



Guadalajara, Jalisco a, 1 de junio de 2021

**ACTA DE FALLO
ADJUDICACIÓN DIRECTA**

Número: SUV/DAD/CSG/027/2021

Lugar: Calle Mezquitán número 302, colonia Centro Barranquitas, código postal 44100, Guadalajara, Jalisco.

Fecha: 1 de junio de 2021

Dependencia: Sistema de Universidad Virtual

Concepto: Servicio de marketing digital.

Recursos financieros: MXP \$148,480.00 (CIENTO CUARENTA Y OCHO MIL CUATROCIENTOS OCHENTA PESOS 00/100 M.N.), con cargo al proyecto Autogenerado: 258184 / Bolsa: 19904797 / Fondo: 1.3.2.

Fue presentada a la Dirección Administrativa por la Coordinación de Servicios Generales del Sistema de Universidad Virtual una solicitud para adjudicar de forma directa el Servicio de marketing digital a la sociedad mercantil denominada Leer Editores S.A. de C.V. de conformidad con lo siguiente, y

RESULTANDO

- I. Que la Unidad de Promoción con fecha 14 de mayo de 2021 solicitó el Servicio de marketing digital.
- II. Que el área de Adquisiciones del Sistema de Universidad Virtual realizó una investigación de mercado a fin de conocer las condiciones que imperan a fin de garantizar las mejores condiciones para la Universidad de Guadalajara, con lo que se advirtieron diversos oferentes de los servicios requeridos, entre los cuales se seleccionaron los siguientes proveedores:
 - Leer Editores S.A. de C.V.
 - CTK Comunicación S.A. de C.V.
 - MindGoup, Mercadotecnia Integral S.C.
- III. Que derivado del estudio de mercado la Coordinación de Servicios Generales del Sistema de Universidad Virtual invitó a cotizar a las sociedades mercantiles Leer Editores S.A. de C.V., CTK Comunicación S.A. de C.V., MindGoup, Mercadotecnia Integral S.C., por considerar que cuentan con capacidad de respuesta inmediata, así como con los recursos técnicos, financieros y demás necesarios para el Servicio de marketing; así mismo sus actividades comerciales y profesionales están relacionadas con los servicios solicitados.



- IV. Los proveedores invitados a cotizar presentaron a la Coordinación de Servicios Generales propuestas económicas para el Servicio de marketing, siendo la presentada por Leer Editores S.A. de C.V., la cotización con menor costo, tal como se muestra a continuación:

Nombre o Razón Social	Monto sin IVA
Leer Editores S.A. de C.V.	\$128,000.00
CTK Comunicación S.A. de C.V.	\$229,000.00
MindGoup, Mercadotecnia Integral S.C.	\$233,340.00

- V. Que la Coordinación de Servicios Generales emitió el Dictamen de la Adjudicación con fecha 28 de mayo de 2021, en el que sugiere se adjudique de forma directa a la sociedad mercantil Leer Editores S.A. de C.V., debido a que presentó la propuesta de menor costo, que cuenta con capacidad de respuesta inmediata, así como con los recursos técnicos, financieros y demás necesarios; además de que sus actividades comerciales y profesionales están relacionadas con el contrato que se propone adjudicar.

Por lo anteriormente expuesto y

CONSIDERANDO



Sistema de Universidad Virtual

COORDINACIÓN DE SERVICIOS GENERALES

- I. Que la Universidad de Guadalajara es un organismo público descentralizado del Gobierno del Estado de Jalisco con autonomía, personalidad jurídica y patrimonio propio, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 1 de su Ley Orgánica, promulgada por el Ejecutivo local el día 15 de enero de 1994, en ejecución del Decreto No. 15319 del H. Congreso del Estado de Jalisco.
- II. Que de acuerdo al artículo 22 de su Ley Orgánica, la Universidad de Guadalajara adoptó el modelo de Red para organizar sus actividades académicas y administrativas; siendo el Sistema de Universidad Virtual el órgano desconcentrado de la Universidad encargado de ofrecer, administrar y desarrollar programas educativos en la modalidad virtual, en los niveles medio superior y superior, así como de realizar actividades de investigación, extensión y difusión de la cultura, según lo señalado en el artículo 2 del Estatuto Orgánico del Sistema de Universidad Virtual.
- III. Respecto a la estructura Orgánica del Sistema de Universidad Virtual el artículo 4 fracción III y 18 fracciones III y XVII de su Estatuto Orgánico, señalan que el Rector del Sistema de Universidad Virtual tiene como atribuciones, entre otras, autorizar y vigilar el ejercicio de las partidas presupuestales y todas aquellas que la normatividad universitaria le asigne y que por la naturaleza de su función le correspondan.
- IV. El artículo 16, fracción IV, del Reglamento de Adquisiciones, Arrendamientos y Contratación de Servicios de la Universidad de Guadalajara, señala que adquisiciones, arrendamientos y contratación de servicios se realizarán mediante adjudicación directa, cuando el importe del contrato sea menor o igual a 100 veces el salario mínimo mensual.
- V. El artículo 23, primer párrafo, del Reglamento de Adquisiciones, Arrendamientos y Contratación de Servicios de la Universidad de Guadalajara, señala que la adjudicación directa a que se refiere la fracción IV del artículo 16 será resuelta por el titular de la dependencia correspondiente.



- VI. El artículo 24 del Reglamento de Adquisiciones, Arrendamientos y Contratación de Servicios de la Universidad de Guadalajara, establece que la selección de los participantes se hará tomando en cuenta su especialidad y la capacidad operativa y financiera.
- VII. Respecto a los criterios de selección para la adjudicación, el artículo 25 del Reglamento de Adquisiciones, Arrendamientos y Contratación de Servicios de la Universidad de Guadalajara, indica que se tomará en cuenta sus antecedentes, su especialidad, su capacidad operativa y financiera, manifestados en su expediente, y los criterios de precio, calidad, tiempo de entrega, financiamiento, oportunidad y demás condiciones favorables a la Universidad de Guadalajara.

Una vez analizada la propuesta y atendiendo a las consideraciones antes manifestadas la Rectora con asistencia del Coordinador de Servicios Generales; ambos del Sistema de Universidad Virtual proponen los siguientes puntos

RESOLUTIVOS

Único. - Se adjudica el Servicio de marketing digital, a la sociedad mercantil denominada Leer Editores S.A. de C.V.; por la cantidad de **MXP \$148,480.00 (CIENTO CUARENTA Y OCHO MIL CUATROCIENTOS OCHENTA PESOS 00/100 M.N.)** con el Impuesto al Valor Agregado incluido.

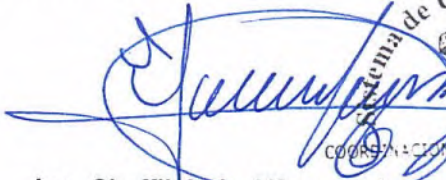
ATENTAMENTE


“PIENSA Y TRABAJA”

“Año del legado de Fray Antonio Alcalde en Guadalajara”

Guadalajara, Jalisco, a 1 de junio de 2021


Dra. María Esther Avelar Álvarez
Rectora


Arq. Chaffik Luis Alfonso Sánchez Ruelas
Coordinador de Servicios Generales


SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL
COORDINACIÓN DE SERVICIOS GENERALES



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Domicilio Fiscal
Av. Juárez N° 976,
Col. Centro C.P. 44100
Guadalajara, Jalisco, México.
Teléfono (33) 3134-2222
R.F.C. UGU 250907-MH5

ORDEN DE COMPRA

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
ENTIDAD o DEPENDENCIA EMISORA

27
NUMERO

01/06/2021
DIA MES AÑO
FECHA DE ELABORACIÓN

No. PROYECTO: 258184
No. FONDO: 1.3.2
PROGRAMA: Autogenerado
CARGO PRESUPUESTAL

420000 Dirección Académica/IGCAAV
CÓDIGO DE URE ENTIDAD o DEPENDENCIA SOLICITANTE
31342222 Mezquitán #302, Colonia Centro, Guadalajara, Jalisco, C.P. 44100
TELÉFONO DOMICILIO

Leer Editores S.A. de C.V.

PROVEEDOR

1

DOMICILIO DEL PROVEEDOR

2

RFC

3

FAX y/o CORREO ELECTRONICO

4

TELÉFONO

LOS SIGUIENTES BIENES DEBERAN ENTREGARSE EN LAS CONDICIONES ACORDADAS

UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN DE LOS BIENES	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	IMPORTE TOTAL
Servicio	1. Planeación: Diseñaremos la estrategia de contenidos y publicitaria de manera integral. 2. Elaboración de originales 20 materiales gráficos 5 videos de máximo un minuto formato horizontal (post) 5 videos formato vertical de máximo 30 segundos (historias) 7 Landig Pages en formato responsivo y optimización SEO de máximo 4 secciones. 3. Puesta en marcha de campañas publicitarias 16 anuncios de Google Ads (dos por línea editorial o landing page) keywords seleccionados 10 campañas de LEADS: formularios, audiencias segmentadas. 20 campañas de notoriedad y consideración, audiencias segmentadas. 4. Ejecución y seguimiento: Elaboración de calendario de trabajo y programación de contenidos. 5. Medición: Reporte de resultados trimestral de acuerdo a KPI de interés seleccionados para el proyecto.	1	\$128,000.00	\$128,000.00
IMPORTE CON LETRA: (CIENTO CUARENTA Y OCHO MIL CUATROCIENTOS OCHENTA PESOS 00/100 MN)			SUB-TOTAL	\$128,000.00
			I.V.A.	\$20,480.00
			TOTAL	\$148,480.00

CONDICIONES DE PAGO y ENTREGA DE BIENES

FECHA DE ENTREGA:		LUGAR DE ENTREGA:	Mezquitán #302, Colonia Centro, Guadalajara, Jalisco,	FIANZAS
PAGO DE CONTADO	<input checked="" type="checkbox"/>	PAGO:	C.P. 44100	<input checked="" type="checkbox"/> a) ANTICIPO
PAGO EN PARCIALIDADES	<input type="checkbox"/>	No. DE PARCIALIDADES:		<input type="checkbox"/> b) CUMPLIMIENTO
		PORCENTAJE DE ANTICIPO:	0%	

Inicio a la firma del contrato y termino Noviembre de 2021 de acuerdo al cronograma, se adjunta anexo "A" como parte integral de este contrato el pago se realizará en dos partes 50% a finales de junio y 50% al final el servicio (Noviembre de 2021)

OBSERVACIONES

ELABORO

Mtra. Ana Lilia Lozano Martinez

AUTORIZO

Mtra. María del Consuelo Delgado
González

Vo. Bp.

Lic. Laura Topete González

5

(que se especifican en el reverso de la presente Orden de Compra

Declara LA UNIVERSIDAD

- I. Que es un organismo público descentralizado del gobierno del Estado de Jalisco con autonomía, personalidad jurídica y patrimonio propios de conformidad con lo dispuesto en el artículo primero de su Ley Orgánica publicada por el ejecutivo estatal el día 15 de enero de 1994, en ejecución del decreto número 15,319 del H. Congreso del Estado de Jalisco
- II. Que es atribución de la Universidad de Guadalajara, conforme a la fracción XI del artículo 6 de la Ley Orgánica, administrar su patrimonio.
- III. Que el Rector General es la máxima autoridad ejecutiva de la Universidad, representante legal de la misma, de conformidad con el artículo 32 de la Ley Orgánica de la Universidad
- IV. Que señala como domicilio legal el ubicado en la Avenida Juárez No. 976, colonia Cento en esta ciudad de Guadalajara, Jalisco, código postal 44100.

Declara EL PROVEEDOR

- I. Que tiene capacidad jurídica para contratar y obligarse a suministrar los bienes que le sean adquiridos por LA UNIVERSIDAD, de conformidad con la escritura pública o póliza de constitución de la empresa, para el caso de persona moral o el Registro Federal de Contribuyentes, para el caso de persona física
- II. Que se encuentra inscrito en el Registro Federal de Contribuyentes
- III. Que bajo protesta de decir verdad señala que no se encuentra en alguno de los supuestos establecidos en el artículo 50 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público y 29 del Reglamento de Adquisiciones, Arrendamientos y Contratación de Servicios de la Universidad de Guadalajara
- IV. Que para efectos del presente instrumento señala como domicilio el registrado en la CARÁTULA del presente

Declaran las partes que han convenido celebrar el presente instrumento, para lo cual se sujetan a lo establecido en las siguientes:

CLÁUSULAS:

PRIMERA - Las partes acuerdan que el objeto del presente instrumento es que EL PROVEEDOR suministre los bienes que se describen en la CARÁTULA del presente

Al respecto EL PROVEEDOR se sujetará conforme a las indicaciones que le de LA UNIVERSIDAD y a lo establecido en el presente instrumento.

En caso de que la presente adquisición incluya la instalación y/o puesta en marcha de los bienes, los equipos, herramienta, la contratación del personal y en general todo aquello que EL PROVEEDOR necesite para la misma, será a su cargo exclusivamente, liberando en consecuencia a LA UNIVERSIDAD de cualquier reclamación que se infiera en su contra por alguno de los conceptos antes señalados.

SEGUNDA - EL PROVEEDOR se compromete a entregar los bienes requeridos, conforme a las características y precios que se describen en la CARÁTULA del presente o en su caso en el anexo correspondiente

TERCERA - LA UNIVERSIDAD se compromete a pagar conforme a lo señalado en la CARÁTULA del presente, la cantidad total que por concepto de adquisición se señale en la misma. Al respecto, queda establecido que dichos pagos se realizarán a EL PROVEEDOR previa entrega de los bienes objeto de compra y el comprobante correspondiente con los requisitos que las leyes fiscales establezcan.

Por su parte EL PROVEEDOR asume cualquier obligación fiscal que se derive del presente instrumento, sacando en paz y a salvo a LA UNIVERSIDAD de cualquier reclamación que al respecto se pudiera originar.

Adicionalmente las partes acuerdan que en el supuesto de que EL PROVEEDOR no cumple con alguna de sus obligaciones en los tiempos pactados o conforme a las características establecidas, el o los pagos se verán rebatados en la misma proporción. Lo anterior independientemente de que LA UNIVERSIDAD decida continuar con el presente o darlo por rescindido.

CUARTA - En caso de que así se acuerden por las partes, EL PROVEEDOR otorgará a favor de LA UNIVERSIDAD las fianzas que a continuación se describen, expedidas por una compañía legalmente constituida y registrada, con domicilio en el territorio nacional y que se sujete a la jurisdicción de los tribunales judiciales de Guadalajara, Jalisco:

- I. Fianza para garantizar la correcta aplicación del anticipo, que en su caso se otorgue y por el importe de éste
- II. Fianza del 10% del valor total del presente, para garantizar el cabal cumplimiento de todas las obligaciones contenidas en el mismo

EL PROVEEDOR se obliga a entregar a LA UNIVERSIDAD las fianzas antes mencionadas en los siguientes términos:

- a) La establecida en la fracción I, previo a la entrega de dicho anticipo
- b) La establecida en la fracción II, a la firma del presente instrumento

QUINTA - EL PROVEEDOR será responsable ante LA UNIVERSIDAD y conforme a lo señalado por las disposiciones legales aplicables por los defectos que se presenten en los bienes requeridos objeto del presente.

En tanto no se reciban a satisfacción los bienes adquiridos por la entidad emisora, EL PROVEEDOR reconoce que LA UNIVERSIDAD no será responsable de la pérdida, deterioro o maltrato de los bienes, ya que los mismos son su responsabilidad directa, liberando a la misma de cualquier responsabilidad que se pudiera derivar del presente concepto.

SEXTA - Ambas partes reconocen que la relación legal entre ellas es la de dos partes independientes que celebran un compromiso de compra venta, tal y como se señala en este instrumento, por lo tanto queda expresamente convenido que a ninguna de las partes se le otorga el derecho o la autoridad para asumir o crear obligación o responsabilidad expresa o tácita a nombre y cuenta de la otra para obligarlo de forma alguna.

Asimismo queda estipulado que en caso que EL PROVEEDOR quiera contratar persona alguna para el desempeño de cualquier actividad relacionada con la adquisición de los bienes podrá hacerlo bajo su propia responsabilidad, asumiendo el carácter de patrón para todos los efectos legales correspondientes, designando a LA UNIVERSIDAD, de cualquier conflicto que se suscite entre el prestador y su personal contratado.

SEPTIMA - Las partes convienen en que EL PROVEEDOR se compromete a cumplir con todas y cada una de las obligaciones que imponen la Ley Federal del Trabajo, Ley del Seguro Social y demás ordenamientos legales aplicables a los patrones, por lo tanto EL PROVEEDOR será el único responsable y obligado frente a los trabajadores ante todo tipo de autoridades ya sean administrativas, judiciales o laborales federales, estatales o municipales, por todas las obligaciones derivadas y relacionadas con adquisiciones o servicios objeto del presente instrumento y de la relación laboral.

En consecuencia, EL PROVEEDOR asume todas las responsabilidades como patrón en relación con los trabajadores que emplee en las adquisiciones o servicios, directamente o en su caso por medio de subcontratistas, liberando de posibles indemnizaciones, demandas o cualquier reclamación que éstos hicieran en contra de LA UNIVERSIDAD.

Por lo tanto LA UNIVERSIDAD no será responsable por ninguna reclamación que en contra de EL PROVEEDOR presenten sus empleados o colaboradores obligándose éste a sacar en paz y a salvo a LA UNIVERSIDAD de cualquier reclamación de esta naturaleza, ya sea laboral, civil o penal incluyéndose los accidentes de trabajo.

Asimismo, será obligación de EL PROVEEDOR hacer el pago de las contribuciones correspondientes de los trabajadores que emplee.

OCTAVA - Para todos los efectos a que haya lugar a notificaciones o avisos derivados del presente, estos se efectuarán por escrito en los domicilios que se han señalado en la carátula o en el domicilio que en su momento se notifique por escrito a la otra parte.

NOVENA - Las partes acuerdan que LA UNIVERSIDAD podrá cancelar o dar por terminado de manera anticipada el presente instrumento, previo acuerdo y finiquito que para tal efecto se celebre, debiéndose dar el aviso correspondiente, cuando menos con cinco días de anticipación.

DÉCIMA - El presente instrumento podrá ser modificado previo acuerdo por escrito entre las partes y durante la vigencia del mismo, apeándose a la normatividad aplicable y a través de los instrumentos jurídicos correspondientes, obligándose las

partes a las nuevas estipulaciones, a partir de la fecha de su firma.

DÉCIMA PRIMERA - Queda establecido que EL PROVEEDOR no podrá ceder o transferir parcial o totalmente los derechos y las obligaciones del presente instrumento, sin el previo consentimiento por escrito de LA UNIVERSIDAD, siendo responsable de los daños y perjuicios que tal incumplimiento cause.

DÉCIMA SEGUNDA - Si alguna de las disposiciones contenidas en el presente instrumento llegara a declararse nula por alguna autoridad tal situación no afectará la validez y exigibilidad del resto de las disposiciones establecidas en este instrumento. Al respecto las partes negociarán de buena fe la sustitución o modificación mutuamente satisfactoria de la cláusula o cláusulas declaradas nulas o invalidas por otras en términos similares y eficaces.

En caso de que el presente instrumento llegara a declararse nulo por la autoridad competente o el mismo se rescindiera por causa imputable a EL PROVEEDOR, el mismo estará obligado a devolver a LA UNIVERSIDAD lo o las cantidades pagadas que les hayan sido entregadas más la actualización correspondiente conforme al Índice Nacional de Precios al Consumidor, tomando como base la fecha en que se realizó el pago la primera entrega por parte de LA UNIVERSIDAD y la fecha en que sean devueltas las mismas, lo anterior independientemente de los daños y perjuicios que por tal motivo tenga derecho a reclamar LA UNIVERSIDAD.

DÉCIMA TERCERA - Queda expresamente convenido que la falta de cumplimiento por parte de EL PROVEEDOR a cualquiera de las obligaciones que aquí se contraen y aquellas otras que emanen del Código Civil del Estado de Jalisco y demás legislación aplicable en el caso, será motivo de rescisión del presente instrumento y generará el pago de los daños y perjuicios que el incumplimiento cause.

DÉCIMA CUARTA - Ambas partes acuerdan que en caso de retraso por parte de EL PROVEEDOR en la entrega de los bienes pactados en el presente instrumento, LA UNIVERSIDAD podrá comunicar a las dependencias integrantes de la Red Universitaria dicho incumplimiento, para con ello restringir las futuras contrataciones con el proveedor por parte de LA UNIVERSIDAD.

DÉCIMA QUINTA - Ambas partes acuerdan que cualquier controversia relacionada con la interpretación, contenido o ejecución del presente se sujetará a lo establecido en el mismo y de manera supletoria a lo señalado en los documentos señalados a continuación y en el orden siguiente: en el anexo, las bases del procedimiento correspondiente que en su caso se hayan emitido, la propuesta presentada por EL PROVEEDOR y la legislación aplicable.

En este sentido queda establecido que si existe alguna discrepancia en la información contenida alguno de los documentos señalados en el párrafo anterior, siempre será aplicable la disposición que sea más favorable para LA UNIVERSIDAD, quedando sin efecto la disposición distinta.

DÉCIMA SEXTA - Para todo lo relacionado con la interpretación y cumplimiento del presente instrumento, las partes se someten voluntariamente a las leyes aplicables de la República Mexicana y a la jurisdicción y competencia de las autoridades de la ciudad de Guadalajara, Jalisco renunciando a cualquier otro fuero o jurisdicción que pudiera corresponderles en virtud de su domicilio presente o futuro.

Leído que fue el presente instrumento por las partes y conformes con su contenido y alcance ratifican y firman en la CARÁTULA del mismo.

FACTURA

FOLIO: 596



Emisor:
LEER EDITORES SA DE CV

Receptor:
Universidad de Guadalajara
UGU250907MH5

Lugar de Expedición: [Redacted]
Régimen Fiscal: 601 - General de Ley Personas Morales
Tel: [Redacted]
Efecto del comprobante: I - Ingreso

Av. Juárez 976 zona centro, CP: 44100, Guadalajara, JALISCO, MEXICO
Uso del CFDI: G03 - Gastos en general

Folio Fiscal:

Fecha / Hora de Emisión:
9/6/2021 - 12:11:08

No. de Certificado Digital:

[Redacted] 10

[Redacted] 11

Clave Producto	Cantidad	Clave Unidad	Concepto(s)	Precio Unitario	Importe
80101600	1	E48 - Unidad de servicio	Desarrollo y ejecución de plan de marketing integral de contenidos y publicitario, elaboración de originales y reportes de medición	\$128,000.00	\$128,000.00

No Identificación: 1307

Traslados:

IVA: 002, Base: \$128,000.00, Tasa: 0.160000, Importe: \$20,480.00

Subtotal: \$128,000.00

IVA 16%: \$20,480.00

Moneda:
MXN - Peso Mexicano

CIENTO CUARENTA Y OCHO MIL CUATROCIENTOS OCHENTA PESOS 00/100 MXN

Total: \$148,480.00

Forma de Pago:
99 - Por definir

Método de Pago:
PPD - Pago en parcialidades ó diferido

Banco:

Cuenta:

Condiciones de Pago:

Titular:
LEER EDITORES SA DE CV

Banco:

Cuenta:

CLABE:

Sucursal:

[Redacted] 12

[Redacted] 13

[Redacted] 14

[Redacted] 15

Cadena Original del complemento de Certificación Digital del SAT

[Redacted] 17

Sello Digital del CFDI

[Redacted] 18

Sello Digital del SAT

[Redacted] 19

Fecha / Hora de Certificación:
9/6/2021 - 12:11:08

Número de Serie Certificado del SAT:
[Redacted] 20

RFC del PAC:
[Redacted] 21

Número autorización PAC:

Sistema de Universidad Virtual



Universidad de Guadalajara

FECHA: 09-06-2021

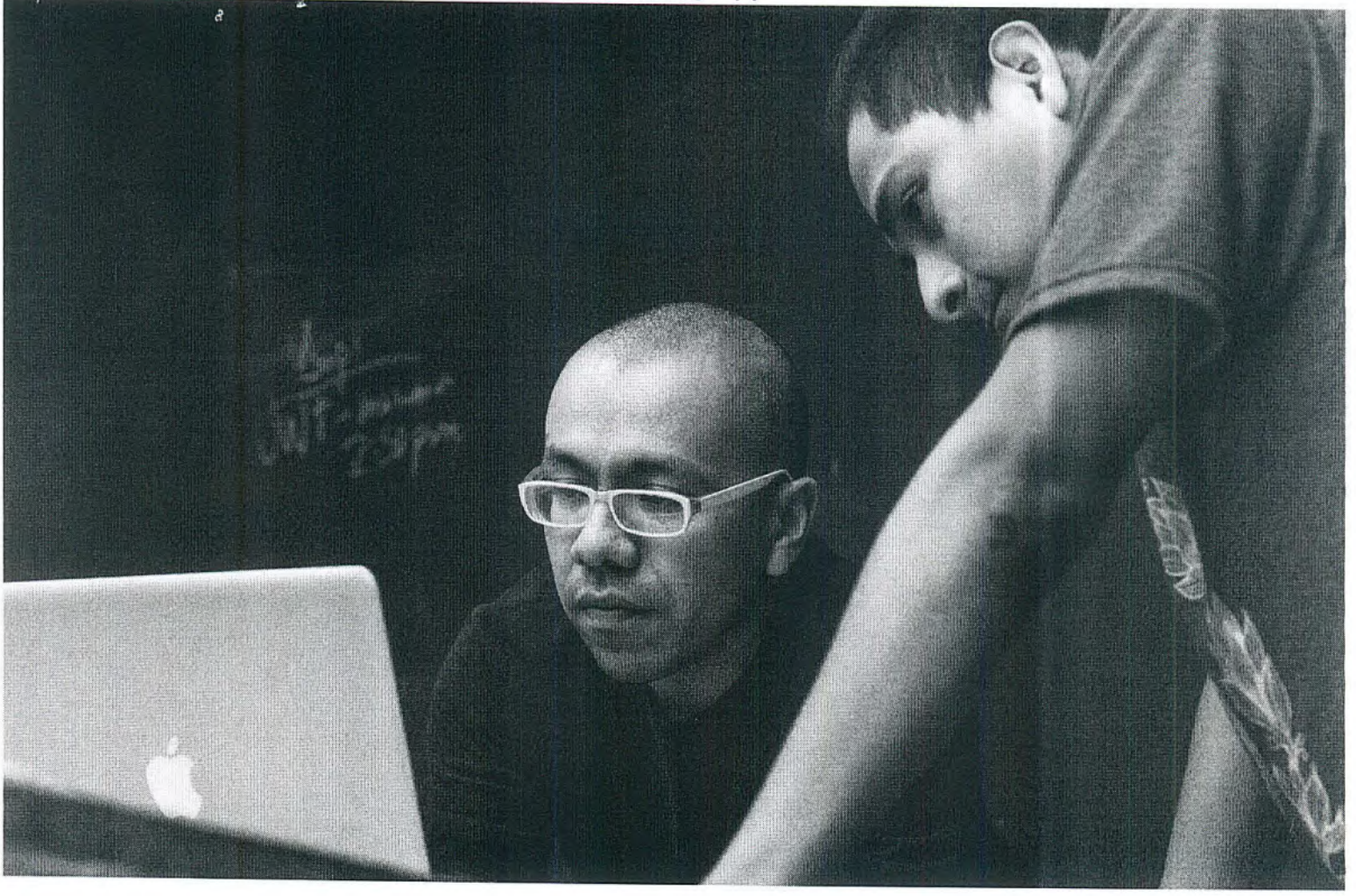
NOMBRE Y FIRMA: LAURA TORRES

RECIBÍ DE CONFORMIDAD

Comprobante Validado en la pagina del SAT

21113

ANEXO "A"



Sistema de Universidad Virtual

Propuesta de marketing digital 2021

Publicidad + Contenidos

ANEXO "A"

Estrategia paso a paso

1. Definir jerarquía de recursos para cursos y diplomados: Vamos a poner más esfuerzo -monetario y de elaboración de recursos- en aquellos que resultan de mayor interés para la organización.

ESTRELLA 40%
INTERROGANTE 40%
VACA 10%
PERRO 10%

Además, la distribución entre contenido e inversión publicitaria se realizará de manera equitativa, es decir:

Contenido 50%
Pauta publicitaria 50%

2. Definir objetivos: Para cada conjunto de cursos, tendremos diferentes objetivos y para alcanzarlos, vamos a hacer uso de distintas estrategias, cuya distribución será de esta manera:

	OBJETIVO	MARKETING DE CONTENIDO	PUBLICIDAD DE FACEBOOK	GOOGLE ADS
ESTRELLA	Consideración	ALTA	MEDIA	ALTA
INTERROGANTE	Consideración	ALTA	ALTA	MEDIA
VACA	Reconocimiento	BAJA	NO	NO
PERRO	Reconocimiento	BAJA	MEDIA	NO

3. Marketing de contenidos e insumos: La distribución de contenido de alto impacto es clave, por lo que la propuesta consiste en un mix de imagen y video. Además, requerimos de la creación de distintas *Landing page* a las cuales diseccionaremos el tráfico de interesados:

	LANDING PAGE	POST IMAGEN	POST VIDEO	HISTORIA VIDEO
ESTRELLA	SI	SI	SI	SI
INTERROGANTE	SI	SI	SI	SI
VACA	NO	SI	NO	NO
PERRO	NO	SI	NO	NO

ANEXO "A"

Como líneas editoriales y dada la gran cantidad de oferta académica, los cursos se agruparán de la siguiente manera:

- Administración y Calidad
- Mercadotecnia
- Cultura
- Salud y Bienestar
- Educación
- Gestión Pública y gobierno
- Periodismo
-

Qué incluye la estrategia:

1. Planeación: Diseñaremos la estrategia de contenidos y publicitaria de manera integral.
2. Elaboración de originales
 - 20 materiales gráficos
 - 5 videos de máximo un minuto formato horizontal (post)
 - 5 videos formato vertical de máximo 30 segundos (historias)
 - 7 Landig Pages en formato responsivo y optimización SEO de máximo 4 secciones.
3. Puesta en marcha de campañas publicitarias
 - 16 anuncios de Google Ads (dos por línea editorial o landing page) keywords seleccionados
 - 10 campañas de LEADS: formularios, audiencias segmentadas.
 - 20 campañas de notoriedad y consideración, audiencias segmentadas.
4. Ejecución y seguimiento: Elaboración de calendario de trabajo y programación de contenidos.
5. Medición: Reporte de resultados trimestral de acuerdo a KPI de interés seleccionados para el proyecto.

Inversión total: 128,000 más IVA

ANEXO "A"

Condiciones de pago:

Se deberá liquidar el total de la inversión en dos pagos, programados de la siguiente manera:

50% el día 30 de junio del 2021

50% el día 19 de noviembre del 2021

Qué podemos esperar:

No es sencillo realizar una predicción de resultados al hablar de campañas online, pues factores como la selección de audiencias, la calidad de los materiales y páginas, como la competencia al momento de arrancar (son estrategias de puja) afectan los resultados. No obstante, con base en experiencias pasadas con otros programas académicos, podemos esperar un comportamiento similar:

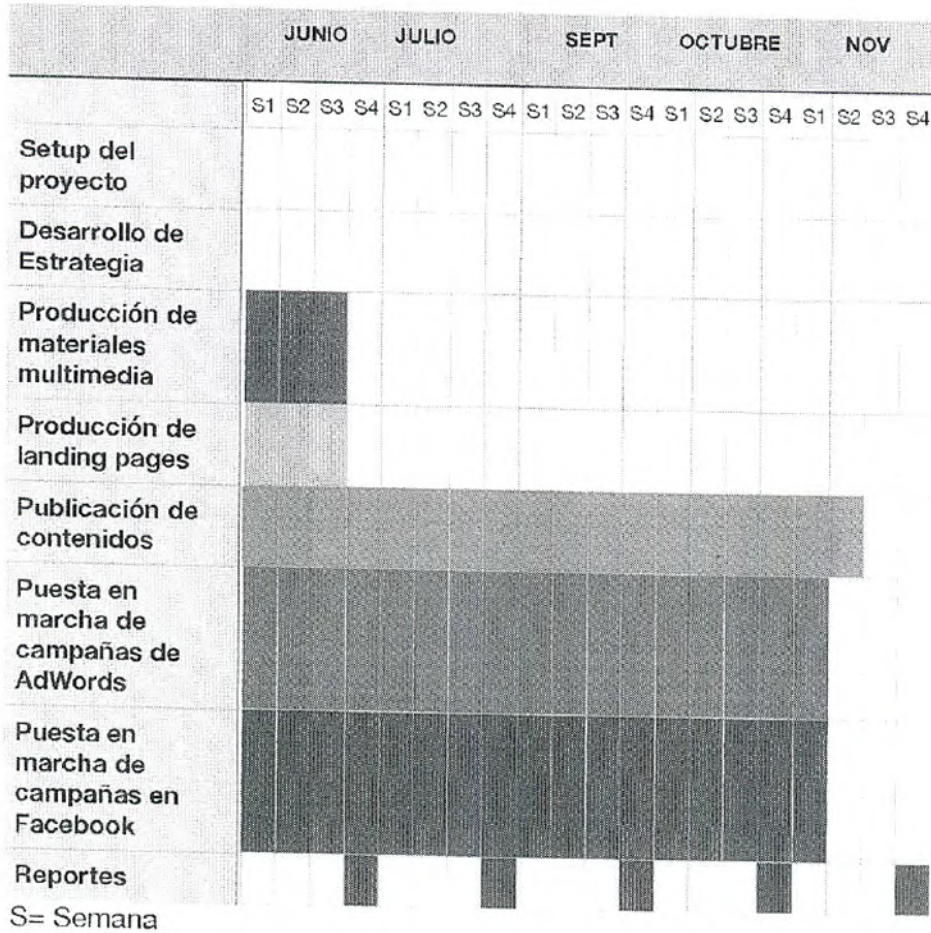
	Inversión promedio	Alcance	Visitas a la web	Prospectos LEADS directos
Campañas de Google AdWords	\$3000	56,715	4,275	128
Campañas de Facebook	\$1000	15,479	254	91

Especificaciones:

- No incluye sesiones fotográficas, trabajos de renderización o ilustración.
- No incluye coberturas de eventos en vivo.
- Si durante el proceso, cambiase el alcance acordado en este proyecto, de modo que requiera un mayor nivel de esfuerzo y tiempo para su desarrollo, LEER EDITORES aumentará sus honorarios y modificará los plazos comprometidos de entrega de acuerdo a los nuevos requerimientos. Asimismo, en el caso contrario, donde el alcance del proyecto sea reducido y consecuentemente el nivel de esfuerzo sea menor, los honorarios disminuirán en proporción a esa disminución.
- Las fechas de pago serán acordadas en un cronograma de actividades.
- Los planes de publicación se deberán autorizar mes con mes de manera escrita. La omisión por parte del cliente, al transcurrirse 5 días hábiles después de presentarse el plan, se tomará como autorizado de manera automática.
- Cualquier supervisión de material (fotografía, impresión, producción etc.) causará el 15% de comisión sobre lo facturado al proveedor por el trabajo en cuestión.
- LEER EDITORES se compromete a manejar absoluta confidencialidad de la información recibida por el cliente.
- El cliente es responsable de registros de marca y todos los aspectos legales que se deriven de este proyecto.
- El cliente tiene la posibilidad de explotación de los derechos de forma comercial en la República Mexicana. Para el uso de estos artes en otras regiones se aplicará un cargo por su explotación y estos serán dependiendo de la región o país que se solicite.
- En caso de cancelación definitiva del proyecto por parte del cliente, éste se obligará a cubrir el importe del avance desarrollado hasta el momento de la cancelación.
- Este presupuesto tiene vigencia de 2 meses a partir de su fecha de emisión.

ANEXO "A"

Cronograma de trabajo



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
P R E S E N T E

Estimados Señores,

Por medio de la presente, tenemos el gusto de poner a su consideración la propuesta para el proyecto de "Activación Digital", que amablemente nos solicitaron y la cual se conforma de lo siguiente:

Activación de campaña digital

- Estrategia de comunicación e interacción digital
- Desarrollo creativo de concepto y campaña (master)
- Administración y mantenimiento de las plataformas
- Comunicación de campañas en plataformas (FB, IG)
- Desarrollo de contenido escrito (copywriting)
- Diseño gráfico para contenidos y anuncios
- Selección y retoque de imágenes o fotografías (stock)
- Publicaciones de contenidos (20 mensuales)
- Edición de formatos animados y/o clips de video (2)
- Edición de 10 videos con duración de 1 minuto (mensuales)
- Entrega de calendario de publicaciones (mensual)
- Actualización constante de perfil e información general
- Lanzamiento de campañas y activación de anuncios
- Propuesta, ejecución y seguimiento de pautas (flow chart)
- Segmentación y optimización de campañas (medios)
- Monitoreo sobre actividades y tendencias digitales**
- Análisis y reporte personalizado y recomendaciones
- Evaluación y presentación de resultados (mensuales)

PROPUESTA ECONÓMICA (Honorarios de Mindgroup mensuales)	\$25,700
PROPUESTA ECONÓMICA (Inversión en pauta total por 6 meses + IVA)	\$116,000

Sin más por el momento, nos ponemos a sus ordenes reiterándoles nuestro total compromiso e interés con su empresa, así como nuestra disposición

Atentamente,

23

Mi
General
ecnia Integral, S.C

Consideraciones:

- Costos presentados en pesos mexicanos.
- Cotización con validez de 30 días naturales a partir de esta fecha.
- Propuesta considerada de forma mensual, que incluye únicamente lo relacionado a la Universidad de Guadalajara.
- La propuesta considera el apoyo por parte del cliente para la entrega de información, imágenes especiales, base de datos y cualquier otra cosa que se requieran para el desarrollo del proyecto.
- En relación a la inversión realizada en medios, sobre el presupuesto aprobado en los medios digitales se maneja una comisión de agencia del 10% y en los demás medios se define el esquema bajo cada caso específico.
- Gastos adicionales de producción, impresión, tomas de fotografías, viáticos, compra de imágenes o contenido, inversión publicitaria en medios, desarrollo de proyectos adicionales de programación, sistema de envío de mailing, diseño gráfico institucional o cualquier otro fuera de lo considerado en esta propuesta se cotizan por separado.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
PRESENTE

Estimados Señores,

Por medio de la presente, tenemos el gusto de poner a tu consideración la propuesta para el proyecto de "Desarrollo de Landing Page", que amablemente nos solicitaste y la cual se conforma de lo siguiente:

Landing page (8)

- Estrategia de navegación y experiencia de usuario
- Diseño gráfico de landing page (una sección)
- Selección y retoque de imágenes para página web
- Programación en lenguaje HTML 5, CSS, PHP
- Presentación visual (layout) a fullscreen
- Interacción con dispositivos móviles (responsive design)
- Programación especial para posicionamiento en buscadores
- Revisión y corrección de estilo de textos
- Instalación de Google Analytics para estadísticas
- Instalación, configuración y liberación final de página web

PROPUESTA ECONÓMICA

\$91,640

Sin más por el momento, nos ponemos a sus ordenes reiterándoles nuestro total compromiso e interés con su empresa, así como nuestra disposición para cualquier duda o comentario.

Atentamente,

27

MindGroup, Mercadotecnia Integral

Consideraciones:

- Costos presentados en pesos mexicanos.
- Cotización con validez de 30 días naturales a partir de esta fecha.
- Propuesta considerada por proyecto con un esquema de pago del 50% de anticipo y 50% a la entrega.
- La propuesta considera el apoyo por parte del cliente para la entrega de información, imágenes especiales, base de datos, diseños y cualquier otra cosa que se requieran para el desarrollo del proyecto.
- Gastos adicionales de dominios, producción, impresión, tomas de fotografías, viáticos, compra de imágenes o contenido, inversión publicitaria en medios, desarrollo de proyectos adicionales de programación, sistema de envío de mailing, diseño gráfico institucional o cualquier otro fuera de lo considerado en esta propuesta se cotizan por separado.

**A quien corresponda:****Universidad de Guadalajara****Marketing online: Contenidos + Publicidad Google Ads y Facebook Ads**

Gracias por la oportunidad de participar con ustedes en la creación de una estrategia de comunicación orgánica y pagada en plataformas digitales que tendrá como propósito:

1. Promover y posicionar los cursos que oferta la Universidad Virtual así como lograr capturar datos de personas interesadas en inscribirse.

Propuesta:

En esta estrategia publicitaria, haremos uso de la inmensa red de sitios de Google para colocar anuncios claros que aporten valor a la marca y comuniquen efectivamente los programas educativos. Además se elaborarán gráficos y materiales multimedia para redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram.

- Set up inicial -

Diseño de estrategia y autorización de propuestas gráficas (presentación con dos rondas de cambios).
Definición de audiencia.

- Running Project -

Administración/optimización de la inversión publicitaria

Gestión de contenidos

Reportes de rendimiento versus objetivo de campaña

Entregables:

16 anuncios dinámicos en Google Search y en Red Display.

30 anuncios en Facebook.

8 páginas landing

20 artes originales

5 videos para feed (de máximo un 60")

5 videos para historias en formato vertical (15")

1 reporte de rendimiento integral

La propuesta no contempla:

Community Management

Adecuaciones de páginas web existentes

Generación de contenidos web o social media en cualquier formato no contemplados dentro de la presente cotización

Material fotográfico, ilustraciones, renders o multimedia

Duración del proyecto: De 1 a 6 meses

Cotización Igual a mensual

DESCRIPCIÓN	Cantidad	Costo	TOTAL
AdWords y Facebook Ads	1	120,000.00	120,000.00
Diseño y gestión de estrategia y producción de originales	1	\$ 85,000.00	85,000.00
Fee por gestión publicitaria 20% sobre inversión	1	\$ 24,000.00	24,000.00
Subtotal			229,000.00
IVA sobre el total de servicios	1	\$ 36,640.00	36,640.00
Total Primer mes - MXN			\$ 265,640.00

Forma de pago: mensual

**Especificaciones:**

- La presente cotización tiene una vigencia de dos meses a partir de la fecha.
- No se incluyen compras de dominios, hospedaje web o ningún tipo de registro de derechos.
- Si durante el proceso, cambiase el alcance acordado en este proyecto, de modo que requiera un mayor nivel de esfuerzo y tiempo para su desarrollo, CTK aumentará sus honorarios y modificará los plazos comprometidos de entrega de acuerdo a los nuevos requerimientos. Asimismo, en el caso contrario, donde el alcance del proyecto sea reducido y consecuentemente el nivel de esfuerzo sea menor, los honorarios disminuirán en proporción a esa disminución.
- Las fechas de pago serán acordadas en el cronograma de actividades.
- Los costos presentados no consideran ningún proceso de ilustración, digitalización en alta resolución o impresiones, así como generación de prototipos, *dummies* o *renders* para visualización 3D o simulación física de cualquier elemento del producto.
- Cualquier supervisión de material extra (fotografía, impresión, producción etc.) causará el 15% de comisión sobre lo facturado al proveedor por el trabajo en cuestión.
- CTK se compromete a manejar absoluta confidencialidad de la información recibida por el cliente.
- CTK cederá los derechos intelectuales solamente de las propuestas gráficas autorizadas por el cliente. Las demás alternativas desarrolladas, serán propiedad de CTK y mantendrá los derechos intelectuales y de autoría. No podrán ser utilizados por el cliente sin previa autorización escrita.
- El cliente es responsable de registros de marca y todos los aspectos legales que se deriven de este proyecto.
- En caso de cancelación definitiva del proyecto por parte del cliente, éste se obligará a cubrir el importe del avance desarrollado hasta el momento de la cancelación.

31

Ejecutiva de Cuenta

www.ctkcomunica.com @

32



Sistema de Universidad Virtual

Propuesta de marketing digital 2021

Publicidad + Contenidos

Estrategia paso a paso

1. Definir jerarquía de recursos para cursos y diplomados: Vamos a poner más esfuerzo -monetario y de elaboración de recursos- en aquellos que resultan de mayor interés para la organización.

ESTRELLA 40%
INTERROGANTE 40%
VACA 10%
PERRO 10%

Además, la distribución entre contenido e inversión publicitaria se realizará de manera equitativa, es decir:

Contenido 50%
Pauta publicitaria 50%

2. Definir objetivos: Para cada conjunto de cursos, tendremos diferentes objetivos y para alcanzarlos, vamos a hacer uso de distintas estrategias, cuya distribución será de esta manera:

	OBJETIVO	MARKETING DE CONTENIDO	PUBLICIDAD DE FACEBOOK	GOOGLE ADS
ESTRELLA	Consideración	ALTA	MEDIA	ALTA
INTERROGANTE	Consideración	ALTA	ALTA	MEDIA
VACA	Reconocimiento	BAJA	NO	NO
PERRO	Reconocimiento	BAJA	MEDIA	NO

3. Marketing de contenidos e insumos: La distribución de contenido de alto impacto es clave, por lo que la propuesta consiste en un mix de imagen y video. Además, requerimos de la creación de distintas *Landing page* a las cuales diseccionaremos el tráfico de interesados:

	LANDING PAGE	POST IMAGEN	POST VIDEO	HISTORIA VIDEO
ESTRELLA	SI	SI	SI	SI
INTERROGANTE	SI	SI	SI	SI
VACA	NO	SI	NO	NO
PERRO	NO	SI	NO	NO

Como líneas editoriales y dada la gran cantidad de oferta académica, los cursos se agruparán de la siguiente manera:

- Administración y Calidad
- Mercadotecnia
- Cultura
- Salud y Bienestar
- Educación
- Gestión Pública y gobierno
- Periodismo
-

Qué incluye la estrategia:

1. Planeación: Diseñaremos la estrategia de contenidos y publicitaria de manera integral.
2. Elaboración de originales
 - 20 materiales gráficos
 - 5 videos de máximo un minuto formato horizontal (post)
 - 5 videos formato vertical de máximo 30 segundos (historias)
 - 7 Landig Pages en formato responsivo y optimización SEO de máximo 4 secciones.
3. Puesta en marcha de campañas publicitarias
 - 16 anuncios de Google Ads (dos por línea editorial o landing page) keywords seleccionados
 - 10 campañas de LEADS: formularios, audiencias segmentadas.
 - 20 campañas de notoriedad y consideración, audiencias segmentadas.
4. Ejecución y seguimiento: Elaboración de calendario de trabajo y programación de contenidos.
5. Medición: Reporte de resultados trimestral de acuerdo a KPI de interés seleccionados para el proyecto.

Inversión total: 128,000 más IVA

Condiciones de pago:

Se deberá liquidar el total de la inversión en dos pagos, programados de la siguiente manera:

50% el día 30 de junio del 2021

50% el día 19 de noviembre del 2021

Qué podemos esperar:

No es sencillo realizar una predicción de resultados al hablar de campañas online, pues factores como la selección de audiencias, la calidad de los materiales y páginas, como la competencia al momento de arrancar (son estrategias de puja) afectan los resultados. No obstante, con base en experiencias pasadas con otros programas académicos, podemos esperar un comportamiento similar:

	Inversión promedio	Alcance	Visitas a la web	Prospectos LEADS directos
Campañas de Google AdWords	\$3000	56,715	4,275	128
Campañas de Facebook	\$1000	15,479	254	91

Especificaciones:

- No incluye sesiones fotográficas, trabajos de renderización o ilustración.
- No incluye coberturas de eventos en vivo.
- Si durante el proceso, cambiase el alcance acordado en este proyecto, de modo que requiera un mayor nivel de esfuerzo y tiempo para su desarrollo, LEER EDITORES aumentará sus honorarios y modificará los plazos comprometidos de entrega de acuerdo a los nuevos requerimientos. Asimismo, en el caso contrario, donde el alcance del proyecto sea reducido y consecuentemente el nivel de esfuerzo sea menor, los honorarios disminuirán en proporción a esa disminución.
- Las fechas de pago serán acordadas en un cronograma de actividades.
- Los planes de publicación se deberán autorizar mes con mes de manera escrita. La omisión por parte del cliente, al transcurrirse 5 días hábiles después de presentarse el plan, se tomará como autorizado de manera automática.
- Cualquier supervisión de material (fotografía, impresión, producción etc.) causará el 15% de comisión sobre lo facturado al proveedor por el trabajo en cuestión.
- LEER EDITORES se compromete a manejar absoluta confidencialidad de la información recibida por el cliente.
- El cliente es responsable de registros de marca y todos los aspectos legales que se deriven de este proyecto.
- El cliente tiene la posibilidad de explotación de los derechos de forma comercial en la República Mexicana. Para el uso de estos artes en otras regiones se aplicará un cargo por su explotación y estos serán dependiendo de la región o país que se solicite.
- En caso de cancelación definitiva del proyecto por parte del cliente, éste se obligará a cubrir el importe del avance desarrollado hasta el momento de la cancelación.
- Este presupuesto tiene vigencia de 2 meses a partir de su fecha de emisión.

Cronograma de trabajo

	ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				SEPT				OCTUBRE				NOV							
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4				
Setup del proyecto	■	■																														
Desarrollo de Estrategia		■	■																													
Producción de materiales multimedia			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■																				
Producción de landing pages			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■																				
Publicación de contenidos									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
Puesta en marcha de campañas de AdWords									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
Puesta en marcha de campañas en Facebook									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
Reportes												■				■				■				■				■				■

S= Semana

22, 26, 30, 31 y 33.- 2 palabras, correspondientes a un Dato Identificativo, eliminadas con fundamento en el artículo 21 párrafo 1, fracción I de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios; además del lineamiento Quincuagésimo Octavo fracción I de los Lineamientos Generales para la Protección de la Información Confidencial y Reservada que Deberán Observar los Sujetos Obligados Previstos en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios y el artículo 3 punto 1, fracción IX de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de Jalisco y sus Municipios, en virtud de que se trata de información concerniente a datos personales.

23 y 27.- 1 firma y 4 palabras, correspondientes a un Dato Identificativo, eliminadas con fundamento en el artículo 21 párrafo 1, fracción I de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios; además del lineamiento Quincuagésimo Octavo fracción I de los Lineamientos Generales para la Protección de la Información Confidencial y Reservada que Deberán Observar los Sujetos Obligados Previstos en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios y el artículo 3 punto 1, fracción IX de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de Jalisco y sus Municipios, en virtud de que se trata de información concerniente a datos personales.

24 y 28.- 8 palabras y 2 cifras numéricas, correspondientes a un Dato Identificativo, eliminadas con fundamento en el artículo 21 párrafo 1, fracción I de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios; además del lineamiento Quincuagésimo Octavo fracción I de los Lineamientos Generales para la Protección de la Información Confidencial y Reservada que Deberán Observar los Sujetos Obligados Previstos en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Jalisco y sus Municipios y el artículo 3 punto 1, fracción IX de la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados del Estado de Jalisco y sus Municipios, en virtud de que se trata de información concerniente a datos personales.