CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS NÚMERO 16/2017, QUE CELEBRAN POR UNA PARTE, LA EMPRESA DE PARTICIPACIÓN ESTATAL MAYORITARÍA DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL DENOMINADA **EL CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V.** EN LO SUCESIVO **"EL CONSEJO"**, REPRESENTADA EN ESTE ACTO POR **EL MTRO. FRANCISCO JAVIER LUNA LÓPEZ, EN SU CARÁCTER DE DIRECTOR GENERAL ADJUNTO DE ADMINISTRACIÓN Y COORDINACIÓN INTERNACIONAL**; Y POR LA OTRA, LA EMPRESA **TELEVISA, S.A. DE C.V.** EN ADELANTE **"EL PROVEEDOR"** REPRESENTADA EN ESTE ACTO POR LOS **LICENCIADOS JORGE AGUSTÍN LUTTEROTH ECHEGOYEN Y JOSÉ ANTONIO LARA DEL OLMO**, AL TENOR DE LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLÁUSULAS:

D E C L A R A C I O N E S

I. Declara **"EL CONSEJO"**, a través de su representante que:

a) Es una empresa de participación estatal mayoritaria de la Administración Pública Federal, constituida mediante escritura pública número 39,873, de fecha 11 de octubre de 1999, pasada ante la fe del Notario Público Número 32 de la Ciudad de México, Lic. Francisco Jacobo Sevillano González, inscrita en el Registro Público de la Propiedad y de Comercio de la Ciudad de México, bajo el folio mercantil número 257,243, de fecha 9 de diciembre de 1999; con las atribuciones y facultades que le confieren los artículos 38 a 41 de la Ley General de Turismo; que tiene dentro de su objeto social el relativo a operar campañas de promoción turística a nivel nacional e internacional, y celebrar todos los actos y contratos necesarios para el cumplimento de sus fines.

b) El Mtro. Francisco Javier Luna López, acredita su personalidad con el testimonio del Poder Notarial Número 64,232 de fecha 7 de enero de 2016, pasado ante la fe del Notario Público Número 32 de la Ciudad de México, Lic. Francisco Jacobo Sevillano González, por lo que cuenta con las facultades legales para representar a **"EL CONSEJO"** en actos de administración, mismas que no le han sido revocadas o limitadas de forma alguna.

c) Firma el presente Contrato de prestación de servicios en su carácter de Director General Adjunto de Administración y Coordinación Internacional de conformidad con el artículo 45, fracciones XVI y XXXI del Estatuto Orgánico del Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V., designando para la administración y verificación al Lic. Emmanuel Romain Ernest Rey, Encargado de la Dirección Ejecutiva de Mercadotecnia de **"EL CONSEJO"** y a la Lic. Nohemí Valdez Arroyo, Directora de Medios Nacional de **"EL CONSEJO"**, conforme a lo previsto en el penúltimo párrafo del artículo 84 del Reglamento de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.

d) Este Contrato se adjudica mediante Acuerdo tomado en la Tercera Sesión Ordinaria del Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios de **"EL CONSEJO"** de fecha 23 de marzo de 2017 convocado en términos de lo dispuesto por los artículos 26 fracción

III, 40 y 41 fracción I de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, así como el artículo 72 fracción II de su Reglamento.

e) A la fecha de firma de este Contrato, cuenta con la asignación presupuestaria y con la disponibilidad de recursos suficientes para el pago de los servicios objeto de este Contrato, conforme a la Requisición de Compra con número de folio 1703004REQ de fecha 06 de marzo de 2017 emitida por **"EL CONSEJO"**, bajo la partida presupuestal 36201 y de acuerdo al presupuesto aprobado por la H. Cámara de Diputados para el ejercicio 2017.

f) Su Registro Federal de Contribuyentes es CPT-991022-DE7, y tiene su domicilio ubicado en Viaducto Miguel Alemán 105, colonia Escandón, código postal 11800, delegación Miguel Hidalgo, Ciudad de México.

II. Declara **"EL PROVEEDOR"**, a través de su representante que:

a) Es una empresa de nacionalidad mexicana, legalmente constituida conforme a las leyes mexicanas, según se hace constar en el Testimonio de la escritura pública número 44,074 de fecha 14 de diciembre de 1972, pasada ante la fe del Notario Público No. 26 de la Ciudad de México, Lic. Rafael Oliveros Delgado, inscrita en la Sección de Comercio en el volumen 860, libro tercero, a fojas 260 y con el número 224 del Registro Público de la Propiedad y del Comercio de la Ciudad de México.

b) Por escritura pública número 40,289 de fecha 23 de diciembre de 1988, pasada ante la fe del Notario Público Número 45 de la Ciudad de México, Lic. Rafael Manuel Oliveros Lara, e inscrita en el Registro Público de la Propiedad y del Comercio de la Ciudad de México, en el folio mercantil Número 2,435, se transforma la sociedad anónima por sociedad anónima de capital variable.

c) Tiene como objeto social entre otras actividades la producción, distribución, representación, compra, venta, arrendamiento y el comercio en general de eventos y programas para radio, cine y televisión; la producción, compra, venta, comisión, mediación y comercio en general, de publicidad y propaganda comercial de ideas, sistemas, instituciones, empresas, productos y bienes en general, utilizando preferentemente los medios masivos de publicidad, tales como el radio, el cine y la televisión.

d) Los Licenciados Jorge Agustín Lutteroth Echegoyen y José Antonio Lara del Olmo se identifican con pasaporte con fotografía número [redacted] expedido su favor por la Secretaría de Relaciones Exteriores el 30 de septiembre de 2010 y con credencial para votar con fotografía número 0786005126456 expedida por el Instituto Federal Electoral, respectivamente, y cuentan con capacidad legal suficiente para celebrar el presente Contrato según consta en el Primer Testimonio del Poder Notarial número 17,624 de fecha 28 de octubre de 2008, pasado ante la fe del Notario Público Número 100 de la Ciudad de México, Lic. Manuel Enrique Oliveros Lara, por lo que están investidos con

Eliminado: 9 Dígitos
Fundamento Jurídico: Artículo 116 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, y fracción III del artículo 113 de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

las facultades legales para representar a **"EL PROVEEDOR"** en la suscripción del presente Contrato; mismas que no les han sido revocadas, modificadas o limitadas de manera alguna.

e) Cuenta con los derechos exclusivos para llevar a cabo la prestación de servicios publicitarios a través de: (i) los Canales de Televisión Radiodifundida (según dicho término se define más adelante); (ii) los Canales de Televisión restringida (según dicho término se define más adelante); (iii) la pauta publicitaria en Medios Impresos (según dicho término se define más adelante); y (iv) en los Medios Digitales (según dicho término se define más adelante)."

Asimismo, manifiesta que cuenta con los derechos exclusivos para llevar a cabo la prestación de servicios publicitarios a través de los canales de televisión restringida que son comercializados y/o propiedad de Televisa; y cuenta con los derechos exclusivos para llevar a cabo la prestación de servicios publicitarios a través de los canales de televisión restringida (2 minutos por hora) que forman parte de los sistemas Cablevisión, S.A. de C.V. ("Cablevisión") y Corporación Novavisión, S. de R.L. de C.V. (Sky").

f) Tiene capacidad jurídica y cuenta con los elementos propios y suficientes para cumplir con las obligaciones que se deriven del presente Contrato, en forma eficiente, oportuna y en las mejores condiciones para **"EL CONSEJO"**; manifestando asimismo que conoce las características técnicas y alcances del servicio objeto de este Contrato.

g) Bajo protesta de decir verdad manifiesta que no se encuentran en alguno de los supuestos contemplados en los artículos 50 y 60 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.

h) Para los efectos del artículo 32-D del Código Fiscal de la Federación **"EL PROVEEDOR"**, entregó a **"EL CONSEJO"** la opinión favorable del cumplimiento de obligaciones fiscales, expedida por el Servicio de Administración Tributaria, con folio número 17NA3664903 de fecha 06 de marzo de 2017, conforme a la Regla 2.1.39 de la Resolución Miscelánea Fiscal para 2017, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 23 de diciembre de 2016.

Asimismo, en términos del artículo 32-D del Código Fiscal de la Federación **"EL PROVEEDOR"**, entregó a **"EL CONSEJO"** documento vigente expedido por el Instituto Mexicano del Seguro Social, folio número 148858162452796047207 de fecha 03 de marzo de 2017, en el que emite su opinión en sentido positivo sobre el cumplimiento de obligaciones fiscales en materia de seguridad social, de conformidad con la Regla Primera para la obtención de la opinión de cumplimiento de obligaciones fiscales en materia de seguridad social, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 27 de febrero de 2015."

REVISIÓN JURÍDICA

i) Su Registro Federal de Contribuyentes es TEL721214GK7 y señala como domicilio para todos los efectos legales del presente Contrato, el ubicado en avenida Vasco de Quiroga, número 2000, colonia Santa Fe, delegación Álvaro Obregón, código postal 01210, Ciudad de México.

C L Á U S U L A S

PRIMERA. OBJETO. **"EL PROVEEDOR"** se obliga a prestar a **"EL CONSEJO"** servicios publicitarios en espacios comerciales a través de las distintas plataformas que comercializa para la transmisión de las campañas de publicidad institucional y programas cooperativos con el propósito de incentivar el mercado y difundir los diversos destinos nacionales, de conformidad con las especificaciones que se establecen en el Anexo Uno del presente Contrato.

"EL PROVEEDOR" pondrá a disposición de **"EL CONSEJO"** las siguientes plataformas para la prestación de los servicios:

1. Los canales de televisión radiodifundida con origen en la Ciudad de México: Canal 2 con distintivo de llamada XEW-TV; Canal 4 "FORO TV" con distintivo de llamada XHTV-TV; Canal 5 con distintivo de llamada XHGC-TV; Canal 9 con distintivo de llamada XEQ-TV, y las estaciones afiliadas respectivas en la República Mexicana (los "Canales de Televisión Radiodifundida").

2. Los canales de televisión restringida que son comercializados y/o propiedad de **"EL PROVEEDOR"** y cuenta con los derechos exclusivos para llevar a cabo la prestación de servicios publicitarios a través de los canales de televisión restringida (2 -dos- minutos por hora) que forman parte de los sistemas de Cablevisión, S.A. de C.V. ("IZZY") y Corporación Novavisión, S. de R. L. de C.V. ("SKY") (los "Canales de Televisión restringida").

3. La pauta publicitaria con la que cuenta Editorial Televisa, S.A. de C.V., incluyendo sin limitar contenido editorial en página interior, forros, creatividades, libros, revistas customizadas, integraciones de marca con publirreportajes, y cualquier herramienta publicitaria posible en dicha pauta publicitaria; así como con los derechos de comercialización de las revistas que se detallan en el Anexo Uno del presente Contrato (los "Medios Impresos");

4. Los sitios de Internet ubicados en: http://www.televisa.com, http://www.esmas.com, http://www.tevolucion.com, http://www.televisadeportes.com, http://www.noticierostelevisa.com y todos los sitios derivados (los "Medios Digitales").

"EL PROVEEDOR" se obliga a observar las características descritas en la Guía Breve de Uso de Marca México/País y en la de la Marca "VIAJEMOS TODOS POR MÉXICO" que se agregan como Anexo Dos de este Contrato y cualquier lineamiento gráfico que le sea indicado por **"EL CONSEJO"** en el entendido de que **"EL PROVEEDOR"** no podrá utilizar su propio logotipo,

marca o membrete en los materiales y papelería que utilice en las presentaciones o comunicaciones que efectúe a nombre de **"EL CONSEJO"**.

En caso de que algún spot dejase de transmitirse en algún espacio por motivos de disponibilidad o cambios de programación de **"EL PROVEEDOR"**, éste será repuesto por otro de características similares en el canal o programa en el que originalmente fue pactado, previo acuerdo entre las partes, sin que la sustitución antes referida implique un incumplimiento por parte de **"EL PROVEEDOR"**, o el cobro de penas convencionales.

SEGUNDA. VIGENCIA. La vigencia de este Contrato será del 01 de abril al 31 de diciembre de 2017.

No obstante la vigencia señalada en el párrafo anterior, para efectos del cumplimiento de las obligaciones contractuales derivadas del objeto del Contrato, las partes se encuentran comprometidas a dar cumplimiento a todas y cada una de ellas, independientemente de que haya concluido la vigencia señalada en el párrafo anterior.

TERCERA. CONTRAPRESTACIÓN. **"EL CONSEJO"** pagará a **"EL PROVEEDOR"** como importe de los servicios objeto del presente Contrato, un presupuesto mínimo de $125'000,000.00 (ciento veinticinco millones de pesos 00/100 M.N.) más el Impuesto al Valor Agregado y un máximo de $215'517,241.37 (Doscientos quince millones quinientos diecisiete mil doscientos cuarenta y un pesos 37/100 M.N.) más el Impuesto al Valor Agregado, que se pagarán por Servicios devengados de conformidad con la Propuesta Técnica-Económica de **"EL PROVEEDOR"**.

El presupuesto mínimo será ejercido de la siguiente manera:

a. La cantidad de $112'500,000.00 (ciento doce millones quinientos mil pesos 00/100 M.N.) incluido el Impuesto al Valor Agregado, para ser ejercido a través de los Canales de Televisión Radiodifundida.

b. La cantidad de $21'000,000.00 (veintiún millones de pesos 00/100) M.N. incluido el Impuesto al Valor Agregado, para ser ejercido a través de los Canales de Televisión restringida.

c. La cantidad de $10'000,000.00 (diez millones de pesos 00/100) M.N. incluido el Impuesto al Valor Agregado, para ser ejercido a través de Medios Impresos.

d. La cantidad de $1'500,000.00 (un millón quinientos mil pesos 00/100) M.N. incluido el Impuesto al Valor Agregado, para ser ejercido en Medios Digitales.

Los importes establecidos, compensan plenamente a **"EL PROVEEDOR"** por sus honorarios, materiales y tiempo empleado y, en general, por cualquier contraprestación a que tenga derecho con motivo de la prestación de sus servicios, por lo que éste, no podrá exigir o solicitar de **"EL CONSEJO"**, mayor retribución que la aquí pactada, por ningún concepto.

Las cantidades referidas en esta cláusula deben ser entendidas con todos los impuestos que genere la prestación de los servicios contratados. Por lo tanto, cada una de las partes se obliga a dar cumplimiento a las obligaciones fiscales que les correspondan.

Queda expresamente establecido que el precio de los servicios de la presente contratación es fijo hasta su total conclusión y por la vigencia del Contrato, por lo que no estarán sujetos a ajustes de ningún tipo y bajo ninguna circunstancia.

CUARTA. PAGO DE LOS SERVICIOS Y FACTURACIÓN. El pago que haga **"EL CONSEJO"** a **"EL PROVEEDOR"** se hará sobre servicios devengados, dentro de los 20 (veinte) días naturales posteriores a la entrega de la factura correspondiente, debidamente autorizada por la Dirección de Medios Nacional, dependiente de la Dirección Ejecutiva de Mercadotecnia de **"EL CONSEJO"**., previa recepción de los servicios a entera satisfacción de **"EL CONSEJO"**.

"EL PROVEEDOR" deberá entregar para validación de los servicios en la Dirección de Medios Nacional, de las 10:00 a las 14:00 horas en días hábiles, las facturas originales que emita, así como el soporte de los Servicios objeto de este Contrato. Dichas facturas deberán estar emitidas de conformidad con la legislación fiscal vigente, e indicar el nombre de **"EL PROVEEDOR"** e importe de cada factura.

En caso de detectar algún error en la facturación, la Dirección de Recursos Financieros, o en su caso, los responsables de la validación o seguimiento de los servicios designados por **"EL CONSEJO"**, remitirán a **"EL PROVEEDOR"** los documentos y/o facturas con las observaciones correspondientes dentro de los 3 (tres) días siguientes a su recepción, mismos que deberá corregir y presentar de nueva cuenta para reiniciar el trámite de pago, por lo que el tiempo que transcurra por este motivo no se computará para efectos del plazo inicial de los 20 (veinte) días naturales que se tenían para el pago, de conformidad con el Artículo 51 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público. **"EL CONSEJO"** solamente pagará los servicios objeto de este Contrato si los mismos hubiesen sido efectuados debidamente.

El pago de los servicios prestados será cubierto en moneda nacional, y se pondrá a disposición de **"EL PROVEEDOR"** mediante transferencia electrónica para abono en cuenta del mismo.

A tal efecto, **"EL PROVEEDOR"** deberá proporcionar a **"EL CONSEJO"**, por escrito y a la firma de este instrumento, los siguientes datos para el pago de la contraprestación pactada en este instrumento: i) nombre de la Institución Bancaria, plaza y número de la sucursal; ii) El número de cuenta y iii) el número de la CLABE Bancaria a 18 dígitos; asimismo, deberá entregar en la Dirección de Recursos Financieros de **"EL CONSEJO"** copia de la carátula del estado de cuenta bancario o bien del contrato de apertura de la propia cuenta.

QUINTA. COMPROBACIÓN DE LOS SERVICIOS. **"EL PROVEEDOR"** se obliga a entregar a la Dirección de Medios Nacional, como anexo de las facturas correspondientes, lo siguiente:

1. En caso de spoteo y Medios Digitales, los testigos consistentes en las bitácoras de transmisión.

2. En caso de acciones especiales, las grabaciones o la documentación soporte consistente en las bitácoras de transmisión que, de acuerdo con las prácticas comerciales, comprueben las acciones especiales contratadas.

3. En caso de Revistas, ejemplar original de la publicación y los documentos o registros que compruebe la ejecución de los servicios contratados.

4. Copia de la pauta ejecutada previamente autorizada.

"EL CONSEJO" se reserva el derecho de rechazar cualquier documento comprobatorio, facturación o justificación de gastos que no hubiere sido emitida de conformidad con la presente cláusula.

SEXTA. MATERIAL. **"EL CONSEJO"** deberá entregar a **"EL PROVEEDOR"** los spots y demás material publicitario a ser transmitido en el domicilio de **"EL CONSEJO"** señalado en la declaración I.6, por lo menos 2 (dos) días naturales antes de la fecha en que se pretenda su transmisión.

"EL PROVEEDOR" se reserva el derecho de aprobar el contenido de los spots y/o material publicitario proporcionado por **"EL CONSEJO"**, previo a su transmisión y/o publicación, y tendrá la facultad de solicitar a **"EL CONSEJO"** la entrega de otros spots y/o material publicitario que satisfaga los requisitos de **"EL PROVEEDOR"**.

Las partes acuerdan que al ser **"EL CONSEJO"** quien proporciona los spots y/o material publicitario que vaya a transmitirse durante la vigencia de este Contrato, éste será el único responsable sobre el contenido de los spots y/o material publicitario, dejando por este medio en paz y a salvo a **"EL PROVEEDOR"** de cualquier reclamación hecha por terceros.

En caso de que **"EL CONSEJO"** desee modificar o sustituir los spots y/o material publicitario, podrá hacerlo siempre y cuando entregue los nuevos spots y/o material publicitario por lo menos 2 (dos) días naturales antes de la fecha programada para su transmisión, y que dichos spots y/o material publicitario no sea rechazado por causa justificada por **"EL PROVEEDOR"**, en cuyo caso seguirá transmitiendo los spots y/o material publicitario previamente aprobado hasta en tanto no reciba los nuevos a su entera satisfacción.

SÉPTIMA. MODIFICACIONES AL CONTRATO. **"EL CONSEJO"** podrá, dentro de su presupuesto aprobado y disponible, bajo su responsabilidad y por razones fundadas y explícitas, acordar el incremento en la cantidad de servicios solicitados mediante modificaciones dentro de la vigencia de este Contrato, siempre que el monto total de las modificaciones no rebase, en conjunto, el 20% (veinte por ciento) del monto o cantidad de los conceptos y volúmenes establecidos originalmente en los mismos y el precio de los servicios sea igual al pactado originalmente.

REVISION MEXICO JURIDICO

Cuando **"EL PROVEEDOR"** demuestre la existencia de causas justificadas que le impidan cumplir con la prestación total de los servicios conforme a las cantidades pactadas en el Contrato, **"EL CONSEJO"** podrá modificarlo mediante la cancelación o parte de las cantidades originalmente estipuladas, siempre y cuando no rebase el 10% (diez por ciento) del importe total del Contrato.

Cualquier modificación al Contrato deberá formalizarse por escrito entre las partes. Los instrumentos legales respectivos serán suscritos por el servidor público que lo haya hecho en el Contrato o quien lo sustituya o esté facultado para ello.

"EL CONSEJO" se abstendrá de hacer modificaciones que se refieran a precios, anticipos, pagos progresivos, especificaciones y, en general, cualquier cambio que implique otorgar condiciones más ventajosas a **"EL PROVEEDOR"** comparadas con las establecidas originalmente.

OCTAVA. CASO FORTUITO. El incumplimiento a las obligaciones previstas en este Contrato originado por caso fortuito o fuerza mayor, no será causa de responsabilidad contractual para ninguna de las partes, siempre que lo hayan notificado por escrito con acuse de recibo a la otra parte dentro de las 48 (cuarenta y ocho) horas siguientes a que se haya presentado el suceso.

NOVENA. SUSPENSIÓN DE LOS SERVICIOS. El incumplimiento a las obligaciones previstas en este Contrato originado por caso fortuito o fuerza mayor, no será causa de responsabilidad contractual para ninguna de las partes, siempre que lo hayan notificado por escrito con acuse de recibo a la otra parte dentro de las 48 (cuarenta y ocho) horas siguientes a que se haya presentado el suceso.

Cuando en la prestación del servicio se presente caso fortuito o de fuerza mayor, **"EL CONSEJO"**, bajo su responsabilidad, podrá realizar las gestiones conducentes a la suspensión de los Servicios, en cuyo caso únicamente se pagarán aquellos servicios que hubiesen sido efectivamente prestados.

Cuando la suspensión obedezca a causas imputables a **"EL CONSEJO"**, éste cubrirá los gastos no recuperables durante el tiempo que dure esta suspensión. Dichos gastos serán aquéllos que se generen por la suspensión y siempre que estén comprobados y se relacionen directamente con el objeto del Contrato. En ningún caso se pagarán Servicios que no estén vinculados con el Contrato.

El plazo de suspensión de los Servicios materia del Contrato deberá pactarse entre ambas partes, conforme al artículo 55 bis de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público. En caso de continuar con la suspensión, podrá iniciarse la terminación anticipada del Contrato.

DÉCIMA. TERMINACIÓN ANTICIPADA DEL CONTRATO. **"EL CONSEJO"** podrá dar por terminado anticipadamente el presente Contrato sin responsabilidad para éste y sin necesidad de que medie resolución judicial alguna, cuando concurran razones de interés general, o bien,

cuando por causas justificadas se extinga la necesidad de requerir los servicios originalmente contratados por medio del presente Contrato, y se demuestre que de continuar con el cumplimiento de las obligaciones pactadas, se ocasionaría algún daño o perjuicio al Estado, o se determine la nulidad total o parcial de los actos que dieron origen al Contrato, con motivo de la resolución de una inconformidad emitida por la Secretaría de la Función Pública.

En estos supuestos, **"EL CONSEJO"** reembolsará a **"EL PROVEEDOR"** los gastos no recuperables en que haya incurrido, siempre que éstos sean razonables, estén debidamente comprobados y los mismos se relacionen directamente con el presente Contrato.

DÉCIMA PRIMERA. PRÓRROGAS. En casos excepcionales, por caso fortuito o de fuerza mayor o por causas atribuibles a **"EL CONSEJO"**, previa solicitud por escrito de **"EL PROVEEDOR"**, **"EL CONSEJO"** podrá otorgar prórroga para la prestación de los servicios o su comprobación. Para tal efecto, **"EL PROVEEDOR"** deberá justificarlo por escrito, con anticipación al vencimiento de las fechas pactadas en el presente Contrato.

Una vez agotado el plazo de prórroga y si no se hubieren prestado los servicios de conformidad con el presente Contrato, **"EL CONSEJO"** procederá a aplicar las penas convencionales establecidas en la cláusula Décima Sexta de este Contrato.

DÉCIMA SEGUNDA. CAUSALES DE RESCISIÓN. **"EL CONSEJO"** podrá rescindir administrativamente el presente Contrato, sin necesidad de intervención judicial, en caso de que se presente cualquiera de los siguientes supuestos:

I. Por no presentar la garantía de cumplimiento, en los tiempos que determina la ley.

II. Cuando **"EL PROVEEDOR"** no proporcione los servicios en las fechas convenidas.

III. Cuando **"EL PROVEEDOR"** suspenda injustificadamente los servicios.

IV. Cuando **"EL PROVEEDOR"** no sustituya los servicios que le hubieren sido rechazados.

V. Cuando se llegue al límite de penas convencionales establecidas en la cláusula Décima Sexta.

VI. Cuando **"EL PROVEEDOR**" no otorgue las facilidades y datos necesarios para la inspección, vigilancia y supervisión de los servicios.

VII. Cuando **"EL PROVEEDOR"** proporcione información falsa y/o actúe con dolo o mala fe en algún procedimiento de contratación, en la celebración del Contrato o durante su vigencia.

VIII. Cuando la autoridad competente declare a **"EL PROVEEDOR"** en concurso mercantil o exista alguna otra situación que afecte su patrimonio en forma tal que le impida cumplir con sus obligaciones.

IX. Por contravenir los términos y condiciones del presente Contrato o de las disposiciones de la ley, su reglamento y los demás ordenamientos legales que resulten aplicables.

DÉCIMA TERCERA. PROCEDIMIENTO DE RESCISIÓN. La rescisión administrativa del Contrato se llevará a cabo conforme al procedimiento siguiente:

a) Se iniciará a partir de que le sea comunicado a **"EL PROVEEDOR"** por escrito el incumplimiento en que haya incurrido, para que en un término de 5 (cinco) días hábiles exponga lo que a su derecho convenga y aporte, en su caso, las pruebas que estime pertinentes.

b) Transcurrido el término a que se refiere la fracción anterior, se resolverá considerando los argumentos y pruebas que hubiere hecho valer.

c) La determinación de dar o no por rescindido el Contrato deberá ser debidamente fundada y motivada y deberá ser comunicada a **"EL PROVEEDOR"**, dentro de los 15 (quince) días hábiles siguientes a lo señalado en el inciso a) de esta cláusula.

d) Cuando se rescinda el Contrato, se formulará el finiquito correspondiente, a efecto de hacer constar los pagos que deba efectuar **"EL CONSEJO"** por concepto de los bienes recibidos o los servicios prestados hasta el momento de la rescisión.

Si previamente a la determinación de dar por rescindido el presente Contrato, se hiciere la prestación de los servicios, el procedimiento iniciado queda sin efecto, previa aceptación y verificación de **"EL CONSEJO"** de que continúa vigente la necesidad de los mismos, aplicando, en su caso, las penas convencionales correspondientes.

"EL CONSEJO" podrá determinar no dar por rescindido el Contrato, cuando durante el procedimiento advierta que la rescisión del Contrato pudiera ocasionar algún daño o afectación a las funciones que tiene encomendadas. En este supuesto, **"EL CONSEJO"** elaborará un dictamen, en el cual justifique que los impactos económicos o de operación que se ocasionarían con la rescisión del Contrato resultarían más inconvenientes.

Al no dar por rescindido el Contrato, **"EL CONSEJO"** establecerá con **"EL PROVEEDOR"** otro plazo, que le permita subsanar el incumplimiento que hubiere motivado el inicio del procedimiento.

En su caso, deberá elaborarse el convenio modificatorio correspondiente para la prórroga de los servicios, mismo que deberá atender a las condiciones previstas por los dos últimos párrafos del artículo 52 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.

Cuando por motivo del atraso en la prestación de los servicios, o el procedimiento de rescisión se ubique en un ejercicio fiscal diferente a aquél en que hubiere sido adjudicado el Contrato, **"EL CONSEJO"** podrá recibir los servicios, previa verificación de que continúa vigente la necesidad de los mismos y se cuenta con partida y disponibilidad presupuestaria del ejercicio fiscal vigente, debiendo modificarse la vigencia del Contrato con los precios originalmente pactados. Cualquier pacto en contrario a lo dispuesto en esta cláusula se considerará nulo.

Cuando **"EL CONSEJO"** determine no dar por rescindido el Contrato, porque ello le ocasione algún daño o afectación mayor, el establecimiento de otro plazo para subsanar el incumplimiento será sin defecto de la aplicación de las penas a las que se hubiera hecho acreedor **"EL PROVEEDOR"** por incumplimiento.

DÉCIMA CUARTA.- CIERRE ADMINISTRATIVO. Dentro del plazo que no exceda de 20 (veinte) días hábiles siguientes a la fecha del cumplimiento de la totalidad de las obligaciones que corresponda cumplir a las partes, Dirección de Medios Nacional de la Dirección Ejecutiva de Mercadotecnia de **"EL CONSEJO"**, efectuará una conciliación con **"EL PROVEEDOR"** para verificar el cumplimiento de dichas obligaciones.

Para llevar a cabo lo anterior, la Dirección de Medios Nacional de la Dirección Ejecutiva de Mercadotecnia de **"EL CONSEJO"** conjuntamente con **"EL PROVEEDOR"**, levantarán el acta respectiva, misma que deberá contener la relación de entregables, facturas y pagos realizados.

Una vez suscrita el acta a que se hace referencia en el párrafo anterior, la Dirección de Medios Nacional de la Dirección Ejecutiva de Mercadotecnia de **"EL CONSEJO"** procederá a extender la constancia de cumplimiento de las obligaciones contractuales, la cual turnará para conocimiento de la Dirección de Recursos Financieros para que se dé inicio a los trámites para la cancelación de la garantía respectiva.

DÉCIMA QUINTA.- CONFIDENCIALIDAD. Las partes convienen que toda la información que cada una de ellas proporcione a la otra parte con motivo del presente Contrato, tendrá el carácter de confidencial ("Información Confidencial"). Dicha Información Confidencial conservará tal carácter por todo el tiempo que el presente Contrato esté vigente y por un periodo de 2 (dos) años más contados a partir de la fecha de terminación del mismo.

"EL PROVEEDOR" utilizará la Información Confidencial únicamente para los fines establecidos en el presente Contrato, por lo que no podrá divulgarla a terceros ajenos al este Contrato, salvo autorización expresa y por escrito de **"EL CONSEJO".**

Asimismo, **"EL PROVEEDOR"** se compromete a guardar absoluta confidencialidad respecto de los Servicios materia del presente Contrato y, por ende, a no divulgar ni dar a conocer a terceros distintos de **"EL CONSEJO",** documentación y/o información relacionada con los servicios objeto de este Contrato, así como de los resultados finales que se generen con motivo de dichos servicios, con excepción de los datos e informes que en su caso se le requieran, en apego a lo previsto por el artículo 57, tercer párrafo de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.

La obligación de confidencialidad a que se refiere la presente cláusula no será aplicable en los siguientes supuestos:

1. Si la información considerada como confidencial pasa a ser del dominio público, antes o después de la firma del presente instrumento por causa distinta al incumplimiento de **"EL PROVEEDOR"** a lo establecido en la presente cláusula;

2. Si la información es divulgada por un tercero quien no tenga obligación de confidencialidad alguna derivada del presente Contrato;

3. Si la información es solicitada por cualquier autoridad mediante el mandamiento judicial que corresponda; o

4. Si la información es solicitada de conformidad con lo establecido en la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública, Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública y la Ley General de Protección de Datos Personales en Posesión de los Sujetos Obligados.

Independientemente de lo establecido en la presente cláusula, y sin perjuicio del ejercicio de cualquier otro derecho o acción que pudiere corresponderles, las partes manifiestan que conocen y saben de las penas en que incurre una persona por revelación de secretos, de acuerdo a lo establecido en los artículos 210, 211, 211 Bis del Código Penal Federal; 84, 85, 86, 223 y 224 de la Ley de la Propiedad Industrial.

En caso de terminación, anticipada o no, del presente Contrato, **"EL PROVEEDOR"** deberá devolver a **"EL CONSEJO"** los instrumentos u objetos que incorporan dicha Información Confidencial a más tardar 5 días hábiles después de la terminación del Contrato.

DÉCIMA SEXTA. PROPIEDAD INTELECTUAL. Toda aquella información o material que **"EL CONSEJO"** haya entregado a **"EL PROVEEDOR"** o que haya sido elaborado, desarrollado o creado por éste último para **"EL CONSEJO"** durante la vigencia del presente Contrato, será propiedad de **"EL CONSEJO"**, por lo que **"EL PROVEEDOR"** no podrá modificarlo, fijarlo, reproducirlo o comunicarlo, o en general usarlo o explotarlo en forma distinta a la expresamente convenida en este Contrato, reclamar derecho de propiedad intelectual alguno sobre el mismo, así como tampoco podrá permitir que se modifique, fije, reproduzca o comunique, o en general se use o explote, por lo que en caso de producirse cualquier contravención a lo anterior, **"EL PROVEEDOR"** será responsable frente a **"EL CONSEJO"** de los daños y perjuicios que le sean causados por este concepto.

"EL PROVEEDOR"" reconoce que **"EL CONSEJO"** es el único titular de los derechos patrimoniales de cualquier obra que sea creada con motivo de los Servicios, en caso de que éstas puedan ser consideradas obras intelectuales o artísticas.

DÉCIMA SÉPTIMA. PENAS CONVENCIONALES. Con fundamento en lo dispuesto por el artículo 53 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, y demás

relativos y aplicables de su Reglamento, cuando **"EL PROVEEDOR"** se atrase en la fecha de la prestación de los servicios o incumpla con sus obligaciones por causas imputables a él, se hará acreedor a la aplicación de penas convencionales, conforme a lo siguiente:

I. En el caso de atrasos en la prestación de los servicios, se aplicará una pena convencional del 1% (uno por ciento) diario por cada día hábil de retraso sobre el valor de los servicios no prestados a tiempo, sin incluir el Impuesto al Valor Agregado.

II. Las penas convencionales que se apliquen no podrán rebasar un monto máximo equivalente al 10% (diez por ciento) del importe total de los servicios contratados.

III. La Dirección de Medios Nacional, será la responsable de determinar y realizar el cálculo de las penas convencionales, mismas que serán turnadas a la Dirección de Recursos Financieros para que se aplique mediante nota de crédito en la factura de pago correspondiente.

IV. El pago de los servicios quedará condicionado, proporcionalmente, al pago que **"EL PROVEEDOR"** deba efectuar por penas convencionales a las que se haga acreedor, en el entendido de que en el supuesto que sea rescindido el presente Contrato, no procederá el cobro de dichas penalizaciones, ni la contabilización de las mismas para hacer efectiva la garantía de cumplimiento.

V. Para aplicar las penas convencionales a que se refiere esta cláusula, **"EL CONSEJO"** le formulará una notificación por escrito a **"EL PROVEEDOR"**, que le será entregada mediante correo certificado o entrega personal en su domicilio con acuse de recibo, con efectos de requerimiento, en la que señalará el incumplimiento en que haya incurrido y las penas convencionales a que se ha hecho acreedor. **"EL PROVEEDOR"** en un plazo máximo de 10 (diez) días hábiles contados a partir de la recepción del requerimiento, deberá subsanar su incumplimiento, manifestando en su caso, lo que a su derecho convenga. Hecho lo anterior, **"EL CONSEJO"** resolverá aplicando, en su caso, las penas convencionales que correspondan, las cuales deberán ser comunicadas a **"EL PROVEEDOR"** mediante escrito fundado y motivado, en el que se le requerirá que en un plazo no mayor a 10 (diez) días hábiles presente nota de crédito, la que se le descontará en las facturas pendientes de pago.

VI. Si persiste el incumplimiento por parte de **"EL PROVEEDOR"**, o bien una vez que se hubiere agotado el monto límite de aplicación de penas convencionales, **"EL CONSEJO"** podrá iniciar el procedimiento de rescisión del presente instrumento, conforme a lo previsto en la cláusula Décima Tercera.

DÉCIMA OVTAVA. GARANTÍA DE CUMPLIMIENTO. Para garantizar el cumplimiento de las obligaciones establecidas en el presente Contrato, **"EL PROVEEDOR"**, dentro de los 10 (diez) días naturales siguientes a su firma, deberá entregar a **"EL CONSEJO"** una fianza por el 10% (diez por ciento) del monto total máximo establecido en la cláusula Tercera, sin incluir el

Impuesto al Valor Agregado. Dicha fianza deberá ser expedida por una Institución de Fianzas de Nacionalidad Mexicana, de acuerdo con las especificaciones que se señalan a continuación:

I. Ser expedida a favor del Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.

II. Señalar la denominación o nombre de **"EL PROVEEDOR"**.

III. Indicar el importe total garantizado con número y letra.

IV. Indicar el número, objeto y fecha del Contrato.

V. Referir que se otorga para garantizar el cumplimiento de todas y cada una de las obligaciones a su cargo.

VI. Que se otorga en términos del Contrato de referencia y sus anexos.

VII. Que se otorga para responder del debido cumplimiento del Contrato garantizado y sus anexos, así como de cualquier responsabilidad que resultare a cargo del fiado con motivo de la ejecución del mismo.

VIII. Que, en caso de prórroga del Contrato, automáticamente la vigencia de la fianza se prorrogará en concordancia con dicha prórroga.

IX. Que sólo podrá ser cancelada mediante aviso por escrito del Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.

X. Que la Institución Afianzadora acepta expresamente sujetarse a lo dispuesto por los artículos 178, 282 y 283 de la Ley de Instituciones de Seguros y de Fianzas en vigor; para la efectividad de la presente garantía y por pago extemporáneo del importe de la póliza de fianza requerida.

XI. Que la Institución Afianzadora se somete a la jurisdicción de los tribunales federales de la Ciudad de México, renunciando a cualquier fuero que pudiera corresponderle en razón de su domicilio o por cualquier otra causa.

XII. Que permanecerá en vigor desde la fecha en que se expida, durante la vigencia del Contrato y durante la substanciación de todos los recursos o juicios legales que se interpongan hasta que se pronuncie resolución definitiva, de forma tal que su vigencia no podrá acotarse en razón del plazo de ejecución del Contrato principal o fuente de las obligaciones.

En el supuesto de que se acuerden incrementos en la cantidad de los servicios solicitados, **"EL PROVEEDOR"** se obliga a elevar el importe de la garantía de cumplimiento en igual proporción que el incremento otorgado.

REVISIÓN MÉXICO JURÍDICA

La vigencia de la fianza deberá comprender hasta que el objeto del Contrato se cumpla en forma plena a satisfacción por escrito de **"EL CONSEJO"**, es decir, hasta que considere se hayan cumplido todas y cada una de las obligaciones contractuales contraídas. La fianza únicamente se podrá cancelar mediante comunicación escrita de **"EL CONSEJO"**.

Por lo anterior, la fianza deberá garantizar el cumplimiento total de las obligaciones durante la vigencia del Contrato, así como con posterioridad al mismo, en el supuesto de quedar alguna obligación pendiente a consideración de **"EL CONSEJO"**.

DÉCIMA NOVENA. LIBERACIÓN DE LA GARANTÍA. Únicamente se podrá liberar la garantía de cumplimiento del Contrato, a través de la Dirección Ejecutiva de Administración y Finanzas, previa solicitud por escrito de la Dirección de Medios Nacional, por la que confirme el cumplimiento de todas y cada una de las obligaciones establecidas en el Contrato.

VIGÉSIMA. RESPONSABILIDAD CIVIL. "EL PROVEEDOR" será directamente responsable de los daños y perjuicios que se causen a **"EL CONSEJO"** y/o a terceros con motivo de la prestación de los servicios materia de este Contrato, por negligencia, impericia, dolo o mala fe, y estará obligado a resarcirlos de los mismos, cubriendo en el caso de **"EL CONSEJO"**, los importes que al respecto éste determine.

La reparación o pago del daño y/o perjuicio, deberá realizarse en un término no mayor a 15 (quince) días naturales contados a partir de la fecha en que éste le sea exigido; conviniéndose que de no cubrir **"EL PROVEEDOR"** el valor de los daños y/o perjuicios, el mismo será descontado del pago pendiente de realizar a éste, conforme al presente Contrato.

VIGÉSIMA PRIMERA. DEFECTOS EN LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS. **"EL PROVEEDOR"** quedará obligado ante **"EL CONSEJO"** a responder de los defectos y de la calidad de los servicios, así como de cualquier otra responsabilidad en que hubiere incurrido durante la prestación de los mismos, en los términos señalados en el presente Contrato y en la legislación aplicable.

Para efectos del presente instrumento, se entiende por defectos, aquellos errores o fallas que existan en los servicios proporcionados, que los hagan impropios para los usos previstos en este Contrato.

VIGÉSIMA SEGUNDA. SUPERVISIÓN. **"EL CONSEJO"** tendrá en todo tiempo, libre acceso a toda la documentación relacionada con la prestación de los servicios derivados de este Contrato y que se encuentren en poder de **"EL PROVEEDOR"**, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 107 del Reglamento de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.

Lo anterior, sin perjuicio del derecho que tiene **"EL CONSEJO"** de efectuar revisiones en cualquier momento de la vigencia de este Contrato, por conducto de su Dirección General, Dirección General Adjunta de Administración y Coordinación Internacional, Dirección Ejecutiva de Administración y Finanzas, Órgano Interno de Control en **"EL CONSEJO"** o por las

personas que sean designadas para tal efecto, para constatar la aplicación de los recursos, la comprobación de los mismos y los beneficios que proporcione **"EL PROVEEDOR"** para **"EL CONSEJO".**

Por otro lado, **"EL PROVEEDOR"** deberá participar cuantas veces sea requerido durante la vigencia del presente Contrato y los cinco años siguientes a la recepción de los servicios objeto de este Contrato en la atención de revisiones y observaciones que lleven a cabo la Secretaría de la Función Pública, la Auditoría Superior de la Federación y cualquier otra empresa externa que sea comisionada por estos órganos de control o cualquier otro para realizar auditorías al presente Contrato.

VIGÉSIMA TERCERA. RELACIONES LABORALES. El presente Contrato no pretende crear, y nada de lo en él previsto debe interpretarse en el sentido que crea, una relación jurídica de representación o asociación, una relación laboral, de patrón y empleado o socio o asociado, *joint venture* o de cualquier otra forma distinta a lo específicamente señalado en el presente Contrato entre **"EL CONSEJO"** y **"EL PROVEEDOR".**

"EL PROVEEDOR" será exclusivamente responsable respecto de cualquier obligación de tipo laboral de conformidad con lo dispuesto por las leyes laborales mexicanas aplicables en relación con cualquier empleado o trabajador que emplee o contrate para cumplir sus obligaciones bajo el presente Contrato y asume plena responsabilidad por el cumplimiento de sus obligaciones laborales con respecto a los mismos.

"EL PROVEEDOR" en todo lo relacionado con la prestación de los servicios se considerará como un contratista independiente y no como un empleado de **"EL CONSEJO"**, y nadie que pertenezca al personal de **"EL PROVEEDOR"** estará facultado para recibir cualquier tipo de compensación, beneficios o cualquier otra percepción o prestación otorgada a los empleados de **"EL CONSEJO". "EL PROVEEDOR"** será responsable de todo tipo de impuestos y otros gastos surgidos de la relación de contratista independiente o de empleo entre **"EL PROVEEDOR"** y su personal y de la prestación de los servicios bajo este Contrato por dicho personal, así como de todas las obligaciones y responsabilidades patronales en materia fiscal, laboral y de seguridad social, manifestando que cuenta con recursos suficientes y propios para cumplir con dichas obligaciones y responsabilidades, motivo por el cual **"EL PROVEEDOR"** se obliga a sacar en paz y a salvo a **"EL CONSEJO"** de cualquier conflicto individual de trabajo que en contra de este último instauren dichas personas en relación con el trabajo que las mismas desempeñen para **"EL PROVEEDOR",** así como de cualquier requerimiento y/o emisión de créditos por parte del Instituto Mexicano del Seguro Social ("IMSS") en contra de **"EL CONSEJO".** Asimismo, **"EL PROVEEDOR"** se obliga a reembolsar dentro de las 24 horas siguientes a que lo solicite **"EL CONSEJO",** cualquier cantidad que éste tuviere que erogar en relación con cualquier dicho conflicto, incluyendo sin limitar honorarios razonables de abogados o cualquier cantidad que **"EL CONSEJO"** se viere obligado a erogar por virtud de laudo ejecutoriado o indemnización laboral.

VIGÉSIMA CUARTA. SUBCONTRATACIÓN. **"EL PROVEEDOR"** no podrá contratar con terceros la prestación total o parcial de los Servicios objeto del presente Contrato, y por lo

tanto, será el único responsable ante **"EL CONSEJO"** por la prestación de los servicios en los términos aquí establecidos. No obstante lo anterior, derivado de la naturaleza de los servicios, y de la operación de **"EL PROVEEDOR"**, no se entenderá por subcontratación aquella relación contractual que tenga **"EL PROVEEDOR"** para la contratación de servicios de tercerización de personal (outsourcing), en términos de los artículos 15-A, 15-B, 15-C y demás aplicables de la Ley Federal del Trabajo, así como cualquiera otra contratación que lleve a cabo **"EL PROVEEDOR"** por la naturaleza de su operación normal.

VIGÉSIMA QUINTA. CESIÓN. Los derechos y obligaciones que se deriven del Contrato no podrán cederse en forma parcial ni total en favor de cualquier otra persona, con excepción de los derechos de cobro, en cuyo caso se deberá contar con el consentimiento de **"EL CONSEJO"**.

VIGÉSIMA SEXTA. ENLACES Y COMUNICACIONES. Las partes convienen en que las personas encargadas de enviar y recibir comunicaciones, son las siguientes:

I. Para **"EL CONSEJO"**, se designa al Lic. Emmanuel Romain Ernest Rey, Encargado de la Dirección Ejecutiva de Mercadotecnia y a la Lic. Nohemí Valdez Arroyo, Directora de Medios Nacional, a través de los siguientes correos electrónicos: erey@promotur.com.mx y nvaldez@promotur.com.mx, y/o por correo con acuse de recibo al domicilio de **"EL CONSEJO"** mencionado en la declaración I.f del presente Contrato, y se entenderán realizadas el día de su recepción por parte del destinatario, previa comprobación o confirmación.

II. Por parte de **"EL PROVEEDOR"** el contacto comercial para la solicitud y operación de servicios publicitarios es Gabriel Olvera Aguilar, Gerente de Ventas, golvera2@televisa.com.mx, por lo que las solicitudes relativas a cuestiones comerciales deberán realizarse a través de dicho contacto.

En el supuesto de que cualquiera de las partes modifique o incorpore direcciones, bastará una notificación por escrito a la otra parte o correo electrónico, con cuando menos 5 (cinco) días naturales de anticipación en el caso de direcciones electrónicas y 30 (treinta) días en el caso de cambios en el domicilio, en el entendido de que, de no notificarse el cambio en estos términos, las notificaciones se entenderán como debidamente hechas en el último domicilio que se tenga registrado.

VIGÉSIMA SÉPTIMA. DOMICILIOS. Las partes señalan como domicilios para oír y recibir todo tipo de notificaciones y documentos e inclusive para ser requeridas judicialmente, los siguientes:

I. Por parte de **"EL CONSEJO"**, señala como domicilio el ubicado en Viaducto Miguel Alemán 105, colonia Escandón, código postal 11800, delegación Miguel Hidalgo, Ciudad de México.

REVISIÓN MÉXICO JURÍDICO

II. Por parte de **"EL PROVEEDOR"**, señala como domicilio el ubicado en Vasco de Quiroga, número 2000, colonia Santa Fe, delegación Álvaro Obregón, código postal 01210, Ciudad de México, con copia para el Lic. Eduardo Bandera Quijano.

Las notificaciones que se deban realizar las partes de conformidad con este Contrato, deberán ser hechas personalmente, por correo certificado o servicio de mensajería especializada con acuse de recibo. En caso de que cualquiera de las partes cambie de domicilio deberá notificarlo con anticipación a la otra parte, de no ser así, cualquier notificación realizada en los domicilios antes señalados será considerada como efectivamente realizada.

VIGÉSIMA OCTAVA. CONCILIACIÓN. En cualquier momento las partes podrán presentar ante la Secretaría de la Función Pública solicitud de conciliación, por desavenencias derivadas del cumplimiento del presente Contrato, de conformidad con el procedimiento establecido en el artículo 77 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamiento y Servicios del Sector Público y del Capítulo Segundo del Procedimiento de Conciliación de su Reglamento.

En el supuesto de que las partes lleguen a un acuerdo durante la conciliación, el Convenio respectivo obligará a las mismas, y su cumplimiento podrá ser demandado por la vía judicial correspondiente. Así mismo, y toda vez que la Secretaría de la Función Pública es quien da seguimiento a los acuerdos de voluntades, las partes deberán remitir un informe sobre el avance de cumplimiento del mismo, en términos del artículo 135 del Reglamento de la Ley de Adquisiciones, Arrendamiento y Servicios del Sector Público.

En caso de no existir acuerdo de voluntades, las partes podrán optar por cualquier vía de solución a su controversia.

VIGÉSIMA NOVENA. JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA. Para todo lo relacionado con la interpretación y cumplimiento de este Contrato, las partes se someten expresamente a lo dispuesto en la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público y su Reglamento y, en caso de controversia sobre su interpretación y cumplimiento, las partes se someterán a la jurisdicción y competencia de los Tribunales Federales, sitos de la Ciudad de México, renunciando a cualquier otro fuero que pudiera corresponderles por razón de su domicilio o nacionalidad presentes o futuros.

TRIGÉSIMA. ANEXOS. Las partes reconocen que el presente Contrato se encuentra integrado por treinta (30) Cláusulas y 2 (dos) Anexos, mismos que firmados por las partes se agregan a este Contrato y se describen a continuación:

ANEXO	CONTENIDO
UNO	Propuesta Técnica y Económica de "EL PROVEEDOR"
DOS	Guía Breve de Uso de Marca México/País Viajemos Todos Por México

REVISIÓN JURÍDICA

Leído que fue por las partes el presente Contrato y enteradas las mismas de su contenido y alcance legal, lo firman por quintuplicado en la Ciudad de México, el 24 de marzo de 2017.

POR EL "CONSEJO"

Mtro. Francisco Javier Luna López
Director General Adjunto de Administración y Coordinación Internacional
Representante Legal

POR "EL PROVEEDOR"

Lic. Jorge Agustín Lutteroth Echegoyen
Representante Legal

Lic. Emmanuel Romain Ernest Rey
Encargado de la Dirección Ejecutiva de Mercadotecnia
Área responsable de administrar y verificar el cumplimiento del Contrato

Lic. José Antonio Lara del Olmo
Representante Legal

Lic. Nohemí Valdez Arroyo
Directora de Medios Nacional
Área responsable de administrar y verificar el cumplimiento del Contrato

VALIDACIÓN JURÍDICA

Lic. Sergio Alarcón Urueta
Director Ejecutivo de Asuntos Jurídicos

JURIDICO

ESTA HOJA DE FIRMAS ES PARTE INTEGRANTE DEL CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS NÚMERO 16/2017, CELEBRADO ENTRE EL CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V. Y LA EMPRESA TELEVISA, S.A. DE C.V., EN FECHA 24 DE MARZO DE 2017.

ANEXO UNO

DEL CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS NÚMERO 16/2017 CELEBRADO ENTRE EL CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V., Y LA EMPRESA TELEVISA, S.A. DE C.V.

PROPUESTA TÉCNICA Y ECONÓMICA DE "EL PROVEEDOR"

POR "EL CONSEJO"

Mtro. Francisco Javier Luna López
Director General Adjunto de Administración y Coordinación Internacional
Representante Legal

POR "EL PROVEEDOR"

Lic. Jorge Agustín Lutteroth Echegoyen
Representante Legal

Lic. Emmanuel Romain Ernest Rey
Encargado de la Dirección Ejecutiva de Mercadotecnia
Área responsable de administrar y verificar el cumplimiento del Contrato

Lic. José Antonio Lara del Olmo
Representante Legal

Lic. Nohemí Valdez Arroyo
Directora de Medios Nacional
Área responsable de administrar y verificar el cumplimiento del Contrato

JURIDICO

ESTA HOJA DE FIRMAS ES PARTE INTEGRANTE DEL CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS NÚMERO 16/2017, CELEBRADO ENTRE EL CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V. Y LA EMPRESA TELEVISA, S.A. DE C.V., EN FECHA 24 DE MARZO DE 2017.

Televisa

México, Distrito Federal a 09 de Marzo de 2017

Propuesta Técnica

De acuerdo con la solicitud del Consejo de Promoción Turística de México ("CPTM") se hace entrega de la siguiente propuesta técnica:

Televisa pone a consideración del CPTM los servicios publicitarios en Medios Digitales (según dicho término se define más adelante), ya que cuenta con los derechos exclusivos para llevar a cabo la prestación de los mismos.

De acuerdo con lo anterior y en caso de ser considerado por el CPTM los servicios ofrecidos en los espacios comerciales a través de la plataforma que comercializa Televisa para la transmisión de las campañas de publicidad institucional y programas cooperativos con el propósito de incentivar el mercado y difundir los diversos destinos nacionales, se deberá celebrar el contrato de prestación de servicios publicitarios correspondiente que establezca las especificaciones de los servicios publicitarios de la plataforma que el CPTM contrate:

Los sitios de Internet ubicados en: http://www.televisa.com, http://www.esmas.com, http://www.tevolucion.com, http://televisadeportes.com, http://noticierostelevisa.com y todos los sitios derivados ("Medios Digitales").

Se adjuntan a la presente, las cartas de la plataforma, mismas que incluyen el detalle de los servicios publicitarios que ponemos a consideración del CPTM.

Gabriel Olvera Aguilar

Gerente Comercial

EDITORIAL
Televisa

Ciudad de México 9 de Marzo 2016

PROPUESTA TÉCNICA Dentro de la gran variedad de títulos del portafolio de Editorial televisa, S.A. de C.V., comercializamos:

+Página Interior.- Página de publicidad en el interior de la revista

+Segunda Forros.- (página posterior a la portada) Tercera de Forros.- (página posterior a la contraportada o a la cuarta de forros) y Cuarta de forros (contraportada)

+Creatividades.- acciones especiales como gatefold de portada, interiores, impresiones con barniz especial, acetatos, etc.

+Libros.- ediciones especiales editadas en formatos de alta calidad editorial

+Revistas customizadas.- ediciones de nuestras revistas diseñadas exclusivamente para el cliente, en dichas ediciones el cliente tiene a su disposición todos los espacios publicitarios

+Integraciones de marca con publirreportajes, en los BTL y en Digital

+Activaciones en cualquier punto de la ciudad y el país, así como en nuestros eventos (BTL´S)

+Comunicación Digital con pautas de banners, notas, posteos, infografías, videos, etc. en nuestros sitios y en redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, Periscope, etc.) en general Bran Content, adaptada a los objetivos del cliente

+Cualquier herramienta publicitaria posible

*Lo anterior tendrá una vigencia del 1 de abril al 31 de diciembre de 2017.

ATENTAMENTE

ERNESTO SANCHEZ

DIRECTOR COMERCIAL

Av. Vasco de Quiroga No. 2000 Col Santa Fe C.P. 01210 Ciudad de México D.F. Tel. +52(55)5261

Televisa

Ciudad de México, a 09 de Marzo de 2017

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO S.A. DE C.V.
Viaducto Miguel Alemán No. 105, Col. Escandón C.P. 11800
México D.F.
P R E S E N T E

De acuerdo con la solicitud del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), se hace entrega de la siguiente propuesta económica 2017, que podrá ser ejercida para la ejecución de las campañas institucionales y los programas cooperativos que solicite el CPTM, por la cantidad de $ 145'000,000.00 (Ciento Cuarenta y Cinco Millones 00/100 M.N.) incluye I.V.A., como monto mínimo y $250,000,000.00 (Doscientos Cincuenta Millones 00/100 M.N.) incluye I.V.A., como monto máximo, que podrán ser utilizados a través de compra de espacios publicitarios en Televisión Radiodifundida con origen en la ciudad de México Canal 2 con distintivo de llamada XEW-TV, Canal 4 "FORO TV" con distintivo de llamada XHTV-TV, Canal 5 con distintivo de llamada XHGC –TV., y Canal 9 con distintivo de llamada XEQ-TV, y las estaciones afiliadas respectivas en la Republica Mexicana, Televisión de Paga, Medios Digitales (Internet) y Editorial Televisa, conforme a las propuestas económicas que se anexan a la presente.

Gabriel Olvera Aguilar

Gerente Comercial

Televisa

Ciudad de México a 09 de Marzo de 2017

Propuesta Económica

De acuerdo con la solicitud del Consejo de Promoción Turística de México se hace entrega de la siguiente propuesta económica 2017, que podrá ser ejercida para la ejecución de las campañas institucionales y los programas cooperativos que solicite.

- La cantidad de $ 112'500,000.00 (Ciento Doce Millones Quinientos Mil Pesos 00/100 M.N.) incluye IVA y podrá ser ejercido a través de los Canales de Televisión Radiodifundida que comercializa Televisa.

- Se adjuntan a la presente las tarifas aplicables para las siguientes plataformas:

Televisión Radiodifundida de los Canales Ancla y Regional	Tarifas de Referencia e Index en Televisión Radiodifundida de los Canales Ancla y Regional 2017 (no incluyen I.V.A.)

- Las tarifas de eventos especiales y deportivos, finales de telenovelas, programas especiales, partidos de futbol, y acciones especiales, se publican por separado. En el caso de que un programa abarque en su transmisión dos franjas horarias con diferentes tarifas, se aplicará la más alta para la totalidad del programa.

- En caso de que se requiera que alguno de los spots se paute con posición especial se cobrara un costo adicional del 30% sobre la tarifa que corresponda.

- Si se solicita un Roadblock (spot transmitido simultáneamente en más de un canal en un mismo horario) el incremento será del 50% por cada spot sobre la tarifa que corresponda.

- Pago de servicios devengados de conformidad con lo establecido en el contrato que en su caso se celebre.

Gabriel Olvera Aguilar.

Gerente Comercial

Televisa

Ciudad de México, a 09 de Marzo de 2017

Propuesta Económica

De acuerdo con la solicitud del Consejo de Promoción Turística de México se hace entrega de la siguiente propuesta económica 2017, que podrá ser ejercida para la ejecución de las campañas institucionales y los programas cooperativos que solicite.

- La cantidad de $21'000,000.00 (Veintiun Millones de Pesos 00/100 M.N.) incluye IVA y podrá ser ejercido a través de los Canales de Televisión Restringida que comercializa Televisa.

- Se adjuntan a la presente las tarifas aplicables para:

Televisión de Paga	Tarifas CPTM 2017 Netas Televisión de Paga

- Las tarifas de eventos especiales y deportivos, finales de telenovelas, programas especiales, partidos de futbol, y acciones especiales, se publican por separado. En el caso de que un programa abarque en su transmisión dos franjas horarias con diferentes tarifas, se aplicará la más alta para la totalidad del programa.

- En caso de que se requiera que alguno de los spots se paute con posición especial se cobrara un costo adicional del 30% sobre la tarifa que corresponda.

- Si se solicita un Roadblock (spot transmitido simultáneamente en más de un canal en un mismo horario) el incremento será del 50% por cada spot sobre la tarifa que corresponda.

- Pago de servicios devengados de conformidad con lo establecido en el contrato que en su caso se celebre.

Gabriel Olvera Aguilar

Gerente Comercial

Televisa

Ciudad de México, a 09 de Marzo de 2017

Propuesta Económica

De acuerdo con la solicitud del Consejo de Promoción Turística de México se hace entrega de la siguiente propuesta económica 2017, que podrá ser ejercida para la ejecución de las campañas institucionales y los programas cooperativos que solicite.

- La cantidad de $1'500,000.00 (Un Millón Quinientos Mil Pesos 00/100 M.N.) incluye IVA, y podrá ser ejercido en Medios Digitales que comercializa Televisa.

- Se adjuntan a la presente las tarifas aplicables para las siguientes plataformas:

Interactive Media (internet)	Tarifas CPTM 2017 Netas Digital

- Las tarifas de eventos especiales y deportivos, finales de telenovelas, programas especiales, partidos de futbol, y acciones especiales, se publican por separado.

- En caso de que se requiera que alguno de los spots se paute con posición especial se cobrara un costo adicional del 30% sobre la tarifa que corresponda.

- Pago de servicios devengados de conformidad con lo establecido en el contrato que en su caso se celebre.

Gabriel Olvera Aguilar

Gerente Comercial

EDITORIAL
Televisa

Ciudad de México a 9 de Marzo 2017

PROPUESTA ECONÓMICA

De acuerdo con la solicitud del Consejo de Promoción Turística de México se hace entrega de la siguiente propuesta económica:

*Inversión en Medios publicitarios 2017 que comercializa Editorial Televisa, S.A. de C.V., presupuesto que podrá ser ejercido por la ejecución de las campañas institucionales y los programas cooperativos de la siguiente manera:

-La cantidad de $10,000,000.00 (Diez millones de pesos 00/100 M.N) I.V.A incluido podrá ser ejercido a través de las diferentes plataformas comerciales, Print, Digital, Btl y Eventos

Se adjunta la presente las tarifas aplicables para:

EDITORIAL TELEVISA S.A. DE C.V., TARIFAS CPTM 2017 NETAS

*En caso de pautar alguna creatividad el costo varía dependiendo el título y la complejidad de la creatividad.

Pago de Servicios devengados de conformidad con lo establecido en el contrato que en su caso se celebre

Vigencia del 1 de abril al 31 de diciembre de 2017

ERNESTO CASTAÑEDA

DIRECTOR COMERCIAL COMERCIAL

Av. Vasco de Quiroga No. 2000 Col Santa Fe C.P. 01210 Ciudad de México Tel. +52(55)5261

ANEXO DOS

DEL CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS NÚMERO 16/2017 CELEBRADO ENTRE EL CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V., Y LA EMPRESA TELEVISA, S.A. DE C.V.

GUÍA BREVE DE USO DE MARCA MÉXICO/PAÍS

VIAJEMOS TODOS POR MÉXICO

POR "EL CONSEJO"

Mtro. Francisco Javier Luna López
Director General Adjunto de Administración y Coordinación Internacional
Representante Legal

Lic. Emmanuel Romain Ernest Rey
Encargado de la Dirección Ejecutiva de Mercadotecnia
Área responsable de administrar y verificar el cumplimiento del Contrato

Lic. Nohemí Valdez Arroyo
Directora de Medios Nacional
Área responsable de administrar y verificar el cumplimiento del Contrato

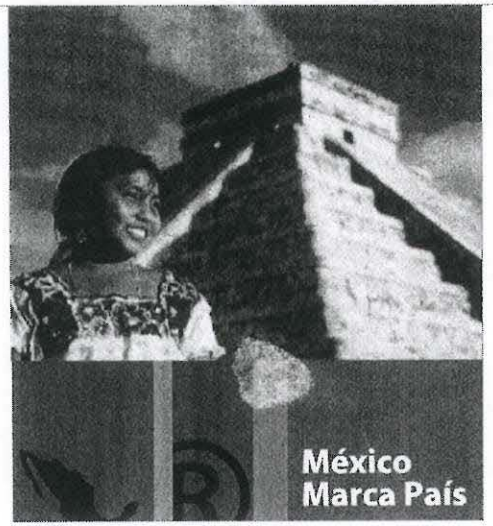
POR "EL PROVEEDOR"

Lic. Jorge Agustín Lutteroth Echegoyen
Representante Legal

Lic. José Antonio Lara del Olmo
Representante Legal

ESTA HOJA DE FIRMAS ES PARTE INTEGRANTE DEL CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS NÚMERO 16/2017, CELEBRADO ENTRE EL CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, S.A. DE C.V. Y LA EMPRESA TELEVISA, S.A. DE C.V., EN FECHA 24 DE MARZO DE 2017.

REVISIÓN MÉXICO JURÍDICO



Introducción

1

... México, país de luz, fusión de culturas,
sonrisa eterna de su gente....

México
Marca País

Índice

1 Introducción
1.1 Imagen ante el mundo
1.2 Cómo usar esta guía
1.3 Posicionamiento

2 Propiedades
2.1 La Marca
2.2 Áreas de protección y tamaño mínimo
2.3 Marca en blanco y negro.
2.4 Marca simplificada. Dos tintas
2.5 Marca simplificada. Una tinta con pantallas
2.6 Marca simplificada. Una tinta sólida.
2.7 Paleta principal de color de la Marca
2.8 Tipografía
2.9 La Marca con razón social
2.10 La Marca con lema
2.11 Usos incorrectos 1 y 2

Imagen ante el mundo

La oferta de beneficios a nivel mundial ha generado en cada país la necesidad de trabajar intensamente en la proyección de sus bondades hacia el extranjero. El Consejo de Promoción Turística de México ha querido reforzar su posición en el mundo evolucionando su imagen gráfica en búsqueda de una mayor proyección entre las naciones.

La idea es desarrollar una identidad de marca que comunique la actualidad de nuestro país, que evoque de forma sencilla nuestra fortaleza y que rompa estereotipos ante el mundo.

Con el fin de estandarizar y reglamentar el tratamiento visual y la aplicación gráfica de la marca México/País y tomando en cuenta los alcances de la misma, se propone esta guía breve de uso de marca, cuyo objetivo es servir de instrumento y de orientación para todas aquellas personas que tengan injerencia o que participen en los esfuerzos de comunicación del Consejo de Promoción Turística.

Confiamos en transmitir, a través de esta guía, la inspiración que motivó la propuesta de renovación y el impacto que se busca para expresar nuestro presente, a través de una imagen sólida y memorable ante todas las poblaciones del mundo.

Cómo usar esta guía

Es indispensable leer detenidamente las páginas de esta guía breve de uso de Marca para familiarizarse con su contenido de forma que se apliquen correctamente las normas establecidas en ella descritas.

Esta guía contiene aplicaciones específicas y reglas necesarias para evitar cualquier error que altere el diseño original o disminuya los alcances de comunicación de esta Marca/País.

Es importante señalar que los elementos gráficos y metodológicos de la presente guía no pueden ser reproducidos con fines distintos a los del Consejo de Promoción Turística de México.

Para cualquier duda sobre la aplicación correcta de la Marca México, deberá hacerse una consulta al responsable de la Gerencia de Marca del Consejo de Promoción Turística a la siguiente dirección de e-mail: gerenciademarca@visitmexico.com

Al final de esta guía se encuentra un disco compacto que incluye los documentos digitales de la Marca México para utilizarse en impresión o en medios digitales.

Nota: Los colores impresos en esta guía no deberán ser tomados como base para reproducción, por lo que se deberá consultar la guía oficial Pantone Matching System o las equivalencias de Selección de Color (CMYK) que se encuentran indicadas en este documento.

Posicionamiento

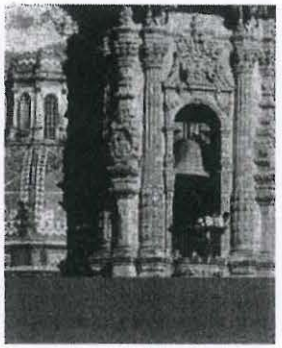
El Consejo de Promocion Turística de México (CPTM) identificó la oportunidad de revisar y renovar la imagen de marca México como destino turístico para proyectar una imagen distintiva, apropiada y relevante al mercado nacional e internacional y representar la oferta global del país de forma consistente y unificada.

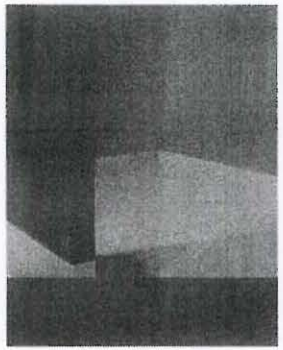
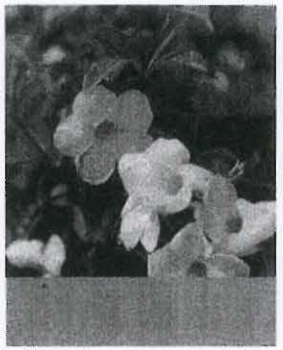
México se posiciona en el mundo como un país único, y diverso, más allá de la hospitalidad.

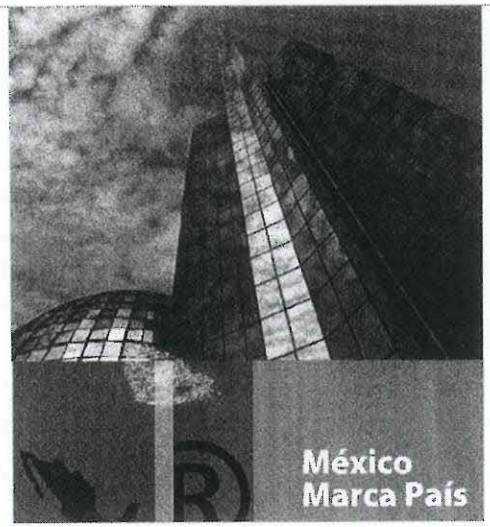
México es una cultura milenaria y una sociedad original; rico en historia, tradiciones y naturaleza; gente simpática e ingeniosa. México en un país de luz, rico en colores y sabores. México es un puente de encuentro entre la tradición ancestral y la vanguardia moderna.

México también es:
- Un lugar de mezcla, de fusión, de diálogo y de adaptación.
- Una tierra de oportunidades y certidumbre.
- Un sitio de productos originales y soluciones innovadoras.

La combinación: diversidad cultural, flexibilidad y adaptación, posiciona a México como un país con raíces (tradición) y con aspiraciones (modernidad). La síntesis de ambas dimensiones brinda una imagen potente y favorable para obtener beneficios en los intercambios de la globalización.





Propiedades

2

... México, país diverso y vibrante, casa de gente alegre, hospitalaria y viva...

La Marca México

El concepto de la Marca México busca proyectar la inmensa diversidad de nuestro país en términos de riqueza, calidez y alegría. La identidad de nuestra patria se basa en el resultado de la intersección de realidades a través del tiempo, que van desde nuestra milenaria herencia prehispánica, la riqueza de la etapa virreinal, hasta la moderna propuesta contemporánea dentro de una tierra fértil y llena de bondades.

La Marca México se compone de un arreglo tipográfico de la palabra México en una combinación de altas y bajas con acento (elemento gráfico propio de nuestra lengua) que contiene una serie de elementos distintivos de nuestra evolución, que con el tiempo se han consolidado como identificadores inconfundibles de nuestra patria.

México es también color y de ahí la gama de valores cromáticos de temperaturas encontradas (cálidos, estridentes y vivos) que proyectan la riqueza visual de nuestro país; el rojo, color patrio, símbolo de pasión y sangre; magenta (llamado rosa mexicano), pigmento generado por nuestros ancestros y símbolo del carisma mexicano; amarillo, color de luz, de flora; morado, color popular de misterio y magia; verde, color de abundancia y vida y finalmente el color turquesa, color propio de nuestras costas.

La Marca México es proyección de vida, alegría, diversidad y hospitalidad.

MÉXICO

Áreas de protección y tamaño mínimo

Debido a la gran cantidad de participantes en los esfuerzos de comunicación de la Marca México como las diferentes entidades federativas, patrocinadores y/o socios comerciales, se le ha asignado el área de protección, que deberá ser respetada en su aplicación cuando comparta espacio con ellos.

Ya que la estructura visual de la Marca México tiene una construcción que parte de su propia composición tipográfica, se ha tomado como unidad de medida de protección la letra "x", la cual establece las medidas de alto y ancho que componen el espacio mínimo que deberá proteger la Marca México de sus acompañantes en cualquier pieza de comunicación tanto impresa como digital o de medios.

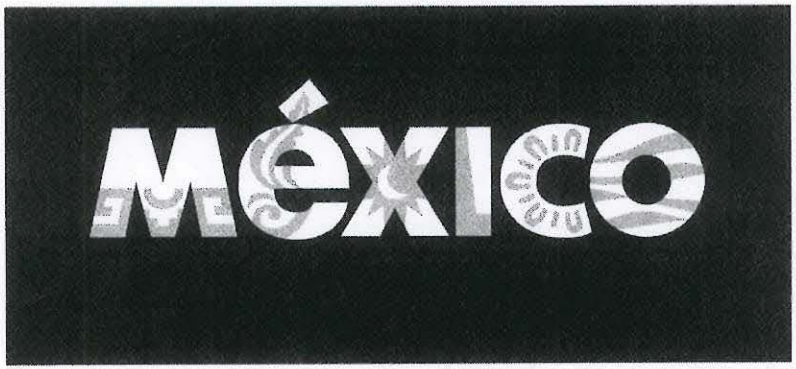
De igual manera, se sugiere tomar la medida que existe desde la base de la letra X (de la Marca) hasta su primer vértice como medida de altura de las mayúsculas para los textos que formen parte de la Razón Social o textos comerciales, como slogans.

Es importante señalar que el interletraje de las palabras que forman la Razón Social deberá ajustarse al largo de la marca México, exceptuando su aplicación en los idiomas: inglés, alemán y japonés (esto debido a que la extensión es muy corta).

Uno de los factores importantes en el desarrollo de la Marca México es el de reducción. Aunque es recomendable no utilizar la Marca en su tamaño mínimo, sí se propone una reducción crítica (cuya altura es de 5 mm.) para aquellos casos en que sea absolutamente necesario.

Marca en blanco y negro

El contexto de la Marca México también contempla aplicaciones en blanco y negro, para su inserción en medios como el periódico (prensa). Tomando en cuenta esto, se ha desarrollado una versión de la Marca para aplicarse en escala de grises (contemplando la ganancia de punto de este sistema de impresión) para aplicarse tanto en fondo blanco como sobre fondo negro.



Fondo Blanco:
Negro 100%
Negro 60%

Fondo Negro:
Blanco
Negro 20%

Marca simplificada. 2 tintas

Se han considerado también las limitantes de impresión a las que se podría enfrentar la Marca México, así como los distintos presupuestos que dictan las condiciones de reproducción de algunas piezas de comunicación.

La Marca México cuenta con algunas variantes de simplificación en términos de número de tintas y los sistemas de impresión comunmente conocidos.

Una de estas variantes es la que depende de dos tintas únicamente, para la cual se propone emplear una de las 6 tintas directas de la Marca al 100% y un porcentaje de negro que sobreimprima para generar las texturas como se muestra en estos ejemplos.

Nota: Es necesario observar que cuando la marca se imprima en rojo 1795, en morado 248 o en verde turquesa 7467, el porcentaje de negro deberá ser del 25%, mientras que en los otros colores deberá ser del 20%, excepto en el amarillo 130 que será 15%.

Nota: Los colores impresos en esta guía no deberán ser tomados como base para reproducción, por lo que se deberá consultar la guía oficial Pantone Matching System o las equivalencias de Selección de Color (CMYK) que se encuentran indicadas en esta página.

PMS 1795 C
Negro 25%

PANTONE Process Magenta
Negro 20%

PMS 130 C
Negro 15%

PMS 248 C
Negro 25%

PMS 376 C
Negro 20%

PMS 7467 C
Negro 25%

Marca simplificada. 1 tinta con pantalla

Otra de estas variantes es la que depende de una tinta unicamente. En este caso se propone generar las texturas con el empleo de un porcentaje del 65% de tinta, de forma que la Marca conserve la vividez del color sin perder la comunicación de los elementos gráficos.

Nota: Los colores impresos en esta guía no deberán ser tomados como base para reproducción, por lo que se deberá consultar la guía oficial Pantone Matching System o las equivalencias de Selección de Color (CMYK) que se encuentran indicadas en esta página.

PMS 1795 C
PMS 1795 C al 65%

PMS Process Magenta
PMS Process Magenta al 65%

PMS130 C
PMS130 C al 65%

PMS248 C
PMS248 C al 65%

PMS 376 C
PMS 376 C al 65%

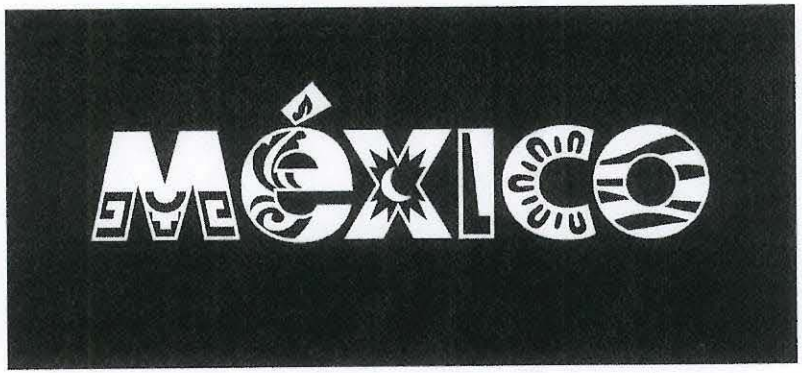
PMS 7467 C
PMS 7467 C al 65%

Marca simplificada, 1 tinta sólida

Una más de las posibles aplicaciones es la que se refiere a aquellos casos en los que únicamente se pueda emplear una sola tinta.

Esta variante cubre los requerimientos para aplicaciones especiales como grabados ciegos (sin tinta), ya sea sobre piel o superficies de papel.

Existe también la posibilidad de generar altos y bajos relieves si así se desea o bien emplear esta variante para su impresión en Hot Stamping.



Paleta de colores

Tomando en cuenta la variedad de pr[illegible] sistemas, tanto de impresión como de comunicación digital, se ha seleccionado una paleta de color que distinga a nuestro país y que sea consistente en luminosidad dependiendo el medio en que se aplique. De ahí que la Marca México se deberá aplicar con las siguientes propiedades de color, tanto a nivel luz (rgb) como impresión (tintas directas o selección de color cmyk).

Nota: Los colores impresos en esta guía no deberán ser tomados como base para reproducción, por lo que se deberá consultar la guía oficial Pantone Matching System o las equivalencias de Selección de Color (CMYK) que se encuentran indicadas en esta página.

Pantone Solid coated

PMS 1795 C	PMS Process Magenta C	PMS 130 C	PMS 248 C	PMS 376 C	PMS 7467 C
PMS 201 C	PMS 676 C	PMS 158 C	PMS 512 C	PMS 377 C	PMS 322 C

Process CMYK

C: 0 M: 100 Y: 90 K: 0	C: 0 M: 100 Y: 0 K: 0	C: 0 M: 40 Y: 100 K: 0	C: 30 M: 100 Y: 0 K: 0	C: 50 M: 0 Y: 100 K: 0	C: 100 M: 0 Y: 30 K: 0
C: 0 M: 100 Y: 90 K: 25	C: 0 M: 100 Y: 0 K: 25	C: 0 M: 60 Y: 100 K: 0	C: 50 M: 100 Y: 0 K: 20	C: 50 M: 0 Y: 100 K: 25	C: 100 M: 3 Y: 30 K: 30

RGB

R:253, G:0, B:13	R:240, G:2, B:127	R:255, G:153, B:0	R:174, G:1, B:126	R:127, G:195, B:28	R:0, G:153, B:153
R:190, G:0, B:10	R:180, G:1, B:95	R:255, G:102, B:0	R:103, G:1, B:100	R:95, G:146, B:21	R:0, G:104, B:108

Tipografía

Una parte importante en los esfuerzos de comunicación es la personalidad que se proyecte en todos los textos y comunicados que tengan que ver con la Marca México, para ello se ha seleccionado una familia tipográfica desarrollada por Adobe Systems: "Myriad Pro" (formato OpenType), la cual deberá ser empleada para componer textos de cualquier tipo, ya sean títulos, subtítulos, llamadas o cuerpo de texto para comunicados extensos.

Myriad cuenta con una personalidad cálida y una excelente lectura debido al tratamientode las letras, así como a sus proporciones.

La estructura abierta de Myriad permite componer ajustes precisos de textos así como una lectura cómoda y variada, lo cual favorece a la Marca México, dándole una identidad fresca y actual.

Myriad Pro Black
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Myriad Pro Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Myriad Pro Semibold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Myriad Pro Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Myriad Pro Light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Marca con Razón Social

La Razón Social de la Marca México es: "Consejo de Promoción Turística de México". Pensando en las diferentes traducciones para otros países en donde el Consejo de Promoción Turística tenga actividades, se han creado las varientes de la Marca con su Razón Social en varios idiomas.

Es importante señalar que el interletraje de las palabras que forman la Razón Social deberá ajustarse al largo de la marca México, exceptuando su aplicación en los idiomas: inglés, alemán y japonés (esto debido a que la extensión es muy corta).

MÉXICO
Consejo de Promoción Turística — Español

MÉXICO
Conseil de Promotion Touristique — Francés

MÉXICO
Tourism Board — Inglés

MÉXICO
Ente per la Promozione Turistica — Italiano

MÉXICO
Conselho de Promoção Turistica — Portugués

MÉXICO
メキシコ観光局 — Japonés

MÉXICO
Fremdenverkehrsbüro — Alemán

Marca con Lema

El Consejo de Promocion Turística cuenta con una campaña de publicidad que refuerza la imagen de México como destino turístico a nivel mundial y se ha desarrollado la solución gráfica para este proposito.

El área de texto asignada será siempre al mismo puntaje y podrá cambiar si el CPTM decide modificar los lemas tanto en español como en idioma inglés o algún otro si así lo requiere.

MÉXICO

Vive hoy, vive lo tuyo

MÉXICO

Beyond your expectations

Usos incorrectos

Es importante ajustarse a los lineamientos de este guía de uso de Marca, de modo que la proyección de la imagen de nuestro país sea consistente y adecuada.

Cualquier alteración en posición, tamaño, empleo de colores en la Marca México resultaría en una comunicación desfavorable hacia el público objetivo.

Con el fin de evitar malas interpretaciones y ejecuciones defectuosas, se han seleccionado algunos ejemplos de usos incorrectos de la Marca México como se muestran en esta página y en la siguiente.

No cambiar paleta de color

No deformar la Marca

No cambiar la tipografía asignada

No generar degradados

No modificar el espacio entre letras

No inclinar la marca

Usos incorrectos 2

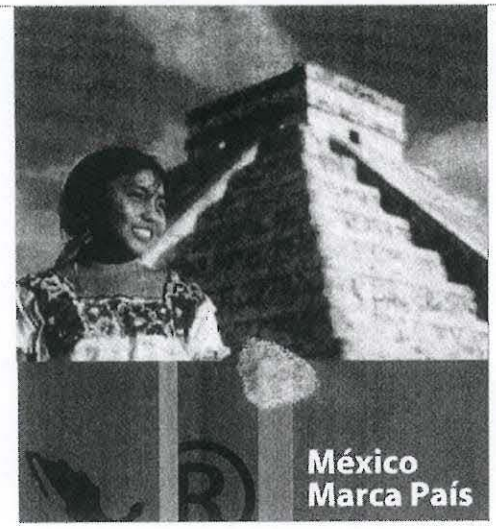
No aplicar volumen a la Marca

No colocar la marca
sobre fondos similares
a los de la paleta de color

No agregar contornos a la Marca

No emplear la Marca sin sus texturas

No agregar sombras



Introducción

1

... México, país de luz, fusión de culturas, sonrisa eterna de su gente....

México
Marca País

Índice

1 Introducción
1.1 Imagen ante el mundo
1.2 Cómo usar esta guía
1.3 Posicionamiento

2 Propiedades
2.1 La Marca
2.2 Áreas de protección y tamaño mínimo
2.3 Marca en blanco y negro.
2.4 Marca simplificada. Dos tintas
2.5 Marca simplificada. Una tinta con pantallas
2.6 Marca simplificada. Una tinta sólida.
2.7 Paleta principal de color de la Marca
2.8 Tipografía
2.9 La Marca con razón social
2.10 La Marca con lema
2.11 Usos incorrectos 1 y 2

México
Marca País

Imagen ante el mundo

La oferta de beneficios a nivel mundial ha generado en cada país la necesidad de trabajar intensamente en la proyección de sus bondades hacia el extranjero. El Consejo de Promoción Turística de México ha querido reforzar su posición en el mundo evolucionando su imagen gráfica en búsqueda de una mayor proyección entre las naciones.

La idea es desarrollar una identidad de marca que comunique la actualidad de nuestro país, que evoque de forma sencilla nuestra fortaleza y que rompa estereotipos ante el mundo.

Con el fin de estandarizar y reglamentar el tratamiento visual y la aplicación gráfica de la marca México/País y tomando en cuenta los alcances de la misma, se propone esta guía breve de uso de marca, cuyo objetivo es servir de instrumento y de orientación para todas aquellas personas que tengan injerencia o que participen en los esfuerzos de comunicación del Consejo de Promoción Turística.

Confiamos en transmitir, a través de esta guía, la inspiración que motivó la propuesta de renovación y el impacto que se busca para expresar nuestro presente, a través de una imagen sólida y memorable ante todas las poblaciones del mundo.

Cómo usar esta guía

Es indispensable leer detenidamente las páginas de esta guía breve de uso de Marca para familiarizarse con su contenido de forma que se apliquen correctamente las normas establecidas en ella descritas.

Esta guía contiene aplicaciones específicas y reglas necesarias para evitar cualquier error que altere el diseño original o disminuya los alcances de comunicación de esta Marca/País.

Es importante señalar que los elementos gráficos y metodológicos de la presente guía no pueden ser reproducidos con fines distintos a los del Consejo de Promoción Turística de México.

Para cualquier duda sobre la aplicación correcta de la Marca México, deberá hacerse una consulta al responsable de la Gerencia de Marca del Consejo de Promoción Turística a la siguiente dirección de e-mail: gerenciademarca@visitmexico.com

Al final de esta guía se encuentra un disco compacto que incluye los documentos digitales de la Marca México para utilizarse en impresión o en medios digitales.

Nota: Los colores impresos en esta guía no deberán ser tomados como base para reproducción, por lo que se deberá consultar la guía oficial Pantone Matching System o las equivalencias de Selección de Color (CMYK) que se encuentran indicadas en este documento.

Posicionamiento

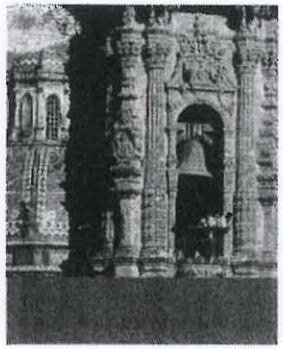
El Consejo de Promocion Turística de México (CPTM) identificó la oportunidad de revisar y renovar la imagen de marca México como destino turístico para proyectar una imagen distintiva, apropiada y relevante al mercado nacional e internacional y representar la oferta global del país de forma consistente y unificada.

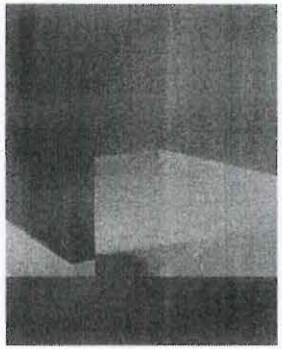
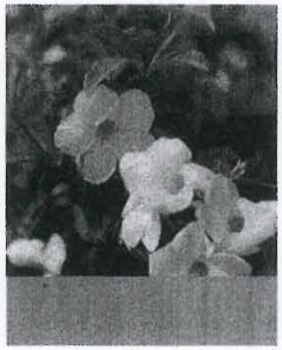
México se posiciona en el mundo como un país único, y diverso, más allá de la hospitalidad.

México es una cultura milenaria y una sociedad original; rico en historia, tradiciones y naturaleza; gente simpática e ingeniosa. México en un país de luz, rico en colores y sabores. México es un puente de encuentro entre la tradición ancestral y la vanguardia moderna.

México también es:
- Un lugar de mezcla, de fusión, de diálogo y de adaptación.
- Una tierra de oportunidades y certidumbre.
- Un sitio de productos originales y soluciones innovadoras.

La combinación: diversidad cultural, flexibilidad y adaptación, posiciona a México como un país con raíces (tradición) y con aspiraciones (modernidad). La síntesis de ambas dimensiones brinda una imagen potente y favorable para obtener beneficios en los intercambios de la globalización.

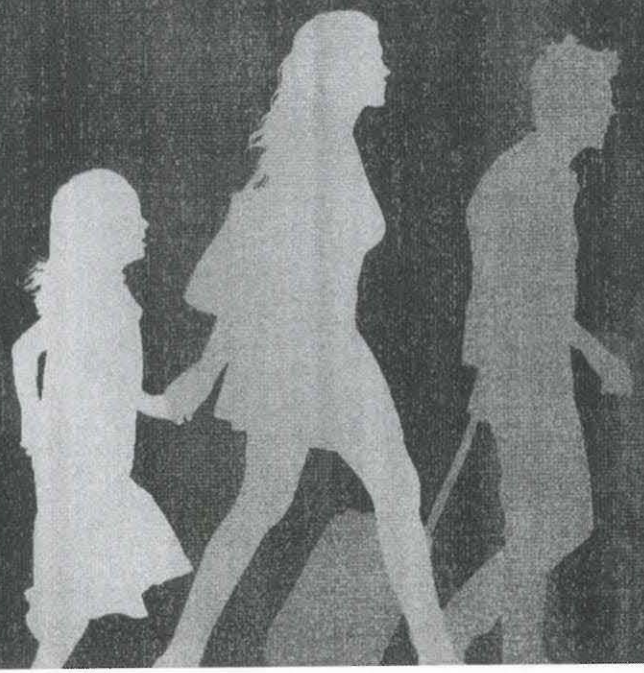


VIAJEMOS TODOS
POR MÉXICO

MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA

ABRIL 2016 | **VERSIÓN 1.0**



contenido

1. IDENTIDAD GRÁFICA
- 1.1. IDENTIDAD
- 1.2. CONSTRUCCIÓN Y ÁREA DE SEGURIDAD
- 1.3. TAMAÑO MÍNIMO
- 1.4. USO DE COLOR Y VALORES
- 1.5. TIPOGRAFÍA
- 1.6. VERSIONES ALTERNAS
- 1.7. USOS CORRECTOS

2. EJEMPLOS APLICACIÓN
- 2.1. EJEMPLOS DE APLICACIÓN
- 2.2. EJEMPLOS DE APLICACIÓN 2 LOGOS
- 2.3. PUBLICIDAD

3. LINEAMIENTOS DEL USO DEL TAG
- 3.1. ÁREA DE SEGURIDAD
- 3.2. INCLINACIÓN
- 3.3. USO DEL TAG

4. CIERRES DE SPOTS
- 4.1. ORDEN DE LOS LOGOS

identidad gráfica

identidad gráfica

IDENTIDAD GRÁFICA

La imagen gráfica de VIAJEMOS TODOS POR MÉXICO está representada por 6 siluetas que forman un eje de movimiento, representando personas viajando.
Los elementos complementarios (tipografía) se disponen de forma integral, funcionan como puente por donde caminan los personajes.
El empleo de colores corresponde a los del logotipo de la marca México.
Nuestra identidad es una imagen que comunica viajemos y seamos un país en movimiento que va hacia adelante, a un mejor porvenir.

identidad gráfica

CONSTRUCCIÓN BÁSICA Y ÁREA DE SEGURIDAD

Se utiliza la unidad "X" para definir las dimensiones y espaciado entre los elementos, así como también su área de seguridad (indicada en gris), con el fin de proteger la integridad de la imagen gráfica

2 cm

identidad gráfica

TAMAÑO MÍNIMO

Asegurar la legibilidad de los elementos que conforman la identidad, es imperativo.
Por esta razón, el tamaño de la firma debe mantener un tamaño mínimo de 2 cm, respetando la proporción del resto de los elementos, así podremos conseguir la reproducción y legibilidad adecuada de la identidad.

PMS 1795 C	PMS 248 C	PMS 130 C	PMS 158 C	PMS 7467 C	PMS 432 C
C: 0 M: 100 Y: 90 K: 0	C: 30 M: 100 Y: 0 K: 0	C: 0 M: 40 Y: 100 K: 0	C: 0 M: 100 Y: 90 K: 0	C: 0 M: 60 Y: 100 K: 0	C: 0 M: 25 Y: 50 K: 73

identidad gráfica

USO DE COLOR Y VALORES

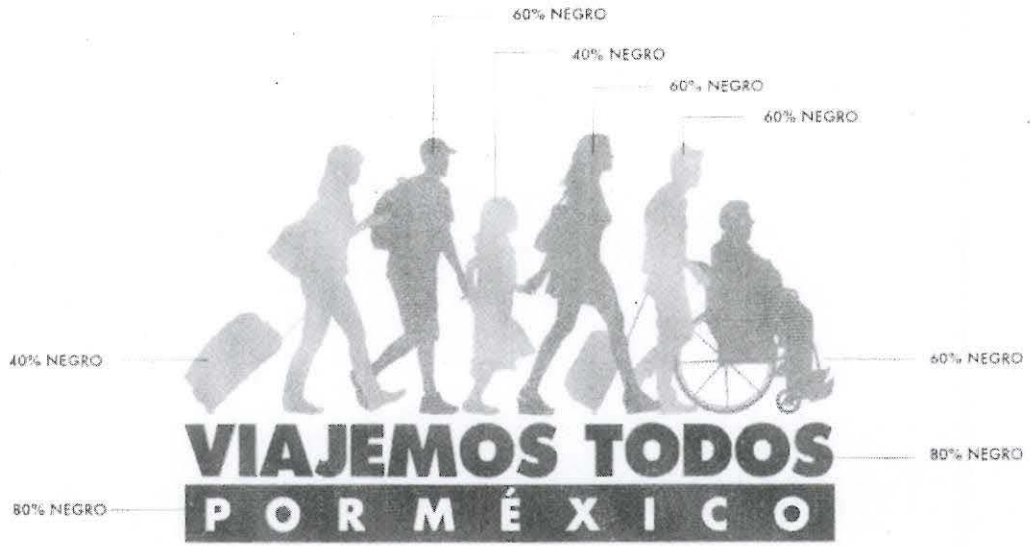
Presentamos la única opción existente de uso de color, dependiendo de las necesidades específicas del medio en el cual se reproducirá la identidad. Se utilizará, siempre que sea posible, impresión a selección a color (CMYK) sobre soporte blanco.

* Cuando el color del fondo sea igual o mayor al 50% de la concentración total de la Tinta, deberá utilizarse la tipografía calada en blanco.

identidad gráfica

USO DE COLOR Y VALORES

Se utilizará, siempre que sea posible, impresión a selección a color (CMYK) sobre soporte blanco. De no ser posible, se buscarán colores que contrasten con las imágenes y conserven la lectura de la marca.



NEGRO 80%

NEGRO 60%

NEGRO 40%

identidad gráfica

USO DE COLOR Y VALORES

ESCALA DE GRISES

Cuando no haya posibilidad de imprimir en color, se utilizará la escala de grises sugerida.

identidad gráfica

USO DE COLOR Y VALORES

BLANCO Y NEGRO

Cuando la impresión sea a una sola tinta y se tenga que utilizar el logo en blanco o en negro, hay que utilizar el logo que tiene una pequeña expansión en el outline, para que los elementos humanos del logo no se emplasten por completo.

FUTURA EXTRABOLD

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz
0123456789 " * ¡!¿?@$"

FUTURA MEDIUM

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz
0123456789 " * ¡!¿?@$"

identidad gráfica

TIPOGRAFÍA

La familia tipográfica en la que se basa el logotipo es la FUTURA EXTRABOLD.
Se utiliza en el logotipo y eslogan.
La tipografía FUTURA MEDIUM se utilizará exclusivamente para textos largos.

CENEFA DECORATIVA

VERSIÓN EXTENDIDA

DENTRO DE ALGÚN SOPORTE

identidad gráfica

VERSIONES ALTERNAS

Para conservar la integridad de la identidad gráfica, mostramos los únicos usos alternos de la misma, fuera de los aquí presentados, será un uso incorrecto.

(Ver usos incorrectos)

NO VERTICAL

NO CAMBIAR COLOR

NO CAMBIAR FORMA

NO USAR SEPARADO

NO USAR SOMBRA

NO SOBRE FONDOS DE COLORES SIMILARES

identidad gráfica

USOS INCORRECTOS

Cualquier alteración de los elementos de la identidad grafica, el uso de colores diferentes a los especificados o la invasión del área de protección, representa una violación a las especificaciones aquí contenidas

ejemplos aplicación

ejemplos aplicación

Las aplicaciones publicitarias deben construirse en base a los lineamientos y valores básicos de identidad, mencionados en este manual. Se debe utilizar el logotipo como motivo principal en combinación con los colores complementarios para garantizar el impacto de cada pieza.

DOBLE PLANA

PLANA COMPLETA

ROBAPLANA

1/4 DE PLANA

1/8 DE PLANA

2/3 DE PLANA HORIZONTAL

MEDIA PLANA HORIZONTAL

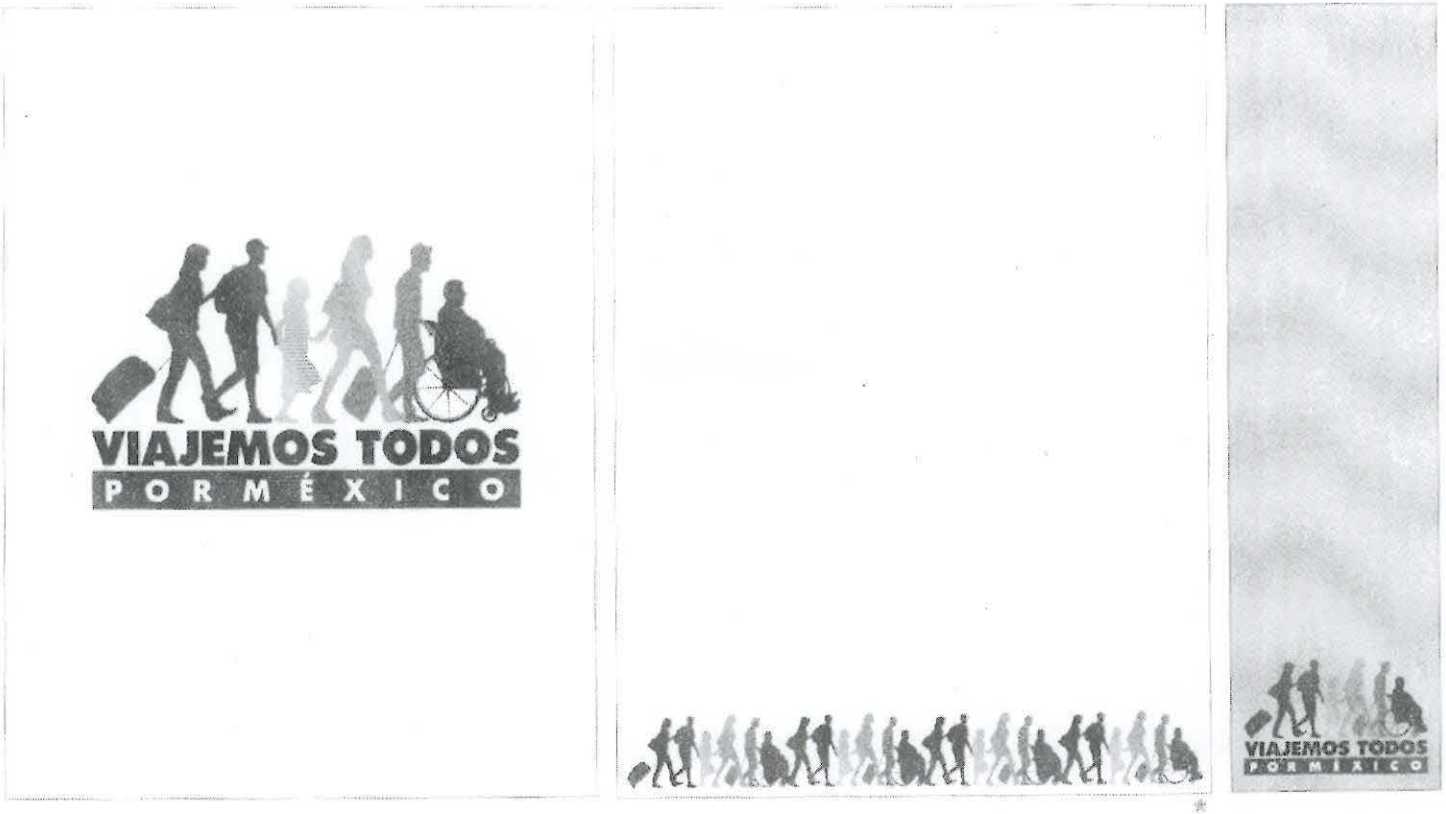
1/3 DE PLANA HORIZONTAL

1/4 DE PLANA HORIZONTAL

2/3 DE PLANA VERTICAL

MEDIA PLANA VERTICAL

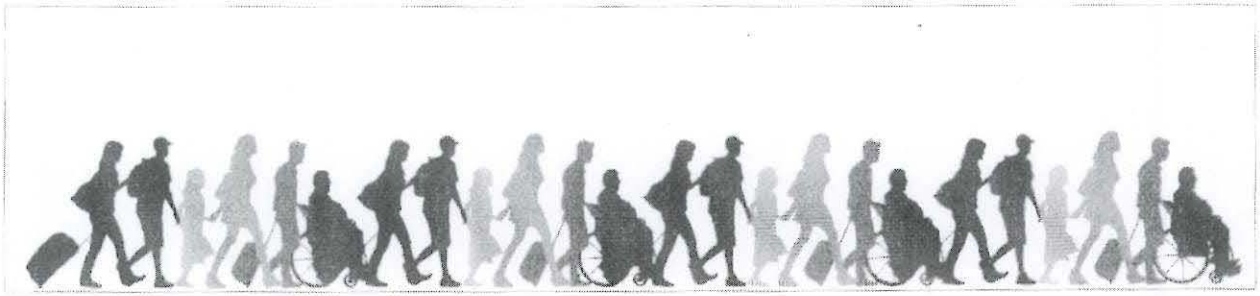
Para aquellas aplicaciones de publicidad en que se requiera total libertad para el desarrollo de publicidad, se ha creado una diagramación que permite la inclusión de artes de forma flexible, asegurando la integridad de la identidad gráfica

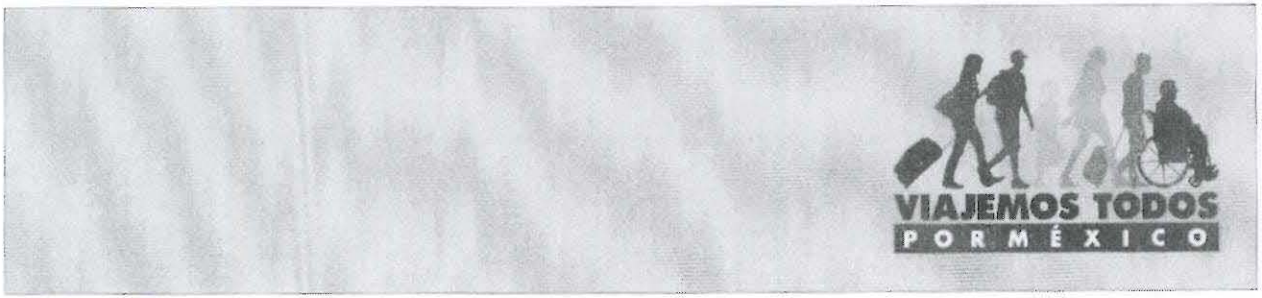


ejemplos aplicación

Para aquellas aplicaciones de papelería o publicidad en que el logo de *"Viajemos todos por México"* sea el elemento principal del arte se ha creado una diagramación que permite la inclusión de artes de forma flexible, asegurando la integridad de la identidad gráfica.

*El uso de la ceneta es de uso ornamental, para pies de páginas, cintillos, etc., siempre y cuando en la misma publicación se este utilizando el logo de *"Viajemos todos por México"* completo.





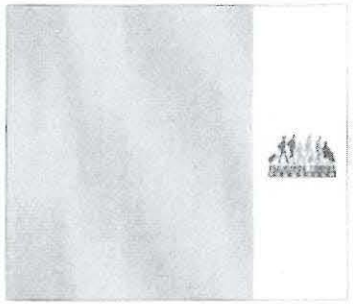
ejemplos aplicación

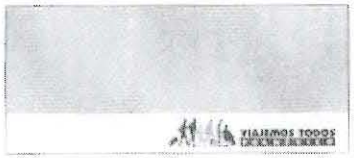
Para aquellas aplicaciones de papelería o publicidad en que el logo de "Viajemos todos por México" sea el elemento principal del arte se ha creado una diagramación que permite la inclusión de artes de forma flexible, asegurando la integridad de la identidad gráfica.

*El uso de la ceneta es de uso ornamental, para pies de páginas, cintillos, etc., siempre y cuando en la misma publicación se este utilizando el logo de "Viajemos todos por México" completo.

ENCABEZADO

FIRMA

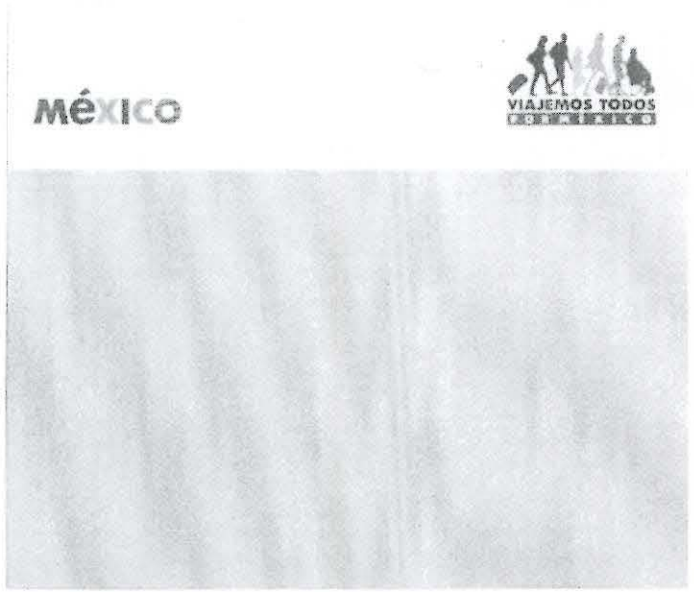




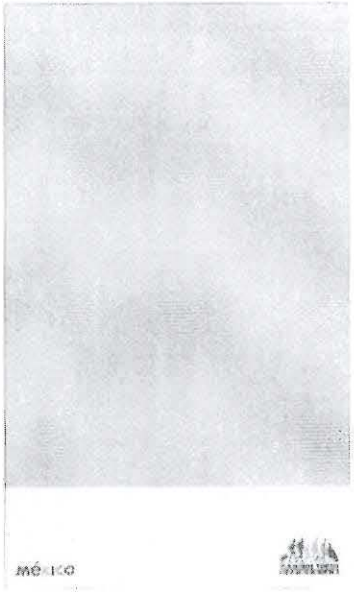
ejemplos aplicación

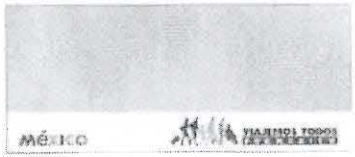
Para aquellas aplicaciones de publicidad en que se requiera total libertad para el desarrollo de publicidad, se ha creado una diagramación que permite la inclusión de artes de forma flexible, asegurando la integridad de la identidad gráfica.

ENCABEZADO



FIRMA





X as = X

ejemplos aplicación 2 logos

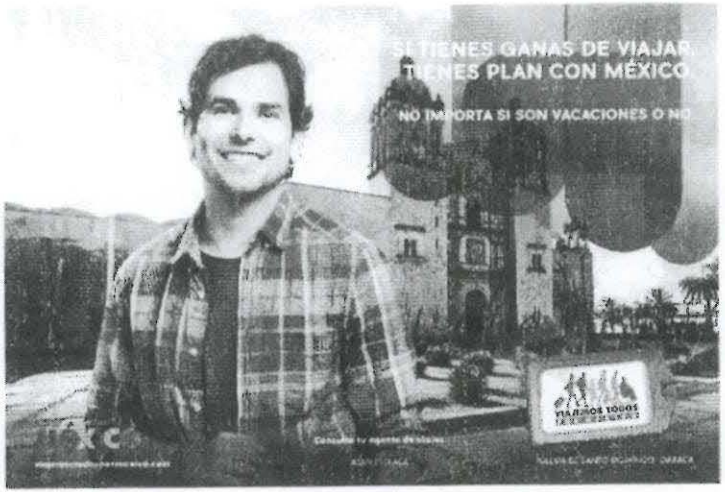
La diagramación y el órden para las aplicaciones publicitarias donde se utilicen los logos de "México" y "Viajemos todos por México" deberá responder a lo que se muestra en el apartado anterior.
Para mantener la proporción adecuada de los 2 logos que se integran, se deberán considerar las siguientes recomendaciones.
El logo de "México" deberá tener el ancho del logo de "Viajemos todos por México".
El logo de "México" tiene que mantener el margen espacial de 1X.
Si los 2 logos se encuentran en la parte inferior de la publicación, el logo de "México" deberá estar alineado a la misma base que el de "Viajemos todos por México".
En el caso del logo extendido de "Viajemos todos por México" la proporción del logo de "México" deberá tener el mismo ancho del "Viajemos todos" y la pleca roja.

ejemplos aplicación publicidad

CAMPAÑA INSTITUCIONAL

Para aquellas aplicaciones de publicidad institucional, siempre se hará uso del tag, como distintivo de campaña y para asegurar la integridad de la identidad gráfica y la lectura del logo *"Viajemos todos por México"*.

PUBLICIDAD



ejemplos aplicación publicidad

CAMPAÑA INSTITUCIONAL

Para aquellas aplicaciones de publicidad institucional, siempre se hará uso del tag, como distintivo de campaña y para asegurar la integridad de la identidad gráfica y la lectura del logo "Viajemos todos por México".

ejemplos aplicación publicidad

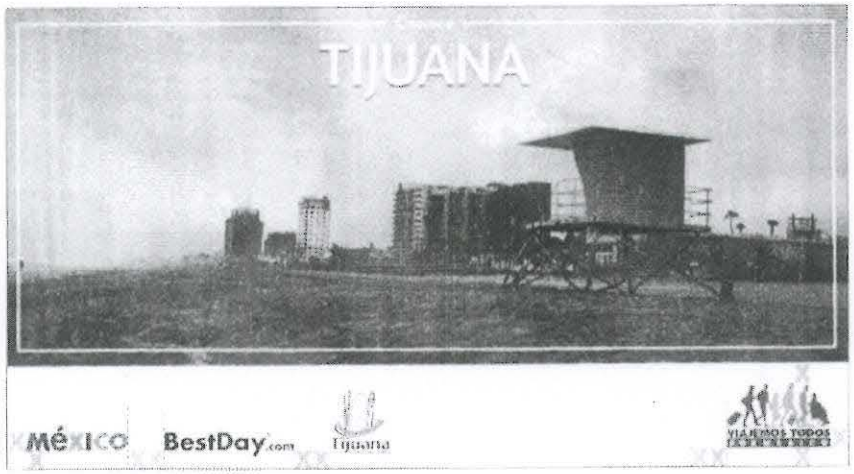
CAMPAÑA INSTITUCIONAL con cooperativos

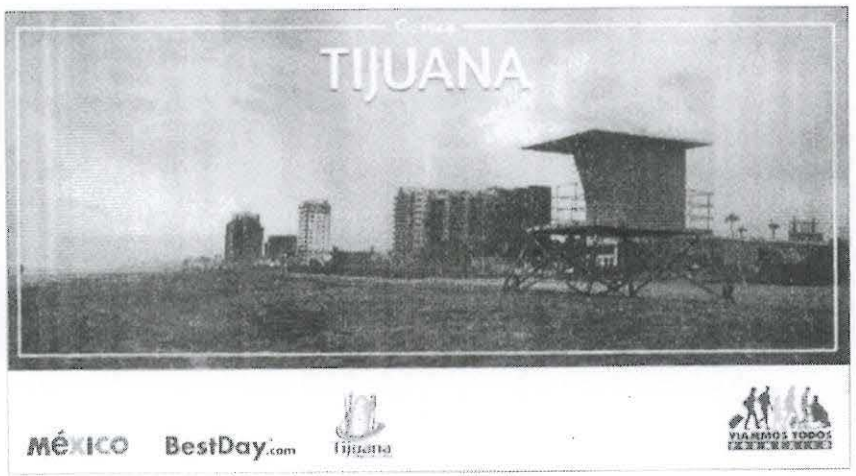
Para aquellas aplicaciones en la que los cooperativos utilicen la publicidad institucional se hará uso del tag, como distintivo de campaña y para asegurar la integridad de la identidad gráfica y la lectura del logo *"Viajemos todos por México"*.
Los logos y promociones de los cooperativos se integrarán dentro de la pleca inferior, respetando siempre el acomodo del tag y del logo de "Mexico".

ejemplos aplicación publicidad

ESTRUCTURA PARA ARTES DE COOPERATIVOS

Para aquellas aplicaciones de publicidad en que se requiera total libertad para el desarrollo de publicidad de cooperativos se deberá utilizar la diagramación aquí mostrada, que permite la inclusión de artes de forma flexible, asegurando la integridad de la identidad gráfica.



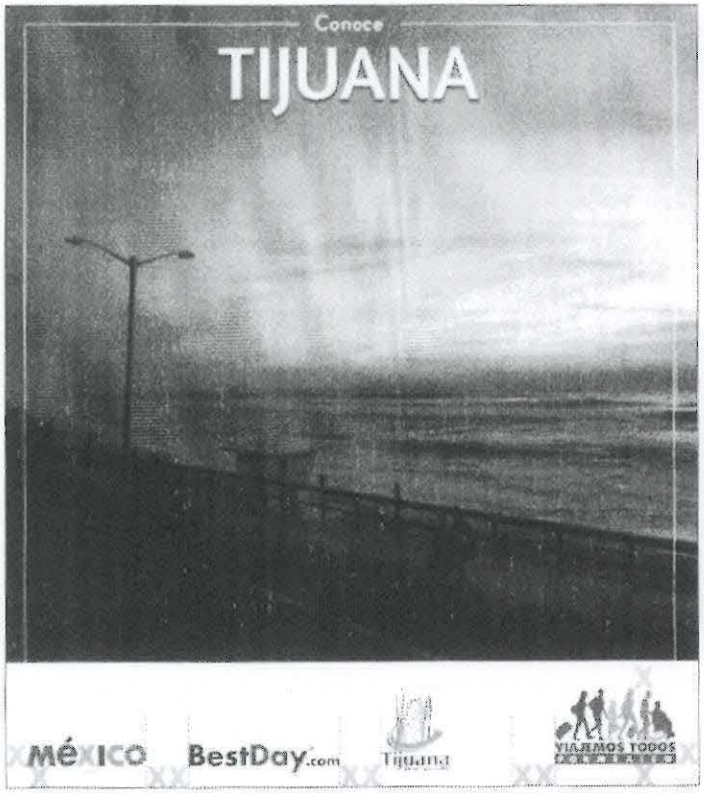


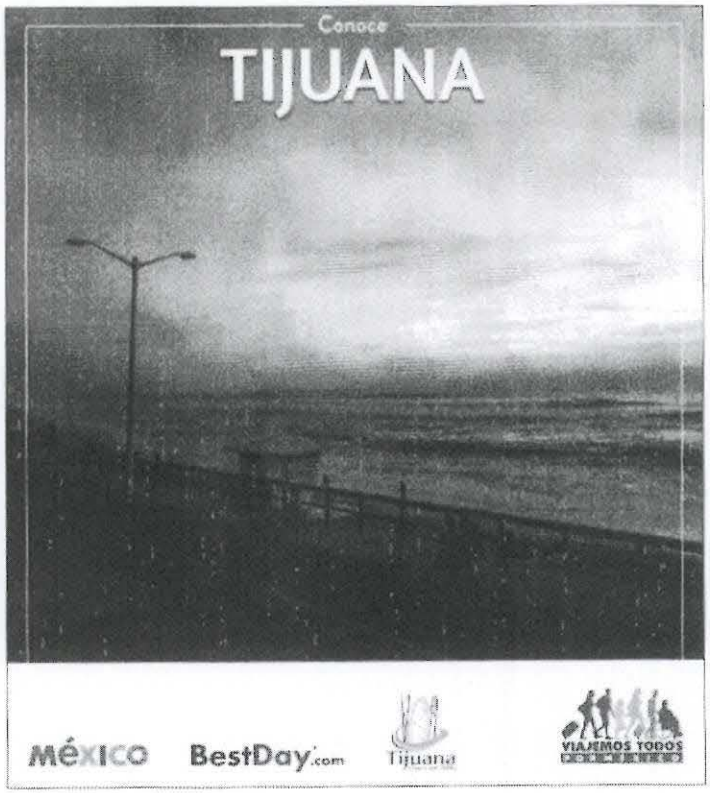
ejemplos aplicación publicidad

ESTRUCTURA PARA ARTES DE COOPERATIVOS

FORMATO HORIZONTAL

Para aquellas aplicaciones de publicidad en que se requiera total libertad para el desarrollo de publicidad de cooperativos se deberá utilizar la diagramación aquí mostrada, que permite la inclusión de artes de forma flexible, asegurando la integridad de la identidad gráfica.





ejemplos aplicación publicidad

ESTRUCTURA PARA ARTES DE COOPERATIVOS

FORMATO VERTICAL

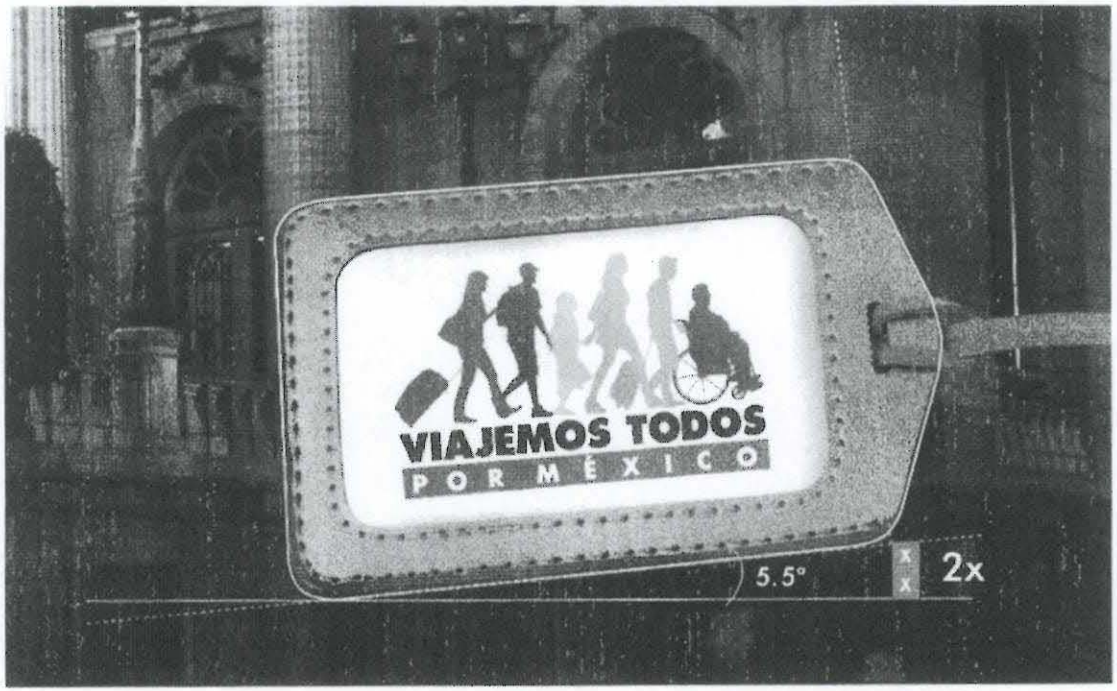
Para aquellas aplicaciones de publicidad en que se requiera total libertad para el desarrollo de publicidad de cooperativos se deberá utilizar la diagramación aquí mostrada, que permite la inclusión de artes de forma flexible, asegurando la integridad de la identidad gráfica.

lineamientos en uso del tag

lineamientos en uso del tag

ÁREA DE SEGURIDAD

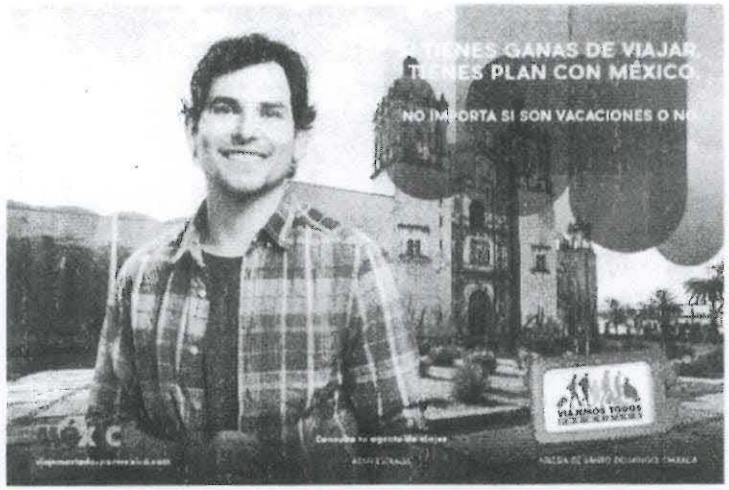
Se utiliza la unidad "X" para definir su área de seguridad, con el fin de proteger la integridad de la imagen gráfica.
El marco de seguridad debe ser de 3X hacia arriba, abajo y a la izquierda, hacia el lado derecho se duplicará esta medida (siendo 6X) con la finalidad de ver la correa del tag.

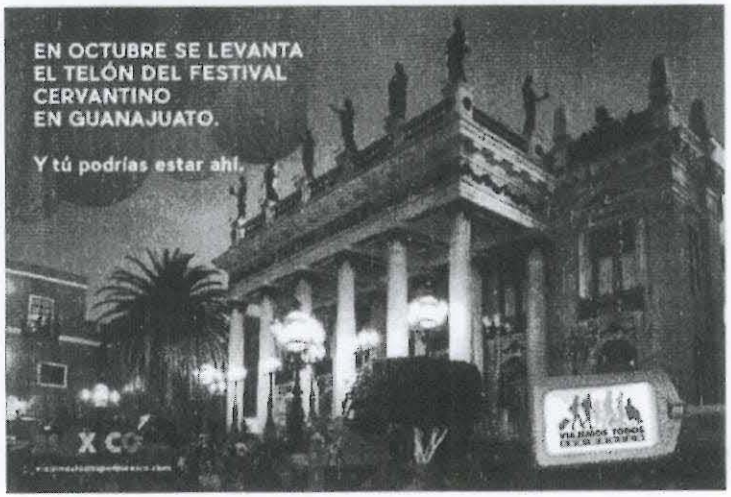


lineamientos en uso del tag

INCLINACIÓN DEL TAG

La inclinación del tag siempre debe mantenerse a 5 .5° respecto a el horizonte, lo equivalente a girar hacia la izquierda el tag a una altura de 2X, tomando como centro el vértice inferior izquierda del tag.





lineamientos en uso del tag

USO DEL TAG

La posición del tag debe ser siempre del lado derecho del arte, manteniendo la distancia de seguridad de 6X al margen derecho y su implementación es flexible hacia arriba y hacia abajo, cuidando no rebasar la mitad de la altura de la página.
El único tag autorizado es el mostrado en este manual, que es en color plata.

cierres de spots

PRIMERO EN APARECER

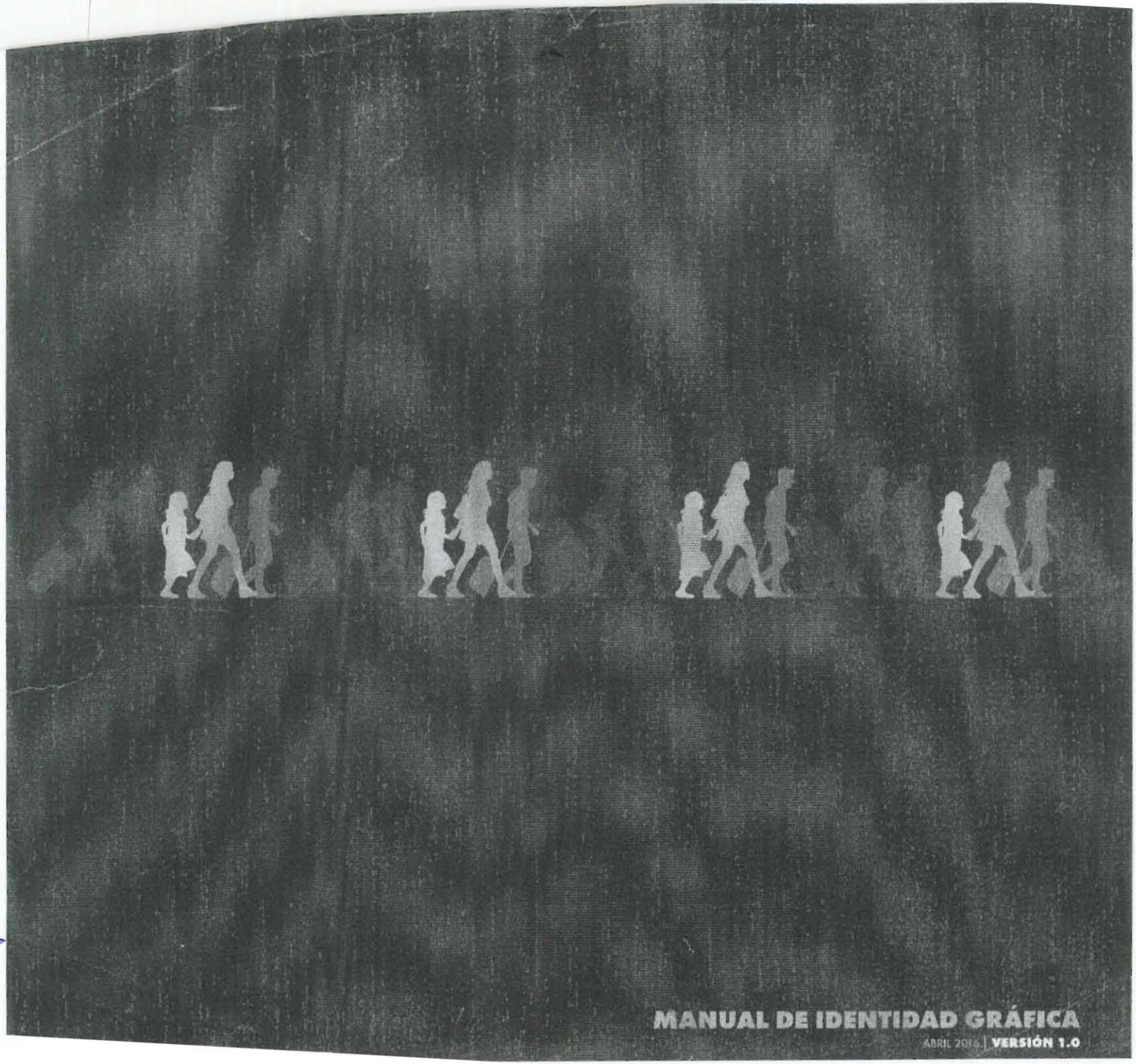
SEGUNDO EN APARECER

TERCERO Y FINAL

cierres de spots

ORDEN DE LOS LOGOS

El orden de aparición de los logos en los cierres de spots, debe ser siempre el aquí presentado.
Los logos deben ser del mismo ancho o menor, que el ancho del logo de "México". Además de estar centrados en área libre, respetando los safeties.



MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA

ABRIL 2016 | **VERSIÓN 1.0**