y solo pueden entenderse después de largos y detallados estudios. Esto requiere de medios y conocimientos de los que solo disponen pocos laboratorios en el país, además de la formación de cuadros de personal científico y técnico, a través de los cuales se puede abordar el problema de manera objetiva y real.

1.2 Cambio climático

El cambio climático está afectando las condiciones de vida en todos los mares del planeta. La temperatura de las aguas superficiales está aumentando, el fitoplancton, base de toda la cadena, está disminuyendo y las corrientes marinas están cambiando. Sumados, todos los factores ya están teniendo un impacto en las especies marinas.

Aunque el cambio climático es un proceso normal en nuestro planeta, el problema es que se ha incrementado rápidamente por la acumulación en la atmósfera de gases de efecto invernadero (GEI), emitidos por actividades humanas.

De acuerdo con los estudios más recientes elaborados para México, en el país ya se pueden observar los siguientes cambios:

- El país se ha vuelto más cálido desde la década de 1960.
- Las temperaturas promedio a nivel nacional aumentaron 0.85°C y las temperaturas invernales 1. 3° C.
- Se ha reducido la cantidad de días más frescos desde los años 70 del siglo pasado y hay más noches cálidas.
- La precipitación ha disminuido en la porción sureste desde hace medio siglo.

En el Diagnóstico sobre el Estado Actual de los Mares de México y su Relación con el Cambio Climático, desarrollado por el Instituto Nacional de Ecología y Cambio Climático (INECC), se identifica que los efectos del cambio climático se están viendo reflejados en el aumento de la temperatura del mar, con lo que se alterarán los patrones de evaporación superficial, las circulaciones de las corrientes marinas, la fisiología de los organismos invertebrados, con la consecuente alteración y muerte de los corales y el impacto sobre la cadena alimentaria que sostiene la vida en los mares.

En México los impactos más obvios y directos se notan ya en algunos ecosistemas costeros. En

particular, en las lagunas de manglar y los arrecifes coralinos, ambos ya bajo fuerte presión por el crecimiento explosivo de nuevos desarrollos costeros durante las pasadas décadas. Los factores más significativos que afectan la estructura y función de manglares y arrecifes, y que están ya transformándose como resultado del cambio climático global son la temperatura media del agua, el nivel medio de las mareas, el flujo y la disponibilidad de agua dulce en estuarios y humedales costeros y la frecuencia creciente de tormentas y eventos extremos.

El efecto devastador del agua con temperatura superior a la media puede verse en el Pacífico mexicano cada vez que ocurre el fenómeno de El Niño, una anomalía oceánica en el que la banda de corrientes ecuatoriales disminuye la velocidad de su flujo y las aguas oceánicas superficiales, más calientes que lo normal, se acumulan sobre las costas mexicanas.

Para nuestro país es sumamente importante el efecto de la acidificación del agua de mar sobre los arrecifes coralinos, un ecosistema que produce una inmensa cantidad de servicios ambientales y del cual dependen grandes regiones costeras, sobre todo, la costa maya del Caribe mexicano.

Los arrecifes coralinos del corredor costero de Quintana Roo son uno de los ecosistemas biológicamente más diversos y económicamente más importantes del país, mantienen pesquerías de gran importancia, proporcionan protección a las costas contra la fuerza de los huracanes, y son el principal motor del próspero turismo costero de la región.

El efecto de la acidificación de las aguas oceánicas puede proporcionar una estocada mortal a uno de los ecosistemas más importantes del país. Sin posibilidad de formar sus complejas estructuras de carbonato de calcio y crecer sobre ellas, los arrecifes coralinos decaerán inexorablemente a lo largo de este siglo si el incremento de CO_2 atmosférico continua a la velocidad actual.

En muchas áreas costeras el fenómeno se ha multiplicado aún más por efecto de la contaminación costera: los corales debilitados por el blanqueado se ven con frecuencia invadidos por algas filamentosas que recubren la colonia, muchas veces fertilizadas por los efluentes de desechos urbanos costeros, en una cadena de cambios que eventualmente convierte al arrecife en un manto de algas carente de la riqueza y la diversidad del ecosistema original.

1.3 Tráfico ilegal de especies

En países como México es común la venta de animales silvestres, tanto para el mercado local como el internacional. La Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA), para combatir el tráfico ilegal de vida silvestre, realiza continuamente operativos de inspección y vigilancia en todos los eslabones de la cadena de tráfico ilegal (extracción, transporte, acopio y comercialización), esto en coordinación con diferentes instituciones como la Procuraduría General de la República, Policía Federal, Policía Federal Ministerial, Policías Estatales y Municipales.

El tráfico ilegal de ejemplares, partes y derivados de flora y fauna silvestres es un delito de conformidad con el artículo 420 fracciones IV y V del Código Penal Federal, que se castiga cuando las conductas descritas en el presente artículo se realicen en o afecten un Área Natural Protegida o cuando se realicen con fines comerciales.

Definir la extensión precisa del tráfico ilegal de vida silvestre resulta imposible por su naturaleza ilícita; sin embargo, se sabe que es un negocio de amplias dimensiones que involucra grandes cantidades de dinero. Se estima que se encuentra en el cuarto lugar de importancia como comercio ilegal, después del tráfico de drogas, el tráfico de personas y los productos falsificados.

El principal factor que detona el tráfico ilegal de vida silvestre es la demanda de mercado, la cual a su vez es promovida por grupos de consumidores impulsados por diferentes valores sociales y culturales profundamente arraigados. En cuanto a la demanda, el mercado asiático genera la mayor parte de ésta, siendo China el consumidor más importante.

Un ejemplo en México muy alarmante es el tráfico ilegal de la vejiga natatoria de *Totoaba macdonaldi*, especie de pez endémica del Golfo de California, la cual alcanza altos precios en los mercados asiáticos debido a su supuesto valor medicinal y culinario. La sobreexplotación y creciente demanda de la vejiga de totoaba han provocado que la especie esté listada bajo la categoría de Peligro de Extinción en la NOM-059-SEMARNAT-2010 y en el Apéndice I de la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (CITES, por sus siglas en inglés).

Los impactos de este saqueo desmedido en México han tenido fuertes repercusiones en el Golfo de California, en donde los decomisos y las detenciones asociadas a la captura ilegal de totoaba se han vuelto un tema cotidiano. Los esfuerzos por conservar este recurso natural han resultado en una veda permanente de la captura de totoaba en las aguas marinas de jurisdicción federal.

El Golfo de California concentra el 77 por ciento del volumen de las capturas del país que provienen de cerca de 10 grupos de especies. Los esfuerzos de regulación y supervisión a menudo se concentran en estas especies y regiones, dejando en un estado de relativa vulnerabilidad tanto al resto del país como al resto de las especies.

De esta forma la pesca furtiva de la totoaba incide directamente en la población de la vaquita marina, de la que se estima restan menos de 30 ejemplares.

La vaquita marina o cochito (*Phocoena sinus*) es uno de los mamíferos marinos más amenazados del mundo. Tiene una limitada distribución geográfica, de apenas unos cuatro mil kilómetros cuadrados, en la parte alta del Golfo de California. Su limitada distribución geográfica, sus bajas tasas reproductivas (una hembra puede tener entre dos y siete crías en toda su vida) y la mortalidad derivada de la pesca, la han colocado en las principales listas en riesgo.

Una de las causas principales de la caída de las poblaciones de este mamífero es su captura en las redes agalleras y de enmalle de la pesca ribereña y de altura, legal e ilegal. Con el inicio de la pesca de la totoaba en la década de 1940, inició un periodo de mortalidad importante para ambas especies con registros de hasta 10 vaquitas capturadas por día al inicio de los años 70.

1.4 Conclusión

Todo lo anterior, motiva a la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales a implementar una campaña informativa para concientizar a la población del cuidado del medio ambiente. Derivado del carácter de contingencia que viven los océanos, esta dependencia desea emitir mensajes a la población para que concienticen sobre las consecuencias que están teniendo: la contaminación marina, los efectos del cambio climático en los mares y el tráfico ilegal de especies marinas.

Como se indicó en los antecedentes, el 11 de junio del 2018, se recibió un exhorto por parte del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) México, donde se enfatiza lo siguiente:

> "...México es uno de los países más vulnerables a los efectos del cambio climático, ya que, por su localización entre dos océanos, su latitud y relieves, lo hacen estar particularmente expuesto a diferentes fenómenos hidrometeorológicos naturales, tales como: ciclones tropicales, inundaciones, mar de fondo, sequías, ondas de calor, sismos, deslizamientos de laderas, tsunamis e incendios.
>
> El pasado 5 de junio, en el marco de la celebración del Día Mundial del Medio Ambiente, nuestro Secretario General, Antônio Guterres, externó el sentido de urgencia de que tanto gobierno, empresas y sociedad civil estén involucrados en la preservación en el alto deterioro de los océanos. Asimismo, el pasado 8 de junio, en el marco del Día Mundial de los Océanos, instó a los gobiernos, a las comunidades y a las personas a que celebren nuestros océanos ayudando a liberarlos de la contaminación y para que sigan siendo vibrantes para las generaciones venideras."

Aunado al exhorto de la Comisión Permanente del H. Congreso de la Unión, es que se hace necesario e impostergable que la Coordinación General de Comunicación Social de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, en el ámbito de sus atribuciones, lleve a cabo la contratación de los servicios necesarios para difundir la campaña "PROTECCIÓN DE LOS OCÉANOS", a nivel nacional.

Ante tal escenario resulta necesaria la implementación de una estrategia de comunicación y difusión que incluya tanto a medios electrónicos, impresos nacionales y locales, complementarios y digitales que tengan presencia a nivel nacional o local, y que aseguren que los mensajes lleguen a toda la población, cubriendo todos los niveles socioeconómicos.

Por lo que, al amparo del artículo 41, fracción I, de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público se somete a dictamen de procedencia por parte de los integrantes del CAAS la contratación por adjudicación directa en virtud de que los proveedores de los servicios que serán brindados cuentan con certificados de licitud de título y contenido, concesiones u otros derechos exclusivos, amén de que, como resultado de la investigación de mercado realizada, se identificó que cada uno de los medios propuestos presentan un nicho de mercado y un perfil único e irrepetible en su segmento para los servicios de la difusión, cubriendo los requerimientos establecidos en la campaña para la cual se pretende realizar la contratación, siendo los prestadores de servicios presentados en esta justificación.

Se acredita entonces el supuesto en el artículo 41 fracción I de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, de acuerdo a la documentación presentada y necesidades de la SEMARNAT, con sustento además en el artículo 72 fracción II del Reglamento de la Ley de Adquisiciones y Servicios del Sector Público que a la letra dice.

> "Artículo 72.- Para los efectos de lo establecido en el artículo 41 de la Ley deberá considerarse, respecto de las fracciones de dicho precepto legal, lo que se cita a continuación:
>
> II. Para acreditar que en el mercado sólo existe un posible oferente, o se trata de una persona que posee la titularidad o el licenciamiento exclusivo de patentes, derechos de autor, u otros derechos exclusivos, a que hace referencia la fracción I, se deberán acompañar los documentos con los que se acredite tal situación, como son los registros, títulos, certificaciones, acuerdos comerciales, autorizaciones, designaciones, contratos de licenciamiento o cesión emitidos por o registrados ante las autoridades nacionales competentes en su caso, o conforme a las disposiciones o prácticas del país de origen, así como con los que se determine el alcance o implicaciones jurídicas de los derechos mencionados."

Al respecto se integra la documentación para la contratación de servicios de difusión a través de medios con un nicho de mercado y un perfil único e irrepetible, con lo que se tendrá una mayor probabilidad de que el mensaje de la campaña "PROTECCIÓN DE LOS OCÉANOS, VERSIÓN: MARES Y COSTAS DE MÉXICO" cuente con amplia cobertura a nivel nacional y llegue a más sectores de la población durante la VIGENCIA DEL 3 DE SEPTIEMBRE AL 28 DE OCTUBRE DEL 2018.

2. Fundamento legal del supuesto de excepción

Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público (LAASSP)

- Artículo 26 Fracción III
- Artículos 22 Fracción II
- Artículo 40
- Artículo 41. Las dependencias y entidades, bajo su responsabilidad, podrán contratar adquisiciones, arrendamientos y servicios, sin sujetarse al procedimiento de licitación pública, a través de los procedimientos de invitación a cuando menos tres personas o de adjudicación directa, cuando: Fraccion I: No existan bienes o servicios alternativos o sustitutos técnicamente razonables, o bien, que en el mercado sólo existe un posible oferente, o se trate de una persona que posee la titularidad o el licenciamiento exclusivo de patentes, derechos de autor, u otros derechos exclusivos, o por tratarse de obras de arte;
- Artículo 47

Reglamento Reglamento de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público

- Artículo 71.
- Artículo 72 fracción II.

V. MONTO ESTIMADO DE LA CONTRATACIÓN Y FORMA DE PAGO PROPUESTO

En apego a lo que establece el artículo 71 fracción V del Reglamento de la LAASSP que dice: "El documento suscrito por el titular del Área requirente señalado en el segundo párrafo del artículo 40 de la ley, que se someta a consideración del Comité (...) para dictaminar sobre la procedencia de la excepción a la licitación pública, fracción V, "El monto estimado para la contratación y forma de pago expuesta"". Se precisa que el contrato a suscribir será de tipo abierto con monto mínimo y máximo incluido el impuesto al valor agregado conforme a lo siguiente:

TIPO DE MEDIO	MONTO MÁXIMO	MONTO MÍNIMO
Complementario	$53,678,202.03	$48,310,381.83
Digital	$35,322,000.22	$31,789,800.20
Impreso	$101,696,110.77	$91,526,499.69
Radio	$50,267,118.65	$45,240,406.79
Televisión	$148,357,017.44	$133,521,315.70
Total	**$389,320,449.11**	**$350,388,404.20**

De conformidad con el siguiente desglose; para determinar los montos estimados que se utilizarán para cada medio, los cálculos se realizaron en base a las cotizaciones presentadas por cada proveedor.

El monto destinado a medios Digitales por empresa es el siguiente:

NOMBRE COMERCIAL	*RAZÓN SOCIAL*	*MONTO MÍNIMO*	MONTO MÁXIMO
24 HORAS EL DIARIO SIN LÍMITE	INFORMACIÓN INTEGRAL 24/7 S. A. P. I. DE C. V.	$306,936.00	$341,040.00
ADN EXPERIENCIA DIGITAL	ADN EXPERIENCIA DIGITAL DE S RL DE CV	$899,999.34	$999,999.27

AGROBUSINESS Y AGENDA DEL DESARROLLO SOCIAL	EDITORA DE PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS Y CONSULTORES EN COMUNICACIÓN, SA DE CV	$169,823.57	$188,692.86
ALGARABIA	EDITORIAL ALGARABIA SA DE CV	$89,998.02	$99,997.80
ANIMAL POLITICO	EDITORIAL ANIMAL S. DE R. L. DE C. V	$359,845.92	$399,828.80
ARMAS	EDITORIAL GEA SA	$21,600.00	$24,000.00
AVAN NOTICIAS	AVAN NOTICIAS SA DE CV	$92,736.44	$103,040.49
BIZCOM	COMMERCIAL MEDIA BIZCOM SA DE CV	$90,000.00	$100,000.00
CMI	AMX CONTENIDO, S. A. DE C. V.	$3,678,463.83	$4,087,182.03
COMENTARISTAS	COMENTARISTAS Y ASOCIADOS, SC	$719,629.21	$799,588.01
CSI	COMUNICACIÓN SEGMENTADA INTELIGENTE, SA. DE CV	$450,000.03	$500,000.03
CUADRANGULAR	IF SOLUTIONS SA DE CV	$1,799,438.40	$1,999,376.00

DIGITAL INFLUENCE MÉXICO	DIGITAL INFLUENCE MÉXICO SRL DE CV	$134,999.97	$149,999.97
EJE CENTRAL	ESTRICTAMENTE DIGITAL SC	$449,997.93	$499,997.70
EL ARSENAL DIARIO DIGITAL	LUCILA ORTIZ CALDERÓN	$449,943.12	$499,936.80
EL CRISTALAZO	LUGAR COMUN SA DE CV	$450,000.00	$500,000.00
EL DICTAMEN	COMERCIAL BERMAM S DE RL DE CV	$53,445.93	$59,384.37
EL ECONOMISTA	EL ECONOMISTA GRUPO EDITORIAL, S. A. DE C. V.	$247,706.54	$275,229.49
EL FINANCIERO	EL FINANCIERO MARKETING SA DE CV	$451,669.37	$501,854.86
EL HERALDO DE MÉXICO	OPERADORA Y ADMINISTRADORA DE INFORMACIÓN Y EDITORIAL, S.A. DE C.V	$292,320.00	$324,800.00
EL UNIVERSAL, EL GRAN DIARIO DE MÉXICO	EL UNIVERSAL COMPAÑÍA PERIODÍSTICA NACIONAL SA DE CV	$899,988.75	$999,987.50

G21 COMUNICACIÓN	IMPRESIONES AÉREAS SA DE CV	$521,970.77	$579,967.52
GOOGLE/US MEDIA CONSULTING	MEDIOS PUBLICITARIOS USMC S DE RL DE CV	$899,999.70	$999,999.67
GRUPO EXPANSIÓN	EXPANSION SA DE CV	$1,814,575.56	$2,016,195.07
GRUPO IMAGEN	GIM TELEVISIÓN NACIONAL SA DE CV	$359,999.73	$399,999.70
IMM INTERNET MEDIA MEXICO	IMM INTERNET MEDIA MEXICO S DE RL DE CV	$1,799,999.72	$1,999,999.69
IMPRESSIONES MX	MARÍA ANGÉLICA ARMENTA GARCÍA	$21,599.52	$23,999.47
JOSE CARDENAS	VIRREYES QUINCE QUINCE SA DE CV	$450,000.00	$500,000.00
LA HOGUERA	UZZI OHANA LILLY	$449,999.99	$499,999.99
LA OTRA OPINIÓN	COMUNÍCALO SA DE CV	$845,640.00	$939,600.00
LA TEMPESTAD	PERISCOPIO MEDIA SA DE CV	$21,599.32	$23,999.24

MARU ROJAS EN FORMULA	OBSERVACIÓN Y CREACIÓN DE MEDIOS OCM SA DE CV	$449,441.99	$499,379.99
MÁS POR MÁS	MÁS INFORMACIÓN CON MÁS BENEFICIOS SA DE CV	$269,998.13	$299,997.92
MEDIOS MASIVOS MEXICANOS	MEDIOS MASIVOS MEXICANOS, S.A. DE C.V.	$899,965.31	$999,961.46
MESA REVUELTA	THOT COMUNICACIONES SA DE CV	$1,799,999.60	$1,999,999.56
MEXICANISIMO	EDITORIAL PARALELO 21 SA DE CV	$21,078.36	$23,420.40
NOTMUSA	NOTMUSA S.A. DE C.V.	$412,390.44	$458,211.60
ORO SÓLIDO TV	ROSSANA GUADALUPE DÍAZ AVENDAÑO	$21,599.99	$23,999.99
PABLO HIRIART	COMUNICACIÓN EXTENSA SC	$899,999.91	$999,999.90
PERIÓDICO DIGITAL SENDERO	PERIÓDICO DIGITAL SENDERO, SAPI DE CV	$4,499,986.50	$4,999,985.00

POLITICO MX	CASA EDITORIAL Y DE CONTENIDO POLITICO.MX SA DE CV	$362,790.00	$403,100.00
PUBLÍMETRO	PUBLICACIONES METROPOLITANAS SAPI DE CV	$207,900.94	$231,001.04
RAYUELA EDITORES	RAYUELA EDITORES, SA DE CV	$413,113.64	$459,015.15
REFLEXIÓN 24 INFORMATIVO	NORMA ISELA VÁSQUEZ LÁZARO	$21,600.00	$24,000.00
REVISTA NEXOS	NEXOS SOCIEDAD CIENCIA Y LITERATURA SA DE CV	$362,010.92	$402,234.36
TELEVISA	GRUPO TELEVISA SAB	$1,043,999.93	$1,159,999.92
TINDER	ASOCIACIÓN NORTEAMERICANA DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD, SAS DE CV	$809,997.84	$899,997.60
Total			**$35,322,000.22**

El monto destinado a Radio por empresa es el siguiente:

NOMBRE COMERCIAL	*RAZÓN SOCIAL*	*MONTO MÍNIMO*	MONTO MÁXIMO
ASTRON PUBLICIDAD	ASTRON PUBLICIDAD SA DE CV	$2,620,867.00	$2,912,074.44
AVAN NOTICIAS	AVAN NOTICIAS SA DE CV	$357,196.77	$396,885.30
CAPITAL MÉXICO	CAPITAL NEWS, SA DE CV	$768,600.00	$854,000.00
CSI	COMUNICACIÓN SEGMENTADA INTELIGENTE, SA. DE CV	$2,700,726.05	$3,000,806.72
EL SOL DE MÉXICO	ORGANIZACIÓN EDITORIAL MEXICANA, S.A. DE C.V.	$673,331.10	$748,145.67
GLOBAL MEDIA	CONTROLADORA DE MEDIOS SA DE CV	$1,799,544.89	$1,999,494.32
GRUPO FORMULA	PM ONSTREET, SA DE CV	$7,003,121.83	$7,781,246.48
GRUPO IMAGEN	GIM TELEVISIÓN NACIONAL SA DE CV	$4,499,999.14	$4,999,999.04
GRUPO LIBERTAS	LIBERTAS COMUNICACIÓN, SA DE CV	$1,799,931.17	$1,999,923.52

GRUPO ORO	MULTIMEDIOS GRUPO ORO, S. A. DE C. V.	$450,084.06	$500,093.40
GRUPO SIETE	COMERCIALIZADORA SIETE DE MÉXICO, S. A. DE C. V.	$2,249,964.07	$2,499,960.08
IMER	INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO	$1,799,997.98	$1,999,997.76
MARINOR PUBLICIDAD	MARINOR PUBLICIDAD, S. A. DE C. V.	$449,807.40	$499,786.00
MVS RADIO	STEREOREY MEXICO SA DE CV	$2,789,981.47	$3,099,979.41
NRM COMUNICACIONES	NRM COMUNICACIONES SA DE CV	$3,600,000.00	$4,000,000.00
PROMOSAT	PROMOSAT DE MÉXICO SA DE CV	$1,800,000.00	$2,000,000.00
RADIO CADENA NACIONAL	RADIO CADENA NACIONAL,S.A. DE C.V.	$1,350,000.00	$1,500,000.00
RADIO INDEPENDIENTE	RADIODIFUSORES MEXICANOS INDEPENDIENTES S.A. DE C.V.	$899,999.99	$999,999.99
RADIORAMA	RADIORAMA SA DE CV	$1,350,000.00	$1,500,000.00
RASA	RADIODIFUSORAS ASOCIADAS SA DE CV	$1,799,998.82	$1,999,998.69

SIGMA	CHAVERO RADIO, SA DE CV	$1,800,000.00	$2,000,000.00
SIPSE MULTIMEDIOS	SIPSE MULTIMEDIOS S. A. DE C. V.	$348,566.18	$387,295.75
STEREO MILED	P & E PERSPECTIVAS Y ENFOQUES PUBLICITARIOS SA DE CV	$2,328,688.87	$2,587,432.08
Total			**$50,267,118.65**

El monto destinado a medios Complementarios por empresa es el siguiente:

NOMBRE COMERCIAL	*RAZÓN SOCIAL*	*MONTO MÍNIMO*	MONTO MÁXIMO
AA AND F	AA AND F PRODUCCIONES MEXICO, SA DE CV	$2,249,736.48	$2,499,707.20
CANAL URBANO	CANAL URBANO, SA DE CV	$4,499,999.64	$4,999,999.60
CINCO M DOS	5M2 ANDENES SAPI DE CV	$1,799,999.99	$1,999,999.99
CMI	AMX CONTENIDO, S. A. DE C. V.	$821,536.13	$912,817.92
COMUNICARE	COMUNICARE COMERCIAL, S. C.	$2,249,963.55	$2,499,959.50

CSI	COMUNICACIÓN SEGMENTADA INTELIGENTE, SA. DE CV	$1,349,273.92	$1,499,193.24
DE HARO MEDIOS	DE HARO PUBLICIDAD, SA DE CV	$2,698,887.28	$2,998,763.64
FERCAM PUBLICIDAD	FERCAM PUBLICIDAD, S. A. DE C. V.	$449,598.60	$499,554.00
GRUPO 1000 COMUNICACIONES	PROMO 1000 MEDIOS SA DE CV	$1,800,000.00	$2,000,000.00
GRUPO FORMULA	PM ONSTREET, SA DE CV	$3,417,526.69	$3,797,251.88
GRUPO IMU	COMERCIALIZADORA IMU S.A. DE C.V.	$8,989,215.84	$9,988,017.60
GRUPO MILENIO	AGENCIA DIGITAL SA DE CV	$449,999.95	$499,999.94
IMPACTA EXTERIORES	MUNDO VET COMERCIAL S. A. DE C. V.	$4,499,999.22	$4,999,999.13
KILÓMETROS DE IMAGEN	KILÓMETROS DE IMAGEN, SA DE CV	$2,248,903.37	$2,498,781.52
LECTEUS	LECTEUS SA DE CV	$1,790,001.68	$1,988,890.76
MARU ROJAS EN FORMULA	OBSERVACIÓN Y CREACIÓN DE MEDIOS OCM SA DE CV	$224,466.69	$249,407.43

PUVLICASI DM	PUVLICASI, S. A. DE C. V	$450,000.00	$500,000.00
REGIE T	REGIE T DE MÉXICO, SA DE CV	$448,328.57	$498,142.86
TELE URBAN	AP&H COMUNICATION GROUP SA DE CV	$4,499,992.08	$4,999,991.20
TRANSCOM	TRANS-COMUNICACIÓN SA DE CV	$2,699,310.80	$2,999,234.22
TV AZTECA NORESTE	PUBLIMAX SA DE CV	$673,641.36	$748,490.40
Total			**$53,678,202.03**

El monto destinado a medios impresos por empresa es el siguiente:

NOMBRE COMERCIAL	*RAZÓN SOCIAL*	*MONTO MÍNIMO*	MONTO MÁXIMO
24 HORAS EL DIARIO SIN LÍMITE	INFORMACIÓN INTEGRAL 24/7 S. A. P. I. DE C. V.	$2,393,064.00	$2,658,960.00
AGROBUSINESS Y AGENDA DEL DESARROLLO SOCIAL	EDITORA DE PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS Y CONSULTORES EN COMUNICACIÓN, SA DE CV	$280,176.40	$311,307.11
CAPITAL MÉXICO	CAPITAL NEWS, SA DE CV	$1,931,400.00	$2,146,000.00

EDITORIAL AGROSÍNTESIS	EDITORIAL AGROSÍNTESIS, S. A. DE C. V.	$899,998.99	$999,998.88
EL DICTAMEN	COMERCIAL BERMAM S DE RL DE CV	$846,554.08	$940,615.64
EL ECONOMISTA	EL ECONOMISTA GRUPO EDITORIAL, S. A. DE C. V.	$2,452,241.16	$2,724,712.40
EL FINANCIERO	EL FINANCIERO MARKETING SA DE CV	$1,108,962.27	$1,232,180.30
EL HERALDO DE MÉXICO	OPERADORA Y ADMINISTRADORA DE INFORMACIÓN Y EDITORIAL, S.A. DE C.V	$3,307,679.83	$3,675,199.81
EL SOL DE MÉXICO	ORGANIZACIÓN EDITORIAL MEXICANA, S.A. DE C.V.	$12,826,638.29	$14,251,820.32
EL UNIVERSAL, EL GRAN DIARIO DE MÉXICO	EL UNIVERSAL COMPAÑÍA PERIODÍSTICA NACIONAL SA DE CV	$17,100,011.25	$19,000,012.50
GRUPO EXPANSIÓN	EXPANSION SA DE CV	$16,185,424.70	$17,983,805.22

GRUPO IMAGEN	GIM TELEVISIÓN NACIONAL SA DE CV	$1,799,999.03	$1,999,998.92
GRUPO MILENIO	AGENCIA DIGITAL SA DE CV	$449,999.85	$499,999.83
HERALDO DE XALAPA Y COATZA	EDITORA SAMHE, SA DE CV	$899,875.25	$999,861.39
IMPACTO EL DIARIO/REVISTA IMPACTO	CEMGISA, S. A. DE C. V.	$2,699,992.80	$2,999,992.00
LA CRÓNICA DE HOY	LA CRÓNICA DIARIA S. A. DE C. V.	$2,699,692.13	$2,999,657.92
LA JORNADA	DEMOS DESARROLLO DE MEDIOS, S. A. DE C. V.	$3,599,999.99	$3,999,999.99
MACROECONOMÍA	COMUNICACIÓN Y MEDIOS MASIVOS S. A. DE C. V.	$270,000.00	$300,000.00
MÁS POR MÁS	MÁS INFORMACIÓN CON MÁS BENEFICIOS SA DE CV	$1,799,783.87	$1,999,759.86
MEDIOS MASIVOS MEXICANOS	MEDIOS MASIVOS MEXICANOS, S.A. DE C.V.	$8,999,456.48	$9,999,396.09
NOTMUSA	NOTMUSA S.A. DE C.V.	$1,837,440.00	$2,041,600.00

PUBLÍMETRO	PUBLICACIONES METROPOLITANAS SAPI DE CV	$2,492,097.95	$2,768,997.72
REPORTE NIVEL 1	GRUPO NV1 COMUNICACIONES, S. A. DE C. V.	$887,126.00	$985,695.56
REVISTA CONTRALÍNEA	EDITORIAL LIBERTAD Y EXPRESIÓN, S. A. DE C. V.	$899,999.99	$999,999.99
REVISTA ETCÉTERA	EDITORA PERIODÍSTICA Y ANÁLISIS DE CONTENIDOS, S. A. DE C. V.	$899,999.99	$999,999.99
REVISTA NEXOS	NEXOS SOCIEDAD CIENCIA Y LITERATURA SA DE CV	$87,989.05	$97,765.61
SIPSE MULTIMEDIOS	SIPSE MULTIMEDIOS S. A. DE C. V.	$551,352.31	$612,613.68
STEREO MILED	P & E PERSPECTIVAS Y ENFOQUES PUBLICITARIOS SA DE CV	$371,311.13	$412,567.92
TELEVISA	GRUPO TELEVISA SAB	$900,000.11	$1,000,000.12
TEOREMA AMBIENTAL	WWW MÉXICO SA DE CV	$48,232.80	$53,592.00
Total			**$101,696,110.77**

El monto destinado a televisión por empresa es el siguiente:

NOMBRE COMERCIAL	*RAZÓN SOCIAL*	*MONTO MÍNIMO*	MONTO MÁXIMO
ADN40	OPERADORA MEXICANA DE TELEVISIÓN S. A. DE C.V.	$11,700,000.00	$13,000,000.00
CANAL ONCE	INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL	$892,620.00	$991,800.00
EL FINANCIERO	EL FINANCIERO MARKETING SA DE CV	$2,039,367.19	$2,265,963.54
GRUPO FORMULA	PM ONSTREET, SA DE CV	$3,067,123.75	$3,407,915.28
GRUPO IMAGEN	GIM TELEVISIÓN NACIONAL SA DE CV	$11,340,002.11	$12,600,002.34
GRUPO MILENIO	AGENCIA DIGITAL SA DE CV	$900,000.06	$1,000,000.07
MEGACABLE	TELEFONIA POR CABLE S.A. DE C.V.	$1,800,000.00	$2,000,000.00
MVS RADIO	STEREOREY MEXICO SA DE CV	$899,826.73	$999,807.48
TELEVISA	GRUPO TELEVISA SAB	$52,055,999.96	$57,839,999.96

TV AZTECA	ESTUDIOS AZTECA SA DE CV	$45,000,000.00	$50,000,000.00
TV AZTECA NORESTE	PUBLIMAX SA DE CV	$3,826,375.89	$4,251,528.77
Total			**$148,357,017.44**

El presupuesto mínimo cuenta con la autorización presupuestaria correspondiente de conformidad con lo establecido en el artículo 85 del Reglamento de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios al Sector Público.

VI. PERSONA PROPUESTA PARA LA ADJUDICACIÓN Y SUS DATOS GENERALES

TIPO DE MEDIO	NOMBRE COMERCIAL	RAZÓN SOCIAL	RFC	REPRESENTANTE LEGAL	DOMICILIO FISCAL
Complementario	AA AND F	AA AND F PRODUCCIONES MEXICO, SA DE CV	FPM1110217M6	MARTHA PACHECO VALENCIA	Ejército Nacional No. 505, Int 1004, Col. Granada, Deleg. Miguel Hidalgo CP 11520, CDMX
Complementario	CANAL URBANO	CANAL URBANO, SA DE CV	CUR140227DQ0	DIEGO ALEJANDRO LARA ESCOBAR	Ignacio Vallarta No. 1, Col. Tabacalera, Deleg. Cuauhtemoc, CP 06030 Ciudad de México
Complementario	CINCO M DOS	5M2 ANDENES SAPI DE CV	MAN0710026M3	JOSÉ MANUEL FARAH CHAJÍN, RAFAEL ZALDÍVAR RAMOS	Av. Constituyentes No. 956, Col. Lomas Altas, Deleg. Miguel Hidalgo, CP 11560 CDMX
Complementario	CMI	AMX CONTENIDO, S. A. DE C. V.	ACO080407868	DANIEL ALEJANDRO TAPIA MEJÍA	Lago Zurich 245, Edificio Telcel, Col. Ampliación Granada, Deleg. Miguel Hidalgo, CP 11529, CDMX
Complementario	COMUNICARE	COMUNICARE COMERCIAL, S. C.	CCO1210039G1	ABIUD GUADARRAMA SALAS	Calle Independencia No. 2205, Col. San Salvador Tizatlalli, Metepec, México CP 52172
Complementario	CSI	COMUNICACIÓN SEGMENTADA INTELIGENTE, SA. DE CV	SC1091120LM5	CARLOS ALBERTO DE CÓRDOVA BOJÓRQUES	Insurgenes Sur 1571, Piso 3, oficina 302 y 303, Col San José Insurgentes, CP 03900
Complementario	DE HARO MEDIOS	DE HARO PUBLICIDAD, SA DE CV	HPU781121KL3	ALFONSO LOZANO MARTÍNEZ	Av. Paseo de la Reforma No. 300-805 Ciudad de México
Complementario	FERCAM PUBLICIDAD	FERCAM PUBLICIDAD, S. A. DE C. V.	FPU060223194	DARÍO MANUEL HERNÁNDEZ FERNÁNDEZ DEL CAMPO	Calle Zacatecas No. 777, Fracc. Valle de Aguayo, CP 87020, Cd Victoria, Tamaulipas
Complementario	GRUPO 1000 COMUNICACIONES	PROMO 1000 MEDIOS SA DE CV	PMM111028GI3	MAURICIO HUESCA BUSTAMANTE	Galeana No. 112, Col. San Angel Inn, Alvaro Obregon, CP 01060, CDMX

Complementario	GRUPO FORMULA	PM ONSTREET, SA DE CV	PON070220476	FLORENTINO BARRITA JUAREZ	Horacio No. 10, 5to Piso, Col. Chapultepec Morales, C.P. 11560, CDMX
Complementario	GRUPO IMU	COMERCIALIZADORA IMU S.A. DE C.V.	CIM060124GG7	FILIBERTO MARTIN TRINIDAD VIAMONTES	Blvd. Manuel Ávila Camacho No. 32, Oficina 401, Lomas de Chapultepec, CDMX 11000
Complementario	IMPACTA EXTERIORES	MUNDO VET COMERCIAL S. A. DE C. V.	MVC070306URA	ENRIQUE OCTAVIO VEGA TINAJERO	Alfredo del Mazo No. 105, Col. Hipico, Metepec, Edo. De México, CP 52156
Complementario	KILÓMETROS DE IMAGEN	KILÓMETROS DE IMAGEN, SA DE CV	KIM071003CZ9	OSWALDO BOLAÑOS CACHO GARCÉS	Newton No. 53, Depto 5, piso 2, Col. Polanco, Chapultepec, CDMX, 11560
Complementario	LECTEUS	LECTEUS SA DE CV	LEC1202152T9	FERNANDO ESCOTO FARJAU	Dr. Andrade No. 47, Col. Doctores, CP 06720, Deleg. Cuauhtémoc, CDMX
Complementario	MARU ROJAS EN FORMULA	OBSERVACIÓN Y CREACIÓN DE MEDIOS OCM SA DE CV	OCM111006KJ8	MIGUEL ARTURO ÁVILA TORRES	Mitla 670, Int. 4, Col. Letran Valle, Deleg. B.Juárez, CP 03650 CDMX
Complementario	PUVLICASI DM	PUVLICASI, S. A. DE C. V	PUV090213LF2	ROMULO ORESTES BELTRONES LENDO	Homero 430, Piso 5, Polanco CDMX
Complementario	REGIE T	REGIE T DE MÉXICO, SA DE CV	RTM950320479	DENIS JEAN PHILIPPE RABAULT	Laguna de Mayrán No. 345, Col. Anáhuac, México, CP 11320 CDMX
Complementario	TELE URBAN	AP&H COMUNICATION GROUP SA DE CV	ACG090929BM2	MARÍA DENISSE GARCÍA MAQUEO	Bosques de Ciruelos No. 167 3-A, Col. Bosque de las Lomas, Deleg. Miguel Hidalgo, CP 11700
Complementario	TRANSCOM	TRANS-COMUNICACIÓN SA DE CV	TRA1201314F1	JORGE LUIS GALINA VERAZA	Calzada Vallejo No. 705, Col. Nueva Vallejo, Gustavo A. Madero, CP 7750, CDMX
Complementario	TV AZTECA NORESTE	PUBLIMAX SA DE CV	PUB9404255F7	JESÚS IZQUIERDO YERENA	Batallón de San Patricio No. 109, PB01, Col. Del Valle Oriente, San Pedro Garza Garcia, Nuevo León, CP 66260
Digital	ADN EXPERIENCIA DIGITAL	ADN EXPERIENCIA DIGITAL DE S RL DE CV	AED151209ST8	ISAAC ALFILLE SHIVER	Morvan 120, Colonia Lomas de Chapultepec IV Sección, Delegación Miguel Hidalgo, C. P. 11000
Digital	ALGARABIA	EDITORIAL ALGARABIA SA DE CV	EAL171123S50	ERIKA PATRICIA JUÁREZ JIMÉNEZ	Pitágoras No. 736-3 Col. Del Valle Centro, cp 03100, Benito Juárez, CDMX.
Digital	ANIMAL POLITICO	EDITORIAL ANIMAL S. DE R. L. DE C. V	EAN1000408JX9	JULIO DANIEL MORENO CHÁVEZ	Av Prado Norte No. 145A, Lomas de Chapultepec III Seccl, Miguel Hidalgo
Digital	ARMAS	EDITORIAL GEA SA	EGE080315T7	FERNANDO CÓRDOBA MATA	Calle Quito No. 12, Fracc. Las Americas, Naucalpan de Juarez, Estado de México, C.P. 53040

Digital	BIZCOM	COMMERCIAL MEDIA BIZCOM SA DE CV	CMB050202A94	FRANCISCO JAVIER CHAVEZ DE ICAZA	Av. Palmas No. 731 Col. Lomas de Barrilaco, Deleg. Miguel Hidalgo, CP 11010, CDMX
Digital	COMENTARISTAS	COMENTARISTAS Y ASOCIADOS, SC	CAS9612192K5	MARIO OSCAR BETETA VALLEJO	Loma Bonita 24 Col. Lomas Altas, C.P. 11950, CDMX
Digital	CUADRANGULAR	IF SOLUTIONS SA DE CV	ISO1206229W3	MIGUEL ANGEL VALDEZ SILLER	Panamá No. 130, Col. Vista Hermosa, Monterrey, NL. CP 64620
Digital	DIGITAL INFLUENCE MÉXICO	DIGITAL INFLUENCE MÉXICO SRL DE CV	DIM1711232P8	ALONSO VARGAS REGALADO	RT Sanchez Hormigo 3 2, Presidente Madero, Azcapotzalco, C.P. 07090 CDMX
Digital	EJE CENTRAL	ESTRICTAMENTE DIGITAL SC	EDI090408FC8	RAYMUNDO RIVA PALACIO NERI	Cll Campos Eliseos 385, Edi Torre A Piso 11, Polanco Chapultepec, México CDMX, CP 11560
Digital	EL ARSENAL DIARIO DIGITAL	LUCILA ORTIZ CALDERÓN	OICL880921ULA	LUCILA ORTÍZ CALDERÓN	Amealco No. 14, Roma Sur, Deleg. Cuauhtemoc, México CP 06760
Digital	EL CRISTALAZO	LUGAR COMUN SA DE CV	LCO010323C86	RAFAEL MARÍA DE LA CRUZ CARDONA SANDOVAL	Blvd. Adolfo L. Mateos No. 1940, A 402, San Angel CDMX, CP 01040
Digital	G21 COMUNICACIÓN	IMPRESIONES AÉREAS SA DE CV	IAE890608228	JORGE VILLASEÑOR MAGALLÓN	Ejercito Nacional No. 425, Piso 9, Col. Granada, Del. Miguel Hidalgo, C.P. 11520, CDMX
Digital	GOOGLE/US MEDIA CONSULTING	MEDIOS PUBLICITARIOS USMC S DE RL DE CV	MPU130809FW4	UZIEL APAEZ GARCÍA	Av. Ejército Nacional No. 418, piso 2 oficina 202, Col. Polanco V Sección Ciudad México, CP 11560
Digital	IMM INTERNET MEDIA MEXICO	IMM INTERNET MEDIA MEXICO S DE RL DE CV	IIM100219CQ9	JAIME GUERRA MEZA Y LORENA LUCHO ESCRIBANO	Calle Bosques e Radiatas 44, piso 5, Col. Bosques de las Lomas, Deleg. Cuajimalpa, CDMX, 05120
Digital	IMPRESSIONES MX	MARÍA ANGÉLICA ARMENTA GARCÍA	AEGA730228UH5	MARÍA ANGÉLICA ARMENTA GARCÍA	Fray Pedro de Córdoba No. 257, Col. Del Obrero, Del. Gustavo A. Madero, CDMX
Digital	JOSE CARDENAS	VIRREYES QUINCE QUINCE SA DE CV	VQQ120321UD9	MANUEL FERMÍN PALAZUELOS OLEA	Puente de la Morena NO. 33 1, Tacubaya, Deleg. Miguel Hidalgo, CP 11870
Digital	LA HOGUERA	UZZI OHANA LILLY	OALU7110028C2	UZZI OHANA LILLY	Melchor Ocampo No. 401, Col. Romero de Terreros, Del. Coyoacán, C.P. 04310, CDMX
Digital	LA OTRA OPINIÓN	COMUNÍCALO SA DE CV	COM0002088G1	RICARDO ALEMÁN ALEMÁN	Av Eugenio Garza Sada No. 3820, Piso 16, Departamento 1603, Col. Mas Palomas, Monterrey, NL CP 64780
Digital	LA TEMPESTAD	PERISCOPIO MEDIA SA DE CV	PME9811184X8	NICOLÁS CABRAL MALANCA	Eje Exterior 10, int 21, Col. Residencial Cordillera, Mpio. Santa Catarina, CP 66196, Nuevo León, México

Digital	MESA REVUELTA	THOT COMUNICACIONES SA DE CV	TCO150820DM6	EUNICE ORTEGA ALBARRÁN	RÍO DANUBIO 94 INT. 501, COLONIA CUAUHTÉMOC, DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC, CIUDAD DE MÉXICO C.P. 06500
Digital	MEXICANISIMO	EDITORIAL PARALELO 21 SA DE CV	EPV0707303S6	JAIME ARNAU ÁVILA	CALLE ETNA #38 COL. LOS ALPES C.P. 01010 DEL. ÁLVARO OBREGÓN, CIUDAD DE MÉXICO
Digital	ORO SÓLIDO TV	ROSSANA GUADALUPE DÍAZ AVENDAÑO	DIAR731006B5A	ROSSANA GUADALUPE DÍAZ AVENDAÑO	Cerrada de Amores No. 33, Int. 301, Col. Del Valle, C.P. 03100, Del. Benito Juarez, CDMX
Digital	PABLO HIRIART	COMUNICACIÓN EXTENSA SC	CEX100319IE7	PAUL HIRIART LE BERT	Mexicali No. 86, Col. Condesa, Del. Cuauhtemoc, C.P. 06140, CDMX
Digital	PERIÓDICO DIGITAL SENDERO	PERIÓDICO DIGITAL SENDERO, SAPI DE CV	PDS080402H29	RENÉ TRINIDAD GARCÍA ESPAÑA	Plaza de la República No. 35, Piso 4, Col. Tabacalera, Del. Cuauhtemoc, C.P. 06030, CDMX
Digital	POLITICO MX	CASA EDITORIAL Y DE CONTENIDO POLITICO.MX SA DE CV	ILV100920BP2	JUAN PABLO DE LEO SPÍNOLA	Calle Dante No. 36, Int. 1102, Col. Anzures, Del. Miguel Hidalgo, C.P. 11590, CDMX
Digital	PUBLÍMETRO	PUBLICACIONES METROPOLITANAS SAPI DE CV	PME051206NG5	ALFREDO BENÍTEZ	Insurgentes Sur 716, Piso 10, Col. Del Valle, CP 03100, Deleg. Benito Juárez, CDMX
Digital	RAYUELA EDITORES	RAYUELA EDITORES, SA DE CV	RED920929P42	ANGÉLICA GUADALUPE SÁNCHEZ GUTIÉRREZ	Sagredo No. 226 C, Col. Guadalupe Inn, Delegación Álvaro Obregón, CDMX
Digital	REFLEXIÓN 24 INFORMATIVO	NORMA ISELA VÁSQUEZ LÁZARO	VALN730120PBA	NORMA ISELA VÁSQUEZ LÁZARO	Ave Morelos 31, Depto 212, Piso 2, Centro, CDMX, CP 06040
Digital	TINDER	ASOCIACIÓN NORTEAMERICANA DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD, SAS DE CV	ANC171115AM4	HÉCTOR BECERRIL LÓPEZ	Av. Central No. 175-E, Cartagena D, 604, Col. Tolteca, Deleg. Alvaro Obregón, CDMX, 01150
Impreso	24 HORAS EL DIARIO SIN LÍMITE	INFORMACIÓN INTEGRAL 24/7 S. A. P. I. DE C. V.	IIN1110125F3	YOLANDA RAMÍREZ ORTÍZ	Av. Ejército Nacional NO. 216, Piso 13, Col. Anzures, Deleg. Miguel Hidalgo, CP 11590, CDMX
Impreso	AGROBUSINESS Y AGENDA DEL DESARROLLO SOCIAL	EDITORA DE PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS Y CONSULTORES EN COMUNICACIÓN, SA DE CV	EPE921021TTA	ROSA ELENA GARCÉS MADRIGAL	Lago Alberto No. 320, Torre Edmond 2, Int. 802, Col. Anahuac I sección, C.P. 11320, CDMX
Impreso	CAPITAL MÉXICO	CAPITAL NEWS, SA DE CV	EPU9812212U5	SARA RAMÍREZ MARTÍNEZ	Montes Urales No. 425, Piso1, Lomas de Chapultepec I Sección, Miguel Hidalgo, CDMX, CP 11000

Impreso	EDITORIAL AGROSÍNTESIS	EDITORIAL AGROSÍNTESIS, S. A. DE C. V.	EAS0101091B9	PABLO GONZÁLEZ NIEVES	Juan Salvador Agraz 44, piso 2, Col. Santa Fe, Alvaro Obregón, CDMX, 01210
Impreso	EL DICTAMEN	COMERCIAL BERMAM S DE RL DE CV	CBE970805KX2	BERTHA ROSALIA MALPICA MARTINEZ	MARIANO ARISTA 285 FRACC. FAROS, VERACRUZ, VERACRUZ
Impreso	EL ECONOMISTA	EL ECONOMISTA GRUPO EDITORIAL, S. A. DE C. V.	EGE101130F25	ANTONIO LOPEZ MORANTE	Balderas No. 44-118, Col. Centro, Deleg. Cuauhtémoc México, D.F. 06060
Impreso	EL FINANCIERO	EL FINANCIERO MARKETING SA DE CV	FMA 120905UA6	GABRIELA MONTAÑO ZUÑIGA	Guillermo González Camarena 600 PB Col Santa Fe Deleg. Alvaro Obregón
Impreso	EL HERALDO DE MÉXICO	OPERADORA Y ADMINISTRADORA DE INFORMACIÓN Y EDITORIAL, S.A. DE C.V	OAI161214M17	FRANCISCO JUAN CARREÑO OSORIO	Av. Paseo de la Reforma 250, Piso 24, Col. Juárez, CP 06600, CDMX
Impreso	EL SOL DE MÉXICO	ORGANIZACIÓN EDITORIAL MEXICANA, S.A. DE C.V.	PSM7911223G1	CARLOS SALVADOR HUERTA LARA	Guillermo Prieto NO. 7, Col San Rafaeo, Deleg. Cuauhtemoc, CP 06470 CDMX
Impreso	EL UNIVERSAL, EL GRAN DIARIO DE MÉXICO	EL UNIVERSAL COMPAÑÍA PERIODÍSTICA NACIONAL SA DE CV	UPN830920KC4	ILDEFONSO FERNÁNDEZ GUEVARA	Bucareli No. 8, Col. Centro, Deleg. Cuauhtémoc, cp 06040
Impreso	GRUPO EXPANSIÓN	EXPANSION SA DE CV	EXP6812035X3	LORENA BALBUENA ARIAS	Calle Constituyentes No. 956, Col. Lomas Altas, Miguel Hidalgo, CP 11950
Impreso	GRUPO IMAGEN	GIM TELEVISIÓN NACIONAL SA DE CV	GTN160419130	SERGIO SUILO OROZCO	Av Universidad No. 2014, Col. Copilco Universidad, Coyoacán, CDMX, 04360
Impreso	GRUPO MILENIO	AGENCIA DIGITAL SA DE CV	ADI0809035M0	PEDRO CÉSAR GONZÁLEZ LEAL	Calle Ayuntamiento 125, Centro de la Cd de México, Area 4, Deleg. Cuauhtemoc, CP 06040
Impreso	HERALDO DE XALAPA Y COATZA	EDITORA SAMHE, SA DE CV	ESA1012212D2	EDUARDO SÁNCHEZ MACÍAS	Calle 3 Sur, Poniente 848 Col. Centro, Tuxtla Gutiérrez Chiapas
Impreso	IMPACTO EL DIARIO/REVISTA IMPACTO	CEMGISA, S. A. DE C. V.	CEM1512014M6	FERNANDO ARENAS CASTELA	Ave Ceylán No. 517, Col. Industrial Vallejo, CDMX, CP 02300
Impreso	LA CRÓNICA DE HOY	LA CRÓNICA DIARIA S. A. DE C. V.	CDI070111F89	JORGE ZERÓN MEDINA	Av. Azcapotzalco La Villa No. 160, Col. San Marcos, Azcapotzalco, CP 02020 CDMX
Impreso	LA JORNADA	DEMOS DESARROLLO DE MEDIOS, S. A. DE C. V.	DDM840626PM2	ELIZABETH CRISTINA SANTELIZ DOMINGUEZ	Av. Cuauhtemoc NO. 1236, Col. Santa Cruz Atoyac, CP 03310, Deleg. Benito Juárez, Ciudad de México
Impreso	MACROECONOMÍA	COMUNICACIÓN Y MEDIOS MASIVOS S. A. DE C. V.	CMM900621JQ2	MAURO JIMÉNEZ LAZCANO	CALLE LOTERÍA NACIONAL NÚM 7 PISO 2, DESPACHO 6, COLONIA TABACALERA, C. P. 06030 CIUDAD DE MÉXICO

Impreso	MÁS POR MÁS	MÁS INFORMACIÓN CON MÁS BENEFICIOS SA DE CV	MIM0811108T2	RODRIGO JAVIER GASPAR SEPÚLVEDA	Av Parque Lira No. 61, piso 2, Col San Miguel Chapultepec, Sección I, Miguel Hidalgo, CDMX, CP 11850
Impreso	MEDIOS MASIVOS MEXICANOS	MEDIOS MASIVOS MEXICANOS, S.A. DE C.V.	MMM920105QU1	RENATO INIESTA LACALLE	Luz Savinon 13 int 602 Col. del Valle, Del. Benito Juárez, 03100, Ciudad de México
Impreso	NOTMUSA	NOTMUSA S.A. DE C.V.	NOT011226T29	ANTONIO SEGURA ORTEGA Y CARLOS FLORES NÚÑEZ	Periférico Sur No. 4293, piso. Col. Jardines en la Montaña, México, D.F. CP 14210
Impreso	REPORTE NIVEL 1	GRUPO NV1 COMUNICACIONES, S. A. DE C. V.	GNC150429G67	JOSÉ ANTONIO VILLAZÓN LASO	Prol. Paseo de la Reforma 627-704, Edi Reforma Seis 27, Paseo de las Lomas, CDMX, CP 01330
Impreso	REVISTA CONTRALÍNEA	EDITORIAL LIBERTAD Y EXPRESIÓN, S. A. DE C. V.	ELE120330S52	ROCÍO TRINIDAD GARCÍA BADILLO	Cll Aldama 74 int 8, Col. del Carmen, Coyoacán, CDMX, CP 04100
Impreso	REVISTA ETCÉTERA	EDITORA PERIODÍSTICA Y ANÁLISIS DE CONTENIDOS, S. A. DE C. V.	EPA071221QW5	RUTH ESPARZA CARVAJAL	PETÉN 94, COLONIA NARVARTE, ELEGACIÓN BENITO JUÁTEZ, C. P. 03020, CIUDAD DE MÉXICO
Impreso	REVISTA NEXOS	NEXOS SOCIEDAD CIENCIA Y LITERATURA SA DE CV	NCL900821664	BERNARDO ORTIGOZA DÍAZ	Calle Mazatlán No. 119, Col. Condesa, Cuauhtemoc, CDMX, CP 06140
Impreso	SIPSE MULTIMEDIOS	SIPSE MULTIMEDIOS S. A. DE C. V.	SMU151001868	JOSÉ FRANCISCO GERARDO VARGAS DE SANTIAGO	CLL 60 No 385 41 y 43 CENTRO CP 97002, MÉRIDA YUCATÁN
Impreso	STEREO MILED	P & E PERSPECTIVAS Y ENFOQUES PUBLICITARIOS SA DE CV	PPA140220NK2	FERNANDO DUEÑAS SEPULVEDA	Calle Escuela Militar de Aviación No. 76, Col. Ladrón de Guevara, CP 44600, Guadalajara, Jalisco
Impreso	TELEVISA	GRUPO TELEVISA SAB	GTE901219GK3	JORGE AGUSTÍN LUTTEROTH ECHEGOYEN Y JULIO BARBA HURTADO	AV. VASCO DE QUIROGA 2000 SANTA FÉ, DEL. ÁLVARO OBREGÓN, CIUDAD DE MÉXICO, C. P. 01210
Impreso	TEOREMA AMBIENTAL	WWW MÉXICO SA DE CV	WME990128R4A	BLANCA ESTELA WENDY COSS Y LEÓN NAVARRO	Miguel de Mendoza No. 35, Col. Merced Gomez, Del. Alvaro Obregón, C.P. 01600. CDMX
Radio	ASTRON PUBLICIDAD	ASTRON PUBLICIDAD SA DE CV	APU980324AA5	MARIA DEL ROCÍO AGUILAR DARRIBA	Acueducto Rio Hondo No. 28, Penhouse No. 1, Col. Lomas Virreyes, Miguel Hidalgo, CDMX, CP 1100
Radio	AVAN NOTICIAS	AVAN NOTICIAS SA DE CV	ANX970411E45	VIDAL DIAZ MUÑOZ VELASCO	Av. Avila Camacho No. 42, Locales 23 y 25. Xalapa, Veracruz, México
Radio	GLOBAL MEDIA	CONTROLADORA DE MEDIOS SA DE CV	CME970326BF6	CARLOS AUGUSTO TORRES RODRÍGUEZ	Av. S Nava Mtz 278, Av Revolución y Av. Soto y Gama, El Paseo, SLP, CP 78320

Radio	GRUPO LIBERTAS	LIBERTAS COMUNICACIÓN, SA DE CV	LCO9403015K4	RAFAEL FAJARDO CARRILLO	Av. de las Vegas 107, C. Montecarlo Esq. Av. Vegas, Colinas de Tarango, CDMX, CP 01610
Radio	GRUPO ORO	MULTIMEDIOS GRUPO ORO, S. A. DE C. V.	MGO130927JD7	ANTONIO GRAJALES FARIAS	Teziutlan Sur No. 17, La Paz Heroica, Puebla de Zaragoza, Puebla, CP 72160
Radio	GRUPO SIETE	COMERCIALIZADORA SIETE DE MÉXICO, S. A. DE C. V.	CSM910618137	ABRAHAM ISRAEL SALAS FUENTES	Montecito 38, Piso 31, Oficina 33, Col. Napoles, Del. Benito Juarez, CDMX, CP 03810
Radio	IMER	INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO	IMR830323RH1	JOSÉ ANTONIO HERNÁNDEZ MONTOYA	Mayorazgo 83, Col. Xoco, Del. Benito Juarez, CP. 03330, CDMX
Radio	MARINOR PUBLICIDAD	MARINOR PUBLICIDAD, S. A. DE C. V.	MPU971218NP6	RAÚL SÁNCHEZ CARRILLO	Av. México No. 700, Col. San Jeronimo Lidice, Del. Magdalena Contreras, CP10400, CDMX
Radio	NRM COMUNICACIONES	NRM COMUNICACIONES SA DE CV	PRA821220592	EMILIO RAÚL SANDOVAL NAVARRETE	Prol. Paseo de la REforma No. 115 Int. 401B, Del.Alvaro Onregón, CP 01330, CDMX
Radio	PROMOSAT	PROMOSAT DE MÉXICO SA DE CV	PME921215PW3	RICARDO HUMBERTO MOJICA CARRILLO	Av. Mariano Otero No. 3405-214, Fracc. Verde Valle, Guadalajara, Jal CP 44550
Radio	RADIO CADENA NACIONAL	RADIO CADENA NACIONAL,S.A. DE C.V.	RCN510216QJ5	SERGIO FAJARDO ORTÍZ	Lago Victoria No. 78, Col. Granada, CDMX
Radio	RADIO INDEPENDIENTE	RADIODIFUSORES MEXICANOS INDEPENDIENTES S.A. DE C.V.	RMI100608C44	OSCAR MORALES RUIZ	Acapulco No. 50, Piso 1, Col. Roma Norte, Del. Cuauhtemoc, CP 06700, CDMX
Radio	RADIORAMA	RADIORAMA SA DE CV	RAD701209N34	CASIO CARLOS ENRIQUE NARVAEZ Y LIDOLF	Paseo de la Reforma No. 2620, Piso 2, Col. Lomas Altas, Del.Miguel Hidalgo, CP 11950, CDMX
Radio	RASA	RADIODIFUSORAS ASOCIADAS SA DE CV	RAS560314PK7	EDUARDO LUIS LARIS RODRÍGUEZ	Durango No. 341, Piso 1, Col. Roma Norte, CP 06700, Del. Cuauhtemoc, CDMX
Radio	SIGMA	CHAVERO RADIO, SA DE CV	CRA101130AY7	JOSÉ LUIS CHAVERO RESÉNDIZ	Vito Alessio Robles No. 68, Piso 2, Norte A, Col. Florida, Deleg. Alvaro Obregón, CP 01030 CDMX
Televisión	ADN40	OPERADORA MEXICANA DE TELEVISIÓN S. A. DE C.V.	OMT9306023A6	RAFAEL RODRÍGUEZ SÁNCHEZ	Av Periferico Sur 4121 Col. Fuentes del Pedregal, Tlalpan CDMX, CP 14140, Tlalpan
Televisión	CANAL ONCE	INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL	IPN811229H26	JIMENA SALDAÑA GUTIÉRREZ	Miguel Othón de Mendizabal, Sn Col. La Escalera, Gustavo A Madero cp 07320
Televisión	MEGACABLE	TELEFONIA POR CABLE S.A. DE C.V.	TCA0407219T6	JUAN CARLOS HERÁNDEZ FERNÁNDEZ	Av Lazaro Cardenas No. 1694, Col. Del Fresno, Guadalajara, Jal. CP 44900

Televisión	MVS RADIO	STEREOREY MEXICO SA DE CV	SME741219F83	JUAN CARLOS CORTÉS ROSAS	Mariano Escobedo No. 532, Col. Anzures, Del. Miguel Hidalgo, CP 11590, CDMX
Televisión	TV AZTECA	ESTUDIOS AZTECA SA DE CV	EAZ0311047B6	JOSÉ GUADALUPE BOTELLO MEZA	Clzda de Tlalpan No. 2818, Col. Ex Ejido de San Pablo Tepetlapa, Coyoacán, CDMX CP 04840

VII. ACREDITACIÓN DEL CRITERIO EN QUE FUNDA LA EXCEPCIÓN

De conformidad con el artículo 40 de la LAASSP, el cual establece: "...la selección del procedimiento de excepción que realicen las dependencias y entidades deberán fundarse y motivarse, según las circunstancias que concurran en cada caso, en criterios de economía, eficacia, eficiencia, imparcialidad, honradez y transparencia que resulten procedentes para obtener las mejores condiciones para el Estado...." Al respecto, se acreditan los criterios siguientes:

EFICACIA.- Tomando en cuenta que la difusión de los mensajes debe hacerse de manera inmediata y que para tal efecto es indispensable para los prestadores de servicios elaborar y/o preparar el material necesario, se requiere una contratación con prestadores de servicios que ofrezcan las mejores condiciones disponibles en cuanto a precio y oportunidad, aunado a contar con la capacidad de iniciar la difusión del mensaje de manera inmediata para lograr el resultado deseado. Es así que el procedimiento de Licitación Pública, por los mismos tiempos normativos, hace que dicho procedimiento no sea el factible y resulta indispensable realizar un procedimiento de adjudicación directa, que permita difundir en los medios electrónicos, digitales, impresos y complementarios, a nivel nacional de manera inmediata, la campaña que se justifica.

EFICIENCIA: Este criterio se actualiza al realizar la contratación a través del procedimiento de Adjudicación Directa, como único procedimiento viable para tener en el menor tiempo posible los mensajes. De esta manera, se estará cumpliendo el objetivo de la campaña, dado que, con el procedimiento de adjudicación directa se logra optimizar y eficientar los tiempos para la contratación y para su ejecución.

IMPARCIALIDAD: Para la selección del procedimiento de adjudicación directa, se tomaron en cuenta estrictamente los requisitos para el logro de los objetivos y metas de comunicación en la operación de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales lo que está plenamente vinculado con la contratación que se pretende realizar, a los prestadores del servicio de difusión en medios impresos, electrónicos, complementarios y digitales toda vez que no se otorgan condiciones ventajosas respecto de otros, así mismo, se toma en cuenta el universo de posibles proveedores disponibles en el mercado, analizando sus características particulares, disponibilidad, capacidad y recursos para el logro de los objetivos, sin favorecer indebidamente a ningún proveedor.

HONRADEZ: Es de señalar que, la presente contratación se realiza tomando en consideración empresas que no tienen vínculo alguno con ningún servidor público que participe en el procedimiento de contratación evitando de esta manera que puedan implicar otorgarle, directa o indirectamente, beneficios

indebidos, exigiéndoles también a los prestadores de servicio propuestos, tomar las medidas adecuadas para no incurrir en actos de corrupción.

TRANSPARENCIA: El procedimiento de contratación estará sujeto a cualquier información requerida y estará disponible de acuerdo a los términos establecidos por la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental.

LUGAR Y FECHA DE EMISIÓN

Ciudad de México, a 23 de agosto de 2018

CON BASE A LOS ARGUMENTOS ANTERIORMENTE VERTIDOS, SE SOLICITA AL COMITÉ DE ADQUISICIONES, ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DE LA SECRETARÍA DE MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES DICTAMINE LA PROCEDENCIA DE LA EXCEPCIÓN A LA LICITACIÓN PÚBLICA PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE DIFUSIÓN DE MENSAJES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LAS CATEGORÍAS DE TELEVISIÓN, RADIO, MEDIOS COMPLEMENTARIOS, MEDIOS DIGITALES Y MEDIOS IMPRESOS PARA LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN SOCIAL "PROTECCIÓN DE LOS OCÉANOS, VERSIÓN MARES Y COSTAS DE MÉXICO", YA QUE SE ENCUENTRA PLENAMENTE JUSTIFICADA Y HAN SIDO ACREDITADOS LOS CRITERIOS A QUE SE REFIERE EL SEGUNDO PÁRRAFO DEL ARTÍCULO 40 DE LA LAASSP, CON FUNDAMENTO EN LOS ARTÍCULOS 134 DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, 22, FRACCIÓN II, 26 FRACCIÓN III; 40, 41, FRACCIÓN I Y 47 DE LA LEY DE ADQUISICIONES Y ARRENDAMIENTOS Y SERVICIOS DEL SECTOR PÚBLICO, ASÍ COMO 71 Y 72, FRACCIÓN II DE SU REGLAMENTO.

ATENTAMENTE

VÍCTOR MANUEL ESPÍNDOLA VILLEGAS
COORDINADOR GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL