



Guadalajara, Jalisco a, 09 de septiembre de 2021

**ACTA DE FALLO
ADJUDICACIÓN DIRECTA**

Número: SUV/DAD/CSG/ 0264/2021

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

Fecha: 09 de septiembre de 2021

Dependencia: Sistema de Universidad Virtual

Concepto: Servicio de estrategia de marketing digital destinada a la difusión de las licenciaturas y el bachillerato del Sistema de Universidad Virtual

Recursos financieros: MXP \$98,600.00 (noventa y ocho mil seiscientos 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 la contratación de: Servicio de estrategia de marketing digital destinada a la difusión de las licenciaturas y el bachillerato del Sistema de Universidad Virtual, al proveedor Leer Editores S.A. de C.V. de conformidad con lo siguiente, y

RESULTANDO

- I. Que la Coordinación del Programa de Comunicación y Difusión con fecha 27 de agosto de 2021 solicitó el Servicio de estrategia de marketing digital destinada a la difusión de las licenciaturas y el bachillerato del Sistema de Universidad Virtual.
- 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.

- [REDACTED] 1
- [REDACTED] 2

- III. Lo anterior, previa verificación de que cuentan con capacidad de respuesta inmediata, así como con los recursos técnicos, financieros y demás necesarios para el Servicio de Servicio de estrategia de marketing digital destinada a la difusión de las licenciaturas y el bachillerato del Sistema de Universidad Virtual; así mismo que sus actividades comerciales y profesionales están relacionadas con los servicios solicitados.



- IV. Los proveedores presentaron a la Coordinación de Servicios Generales propuestas económicas y condiciones para llevar a cabo el Servicio de estrategia de marketing digital destinada a la difusión de las licenciaturas y el bachillerato del Sistema de Universidad Virtual, siendo las siguientes:

| Nombre o Razón Social | Monto sin IVA | Tiempo de Entrega/Fecha de conclusión | Vigencia de la cotización | Garantía | Condiciones de pago |
|----------------------------|---------------|---------------------------------------|---------------------------|----------|---------------------|
| Leer Editores S.A. de C.V. | \$85,000.00 | 20 | 60 | n/a | Crédito 15 días |
| 3 | \$97,000.00 | 20 | 30 | n/a | Crédito 15 días |
| 4 | \$94,800.00 | 20 | 30 | n/a | Crédito 15 días |

Días naturales.

De lo anterior, se advierte que la cotización presentada por Leer Editores S.A. de C.V., es la de menor costo y ofrece las mejores condiciones.

- V. La Coordinación de Servicios Generales emitió el Dictamen Técnico con fecha 09 de septiembre de 2021, en el que sugiere se adjudique de forma directa al proveedor Leer Editores S.A. de C.V., debido a que presentó la propuesta de menor costo y ofrece las mejores condiciones, 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.
- VI. Además, tomando en consideración lo establecido en la fracción IV y los párrafos penúltimo y último del artículo 16 del Reglamento de Adquisiciones, Arrendamientos y Contratación de Servicios de la Universidad de Guadalajara, el procedimiento que corresponde es el de adjudicación directa, mismo que es aplicable cuando el monto, antes del impuesto al valor agregado, no rebase el monto de 100 veces el salario mínimo mensual vigente en la zona metropolitana de Guadalajara, Jalisco y que de acuerdo a la tabla emitida por la Vicerrectoría Ejecutiva para este año (VR/CIRCULAR 02/2021) equivale a \$430,768.00, a razón de 141.70 el salario mínimo diario.

Por lo anterior expuesto y

CONSIDERANDO

- 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.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

RECTORÍA

- 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

DIRECCIÓN DE SERVICIOS GENERALES



RESOLUTIVOS

Único. - Se adjudica el Servicio de estrategia de marketing digital destinada a la difusión de las licenciaturas y el bachillerato del Sistema de Universidad Virtual, al proveedor Leer Editores S.A. de C.V.; por la cantidad de **MXP \$98,600.00 (noventa y ocho mil seiscientos pesos 00/100 M.N.)** con el Impuesto al Valor Agregado incluido.

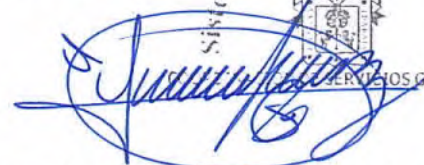
ATENTAMENTE

"PIENSA Y TRABAJA"

"Año del Legado de Fray Antonio Alcalde en Guadalajara"

Guadalajara, Jalisco, a 09 de septiembre de 2021


Dra. María Esther Avelar Álvarez
Rectora


Arq. Chaffik Luis Alfonso Sánchez Ruelas
Coordinador 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

54
NUMERO

09/09/2021
DIA MES AÑO
FECHA DE ELABORACION

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

420000 COORDINACIÓN ACADÉMICA/COOR. DE LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA DIGITAL
CÓDIGO DE URE ENTIDAD o DEPENDENCIA SOLICITANTE
31342222 MEZQUITÁN #302 COL. CENTRO C.P. 44100
TELÉFONO DOMICILIO

5 [Redacted] Leer Editores S.A. de C.V.
PROVEEDOR
6 [Redacted] 7 [Redacted] 8 [Redacted]
DOMICILIO DEL PROVEEDOR RFC FAX y/o CORREO ELECTRÓNICO TELÉFONO

LOS SIGUIENTES BIENES DEBERAN ENTREGARSE EN LAS CONDICIONES ACORDADAS

| UNIDAD DE MEDIDA | DESCRIPCIÓN DE LOS BIENES | CANTIDAD | PRECIO UNITARIO | IMPORTE TOTAL |
|--|--|----------|-----------------|---------------|
| Servicio | Estrategia de marketing digital destinada a la difusión de las licenciaturas y el bachillerato | 1 | \$85,000.00 | \$85,000.00 |
| IMPORTE CON LETRA: Noventa y ocho mil seiscientos pesos 00/100 M.N. (Incluye I.V.A.) | | | SUB-TOTAL | \$85,000.00 |
| | | | I.V.A. | \$13,600.00 |
| | | | TOTAL | \$98,600.00 |

CONDICIONES DE PAGO y ENTREGA DE BIENES
FECHA DE ENTREGA: 30/09/2021 LUGAR DE ENTREGA: MEZQUITÁN #302 COL. CENTRO C.P. 44100
PAGO DE CONTADO PAGO: FIANZAS
PAGO EN PARCIALIDADES No. DE PARCIALIDADES: PORCENTAJE DE ANTICIPO: 0% a) ANTICIPO
b) CUMPLIMIENTO

Se adjunta anexo "A" como parte integral de este contrato donde se describen las especificaciones

OBSERVACIONES

ELABORO

MTRA. ANA LILIA LOZANO MARTÍNEZ

AUTORIZO
ENTIDAD o DEPENDENCIA EMISORA

MTRA. MARÍA DEL CONSUELO DELGADO GONZÁLEZ

Vo. Bo.
ENTIDAD o DEPENDENCIA SOLICITANTE

LIC. ELVIA KARINA ALATORRE OLIVA

9
10
[Redacted]
NOMBRE y FIRMA DEL PROVEEDOR

Acepto los terminos y condiciones 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 propio de conformidad con lo dispuesto en el artículo primero de la 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 Centro 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 al 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 dé 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 aquel o que EL PROVEEDOR necesite para la misma, será a su cargo exclusivamente, liberando en consecuencia a LA UNIVERSIDAD de cualquier reclamación que se intentó en su contra por algunos 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 CARATULA del presente a 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 señaló en la misma. Al respecto, quedó establecido que dichos pagos se realizarán al EL PROVEEDOR previa entrega de los bienes y objeto de compra y el comprobante correspondiente con los requisitos que las leyes locales 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 cumpla con alguna de sus obligaciones en los tiempos pactados o conforme a las características establecidas el o los pagos se verán retrasados 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) Lo establecido 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 bajo su propia responsabilidad, asumiendo el carácter de patrón para todos los efectos legales correspondientes, deslindando a LA UNIVERSIDAD, de cualquier conflicto que se suscite entre el prestador y su personal contratado.

SÉPTIMA. - 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 esto 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 a 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, apegándose 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 deposiciones 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 rescindiría por causa imputable a EL PROVEEDOR, el mismo estará obligado a devolver a LA UNIVERSIDAD la 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 motiva 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 emanan del Código Civil del Estado de Jalisco y demás legislación aplicable al 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 exposición 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: 667



Emisor:
LEER EDITORES SA DE CV

11
12
Lugar de Expedición: 13
Régimen Fiscal: 601 - General de Ley Personas Morales
Tel: 14
Efecto del comprobante: I - Ingreso

Receptor:
Universidad de Guadalajara
UGU250907MH5

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

Folio Fiscal: 15

Fecha / Hora de Emisión:
1/10/2021 - 11:40:30

No. de Certificado Digital: 16

| Clave Producto | Cantidad | Clave Unidad | Concepto(s) | Precio Unitario | Importe |
|----------------|----------|--------------------------|---|-----------------|-------------|
| 80101600 | 1 | E48 - Unidad de servicio | Estrategia de marketing digital destinada a la difusión de licenciaturas y bachillerato No identificación: 1307 Traslados: IVA: 002, Base: \$85,000.00, Tasa: 0.160000, Importe: \$13,600.00 | \$85,000.00 | \$85,000.00 |

Subtotal: \$85,000.00
IVA 16%: \$13,600.00

Moneda: MXN
- Peso Mexicano

NOVENTA Y OCHO MIL SEISCIENTOS PESOS 00/100 MXN

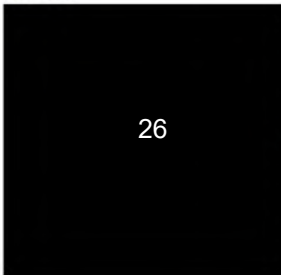
Total: \$98,600.00

Forma de Pago:
99 - Por definir

Método de Pago:
PPD - Pago en parcialidades ó diferido

Titular:
LEER EDITORES SA DE CV

Banco: 17 Cuenta: 18 CLABE: 19 Sucursal: 20



Cadena Original del complemento de Certificación Digital del SAT: 21
Sello Digital del CFDI: 22
Sello Digital del SAT: 23

Fecha / Hora de Certificación:
1/10/2021 - 11:40:30

Número de Serie Certificado del SAT: 24

RFC del PAC: 25

Sistema de Universidad Virtual



Universidad de Guadalajara

Fecha: 01/10/2021
Cargo: Responsable del Programa de Comunicación y Difusión
Nombre y Firma: Elvia Karina Alatorre Oliva
RECIBI DE CONFORMIDAD

Comprobante Validado en la pagina del SAT

Campaña de difusión

Marketing digital - UDG Virtual
Licenciaturas

Objetivos

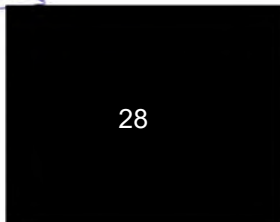
Principal:

Obtener prospectos de calidad (MQL- Marketing Qualified Leads) para 9 licenciaturas y un bachillerato ofertado por UDG Virtual

Secundarios:

Incrementar participación (engagement) en las redes sociales

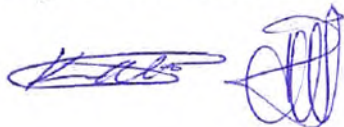
Difundir las características de los programas (awareness)



Campaña

Marketing Digital

- 10 piezas gráficas informativas (infografías) - awareness orgánico
- 10 piezas gráficas institucionales para promoción - objetivo: engagement (interacciones o consideración: enviar mensajes, visitas a la web)
- 10 campañas de Leads en Facebook e Instagram. Formularios instantáneos para captación de prospectos.
- 1 landing page con todos los programas de licenciatura
- 1 landing page para el bachillerato
- 10 campañas en Google Ads (una por programa)
- **Tiempo estimado para arranque: 1 semana**
- **Tiempo de duración de la campaña: 20 días**



Campaña

Marketing Digital

- Inversión en gestión y producción de recursos: \$35,000 + IVA
- Inversión en Pauta de AdWords: 25,000 + IVA
- Inversión en Pauta de Facebook: 25,000 + IVA

- Total: \$85,000 + IVA

Campaña

Marketing Digital

- Entregables:
 - 20 piezas gráficas 1080x1080 px para redes sociales
 - 2 landing pages
 - 1 base de datos de prospectos
 - 1 reporte de rendimiento de campañas

Campaña

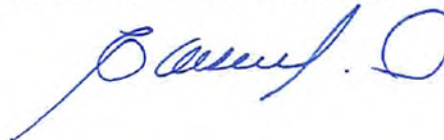
Especificaciones

- 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.
- 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.
- 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.
- El presupuesto no incluye trabajos de renderización, ilustración, sesiones fotográficas o tomas de videos. Tampoco coberturas de eventos en vivo. No incluye pagos de derechos, compras de dominios ni contratos de hospedaje.



32

LEER EDITORES SA DE CV | Agosto del 2021





CARAGU

— *Atrévete a ser Digital* —



Cotización: CA21 – 294

33

fecha: 7 de septiembre de 2021

vigencia – 30 días

BIENVENIDOS AL MUNDO DIGITAL

Atención a: **Karina Alatorre**





Plan Integral **Publicidad Digital**

Objetivo



- Conseguir los mayores inscritos a los programas educativos a través de una publicidad de impacto

Plan de estrategia digital

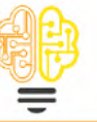
- Junta inicial con cliente
- Definición de Perfiles de Target
- Definición de objetivos y KPIS
- Concepto creativo de marca
- Estrategia de contenido y publicidad





Plan de campañas





Plan de campañas

Se elabora un plan, con las acciones a seguir en base a los objetivos y la proyección de inversión en medios digitales.





Idea



Publicidad Digital



Concepto creativo de Campaña Publicitaria

A través de **una idea única y original** se desarrollan las diferentes expresiones que darán forma a la campaña de publicidad.

Se trabaja creando una propuesta de valor alineada a los objetivos de comunicación establecidos previamente en el plan semestral.

Concepto rector (Mensaje)



Diseño Creativo



- Diseño de anuncio creativo para pauta publicitaria Facebook y Google

Basado en:

- Imágenes pagadas, libres de derechos.
- Fotografías del cliente (Editadas por equipo de Caragu)
- Se diseñan hasta 2 artes diferentes por objetivo, para hacer a/b testing.





Redes Sociales



Redes Sociales

Incluye por un mes:

Facebook e Instagram **Publicidad:**

- Hasta 2 objetivos diferentes (reconocimiento de marca, promoción del mes, tráfico hacia página web/ fan page, interacción, ventas etc.)
- Hasta 2 artes diferentes
- Hasta 2 perfiles de target distintos (ubicación, sexo, nse, estilo de vida).
- Retargeting de 5 post.



Redes Sociales

Publicaciones Redes Sociales:

- Diseño y copy de hasta 20 publicaciones
- Hasta 1 “bomberazo” (diseño urgente) incluido.
- 2 videos informales o fotográficos personalizados de hasta 15 segundos.
- 1 Dinámica / sorteo / promoción.

Facebook Fan page:

- 1 Actualización de portada / datos.



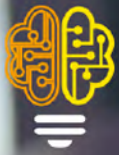


Redes Sociales



En todas las redes :

- Estrategia creativa, planeación de contenidos y programación.
- Monitorización, seguimiento, optimización continua de nuestra estrategia de publicidad y contenidos.
- Indicadores cuantitativos y cualitativos del mes.



Generación de
**PROSPECTOS
CALIFICADOS**

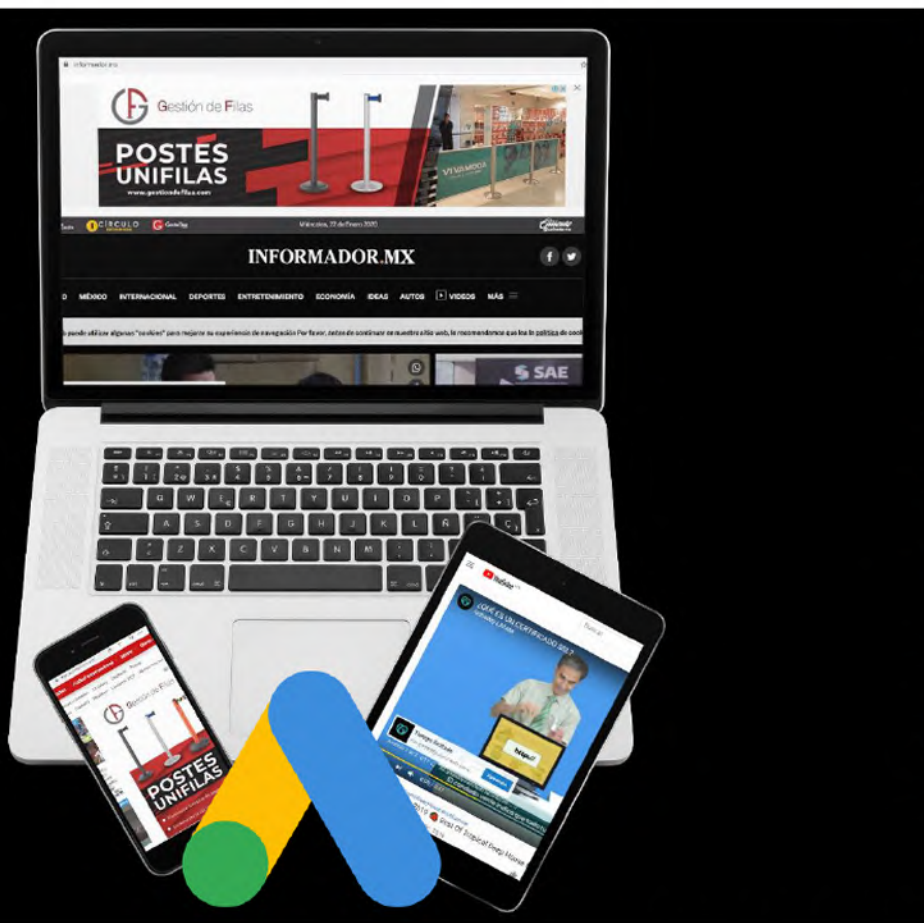


Publicidad en Google



CARAGU

Publicidad Google Ads



Google Ads

Publicidad en Google Ads (Search y Remarketing*, Display*)

Estrategia, creación de anuncios y programación.

Autorización, seguimiento y optimización continua de la estrategia de publicidad.

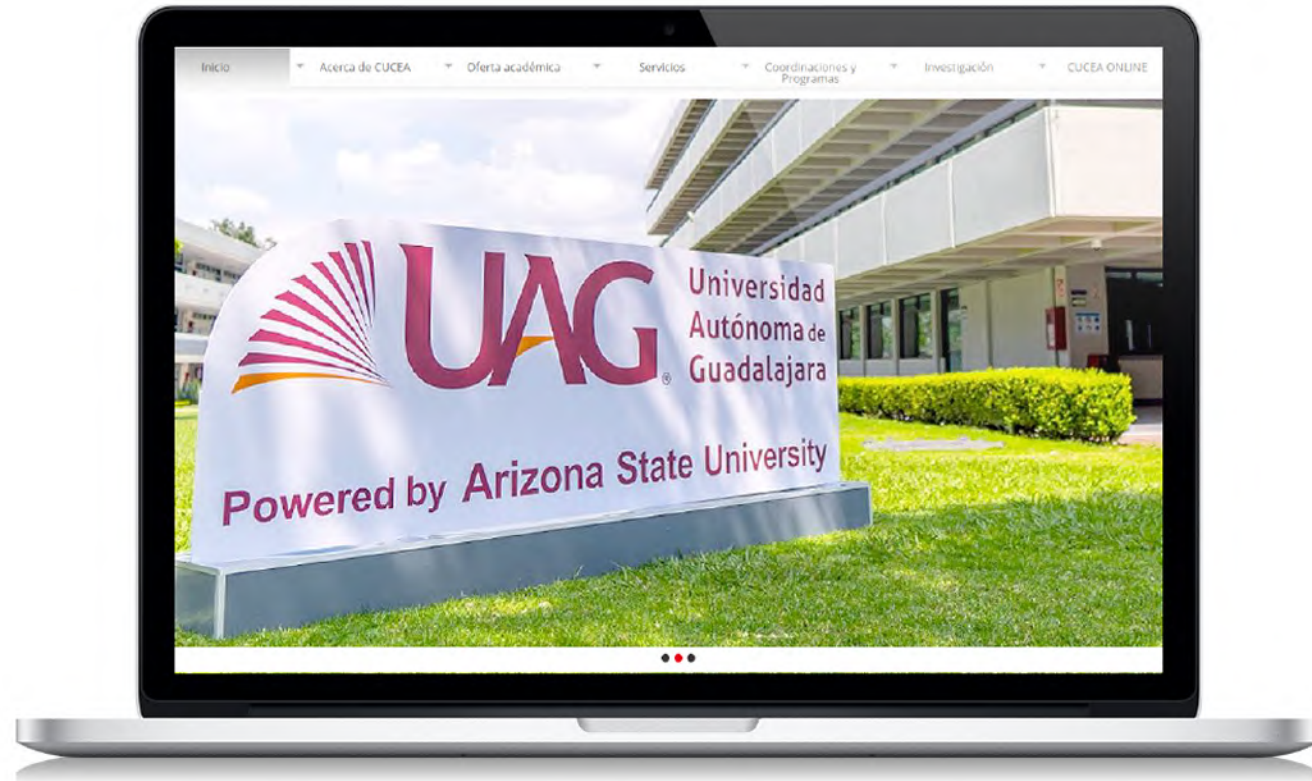
Campañas publicitarias.

Reportes cuantitativos mensuales.

Análisis de datos para toma de decisiones de la campaña (para optimizar el presupuesto y la segmentación).

*No incluye la red de vídeo, el código de analytics otorgado por Caragu debe de estar configurado en la página a realizar el remarketing.

Diseño de landing page





Landing page

Se elabora un diseño que vaya de acuerdo con los objetivos de marca y comerciales, el resultado final es una landing page que convierta las visitas en prospectos calificados, (estudiantes) que estén interesados en la oferta académica. (que atraiga prospectos) en los siguientes puntos:



- Comunicación adecuada
- Formulario intuitivo
- Llamados a la acción



Entregables Mensuales



Archivo Digital PDF:

- A. Análisis de campaña
- B. Reporte estadístico de campaña



Explicación de Inversión a detalle



En la inversión total de una campaña de marketing existen diferentes rubros que a continuación se detallan:

- **Plan de Estrategia Digital:** Es un pago único que se cobra para empezar el proyecto.
- **Honorarios:** Es lo que cobramos en Caragu por llevar a cabo toda la estrategia y trabajo que implica llevar una campaña de marketing.
- **Publicidad:** Para que la campaña funcione tenemos que pagar al medio, ya sea Google, Facebook, Instagram y otras. Ese presupuesto es 100% para el proveedor y es necesario para alcanzar objetivos.



MARKETING DIGITAL

**Plan de Estrategia
Digital**

\$5,000 + IVA

#Atréveteaserdigital

- Pagos mensuales



Paquete

Plan empresarial

Honorarios Campaña de Publicidad Digital... \$39,800 + IVA

+ Pauta

Pauta publicitaria Google y Facebook \$50,000 + IVA

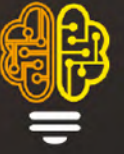


Beneficios de contratar a **CARAGU**
como tu agencia de marketing digital



- Somos expertos en conseguir mayores prospectos para tu negocio = incrementar las ventas
- Trabajamos en equipo con nuestros clientes
- Analizamos la información a detalle para la toma de decisiones
- Innovamos, para generar pasión por tu marca
- No vendemos tu producto, hacemos que te compren

- Las condiciones generales y particulares de esta cotización se verán en la junta de arranque inicial.
- Para empezar con el proyecto se deberá de firmar un contrato donde se estipulan todas las políticas del servicio, condiciones de pago, modificaciones de los servicios, alcances del servicio, plazos y cancelaciones.
- Esta propuesta solo es válida en el tiempo estipulado de la misma y no compromete a Caragu a prestar algún servicio.



**El éxito pertenece a los
que innovaron a tiempo**





Av. Acueducto #6075-A
Col. Puerta de Hierro
Zapopan, Jalisco

 **CARAGU**
Agencia de Marketing
Digital

Para cualquier duda
contáctanos a través de:

34

35



36



37

OLIVER *Creative studio*

Creative - Branding - Social Media

Cotización de servicios profesionales para

Wendy Aceves

Sistema de Universidad Virtual

Campaña de publicidad en Internet

A continuación detallamos el presupuesto necesario para la producción y administración de campañas de contenido y publicitarias en redes sociales y Google AdWords.

| Concepto | Cantidad | Total | Total con IVA |
|---|----------|---------------|---------------|
| 20 piezas gráficas, 2 páginas web + gestión de 4 diferentes modalidades de campañas durante el tiempo de contrato | 1 | 47,000 | 54520 |
| Pauta Publicitaria para Google | 1 | 25,000 | 29000 |
| Pauta Publicitaria para Facebook | 1 | 25,000 | 29,000 |
| TOTAL | | 97,000 | 112520 |

Pago en dos partes: anticipo y contra entrega de reporte final

Qué Incluye:

- 20 artes para redes sociales
- 2 páginas landing responsivas
- 3 modalidades de campaña publicitaria en Facebook, objetivos escalables en Notoriedad, Consideración y captación de Leads. A distribuirse según convenga.
- 10 campañas publicitarias de Google AdWords
- 1 reporte de desempeño según KPIs a elección

No incluye:

- Video o material multimedia
- Ilustraciones o renders
- Hosting
- Dominio
- Pagos de derechos

De aceptarse el anterior presupuesto se deberá firmar un contrato de presentación de servicios en el que se establezcan las condiciones de mutuo acuerdo para la elaboración del proyecto.

Gracias por la consideración en este proyecto. Nos encantará trabajar con ustedes.
Mariana Flores
Ejecutiva de cuentas



Campaña de difusión

**Marketing digital - UDG Virtual
Licenciaturas**

Objetivos

Principal:

Obtener prospectos de calidad (MQL- Marketing Qualified Leads) para 9 licenciaturas y un bachillerato ofertado por UDG Virtual

Secundarios:

Incrementar participación (engagement) en las redes sociales

Difundir las características de los programas (awareness)

Campaña

Marketing Digital

- 10 piezas gráficas informativas (infografías) - awareness orgánico
- 10 piezas gráficas institucionales para promoción - objetivo: engagement (interacciones o consideración: enviar mensajes, visitas a la web)
- 10 campañas de Leads en Facebook e Instagram. Formularios instantáneos para captación de prospectos.
- 1 landing page con todos los programas de licenciatura
- 1 landing page para el bachillerato
- 10 campañas en Google Ads (una por programa)
- **Tiempo estimado para arranque: 1 semana**
- **Tiempo de duración de la campaña: 20 días**

Campaña

Marketing Digital

- Inversión en gestión y producción de recursos: \$35,000 + IVA
- Inversión en Pauta de AdWords: 25,000 + IVA
- Inversión en Pauta de Facebook: 25,000 + IVA

- Total: \$85,000 + IVA

Campaña

Marketing Digital

- Entregables:
 - 20 piezas gráficas 1080x1080 px para redes sociales
 - 2 landing pages
 - 1 base de datos de prospectos
 - 1 reporte de rendimiento de campañas

Campaña

Especificaciones

- 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.
- 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.
- 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.
- El presupuesto no incluye trabajos de renderización, ilustración, sesiones fotográficas o tomas de videos. Tampoco coberturas de eventos en vivo. No incluye pagos de derechos, compras de dominios ni contratos de hospedaje.

LEER EDITORES SA DE CV | Agosto del 2021

