



Ciudad de México, a 20 de septiembre de 2022.

**JUSTIFICACIÓN TÉCNICA PARA LA CONTRATACIÓN DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN DISTINTOS TIPOS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, COMO PARTE DE LA CAMPAÑA “POSICIONAMIENTO DE LA CASA DE MONEDA DE MÉXICO”, CUYA FINALIDAD ES LA DIFUSION DE MENSAJES COMERCIALES PARA PROMOVER LA IDENTIDAD DE LA INSTITUCIÓN Y LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA CASA DE MONEDA DE MÉXICO.**

## **FUNDAMENTO LEGAL**

El presente documento se realiza en cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, los artículos 26 fracción III, 40 y 41, fracción I de la Ley de Adquisiciones Arrendamientos y Servicios del Sector Público, así como los artículos 71 y 72 fracción II, y demás aplicables de su Reglamento.

## **OBJETIVO**

La contratación de espacios publicitarios en distintos tipos de medios de comunicación, como parte de la campaña “Posicionamiento de la Casa de Moneda de México, cuya finalidad es la difusión de mensajes comerciales para promover la identidad de la Institución, así como la venta de productos y servicios de la Casa de Moneda de México.

## **ANTECEDENTES**

### **Generales:**

La Casa de Moneda de México es un organismo descentralizado de la Administración Pública Federal, con personalidad jurídica y patrimonio propios, cuyo objeto es la acuñación de la moneda de curso legal en el país, actividad reservada al Gobierno Federal, en términos del artículo 28 constitucional y del artículo 4º. Párrafo primero de la Ley de la Casa de Moneda de México.

En la realización de su objeto, procede la acuñación conforme a las características y denominaciones que establecen los decretos del Congreso de la Unión y en las órdenes de acuñación que emite el Banco de México, en los términos de la Ley Monetaria de los Estados Unidos Mexicanos y de su ley Orgánica.



De conformidad con lo establecido en el artículo 5º fracción I de la Ley de la Casa de Moneda de México, la Entidad está facultada para "Diseñar y/o producir las medallas que otorga el Gobierno Mexicano, conforme a la Ley de Premios, Estímulos y Recompensas Civiles, así como otras medallas conmemorativas que determinen las leyes o para fines oficiales y particulares".

Asimismo, el artículo 6º en sus fracciones III y IV de la Ley de la Casa de Moneda de México, establece que el patrimonio de esta Entidad, lo constituyen: "III.- Los ingresos provenientes de su operación y los que perciba por la realización de sus actividades" y IV.- Los derechos y las obligaciones que le correspondan, por las operaciones que realice y que contraiga o adquiera".

En tal virtud, y derivado de la actividad que realiza esta Entidad, lleva a cabo la venta de los productos que fabrica, tanto los que tienen en consignación con el Banco de México, como los propios que especialmente diseña; asimismo, tiene la necesidad de promover el diseño y acuñación de medallas a los diferentes clientes particulares y de carácter gubernamental, a fin de lograr la contratación de sus servicios y generar mayores ingresos que le permitan su operación, por lo que requiere contratar los servicios de publicidad para la difusión de su actividad.

Este documento corresponde a la justificación técnica realizada para la contratación de espacios publicitarios en distintos medios de comunicación, como parte de la campaña "Posicionamiento de la Casa de Moneda de México", cuya finalidad es la difusión de mensajes comerciales para promover la identidad de la Institución y la venta de productos y servicios de la Entidad; y realizar su contratación bajo las mejores condiciones para ésta.

#### **Particulares:**

La presente justificación técnica la realizó la Gerencia de Mercadotecnia y Comunicación, para la contratación de los servicios que se indican en la misma.

#### **JUSTIFICACIÓN TÉCNICA PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS**

De conformidad con los antecedentes antes descritos y tomando como base lo previsto en el artículo 5 fracción VI de la Ley de Casa de Moneda de México, la Entidad está facultada para celebrar convenios, contratos y realizar las operaciones necesarias para llevar a cabo directamente su objeto y actividades, conforme a la citada Ley y demás ordenamientos de observancia en la materia.



**HACIENDA**  
SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO



Conforme al Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para el registro y autorización de las Estrategias y Programas de Comunicación Social y de Promoción y Publicidad de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 14 de enero de 2022, esta Entidad debe someter a la autorización de la Secretaría de Gobernación, el Programa Anual de promoción y publicidad para el ejercicio fiscal 2022.

Para cumplir con lo dispuesto en el artículo 17 del citado Acuerdo, se presentó la Campaña de Promoción y Publicidad mediante oficio CMMCS/02/2022, misma que quedó autorizada para su difusión con oficio de la Dirección General de Normatividad y Comunicación UNMC/DGNC/0304/2022 de fecha 04 de marzo de este mismo año. (Anexo I).

Por lo anterior, se autorizaron los siguientes medios de difusión: Diarios editados en la Ciudad de México, radio, revistas, medios complementarios, medios digitales y estudios; quedando en una sola etapa con una vigencia del 21 de septiembre al 31 de diciembre de 2022. Lo anterior para la contratación de los servicios publicitarios y determinar el procedimiento respectivo, por lo cual la Entidad debe considerar los siguientes aspectos:

La estrategia publicitaria debe estar orientada al posicionamiento de la entidad, educación financiera y la generación de un mayor número de consumidores de nuestros productos y servicios. Logrando la difusión para toda la ciudadanía sobre la Casa de Moneda de México, el valor del ahorro y la numismática, así como alcance a los clientes potenciales y como resultado, el conocimiento de la historia y valor numismático de los productos, así como de los canales de venta y el incremento de sus ingresos.

Los mensajes están dirigidos a toda la ciudadanía, así como a los tomadores de decisiones ejecutivas y a compradores de impulso. Es importante tomar en cuenta el Catálogo de Tarifas 2022 que hizo llegar a la Entidad, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, a través de la Unidad de Comunicación Social y Vocería, como cabeza de sector facultado para negociar precios en volumen para medios masivos, generando los mejores precios para el sector, por lo que es la base de las negociaciones en lo particular para cada una de las entidades. Los medios que ahí aparecen son parámetro para el sector hacendario, aunque algunas razones sociales adicionales se van integrando a lo largo del año.

El objetivo al seleccionar los medios es que éstos, logren el posicionamiento, la difusión de principios de educación financiera y el incremento en las ventas, generando un mayor tráfico en las tiendas y ventas a distancia. De igual manera es necesario que los mensajes lleguen en una mezcla de medios convenientes para lograr permanecer en la mente del consumidor como una opción, así como considerar las recomendaciones hechas por la



Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación a través de la Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación.

Es importante considerar, que la Entidad tiene la necesidad de contratar espacios publicitarios y distintos medios de comunicación, ya que requiere de difusión de mensajes comerciales en espacios que sean de circulación masiva. Para tal efecto, requiere contratar medios nacionales que sean aptos para la difusión del mensaje a la población como principal objetivo de la campaña de publicidad de acuerdo a lo establecido en la "Presentación de la Campaña de Promoción y Publicidad" para el ejercicio fiscal 2022 de Casa de Moneda de México.

## **I. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS**

Los servicios requeridos por la Gerencia de Mercadotecnia y Comunicación son los siguientes: **Espacios publicitarios en distintos medios de comunicación, como parte de la campaña "Posicionamiento de Casa de Moneda de México" en su única versión, cuya finalidad es la difusión de mensajes comerciales para promover la identidad de la institución, educación financiera y la venta de productos y servicios de la Casa de Moneda de México.**

Utilizando la mezcla de medios de difusión seleccionados: **Radio, diarios editados en la Ciudad de México, revistas, medios digitales y estudios.**

## **II. PLAZOS Y CONDICIONES DE ENTREGA DE LOS SERVICIOS:**

La frecuencia y la imagen con que se publique, serán determinadas por la estrategia de mercadotecnia que apruebe la Gerencia de Mercadotecnia y Comunicación, asimismo, las publicaciones, servicios o emisiones serán solicitadas mediante órdenes de inserción, transmisión o servicio según sea el caso y serán generadas por la misma área.

## **III. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO QUE SOPORTE EL PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN PROPUESTO.**

Se cuenta con los precios de referencia de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, y sus recomendaciones al respecto.

Se debe tomar en cuenta que todos los medios, materiales y los montos de la inversión cuentan con la aprobación por parte de la Coordinación de Estrategia Digital Nacional de la Jefatura de la Oficina de la Presidencia de la República; de la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación y del Titular de



Comunicación Social y Vocero de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público por lo que se considera de vital importancia el que la Entidad contrate los servicios requeridos, a fin de lograr el incremento de sus ingresos, dando el debido cumplimiento al “Programa Anual de Promoción y Publicidad” y la “Presentación de Campaña de Promoción y Publicidad” para el ejercicio fiscal 2022, autorizado por la Secretaría de Gobernación, por lo que requiere contratar los servicios de publicidad, que le garanticen la correcta presentación de la entidad, el contenido de Educación Financiera, de sus productos y servicios en los diversos medios de difusión previamente aprobados por las Secretarías antes mencionadas.

## ALTERNATIVAS

Para lograr el objetivo de realizar la contratación de los espacios publicitarios en distintos medios de comunicación, como parte de la campaña de Posicionamiento de Casa de Moneda de México, cuya finalidad es la difusión de mensajes comerciales para promover la identidad de la institución, educación financiera y la venta de productos y servicios de la Casa de Moneda de México, se consideran las siguientes alternativas:

1. Contactar algún otro u otros proveedores dedicados a la publicidad y solicitar pruebas para explorar la posibilidad de que se pudieran contratar los servicios con otros proveedores que cumplan con las características, alcances y tarifas establecidas por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.
2. Realizar la contratación de los espacios publicitarios en distintos medios de comunicación, como parte de la campaña de Posicionamiento de Casa de Moneda de México, cuya finalidad es la difusión de mensajes comerciales para promover la identidad de la institución, la educación financiera y la venta de productos y servicios de la Casa de Moneda de México, con los proveedores que cuentan con la autorización de parte de la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación y el visto bueno del Titular de Comunicación Social y Vocero de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.
3. No realizar la contratación de servicios de espacios publicitarios para la Entidad.

## ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS:

**1.- La primera opción** no se considera viable, ya que se requiere que el proveedor cumpla en tiempo y forma y, sobre todo, que los servicios cumplan con las características,



alcances y tarifas negociadas por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y Gobierno de México

**2.- La segunda opción** se considera como viable, debido a que la contratación de los servicios de publicidad con proveedores que cuentan con la autorización de parte de la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación y el visto bueno del Titular de Comunicación Social y Vocero de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, representan beneficios que se verán reflejados en los objetivos de la campaña. Asimismo, dichos proveedores cumplen con el registro y visto bueno correspondiente ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público en su carácter de dependencia facultada para negociar precios en volumen para medios de comunicación, generando los mejores precios para el sector; y estos proveedores están debidamente autorizados por la Secretaría de Gobernación y la Jefatura de la Oficina de la Presidencia de la República en cada uno de los casos.

Esta opción garantiza que: los mensajes lleguen a los mercados objetivo tomando en consideración su historial en dichas entidades, con lo cual se demuestra que pueden prestar los servicios, garantizando que cuentan con la tecnología, recursos, calidad necesaria, y demás elementos que se requieren para el debido cumplimiento de los servicios solicitados por la Entidad; utilizando la mezcla de medios de difusión seleccionados: **Radio, diarios editados en la Ciudad de México, revistas, medios digitales y estudios.** Sin que ello implique no tomar en cuenta otras opciones derivadas de las entrevistas que permanentemente se tienen con otros medios y que cumplan con lo solicitado por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

**3.- La tercera alternativa** no se considera viable, debido a que la Entidad, debe dar cumplimiento a su *Programa Anual promoción y publicidad y difusión de la Campaña para el ejercicio fiscal 2022, de Casa de Moneda de México, autorizados por la Secretaría de Gobernación* y en el caso de no contratarse los servicios requeridos, se incumpliría con dicho programa y por tanto la difusión de la campaña.

No se alcanzarían las metas comerciales establecidas por la Gerencia de Mercadotecnia y Comunicación, para el ejercicio fiscal 2022.

#### **IV. MOTIVACIÓN Y FUNDAMENTACIÓN LEGAL DEL SUPUESTO DE EXCEPCIÓN.**

Con la finalidad de que se alcancen los objetivos de posicionamiento de la Entidad, requiere contratar los servicios de publicidad con los proveedores que cuentan con la autorización por parte de la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación y el visto bueno del Titular de Comunicación Social y Vocero



de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y que se alineen con la estrategia para la promoción y difusión de la Casa de Moneda de México, educación financiera y publicidad de los productos y servicios que ésta ofrece, los cuales son de características especiales, ya que van dirigidos a toda la población, buscando que se garantice el alcance de los objetivos de la Entidad; y que cuenten con el registro correspondiente ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y que estén debidamente autorizados por la Secretaría de Gobernación en el Padrón Nacional de Medios; por lo que, se considera como la opción más viable y conveniente en este momento para la Entidad, el contratar con los proveedores que por su especialidad no se pueden sustituir por otra alternativa debido a que son medios previamente autorizados y que además se encuentre en correspondencia con las tarifas autorizadas por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Siendo quienes reúnen dichos requisitos y proporcionan la calidad, precio y oportunidad requeridas por la Entidad, por lo que se considera conveniente su contratación mediante el procedimiento de Adjudicación Directa contemplado en los artículos 41 fracción I, de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público y 72 fracción I de su Reglamento, mismos que disponen lo siguiente:

*Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público:*

**"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:

**I.** No existan bienes o servicios alternativos o sustitutos técnicamente razonables, o bien, que en el mercado solo 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;..."

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

**"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...”*

## **V. MONTO ESTIMADO DE LA CONTRATACIÓN Y FORMA DE PAGO PROPUESTA.**

### **SUFICIENCIA PRESUPUESTAL:**

Se acredita la existencia de recursos para iniciar el procedimiento de contratación que se propone en la presente justificación mediante oficio número SCCF-007-2022 emitido por la Subdirección Corporativa de Control Financiero, conforme a la partida presupuestal 36201 que permite a la entidad difundir mensajes comerciales para promover la venta de productos y servicios; contenida en el Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal, emitido por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

El ejercicio de dicho presupuesto está autorizado por la Secretaría de Gobernación en una sola etapa con vigencia del 21 septiembre al 31 de diciembre de 2022 (Anexo I). De conformidad con lo dispuesto en el primer párrafo del artículo 25 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público y 18 de su Reglamento.

**Monto Estimado:** la suma total de la inversión en medios que se realice por concepto de la campaña “Posicionamiento de la Casa de Moneda de México”, no rebasará el monto autorizado por la Secretaría de Gobernación. Asimismo, la Gerencia de Mercadotecnia y Comunicación, realizará la solicitud correspondiente para la contratación de los medios de difusión, conforme a la planeación de su programa anual promoción y publicidad enviado a SEGOB a través de su cabeza de sector, SHCP., donde se establece el monto de \$5,000,000.00 (Cinco millones de pesos 00/100 M.N.) con IVA incluido.

**La forma de pago será:** Una vez que sea publicado el anuncio, el proveedor presentará una factura, misma que será autorizada por el área requirente, la cual será cubierta en un plazo máximo de 30 días a partir de la presentación de esta.

## **VI. NOMBRE Y DATOS GENERALES DE LA EMPRESAS PROPUESTAS PARA LA ADJUDICACIÓN.**

De acuerdo a la investigación de mercado realizada y a la aprobación y visto bueno parte de la Coordinación de Estrategia Digital Nacional de la Jefatura de la Oficina de la Presidencia de la República; de la Dirección General de Normatividad de Comunicación



**HACIENDA**  
SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO



de la Secretaría de Gobernación y del Titular de Comunicación Social y Vocero de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público se han elegido los siguientes medios nacionales, por considerarlos aptos para la difusión del mensaje comercial a la población objetivo de nuestra campaña, de acuerdo a lo establecido en la presentación de "Campaña de Promoción y Publicidad" para el ejercicio fiscal 2022.

**RADIO:**

**Radio Formula:** La B Grande, S.A. de C.V.

**Imagen Radio: GIM Compañía Editorial S.A. de C.V.**

**IMER:** Instituto Mexicano de la Radio

**Akustik:** Comercializadora GLB Trading, S.A. de C.V.

**IFT:** Radio Comunitaria

**DIARIOS EDITADOS EN LA CIUDAD DE MÉXICO:**

**EL ECONOMISTA:** EL ECONOMISTA GRUPO EDITORIAL, S.A. DE C.V.

**Más por más:** Más Información Con Más Beneficios, S.A. De C.V.

**REVISTAS:**

**Muy Interesante Jr.,** Editorial Televisa, S.A. de C.V.

**Selecciones:** Ediciones con Estilo, S.A de C.V.

Los medios anteriores y sus versiones impresas como suplementos u otros.

**IMPRESA**

**TGM,** Talleres Gráficos de México

**MEDIOS DIGITALES:**

**La Jornada en línea** Demos, Desarrollo Medios, S.A. de C.V.

**Milenio** Agencia Digital S.A. de C.V.

**Televisa** Editorial Televisa S.A. de C.V.

**TV Azteca Digital** TV Azteca, S.A.B. de C.V.

**Formula Digital** Infórmula S.A. de C.V.

**MAS DIGITAL NETWORK** MEXICANOS Y AMERICANOS SISTEMAS DE COMUNICACIÓN, S.A. DE C.V.



**SERVICIOS PUBLICITARIOS Y ESTUDIOS:**

**MYA Research, Molina Research, S.C.**

**VII. LA ACREDITACIÓN DE LOS CRITERIOS EN QUE SE FUNDA Y MOTIVA LA SELECCIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE EXCEPCIÓN.**

**Economía:**

De conformidad con las consideraciones que realizar para la contratación de los servicios de publicidad, con las empresas que se indican no generan mayores costos para la Entidad, debido a que son precios previamente autorizados y valorados por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

**Eficacia:**

Es de vital importancia el poder contar con los servicios de publicidad solicitados, que garanticen la presentación de los productos que ofrece la Entidad en los diversos medios de difusión seleccionados, a fin de lograr el incremento de las ventas de sus productos y la contratación de los servicios de diseño y fabricación de medallas, lo que genera ingresos a la Entidad; y garantiza el debido cumplimiento del "Programa Anual promoción y publicidad; así como la Presentación de la Campaña de promoción y Publicidad para el ejercicio fiscal 2022" autorizado por la Secretaría de Gobernación.

**Eficiencia:**

La Gerencia de Mercadotecnia y Comunicación realiza la solicitud para la contratación de los medios de difusión, conforme a la planeación de su programa anual promoción y publicidad.

**Imparcialidad:**

Se acredita el criterio de imparcialidad al contratar con Empresas previamente validadas por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

**Honradez:**

De conformidad con la legislación aplicable, se hace constar que la presente justificación se realiza en cumplimiento de la normatividad vigente y que se han tomado las medidas adecuadas para evitar actos de corrupción, asimismo se manifiesta que en ningún momento se ha favorecido a algún proveedor en particular.



**Transparencia:**

Se acredita la transparencia demostrando que la presente justificación, así como todo lo relativo al procedimiento de contratación propuesto se ha obtenido de forma clara, oportuna, completa, accesible y verificable, dejando constancia de toda la información en el expediente de contratación.

**VIII. LUGAR Y FECHA DE EMISIÓN:** Se concluye la presente justificación en la Ciudad de México, el día 20 de septiembre 2022.

**ELABORA**

**LIC. GUILLERMO RAFAEL VARGAS VIDALES**  
**JEFE DE PROYECTO DE MERCADOTECNIA**

**AUTORIZA**

**LIC. ASTRID JUAREZ TAPIA**  
**DIRECTORA CORPORATIVA DE COMERCIALIZACIÓN**

Ccp

Sergio E. Casanueva Reguart, Dirección General  
Ricardo Ruíz Freyre, Dirección Corporativa de Administración  
Luis Alfredo Sanchez Romea, Titular del Órgano Interno Control  
Herón Cisneros Ibañez, Subdirección Corporativa de Control Financiero  
Miguel A. Ramírez, Coordinación Técnica  
Arturo López López, Gerencia de Adquisiciones y Obra Pública  
Cesar A. Abitia, Gerencia de Planeación