



Guadalajara, Jalisco a, 04 de octubre de 2021

**ACTA DE FALLO
ADJUDICACIÓN DIRECTA**

Número: SUV/DAD/CSG/ 0320/2021

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

Fecha: 04 de octubre de 2021

Dependencia: Sistema de Universidad Virtual

Concepto: Servicio de Difusión por radio televisión y otros medios de mensajes comerciales para promover la venta de bienes o servicios. Proyecto NPP

Recursos financieros: MXP \$90,000.00 (noventa mil pesos 00/100 M.N.), con cargo al proyecto Ordinario: 260748 / Bolsa: 21009433 / Fondo: 11.4.8.5

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 Difusión por radio televisión y otros medios de mensajes comerciales para promover la venta de bienes o servicios. Proyecto NPP, 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 25 de agosto de 2021 solicitó el Servicio de Difusión por radio televisión y otros medios de mensajes comerciales para promover la venta de bienes o servicios, difusión de los posgrados.
- 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 Difusión por radio televisión y otros medios de mensajes comerciales para promover la venta de bienes o servicios. difusión de los posgrados.; 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 Difusión por radio televisión y otros medios de mensajes comerciales para promover la venta de bienes o servicios. difusión de los posgrados., 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.	\$77,586.21	180	60	n/a	Crédito 15 días
3	\$118,000.00	180	60	n/a	Crédito 15 días
4	\$133,000.00	180	60	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 04 de octubre 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.
- 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 Difusión por radio televisión y otros medios de mensajes comerciales para promover la venta de bienes o servicios difusión de los posgrados., al proveedor Leer Editores S.A. de C.V.; por la cantidad de MXP \$90,000.00 (noventa mil 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 04 de octubre 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-MHS

ORDEN DE COMPRA

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
ENTIDAD o DEPENDENCIA EMISORA

68
NUMERO

04/10/2021
DIA MES AÑO
FECHA DE ELABORACIÓN

No. PROYECTO: 260748
No. FONDO: 1.1.4.8.5
PROGRAMA: Ordinario Federal
CARGO PRESUPUESTAL

420000 SISTEMA DE UNIVERSIDAD VIRTUAL
CÓDIGO DE URE ENTIDAD o DEPENDENCIA SOLICITANTE
31342222 Mezquitán #302, Colonia Centro, Guadalajara, Jalisco
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	Servicio de estrategia de marketing digital difusión por radio televisión y otros medios de mensajes comerciales para promover la venta de bienes o servicios consta de: Gestión de estrategia, pauta publicitaria, mantenimiento, reporte, producción de 30 materiales gráficos, 3 videoclips de 40 " . programación y puesta en marcha de 3 landing pages.	1	\$77,586.21	\$77,586.21
IMPORTE CON LETRA: Noventa mil pesos 00/100 m.n. (Incluye I.V.A.)			SUB-TOTAL	\$77,586.21
			I.V.A.	\$12,413.79
			TOTAL	\$90,000.00

CONDICIONES DE PAGO y ENTREGA DE BIENES
FECHA DE ENTREGA: LUGAR DE ENTREGA: Mezquitán 302, Colonia Centro Guadalajara, Jalisco, C.P. 44100 FIANZAS
PAGO DE CONTADO PAGO: a) ANTICIPO
PAGO EN PARCIALIDADES No. DE PARCIALIDADES: PORCENTAJE DE ANTICIPO: 0% b) CUMPLIMIENTO

fecha de entrega del 6 de octubre del 2021 al 30 de abril del 2022
pago en parcialidades
Se agrega el anexo A como parte integral de esta orden.

OBSERVACIONES

ELABORO

MTRA. ANA LILIA LOZANO MARTÍNEZ

AUTORIZO
ENTIDAD o DEPENDENCIA EMISORA
MTRA. MARÍA DEL CONSUELO DELGADO GONZÁLEZ

MTRA. MARÍA DEL CONSUELO DELGADO GONZÁLEZ

Vo. Bo.
ENTIDAD o DEPENDENCIA SOLICITANTE
LIC. ELVIA KARINA ALATORRE OLIVA

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



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

FOLIO: 689

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:
22/10/2021 - 18:30:46

No. de Certificado Digital:

16

Clave Producto	Cantidad	Clave Unidad	Concepto(s)	Precio Unitario	Importe
80101600	1	E48 - Unidad de servicio	Servicio de estrategia de marketing digital difusión de programas de posgrado UDGVirtual	\$25,862.07	\$25,862.07

No Identificación: 1307

Traslados:

IVA: 002, Base: \$25,862.07, Tasa: 0.160000, Importe: \$4,137.93

Subtotal: \$25,862.07

IVA 16%: \$4,137.93

Moneda: MXN
- Peso
Mexicano

TREINTA MIL PESOS 00/100 MXN

Total: \$30,000.00

Forma de Pago:
99 - Por definir

Método de Pago:
PPD - Pago en parcialidades ó diferido

Titular:
LEER EDITORES SA DE CV

Banco:
BANORTE

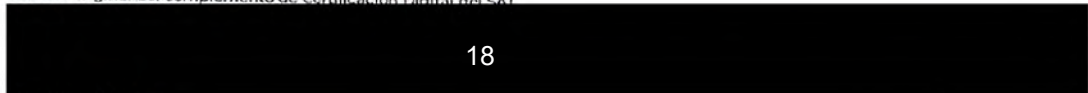
Cuenta:
0015689913

CLABE:
072320000156899132

Sucursal:
BANORTE IXE



Cadena Original del complemento de Certificación Digital del SAT



Sello Digital del CFDI



Sello Digital del SAT



Fecha / Hora de Certificación:
22/10/2021 - 18:30:47

Número de Serie Certificado del SAT:

21

RFC del PAC:

22

U006 2021
Subsidio Federal
OPERADO

Comprobante Validado
en la pagina del SAT

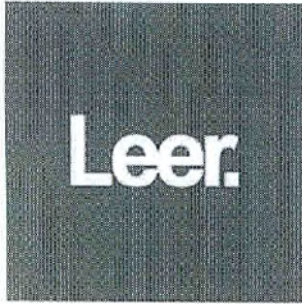
Sistema de Universidad Virtual



Fecha 22/10/21
Cargo COORD. M6AAU
Nombre y Firma Paola Mercedes Lozano
RECIBI DE CONFORMIDAD

FACTURA

FOLIO: 690



Emisor:
LEER EDITORES SA DE CV

23
24
Lugar de Expedición: 25
Régimen Fiscal: 601 - General de Ley Personas Morales
Tel: 26
Efecto del comprobante: I - Ingreso

Receptor:
Universidad de Guadalajara
UGU250907MHS

Av. Juárez 976 zona centro, CP: 44100,
Guadalajara, JALISCO, MEXICO
Uso del CFDI: 003 - Gastos en general

Folio Fiscal: 27

Fecha / Hora de Emisión: 22/10/2021 - 18:31:46

No. de Certificado Digital: 28

Clave Producto	Cantidad	Clave Unidad	Concepto(s)	Precio Unitario	Importe
80101600	1	E48 - Unidad de servicio	Servicio de estrategia de marketing digital difusión de programas de posgrado UDGVirtual	\$25,862.07	\$25,862.07

No Identificación: 1307
Traslados:
IVA: 002, Base: \$25,862.07, Tasa: 0.160000, Importe: \$4,137.93

Subtotal: \$25,862.07

IVA 16%: \$4,137.93

Moneda: MXN
- Peso
Mexicano

TREINTA MIL PESOS 00/100 MXN

Total: \$30,000.00

Forma de Pago: 99 - Por definir

Método de Pago: PPD - Pago en parcialidades ó diferido

Titular: LEER EDITORES SA DE CV

Banco: BANORTE

Cuenta: 0015689913

CLABE: 072320000156899132

Sucursal: BANORTE IXE



Cadena Original del complemento de Certificación Digital del SAT



Sello Digital del CFDI



Sello Digital del SAT



Fecha / Hora de Certificación: 22/10/2021 - 18:31:46

Número de Serie Certificado del SAT: 33

REC del PAC: 34

Sistema de Universidad Virtual



Fecha: 22/10/2021

Cargo: Maestría en Desarrollo y Promoción de la Innovación

Dr. Jeanette González Díaz
NOMBRE Y FIRMA
RECIBÍ DE CONFORMIDAD

U006 2021

Subsidio Federal

OPERADO

Comprobante Validado en la pagina del SAT

3203

FACTURA



Emisor:
LEER EDITORES SA DE CV

35
36

Lugar de Expedición: 37
Régimen Fiscal: 601 - General de Ley Personas Morales
Tel: 38
Efecto del comprobante: I - Ingreso

FOLIO: 691

Receptor:
Universidad de Guadalajara
UGU250907MH5

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

Folio Fiscal:

39

Fecha / Hora de Emisión:
22/10/2021 - 18:32:15

No. de Certificado Digital:

40

Clave Producto	Cantidad	Clave Unidad	Concepto(s)	Precio Unitario	Importe
80101600	1	E48 - Unidad de servicio	Servicio de estrategia de marketing digital difusión de programas de posgrado UDGVirtual	\$25,862.07	\$25,862.07
			No Identificación: 1307		
			Traslados:		
			IVA: 002, Base: \$25,862.07, Tasa: 0.160000, Importe: \$4,137.93		

Subtotal: \$25,862.07

IVA 16%: \$4,137.93

Moneda: MXN
- Peso
Mexicano

TREINTA MIL PESOS 00/100 MXN

Total: \$30,000.00

Forma de Pago:
99 - Por definir

Método de Pago:
PPD - Pago en parcialidades ó diferido

Titular:
LEER EDITORES SA DE CV

Banco:
BANORTE

Cuenta:
0015689913

CLABE:
072320000156899132

Sucursal:
BANORTE IXE

Cadena Original del complemento de Certificación Digital del SAT

42

Sello Digital del CFDI

43

Sello Digital del SAT

44

Fecha / Hora de Certificación:
22/10/2021 - 18:32:15

Número de Serie Certificado del SAT:

45

RFC del PAC:

46

Comprobante Validado en la pagina del SAT

Sistema de Universidad Virtual



Universidad de Guadalajara

Fecha: 22/10/2021
Cargo: Coordinación Maestría de Valores
Gisela Guzmán Herrera MA
NOMBRE Y FIRMA
RECIBI DE CONFORMIDAD

0006 2021

Subsidio Federal

OPERADO

ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL

PLAN: Posgrados de UDG Virtual
Fecha de elaboración: 29 de septiembre de 2021

LEER EDITORES SA DE CV | Digital marketing strategy | tel.

47

48

49



OBJETIVO

- Obtener prospectos de calidad (MQL- Marketing Qualified Leads) para 7 posgrados en línea, el bachillerato, las licenciaturas y educación continua de la UdeG Virtual

ESTRATEGIA



USER

Redes Sociales

Comportamiento

Buscadores

Impacto de la estrategia (embudo)

CALL TO ACTION



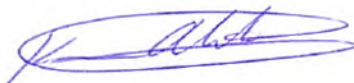
Seguimiento de ventas online/offline

A blue ink signature, possibly reading "H. A. B.", written over a horizontal line.

A blue ink signature, possibly reading "Barry D.", written in a cursive style.

ESTRATEGIA

- Vamos a ir a donde está nuestro público de interés para estar presentes en el momento en que navegan y realizan búsquedas de estos programas educativos.
- ¿Cómo? Con inserciones publicitarias en AdWords en Google y Redes Sociales.
- Estos anuncios irán dirigidos a audiencias segmentadas e incitarán una acción online (la que llamamos Call to Action), como preregistro o solicitud de más información. Así obtendremos los datos de personas que presentan verdadero interés en suscribirse a un posgrado.
- Se dispondrán de dos fases de circulación publicitaria (campañas activas) en ambas plataformas, de acuerdo a los periodos de registro de los calendarios 2022A y 2022B.



ESTRATEGIA

Fechas de entrega:

- Duración de las campañas publicitarias: 06 de octubre del 2021- 30 de abril del 2022
- Landing pages: 6 de octubre del 2021
- Insumos de diseño y multimedia: 15 de octubre del 2021
- Reporte periodo de octubre: 1 de noviembre del 2021
- Reporte periodo de abril del 2022: 1 de mayo del 2022



ESTRATEGIA

• Para cada programa, se realizarán las siguientes acciones:

| Landing page

| Plantilla editable para convocatoria

| Portada de FB genérica

| Portada de FB inscripciones abiertas (sin fechas)

| Infografía Perfil del profesional

| Infografía Razones por qué estudiar esta maestría

5 post generales para promoción de la maestría

| Videoclip motiongraphics con información general de la maestría, duración de 30 a 40 seg editado para Redes Sociales (cuadrado)

| campaña de formularios instantáneos en Facebook/Instagram (captación de LEADS)

| campaña con 2 anuncios distintos en Google AdWords (captación de LEADS)

2 materiales gráficos generales de posgrados UDGVirtual





RESULTADOS GENERALES

- Entregaremos base de datos con los prospectos recuperados de la estrategia y un reporte detallado de los alcances obtenidos, puesto que también deben considerarse los beneficios de la campaña en términos de posicionamiento de marca (reach, interacción, etc).

PRESUPUESTO

ITEM	Unitario	Total
Gestión de estrategia, pauta publicitaria, mantenimiento, reporte, producción de 30 materiales gráficos, 3 videoclips de 40", programación y puesta en marcha de 3 landing pages	1	\$90,000

- El presupuesto incluye IVA.
- **Pago en una sola exhibición antes del día 15 de noviembre del 2021.**

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.
- UdeG Virtual deberá entregar insumos originales de diseño en caso de necesitarse y facilitar todos los accesos a redes sociales y dominios (para subir las Landing Pages).
- 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, se 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. Este presupuesto incluye IVA**
- Nos comprometemos a guardar absoluta confidencialidad de la información recibida por el cliente.
- Se cederán los derechos de las propuestas de página y gráficos autorizados por el cliente y no de otras alternativas desarrolladas.
- 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.



**Puerto
Mole.**

AGENCIA DE COMUNICACIÓN

▷ ¿QUIÉNES SOMOS?

SOMOS UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD QUE BUSCA LLEGAR A SUS CLIENTES DE FORMA MÁS **ÁGIL, EFICAZ Y CREATIVA.**

GENERAMOS EMOCIONES CON NUESTROS CONTENIDOS ADEMÁS DE ESTAR EN CONSTANTE CAPACITACIÓN EN LAS NUEVAS TENDENCIAS Y TECNOLOGÍAS.

TEN POR SEGURO QUE CON NOSOTROS **TU NEGOCIO CRECE.**

CLIENTES

72

EXPERIENCIA

73

¿CÓMO LO HAREMOS?



Se realizará una campaña de comunicación digital enfocada a lograr los objetivos propuestos por UdG Virtual.

Se realizará la estrategia enfocada en la captación de clientes potenciales y ADWords además de realizar contenidos gráficos como infografías y dos landing page solicitadas de información.

Todo acompañado de la creatividad y eficacia que caracterizan a puromole.



Bē



INVERSIÓN



Proyecto UdeG Virtual

4 PÁGINAS LANDING RESPONSIVAS

30 DISEÑOS (POSTALES-INFOGRAFÍAS)

3 VIDEOS CORTOS

OPERACIÓN DE 1 CAMPAÑA PUBLICITARIA EN FACEBOOK, PARA CAPTACIÓN DE LEADS. (\$30,000 PESOS)

OPERACIÓN DE 1 CAMPAÑA DE GOOGLE ADWORDS (\$20,000 PESOS)

*DESARROLLO DE CADA LANDING PAGE 3 SEMANAS

CAMPAÑA
\$83,000 + IVA

FECHA DE COTIZACIÓN: 29 SEP 2021

CONDICIONES

- TODOS LOS COSTOS SON MÁS IVA

- EL CLIENTE SERÁ ENCARGADO DE ENVIAR INFORMACIÓN PARA LA EJECUCIÓN CORRECTA DEL PROYECTO TOTAL, EL TIEMPO DE ENTREGA SE DETERMINA POR LA CANTIDAD DE TIEMPO QUE LA INFORMACIÓN TARDE EN LLEGAR A LA AGENCIA

- EL PERIÓDO DE ENTREGA DE LAS INFOGRAFÍAS ES DE 8 DÍAS

- LOS DISEÑOS PARA ANUNCIOS PARA GOOGLE ADWORDS Y FACEBOOK VIENEN INCLUIDOS EN EL COSTO TOTAL DEL PROYECTO.

- EL CONTRATO SE REALIZA **POR EXHIBICIÓN.**

- SE ANEXAN CONDICIONES ESPECÍFICAS POR CUENTA Y CLIENTE.

CONTACTO

74

75

76

*Puro
Mole.*



CARAGU

— *Atrévete a ser Digital* —



Cotización: CA21-299-B

77
fecha: 27 de septiembre de 2021
vigencia - 30 días

BIENVENIDOS AL MUNDO
DIGITAL





Plan Integral
Publicidad Digital
Campaña #2

#Atréveteaserdigital

Objetivo



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

Plan de estrategia digital

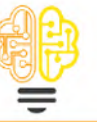
- Junta inicial con cliente
- Definición de Perfiles de Target
- Definición de objetivos y KPIS
- Concepto creativo de marca
- Estrategia de contenido y publicidad





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.



Diseño de landing page





Diseño de 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
- Landing page responsiva
- Llamados a la acción efectivos



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.

*Cada campaña y objetivo extra se cobrará en \$2,000



Redes Sociales

Publicaciones Redes Sociales:

- Diseño y copy de hasta 30 publicaciones mensuales
- 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.



Video



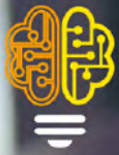
Video



3 vídeos cortos
(1 minuto)

Se elabora la edición de vídeos, basados en vídeos tomados por el cliente, vídeos informales con personal y equipo semi profesional, vídeos de stock o fotografía.

*No incluye toma de vídeo, con equipo profesional, ni dron.



Generación de
**PROSPECTOS
CALIFICADOS**

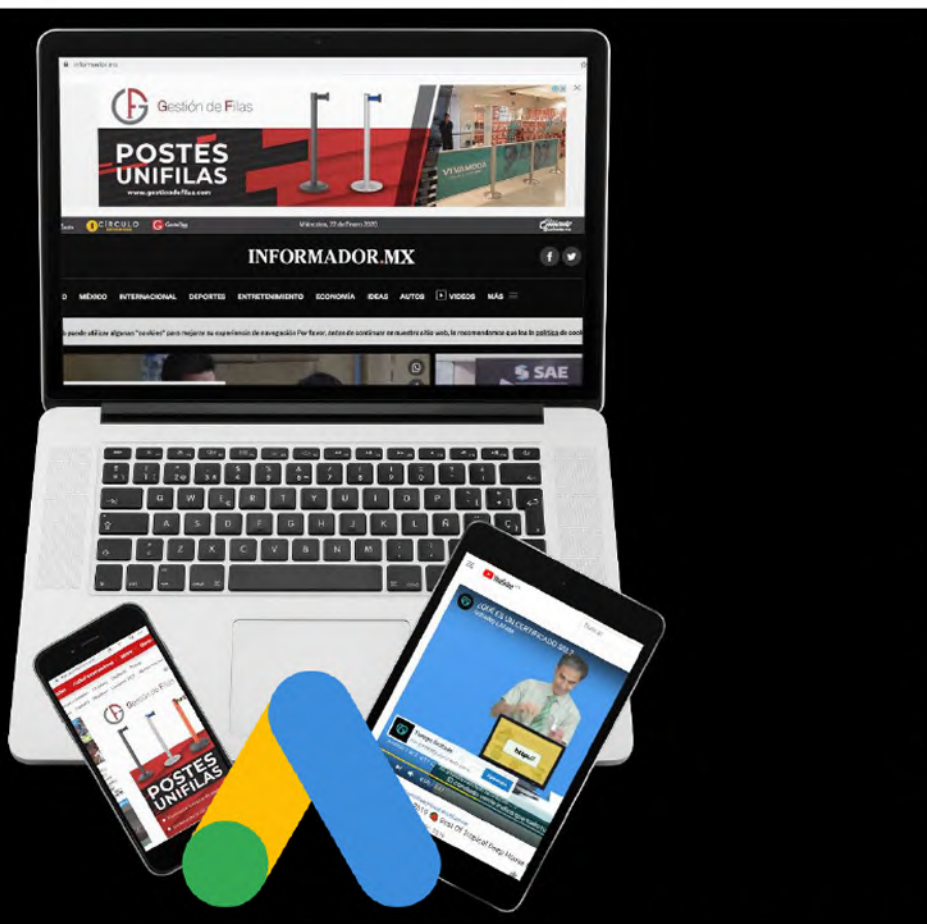


Publicidad en Google



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.

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

* Pago único por arranque
de proyecto más paquete
mensual

- Pagos mensuales



Paquete Estrategia Digital

Plan empresarial

Honorarios Campaña de Publicidad Digital: \$36,000 + IVA

Honorarios 4 Landing pages \$32,000 + IVA

+ Pauta

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

En base a requisición del cliente (en junta inicial se establece un sugerido más ad-hoc a los objetivos)

Total: \$ 123,000 + IVA

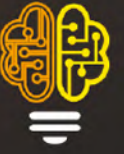


Beneficios de contratar a **CARAGU**
como tu agencia de marketing digital



- 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:

78

www.caragudigital.com



79



80

13, 25 y 37.- 1 palabra y 1 cifra numérica, correspondientes a un Dato Patrimonial, 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 VI 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.

15, 18, 19, 20, 27, 30, 31, 32, 39, 42, 43 y 44.- 1 cifra alfanumérica, correspondiente a un Dato Patrimonial, eliminada 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 VI 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.

16, 21, 28, 33, 40 y 45.- 1 cifra numérica, correspondiente a un Dato Patrimonial, eliminada 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 VI 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.

17, 29 y 41.- 1 QR, correspondiente a un Dato Patrimonial, eliminado 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 VI 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.

72 y 73.- 1 imagen, correspondiente a un Dato Identificativo, eliminada 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.

76.- 11 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.

77.- 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.