

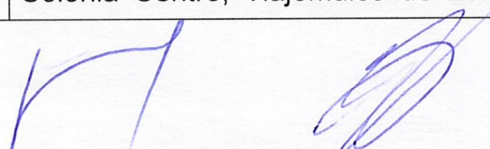
MUNICIPIO DE TLAJOMULCO DE ZÚÑIGA, JALISCO
OFICIALÍA MAYOR
“CONVOCATORIA DE LICITACIÓN PÚBLICA LOCAL”
OM-81/2021

“ADQUISICIÓN DEL SERVICIO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL PARA EL GOBIERNO MUNICIPAL DE TLAJOMULCO DE ZÚÑIGA, JALISCO (RECORTADA)”

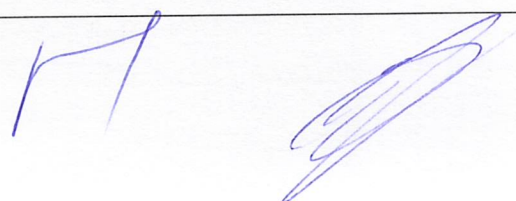
El Municipio de Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco a través de su Unidad de Compras ubicada en el primer piso del edificio de la calle Higuera número 70, Colonia Centro en Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco, con teléfono 01 (33) 32 83 44 00 invita a las Personas Físicas y Morales interesadas, a participar en la LICITACIÓN PÚBLICA LOCAL para la **“ADQUISICIÓN DEL SERVICIO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL PARA EL GOBIERNO MUNICIPAL DE TLAJOMULCO DE ZÚÑIGA, JALISCO (RECORTADA)”**, ello de conformidad con el artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, así como el procedimiento que se establece en el Capítulo Segundo “De la Licitación Pública”, previsto por la Ley de Compras Gubernamentales, Enajenaciones y Contratación de Servicios del Estado de Jalisco y sus Municipios, y a efecto de normar el desarrollo de la presente Licitación, se emiten las siguiente:

CONVOCATORIA:
CRONOGRAMA

Número de Licitación	OM-81/2021
Pago de Derechos de las Bases	\$900.00 de conformidad con el artículo 133 fracción IX de la Ley de Ingresos del Municipio de Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco.
Aprobación de Bases por el Comité	Viernes 10 de diciembre 2021
Publicación de la Convocatoria en el portal web del Municipio de Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco (en formato descargable)	Viernes 10 de diciembre 2021
Entrega de preguntas para Junta Aclaratoria y correo electrónico para el envío de preguntas	Hasta el martes 14 de diciembre del 2021 a las 15:00 horas, correo: licitaciones@tlajomulco.gob.mx
Fecha, hora y lugar de la celebración de la primera Junta de Aclaraciones (art. 59, F. III, Ley)	Miércoles 15 de diciembre 2021 a las 13:00 horas, la Dirección de Recursos Materiales, primer piso del Centro Administrativo (CAT), ubicado en la calle de Higuera número #70, Colonia Centro, Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco,



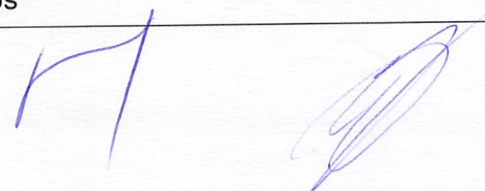
	México.
Fecha, hora y lugar de celebración del acto de presentación de proposiciones (art. 59, F. III, Ley)	La presentación de proposiciones iniciará el Viernes 17 de diciembre 2021 a las 8:30 y concluirá a las 9:20 horas en el inmueble ubicado en Av. López Mateos Sur No. 1710 "B", salón 02, Hotel Encore, Colonia Santa Isabel, Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco. C.P. 45645..
Fecha, hora y lugar de celebración del acto de apertura de proposiciones (art. 59, F. III, Ley)	La apertura de proposiciones iniciará el Viernes 17 de diciembre 2021 a las 9:21 horas en el inmueble ubicado en Av. López Mateos Sur No. 1710 "B", salón 02, Hotel Encore, Colonia Santa Isabel, Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco. C.P. 45645.
Resolución del ganador	En fecha de apertura de proposiciones o hasta 20 días hábiles posteriores, mismo lugar.
Origen de los Recursos (art. 59, F. II, Ley)	Municipal
Carácter de la Licitación (Art. 55 y 59, F. IV, Ley)	Local
Idioma en que deberán presentarse las proposiciones, anexos y folletos (Art. 59, F. IV, Ley)	Español
Ejercicio Fiscal que abarca la Contratación (Art. 59, F. X, Ley)	2022, 2023 y 2024
Se acredita la suficiencia presupuestal (Art. 50, Ley)	SI
Tipo de contrato (Art. 59, F. X, Ley)	Contrato o Pedido (Orden de Compra) cerrado
Aceptación de proposiciones Conjuntas (Art. 59, F. X, Ley)	SI
Adjudicación de los Bienes o Servicios (por partida/todo a un solo proveedor (Art. 59, F. XI, Ley)	Se podrá adjudicar a varios licitantes.
Participación de testigo Social (Art. 37, Ley)	NO
Criterio de evaluación de propuestas (Art. 59, F.	Binario



XII, Ley)	
Descripción detallada de los bienes o servicios con requisitos técnicos mínimos, desempeño, cantidades y condiciones de entrega (Art. 59, F. II, Ley)	Anexo 1
Anexos que cuenta con la relación enumerada de requisitos y documentos que deberán de presentar los licitantes incluyendo:	
1.- Acreditación Legal	 Anexo 3
2.- Manifestación de NO encontrarse en los supuestos del Art 52 de la Ley	 Anexo 4
3.- Manifestación de Integridad y NO colusión	 Anexo 4
4.- Demás requisitos que sean solicitados	 Anexo 1 y 2
Plazo de presentación de propuestas (Art. 60, Ley)	Normal: 07 días (recortada)
Domicilio de las Oficinas de la Contraloría Municipal donde podrán presentarse inconformidades.	Independencia 105 Sur, colonia centro en Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco.

Para los fines de estas bases, se entiende por:

“CONVOCANTE”	Municipio de Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco
“DOMICILIO”	Higuera No. 70, Col. Centro, Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco.
“COMITÉ”	Comité de Adquisiciones del Municipio de Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco
“UNIDAD CENTRALIZADA DE COMPRAS”	Unidad Centralizada de Compras de Recursos Materiales (Higuera no. 70, primer piso del Centro Administrativo Tlajomulco CAT, Colonia. Centro, Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco).
“LEY”	Ley de Compras Gubernamentales, Enajenaciones y Contratación de Servicios del Estado de Jalisco y sus Municipios



“LICITANTE”	Persona Física o Moral (Razón Social) Licitante en el proceso de licitación.
“REGLAMENTO”	Reglamento de Adquisiciones para el Municipio de Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco
“PROVEEDOR”	Licitante Adjudicado.
“PROCESO”	La adquisición de: “ADQUISICIÓN DEL SERVICIO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL PARA EL GOBIERNO MUNICIPAL DE TLAJOMULCO DE ZÚÑIGA, JALISCO (RECORTADA)” los cuales están descritos en los anexos de las presentes bases.

Las Bases de Licitación así como sus respectivos anexos fueron aprobados por unanimidad por el Comité de Adquisiciones del Municipio de Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco; la propuesta del “LICITANTE” deberá sujetarse a las especificaciones señaladas en las Bases de esta Licitación y de cada uno de sus Anexos y para ello cada uno de los licitantes deberá de inscribirse en el presente proceso mediante el pago de derechos de Bases de Licitación ello con fundamento en el artículo 133 fracción IX de la Ley de Ingresos del Municipio de Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco y para ello deberán de acudir con la orden de pago adjunta al formato PDF que se encuentra firmado de esta convocatoria a cualquiera de las cajas de la 6 a la 16 de la recaudadora central ubicada en Planta Baja de la calle Higuera no. 70, del Centro Administrativo Tlajomulco CAT, Colonia Centro, Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco a pagar la cantidad señalada en el apartado costo de las bases, una vez hecho esto se le entregará un recibo oficial con el que deberá de acudir a la Dirección de Recursos Materiales ubicadas en calle Higuera no. 70, primer piso del Centro Administrativo Tlajomulco CAT, colonia Centro, Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco, lugar donde se le entregaran copias y formato Word de la Convocatoria, Bases y Anexos del presente proceso.

Atentamente

LCP. Raúl Cuevas Landeros
Director de Recursos Materiales
del Municipio de Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco



ESPECIFICACIONES

OM-81/2021

“ADQUISICIÓN DEL SERVICIO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL PARA EL GOBIERNO MUNICIPAL DE TLAJOMULCO DE ZÚÑIGA, JALISCO (RECORTADA)”

El Municipio de Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco tiene el requerimiento principal de adquirir:

Partida 1.- Preproducción, Producción y edición de capsulas audiovisuales, spots de TV, Spot de radio y bites temáticos relacionados directamente con Proyectos Estratégicos.

Herramientas técnicas que se deberán utilizar para la producción de capsulas y bites de la partida 1 :

- Cámara tipo Sony X70 con pilas, tarjetas SD y accesorios.
- Cámara tipo Alpha A7R II con óptica Carl Zeiss (10mm, 18mm, 24mm, 35mm, 50mm, 85mm)
- Cámara tipo Go Pro Hero 4 con accesorios de montura y tomas acuáticas.
- Tripie tipo Libec LX5 con cabeza fluida, Light Disc.
- Kit de Micrófonos tipo Lavalier y Boom on board Sony con sus accesorios.
- Grabadora de Audio tipo Tascam DR40.
- DJI Osmo (estabilizador de cámara).
- Drone phanthom 4 Pro.
- Mini Slider.
- Teleprompter con todos sus accesorios de montaje a cámaras.
- Luces para entrevistas (Soft Light, kinoflo, divas).
- Servidor de almacenamiento de datos (archivo de material grabado).
- Suites de edición y postproducción de audio y video no lineal.

Herramientas técnicas para la producción de spots:

La demanda de requisitos broadcast (televisión) nos exige tener otro tipo de calidad de imagen y sonido por lo tanto los equipos que empleamos para ello son los siguientes:

- Cabinas de grabación, mezcla y postproducción de audio.
- Cámara tipo Red Epic Mysterium X con todos sus accesorios y optica Schneider 25mm, 35mm, 50mm, 75mm, 100mm.
- Cámara tipo Sony Pxm F5 con optica intercambiable (zoom 18-200).
- Filtros tipo Tiffen 4X4 (pola, nd6, nd9).
- Tripie tipo Libec LX10.
- Tripie tipo O'Connor 150mm cabeza fluida, Hi hat.

- Monitor de campo 20 pulgadas con sus accesorios y combo.
- DJI Ronin (estabilizador de camara).
- Grabadora y mezcladora portátil de audio de sonido directo.
- Dolly Mathews con 4 rieles rectos.
- Iluminacion Joker 1600, 800 y 400 todos con chimera y sotftube, Skypanel de 2000watts, fresnel 1000 watts x5, Kino Flo con tubos de 3200 y 5600 x2. Luces de Led x3.
- Tramoya (marcos 20x20, 12x12, 8x8 todos con sus textiles, combos, stands, bolsas de arena, pizarras de sol).
- Slider Dito Gear con cabeza robótica y todos sus accesorios.
- Servidor de almacenamiento de datos (archivo de material grabado).
- Suites de edición y postproducción de audio y video no lineal plataforma Mac.

Partida	Cantidad de Servicios	Periodo	Descripción	Detalle
1	03	Mensuales	Cápsulas Narrativas	Cápsula narrativa (duración de 1-5 min) Las cápsulas narrativas deberán tener como finalidad un canal de difusión muy específico y delimitado. Su medio es el internet y su objetivo es fomentar un valor perceptual positivo a partir de la difusión de los logros, las acciones o las necesidades de comunicación social o mediática del cliente. Este producto tiene un tiempo reducido de reacción en su exposición para poder ejercer su efectividad de comunicación y potenciar su objetivo de comunicar normas, valores, creencias y hábitos sociales sobre la percepción de la realidad en un contexto histórico/ político / social. En la cápsula narrativa el mensaje a comunicar tiene como objetivo racional, el difundir las acciones positivas que ejercen los gobiernos en la comunidad, así como validar a través del mensaje los distintos actores que posibilitan la narración de la cápsula, a partir de la documentación de un hecho y utilizando recursos narrativos funcionales, elipsis, flujo continuo y

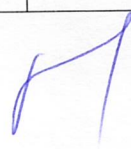
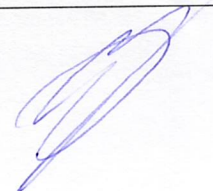


				transiciones entre imágenes, fundidos a negro como elemento de puntuación en el espacio / tiempo o como separador de bloques. La cápsula narrativa utiliza elementos de diseño como recurso de identificación que le permite vincular mediante logotipos, gráficos en movimiento, textos visuales, placas de colores, transiciones de motion graphics, la identidad institucional del cliente con la audiencia y crear branding emisor y de mantenimiento.
	3	Mensuales	Bites Narrativos	Bites: (duración de 30 seg a 1:30) Estas herramientas audiovisuales tienen como característica su formato en 4x3 o 9x16 dependiendo de la plataforma donde se difunden, ya que pueden ser para facebook o instagram, además este formato nos permite comunicar un solo mensaje de manera clara y precisa a través de textos sobre imagen y acompañadas de un dinámico diseño sonoro, el objetivo de este formato es llevar el mensaje a audiencias que tienden a consumir videos a través de las plataformas mencionadas, atendiendo a las característica de cada una de ellas. Los contenidos derivan de la estrategia de comunicación.
	3	Anuales	Spot para TV y Radio	Spot (la duración contemplada es de 30 seg.) Spots publicitarios y propagandísticos con tendencias a comunicar las necesidades de un mensaje claro, específico y contundente. La diferencia entre lo propagandístico y lo publicitario radica en su objetivo general. La publicidad vende productos tangibles y debe producir un beneficio económico. La propaganda vende una idea y tratará de formar ideologías en términos de difusión de una causa, una asociación y /o una organización sin fines de lucro. Las formas y los tonos de comunicación, evidentemente son distintos entre cada una

H

[Signature]

				y los objetivos generales de cada disciplina se diseñan de manera específica y enfocada. Los mensajes de este producto pueden ser contruidos desde distintas formas y tonos de comunicación: el mensaje puede tener el tono emotivo, intrigante, humorístico, racional y testimonial. El spot emotivo tiene un fuerte contenido de desarrollo emocional a través de personajes, anécdotas y desarrollo de historias cotidianas y altamente reconocibles y emotivas para el espectador. El spot Intrigante desarrolla la idea principal del mensaje a través del recurso del suspenso, dando las líneas narrativas de una forma pausada, elegante y hasta con dramatismo cinematográfico. El núcleo del mensaje aparece naturalmente dentro de la narrativa, nunca de manera forzada y el desenlace del spot siempre mantiene una línea abierta al espectador para que el descubra los significados que no han sido descritos en el mensaje. El spot humorístico atrae inmediatamente la atención a partir de recursos hilarantes en la narrativa de una historia, un personaje o una actividad cotidiana, realista o no, reconocible para el espectador. Es altamente eficaz en valores de recordación y atención. El spot racional (que obedece a juicios basados en el pensamiento y la razón) implica al espectador a desarrollar la línea de comunicación del mensaje y que sea él mismo quien encuentre la justificación y la razón lógica de lo que estamos vendiendo. Su función es dar a conocer un mensaje explícito y referenciado. Es lo opuesto al mensaje de un spot intrigante.
--	--	--	--	---


				El spot testimonial utiliza personajes reales que comunican los valores y virtudes del mensaje de manera directa y auténtica al espectador. El personaje "experto" le da validación y confianza a lo que se comunica, un "famoso" identifica el producto y empata la imagen de éste con la suya propia y una "persona común y corriente" hace que el público se identifique con él. El spot se construye a partir de una metodología compuesta por recursos de comunicación y se crean a partir de la construcción del mensaje, el desarrollo del guión y la identificación de las necesidades de producción, edición, postproducción, diseño de audio y musicalización. Una música bien elegida logra transformar un producto normal en algo especial para el espectador. La duración del spot a desarrollar en el Municipio son de 30 segundos. El spot es diseñado como parte de una estrategia de comunicación, su función y los tonos de comunicación dependerán de los objetivos creados por dicha estrategia. El spot forma parte de una amplia posibilidad de herramientas utilizadas por el cliente, pero es sin duda una de las más utilizadas y efectivas por su inmediatez en la difusión y la atención que se requiere para llegar de manera contundente en la percepción del usuario.
--	--	--	--	---

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

2.- Asesoría, elaboración y proyección de los siguientes conceptos relacionados directamente con Proyectos Estratégicos como lo son: Comunicación estratégica, modernización administrativa, seguridad en movimiento, servicio médicos de calidad, prevención de emergencias. Adicionalmente desarrollará productos relacionados con los procesos de comunicación estratégica del Gobierno Municipal.

Partida	Cantidad de Servicios	Periodo	Descripción	Detalle
2	1	MENSUAL	Realizar todos los conceptos estratégicos necesarios y requeridos en los que se incluya: I.- Imagen institucional II.- Desarrollo de campañas de comunicación III.- Estrategias de comunicación para acciones de gobierno IV.- Asesoría en la organización de eventos	I.- Imagen institucional: a) Calibración y alineación de imagen institucional.- Supervisar la aplicación del manual de imagen institucional y vigilar la adopción, aplicación y adecuación en la imagen de todas las dependencias del gobierno municipal, considerando aspectos como fachadas de dependencias, uniformes oficiales, lote vehicular, papelería institucional, señalética urbana y de espacios públicos. b) Aplicación de la imagen institucional.- Aplicar los lineamientos contenidos en el manual de imagen institucional en nuevos espacios y herramientas de comunicación para mejorar la cobertura de la imagen de gobierno. II.- Desarrollo de campañas de comunicación:

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

				a) Por dependencia. b) Por concepto. c) Por Plan Estratégico En general, llevar a cabo una asesoría integral en la comunicación de campañas o eventos en las distintas dependencias, generando los conceptos y las herramientas necesarias para comunicar a la población del municipio los mensajes que el gobierno quiere transmitir. III.- Estrategias de comunicación para acciones de gobierno: Asesorar directamente a las instancias de gobierno que así lo requieran en las estrategias más adecuadas para comunicar las acciones de gobierno, generando planes específicos, herramientas de comunicación, así como recomendaciones en la oportunidad, utilidad y desarrollo de los mismos. IV.- Asesoría en la organización de eventos: a) Oficiales/Solemnes. b) Conmemorativos. c) Comunicación de proyectos estratégicos Participar en la organización de distintos eventos especiales que requiera "EL MUNICIPIO", asesorando desde la etapa de la planeación, en donde "EL PROVEEDOR" generará la estrategia de comunicación adecuada para antes, durante y después del evento, así como
--	--	--	--	--

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



				hacer las recomendaciones sobre la producción y desarrollo del mismo.
--	--	--	--	---

3.- Servicio de Diseño de campañas de comunicación electrónica y/o digital que enteren a los usuarios que accedan a redes sociales, plataformas digitales y herramientas de comunicación digital del Gobierno Municipal de Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco, de las actividades del mismo, como servicios, eventos, fechas relevantes, comunicados, programas sociales, así como todos aquellos relacionados con los diferentes planes estratégicos como lo son comunicación estratégica, modernización administrativa, seguridad en movimiento, servicios médicos de calidad, prevención de emergencias y los procesos de comunicación estratégica del Gobierno Municipal.

Partida	Cantidad de Servicios	Periodo	Descripción	Detalle
3	1	MENSUAL	Realizar todas las campañas necesarias y requeridos en los que se incluya: I.- Estrategias de Comunicación II.- Implementación de Herramientas III.- Asesoría y Seguimiento	I.- Estrategias de Comunicación a. Consultoría y desarrollo de estrategia para el uso adecuado de las herramientas de Comunicación Digital. b. Comunicar las acciones y actividades de Gobierno a través de medios electrónicos. c. Optimizar las plataformas de Redes Sociales con imagen gráfica, información, contenidos y mejores prácticas de optimización. d. Ejecutar campañas de comunicación de Gobierno en su versión de anuncios en medios digitales. II.- Implementación de Herramientas

[Handwritten signatures in blue ink]

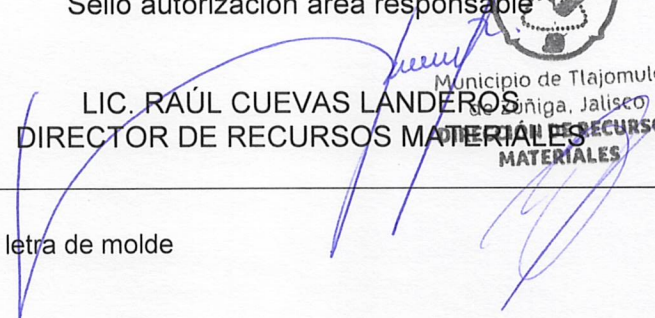
				a. Implementación de herramientas para la comunicación con los interesados en las actividades del Gobierno a través de correo electrónico. III.- Asesoría y Seguimiento a. Cobertura de sesiones y eventos especiales. b. Desarrollo y aplicación de contenido digital para comunicar las actividades. c. Asesoría y seguimiento de las plataformas y herramientas de comunicación digital. d. Monitoreo de crecimiento, actividad e indicadores de desempeño.
--	--	--	--	--

El total de entregables para cada partida será el resultado de multiplicar la cantidad de servicios por el periodo del 01 de enero del 2022 al 30 de septiembre del 2024.

[Handwritten signature]



ORDEN DE PAGO
BASES DE LICITACIÓN OM-81/2021

	
MUNICIPIO DE TLAJOMULCO DE ZÚÑIGA, JALISCO DIRECCIÓN DE RECURSOS MATERIALES	
DATOS DE LICITACIÓN	
IMPORTE: \$900.00 CON LETRA: SON NOVECIENTOS PESOS, 00/100, M. N.	
LICITACIÓN PÚBLICA LOCAL	OM-81/2021 "ADQUISICIÓN DEL SERVICIO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL PARA EL GOBIERNO MUNICIPAL DE TLAJOMULCO DE ZÚÑIGA, JALISCO (RECORTADA)"
DATOS DEL LICITANTE	
LICITANTE	
R. F. C.	
NO. DE PROVEEDOR (PARA EL CASO DE CONTAR CON NÚMERO)	
NOMBRE DE REPRESENTANTE	
TELÉFONO CELULAR DE CONTACTO	
CORREO ELECTRÓNICO	
 Sello autorización área responsable  LIC. RAÚL CUEVAS LANDEROS DIRECTOR DE RECURSOS MATERIALES	

Favor de llenar a máquina o con letra de molde