**A)** **Descripción amplia y detallada de los bienes a adquirir o arrendar o servicios solicitados,** características, especificaciones técnicas, unidad de medida, y en su caso equipos, consumibles y accesorios asociados a la contratación de los bienes requeridos, cantidades por partida, indicando en todos los casos las correspondientes claves SAI, PREI Millenium (en el caso de bienes terapéuticos se debe indicar las claves del CBI de Insumos para la Salud o la del Compendio Nacional de Insumos para la Salud; en caso de bienes de consumo, la clave del CGA; y para Servicios Médicos Integrales, la clave del CSMI). En todo caso, los bienes y servicios materia del requerimiento, deben incluir la clave CUCOP que le corresponda.

Para cubrir las erogaciones que se deriven del presente servicio, se cuenta con recursos disponibles y suficientes, no comprometidos, en la cuenta contable número 42062202 DIFUSIÓN DE MENSAJES INSTITUCIONALES, con clave CUCOP 36100001 (Difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales). Asimismo, este servicio se encuentra previsto dentro del Programa Anual de Adquisiciones y Servicios del Instituto, y para tal efecto se adjunta PLANTILLA DE CARGA MASIVA 2025 PAAAS.

El Instituto Mexicano del Seguro Social (en lo sucesivo y de manera indistinta **“EL INSTITUTO”** y/o “IMSS”); requiere de un prestador de servicios (en adelante **“EL PROVEEDOR”**) para que realice el diseño, producción y post producción de las campañas institucionales de comunicación social, de las versiones autorizadas de cada una de ellas para el ejercicio fiscal 2025 y sus modificaciones, para tal efecto el IMSS a través del documento denominado **“ORDEN DE TRABAJO”** podrá elegir entre los productos y entregables de la **PARTIDA ÚNICA** que se requieran para cada campaña, de acuerdo con lo siguiente:

**A.1. TABLA. PARTIDA ÚNICA - PRODUCTOS Y ENTREGABLES**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **PARTIDA ÚNICA – PRODUCTOS ENTREGABLES** | | |
| **PRODUCTO** | **UNIDAD** | **ESPECIFICACIONES** |
| Spot Video  Tipo A | Spot | Se entiende por Spot de Video tipo A, cuando la producción de este tipo de producto requiera de forma opcional alguno o todos los siguientes elementos para su realización:   * Story Boards * Grabación y/o levantamiento de material en video exprofeso de acuerdo con la Idea Creativa autorizada. * Montaje de uno o más set de grabación * Uso de uno o más sets o locaciones * El uso de cámaras de video profesional con óptica intercambiable, cámaras 4K para cine digital equipo de Iluminación profesional, audio, soportes y accesorios para la realización. * Grabación de tomas aéreas con dron cinematográfico profesional * Uso de grúas, dollies y demás equipo especial * Uso de actores en la producción * Uso de extras en la producción * Locución: Voz de narrador (femenina y/o masculina) * Música original y diseño sonoro * Gráficos animación y/o motion graphics. * Duración de las versiones finales:  1. 60 segundos 2. 30 segundos 3. 15 segundos |
| Spot Video  Tipo B | Spot | Se entiende por Spot de Video tipo B, cuando la producción de este tipo de producto requiera de forma opcional alguno o todos los siguientes elementos para su realización:   * Story Boards * Grabación y/o levantamiento de material en video exprofeso de acuerdo con la Idea Creativa autorizada. * Montaje de uno o más set de grabación * Uso de uno o más sets o locaciones * El uso de cámaras de video profesional con óptica intercambiable, cámaras 4K para cine digital equipo de Iluminación profesional, audio, soportes y accesorios para la realización. * Grabación de tomas aéreas con dron cinematográfico profesional * Uso de grúas, dollies y demás equipo especial * Uso de actores en la producción * Uso de extras en la producción * Locución: Voz de narrador (femenina y/o masculina) * Música original y diseño sonoro * Gráficos animación y/o motion graphics. * Duración de las versiones finales (Hasta 2 a elegir):  1. 60 segundos 2. 30 segundos 3. 15 segundos |
| Spot Video  Tipo C | Spot | Se entiende por Spot de Video tipo C, cuando la producción de este tipo de producto requiere únicamente de edición basada en material de archivo y/o stock, videoclip animado o Motion Graphic, es decir que no requiere del uso de equipo de producción y video profesional, sets, locaciones, actores o extras, sino alguno o todos de los siguientes elementos para su realización:   * Story Boards * Animación o Motion Graphics * Locución: Voz en off (femenina y/o masculina) * Uso de librerías de música, o material de archivo y/o stock para el diseño sonoro. * Duración de las versiones finales:  1. 60 segundos 2. 30 segundos 3. 15 segundos |
| Spot Radio | Spot | * Locución y voces (femenina y/o masculina) exprofeso de acuerdo con la Idea Creativa autorizada. * Música original y/o diseño sonoro. * Duración de las versiones finales (una a elegir):  1. 60 segundos 2. 30 segundos 3. 15 segundos |
| Spot Video | Spot | * Uso de actores en la producción * Uso de extras en la producción * Locución: Voz de narrador (femenina y/o masculina) exprofeso de acuerdo con la Idea Creativa autorizada. * Música original y diseño sonoro * Duración de las versiones finales (una a elegir):  1. 60 segundos 2. 30 segundos 3. 15 segundos |
| Rectificación o retake | Spot | Se entiende por rectificación o retake cuando con base en las necesidades del instituto se requiera modificar un Spot de Video Tipo A, Spot de Video Tipo B, Spot Video Tipo C.  Esta modificación podrá implicar grabar nuevamente la locución o voz en off utilizada en la producción original, o bien realizar ajustes a la edición original, con base en el material previamente grabado.  Duración de las versiones finales (dos a elegir):   1. 60 segundos 2. 30 segundos 3. 15 segundos   Se entrega Master de Radio y Video con las modificaciones solicitadas; y carpeta de producción del retake con características equivalentes a la carpeta de producción en lo que resulte aplicable, en todos los casos este concepto considera la actualización de la vigencia del material para su difusión, considerando lo siguiente:   1. Licencia de música (en caso de que aplique) 2. Contratos de autorización de uso de imagen del talento en multiplataformas (fullmedia). 3. Documentación Administrativa (documentación, licencias y autorizaciones que acrediten la cesión de los derechos patrimoniales y/o conexos). |
| Diseño | Propuesta Gráfica | Propuesta con la aplicación de la campaña en gráficos, la cual deberán comunicar el mensaje planteado.  El Instituto validará ésta cuando considere que la misma se adapta al objetivo de comunicación y a partir de ésta solicitará los entregables siguientes:  MASTER EDITABLE de los gráficos en vectores (.AI) o capas de imagen (.PSD) con las siguientes características:  PARA IMPRESOS:   * G1: cuadrado proporción 1:1 * G2: horizontal proporción 3:2 * G3: horizontal proporción 4:3 * G4: horizontal proporción 16:9 * G5: horizontal proporción 18:6 * G6: horizontal proporción 21:9 * G7: vertical proporción 2:3 * G8: vertical proporción 3:4 * G9: vertical proporción 9:16 * G10: vertical proporción 6:18   PARA MEDIOS DIGITALES EN PÍXELES:   * M1 cuadrado – 250 x 250 * M2 Cuadrado pequeño – 200 x 200 * M3 Banner – 468 x 60 * M4 Tabla de clasificación – 728 x 90 * M5 Rectángulo en línea – 300 x 250 * M6 Rectángulo grande – 336 x 280 * M7 Rascacielos – 120 x 600 * M8 Rascacielos ancho – 160 x 600 * M9 Anuncio de media página – 300 x 600 * M10 Tabla de clasificación grande – 970 x 90 |
| Foto Fija | Fotografías | Selección de 10 fotografías.  A fin de aplicar la propuesta creativa de la campaña en los diferentes formatos de difusión (Impresos, Digitales, Complementarios y Redes) el proveedor deberá considerar como parte de los costos de producción el servicio de foto fija durante la producción seleccionada, ya sea de Spot de Video, Spot de Video Tipo A o Spot de Video B de conformidad con la ORDEN DE TRABAJO, y en caso de ser necesario sesiones fotográficas exprofeso para la generación de las imágenes necesarias para la aplicación de los gráficos de la campaña.  Formato:  RAW en alta resolución con retoque y corrección de color. |
| Copiado | Copias | Una vez aprobadas las versiones finales de los materiales, el proveedor procederá a realizar los copiados correspondientes como se especifica a continuación, y ponerlos a disposición de El Instituto a través de algún servicio de almacenamiento en la nube a fin de que éste pueda tener acceso al mismo y realizar su distribución lo antes posible.  **1. TELEVISIÓN**  **1.1. FORMATO DVCPRO 100 1080i60 HD** QuickTime Selfcontained Scan: Interleaced Compressor: DVCPRO 100 1080i60 Bit Rate: 100 Mbps Frame rate: 29.97 Fps Codec Audio: PCM Número de Tracks (Pistas de audio): 16 Número de canales de audio por track: 1 (MONO) Precisión: 24 bits Frecuencia de muestreo: 48 000 Hz  REQUERIMIENTOS TÉCNICOS PARA EL VIDEO  Todas las señales deberán cumplir con la norma SMPTE 274M: 1080i59.94, en todos los aspectos del tiempo, la frecuencia y el ancho de banda correspondientes.  La señal digital deberá cumplir con la norma SMPTE 292M. ITU.BT-R 1365 y SMPTE 299M.  Niveles de la señal de video y Gamas Relación de aspecto: 16:9 Luminancia: 700 mV (+/- 3%) Negro: 0 mV Crominancia: +/- 350 mV (+/- 5%)  REQUERIMIENTOS TÉCNICOS PARA EL AUDIO  El audio de los materiales a entregar podrá ser MONO o ESTÉREO. Se deberá tener cuidado de que no presente ruido, no se escuche entrecortado o distorsionado.  Configuración de los tracks de audio para archivos HD Track 1: Audio Canal Izquierdo (español) Track 2: Audio Canal Derecho (español) Track 7: Audio Canal Izquierdo (español) (Para la transmisión en SD) Track 8: Audio Canal Derecho (español) (Para la transmisión en HD) Track 9: Audio Secundario Canal Izquierdo Track 10: Audio Secundario Canal Derecho Tracks 3, 4, 5, 6, 11, 12, 13, 14, 15 y 16: presentes, pero en silencio.  **1.2. FORMATO XDCAM HD 422 1080i60**  Extensión de archivo: .mov FORMAT PROFILE: 4:2:2@High Bit rate mode: Constant  Bit rate: 50 Mbps Width: 1920 Height: 1080 Chroma subs: 04:02:02 Scan type: Interlaced Field Order: TFF  Audio format: PCM  Resolution: 24 Bits Sampling: 48 Khz  Considerar el envío de materiales a 29.97 cuadros por segundo.  **1.3. FORMATO XDCAM HD 422 1080i60**  Apple Pro Res  Extensión de archivo: .mxf  Croma Compresión: 4:2:2 BitRate Compresión: De 50 Mbps en adelante Dominio de Campo: Entrelazado Top / Upper Field First Estándar de Transmisión: ITU BT. 709 Niveles de Video: Niveles de video estándar según ITU BT. 709 Niveles de Luminancia: 16-235 (no RGB 0-255 level) = 0% - 100% ó 0mV – 700Mv Relación de aspecto: 16:9 Full Frame / Relación de aspecto pixel 1:1 (cuadrado) Resolución 1920h x 1080v Velocidad de cuadros (FPS): 29.97 / 59.94i (No aceptamos  23.98 / 24) Timecode: Drop Frame  **1.4.** FORMATO MP4 HD  Calidad: HD 1920x1080 Bit rate: 40 Mbps Resolution: 24 Bits Sampling: 48 Khz  Considerar el envío de materiales a 29.97 cuadros por segundo.  Relación de aspecto: 16:9 Full Frame / Relación de aspecto pixel 3:4  **2. RADIO**  WAV y MP3 16 Bit, Estéreo con 44100 Hz. de frecuencia de muestreo, a -6 dBFS (Full Scale) en la escala digital.  Características  Los archivos no deberán contener: pizarra, barras, conteos, cortinillas, negros, etc.  La duración de los archivos deberá ser exacta de acuerdo a lo especificado en la orden de servicio: 20, 30 o 60 segundos.  Para el caso de Televisión todo el material deberá incluir subtítulos. |
| Carpeta de Producción | 1 DISCO DURO | 1. Guion Final 2. Story Boards 3. Carpeta de Locaciones 4. Carpeta de Casting 5. Diseño de arte y vestuario 6. Hoja de llamado y transporte 7. Fotografía (de acuerdo a las especificaciones antes señaladas) 8. Documentación Administrativa (documentación, licencias y autorizaciones que acrediten la cesión de los derechos patrimoniales y/o conexos):    1. Contratos de autorización de uso de imagen del talento en multiplataformas (fullmedia).    2. Licencia de música o cesión de derechos. 9. Sesiones de Trabajo y archivos material en crudo.    1. Sesiones de trabajo del proyecto sobre el cual se realizó el diseño de audio, la edición en video y la postproducción    2. Tracks de audio independiente de la producción de Radio y Televisión con:       1. Música       2. Locuciones, diálogos, voces o voz en off.       3. Incidentales y/o audio ambiental.    3. La totalidad del material en video grabado en crudo y sin editar. 10. Masters de audio, video y gráficos (de acuerdo a las especificaciones antes señaladas) |

**“EL PROVEEDOR”** desarrollará la propuesta creativa planteada por “**EL INSTITUTO**” con base en los siguientes puntos:

* 1. Objetivo de comunicación de la campaña
  2. Eje rector de comunicación
  3. Mensaje
  4. Estructura General del Mensaje
  5. Delimitación
  6. Refuerzo Institucional / slogan

Este documento servirá de punto de inicio para la producción y con el cual se realizará el primer tratamiento de guion, story boards y guion final, los cuales describirán las escenas; diálogos y todos los detalles necesarios para realizar las tomas fílmicas y la edición, los cuales deberán ser diseñados con un lenguaje gráfico y textual claro, directo, de fácil comprensión y recordación para el público objetivo.

La producción deberá contemplar las características que establece la Política de Comunicación Social del Gobierno Federal, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 17 de abril de 2019, y lo señalado en el presente anexo técnico y de acuerdo con lo solicitado en la **“ORDEN DE TRABAJO”** que corresponda a cada campaña. Para efectos de delimitar los productos y/o entregables de la **PARTIDA ÚNICA** materia del presente servicio, éste se dividirá en las siguientes:

**A.2. ETAPAS:**

## **A.2.1 DISEÑO**

**“EL PROVEEDOR”** realizará el casting, así como el diseño de arte y vestuario necesarios para realización de las tomas fílmicas y fotográficas, con base en lo autorizado para cada campaña de acuerdo con la **“ORDEN DE TRABAJO”** que corresponda. Es responsabilidad de **“EL PROVEEDOR”** presentar la propuesta gráfica de la campaña la cual deberá comunicar el mensaje planteado.

**“EL PROVEEDOR”** deberá gestionar los llamados, locaciones y transporte que se requieran para la realización de la etapa de| producción, “**EL INSTITUTO**” a travésdel administrador del contrato proporcionará los accesos necesarios cuando las filmaciones se realicen en instalaciones institucionales (IMSS).

**“EL PROVEEDOR”** deberáresponder por los gastos y viáticos concernientes del personal que utilice para la prestación de los servicios, dejando a **“EL INSTITUTO”** sin responsabilidad alguna.

**A.2.2. PRODUCCIÓN**

**“EL PROVEEDOR”** deberá llevar a cabo las filmaciones, grabaciones y tomas fotográficas de los materiales de cada campaña, de acuerdo a las especificaciones técnicas del presente anexo y a las solicitadas en la **“ORDEN DE TRABAJO”,**  en caso de que la propuesta gráfica aprobada contemple imágenes diferentes a las planteadas en la producción del Spot de Video tipo A o B, éste realizará una sesión fotográfica exprofeso con actores o modelos a fin de generar el material fotográfico necesario para concretar la propuesta gráfica en los estándares técnicos y de calidad planteados.

**“EL PROVEEDOR”,** deberá poner a consideración de “**EL INSTITUTO**” para su aprobación una carpeta con el casting y el talento propuesto para participar en la producción, la cual deberá contener al menos, fotografías en medium y full shot, datos generales de identificación como edad, tez y complexión.

**“EL PROVEEDOR”,** deberá poner a consideración de “**EL INSTITUTO**” para su aprobación una carpeta digital con las voces propuestas para la locución de la campaña, la cual deberá contener la identificación del personaje, demo, currículo y características de las personas propuesta para la locución de la campaña.

En caso de proponer que la producción contemple el uso de locaciones éstas deberán ser propuestas mediante una carpeta con fotografías exteriores e interiores del lugar y datos de ubicación.

Durante la producción **“EL PROVEEDOR”**,deberá poner a consideración de “**EL INSTITUTO**” para su aprobación el visto bueno del vestuario, los cortes de escenas, fotografías, etc. **“EL PROVEEDOR”** deberá obtener el visto bueno de parte del Administrador del Contrato o quien éste designe para tal efecto, en representación de "**EL INSTITUTO**", antes de marcar algún material como bueno o final y por lo que no deberá concluir las labores de producción hasta obtener dicha autorización.

**“EL PROVEEDOR”,** deberá considerar para la **rectificación o retake** que ésta puede considerar el llamado de la locución o voz en off utilizada en la producción original, el cual puede ser del locutor o actor que haya participado en la producción original, así como el trabajo de edición que implica la sustitución de las voces en el material original a fin de entregar un Master en audio y otro en Video.

**“EL PROVEEDOR”,** deberácontar conla documentación, licencias y autorizaciones que acreditenla cesión de los derechos patrimoniales y/o conexos para el uso del material, locución e imágenes.

Dada la relevancia de los servicios materia del presente documento, **“EL PROVEEDOR”** debe garantizar a **“EL INSTITUTO”** que la difusión de los materiales estará cubierta en **dos periodos de seis meses** continuos o discontinuos de conformidad con lo previsto en el artículo 74 de la Ley Federal del Derecho de Autor. Lo anterior, con independencia de la vigencia del servicio y/o del contrato que al efecto se celebre, en el entendido de que se trata de derechos accesorios que **“EL PROVEEDOR”** deberá prever a su vez en los contratos de cesión de derechos patrimoniales y/o conexos que formen parte de la Carpeta de Producción derivada de cada **“ORDEN DE TRABAJO”** que corresponda.

En ese sentido, no es necesario que el contrato que ampare la prestación del servicio materia de esta contratación (contrato de origen) se encuentre vigente, siempre y cuando se haya estipulado en los contratos de cesión de derechos patrimoniales y/o conexos (contratos accesorios) que **“EL INSTITUTO”** podrá utilizar los materiales en una campaña de ejercicio fiscal distinto y/o posterior al de la presente contratación, únicamente respetando el periodo máximo establecido (**dos periodos de seis meses** continuos o discontinuos ), el cual se contará de la siguiente manera:

**(1) Un primer periodo de seis meses a partir de la primera comunicación** y pasado este término, será responsabilidad de **“EL PROVEEDOR”** la retribución, por **(2) el período adicional de seis meses**, lo cual deberá estar previsto y cubierto en el contrato de cesión de derechos patrimoniales y/o conexos que forme parte de la Carpeta de Producción del material en cuestión, o en su defecto, **“EL PROVEEDOR”** será responsable de subsanar dicha omisión al momento de la difusión; por lo que será responsabilidad de **“EL PROVEEDOR”** cubrir todos los gastos y necesidades correspondientes a la producción de los materiales, incluyendo la remuneración de los intérpretes, ejecutantes y la música que comprenda su uso por los periodos aludidos liberando a **“EL INSTITUTO”** de toda responsabilidad al respecto.

Cuando se trate del servicio de rectificación o retake **“EL PROVEEDOR”** deberá considerar los gastos que genere la actualización de los periodos de seis meses continuos o discontinuos adicionales los cuales sustituyen a la entrega y difusión original, así como prever la formalización de los contratos a que hace referencia el párrafo precedente a partir de la entrega del master correspondiente a la rectificación o retake.

La cesión de derechos de imagen fotográfica y actuación deberá considerar que **"EL INSTITUTO"** podrá difundir el contenido en cualquier formato y cualquier medio conocido o por conocer y que considere conveniente tales como: televisión, radio, prensa, revistas, medios complementarios, digitales y redes sociales; en medios internos, como pantallas en unidades médicas, materiales de promoción al interior de **"EL INSTITUTO"**, eventos institucionales y en general en cualquier soporte que permita su difusión. Asimismo, podrá compartir sus contenidos con otras instituciones para su difusión, de considerarlo conveniente sin consentimiento previo de **“EL PROVEEDOR”**.

## **A.2.3. POST-PRODUCCIÓN**

**“EL PROVEEDOR”** realizará la edición, musicalización, doblaje, subtitulado, copiado y diseño de audio de lo que requiera cada medio para su difusión posterior y para su utilización en los Tiempos Oficiales de la Dirección General de Cinematografía, Radio y Televisión, así como la elaboración y entrega de los masters de video, cine , televisión, radio y gráficos, versiones originales editables y copias de trabajo de la producción gráfica, de conformidad a las especificaciones técnicas del presente anexo y a las solicitadas en la **“ORDEN DE TRABAJO”,** así como la entrega de todo el material grabado en crudo.

De igual forma esta etapa deberá contemplar las características que establece la Política de Comunicación Social del Gobierno Federal, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 17 de abril de 2019, lo señalado en el presente anexo técnico y de acuerdo con lo solicitado en la **“ORDEN DE TRABAJO”** correspondiente.

**A.2.4. COPIADO**

**“EL PROVEEDOR”** realizará como parte del servicio el copiado de los materiales de acuerdo con las especificaciones señaladas en el presente Anexo Técnico, así como las que en su caso se planteen en la **“ORDEN DE TRABAJO”** que corresponda a cada campaña.

# **A.3. CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS Y/O ENTREGABLES.**

El administrador del contrato solicitará el diseño, la producción, post producción, el copiado, o diseño de cada una de las campañas, así como el servicio de rectificación o retake a **“EL PROVEEDOR”** mediante el documento denominado **“ORDEN DE TRABAJO”**.

La **“ORDEN DE TRABAJO”** describirá detalladamente las especificaciones técnicas de la producción, post producción, copiado, diseño y rectificación o retake de la campaña que corresponda, en cuanto a los procesos técnicos específicos definidos anteriormente.

Para tal efecto el IMSS a través del documento denominado **“ORDEN DE TRABAJO”** podrá elegir entre los productos y entregables de la **PARTIDA ÚNICA** que se requieran para cada campaña, de acuerdo con la tabla **A.1. TABLA. PRODUCTOS Y ENTREGABLES – PARTIDA ÚNICA** del apartado **a (DESCRIPCIÓN AMPLIA Y DETALLADA DEL SERVICIO)** de este anexo técnico.

En los materiales de las campañas se deberá incluir el logosímbolo institucional, tomando en consideración la Política de Identidad Gráfica Institucional, así como el concepto rector definido y/o autorizado (firma/eslogan) por "**EL INSTITUTO**".

Asimismo, se deberá incluir cuando se requiera, el logotipo del Gobierno de México, de acuerdo con el Manual de Identidad Gráfica y/o instrucciones de la Coordinación General de Comunicación Social y Vocería del Gobierno Federal.

**“EL PROVEEDOR”** deberá llevar a cabo el diseño, producción, post producción, copiado y rectificación o retake de las campañas, cumpliendo como mínimo con los requerimientos señalados en este documento, sin embargo, tanto las versiones como el número de éstas podrán cambiar de acuerdo al programa y estrategia que para tal efecto autorice la Secretaría de Gobernación, por lo que **“EL PROVEEDOR”,** está obligado a modificarlas tantas veces sea necesario, sin que esto genere un cargo extra a "**EL INSTITUTO"**.

Todos los productos establecidos en las campañas se someterán a la aprobación de las autoridades de "**EL INSTITUTO**", así como a la aprobación de la Coordinación General de Comunicación Social y Vocería del Gobierno Federal, por tanto, **serán modificadas cuantas veces sea necesario sin costo adicional** para "**EL INSTITUTO**", hasta su entrega a entera satisfacción del administrador del contrato.

Para cubrir las erogaciones que se deriven del presente servicio, se cuenta con recursos disponibles y suficientes, no comprometidos, en la cuenta contable número **42062202 DIFUSIÓN DE MENSAJES INSTITUCIONALES**, con clave **CUCOP 36100001 (Difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales)**.

1. **En caso de que se requieran pruebas,** deberá indicar el método de evaluación, el responsable de llevarlas a cabo, el tiempo requerido para su realización, la unidad de medida con la cual se determinará y el resultado mínimo que debe obtenerse al ejecutar las pruebas, si se requiere verificar el cumplimiento de las especificaciones solicitadas de acuerdo con la LIC, cuando ésta resulte aplicable. Dicha comprobación será elaborada por el Área Técnica. **No aplica para este servicio.**
2. **En aquellos casos en que el Área Requirente modifique la especificación técnica de algún bien que no se encuentre regulado por el Compendio Nacional de Insumos para la Salud expedido por el Consejo de Salubridad General, el Cuadro Básico y Catálogo de Instrumental y Equipo Médico emitidos por la Comisión Interinstitucional del Cuadro Básico y Catálogo de Insumos del Sector Salud y el CBI** respecto de las especificaciones estipuladas para ese mismo bien en el ejercicio anterior, deberá acompañar a su requisición, un dictamen mediante el cual el Área Técnica acredite que con ello no se limita la libre participación, concurrencia y competencia económica. **No aplica para este servicio.**
3. **En aquellos casos en que el Área Requirente, modifique las especificaciones técnicas de un bien respecto de las estipuladas en el ejercicio anterior**, deberá presentar un dictamen en el que justifique que los requisitos contenidos en las especificaciones técnicas del bien, no limitan de ninguna forma la libre participación, concurrencia y competencia económica; dichos cambios deberán ser validados durante la etapa de la investigación de mercado con objeto de que los cambios efectuados no limiten la libre participación, concurrencia y competencia económica, y de ser el caso, los cambios deberán desprenderse de ésta. **No aplica para este servicio**.

# **Normas:** Oficial Mexicana, Estándar (antes Mexicana), Internacional, de Referencia o Especificación Técnica, que resulte aplicable a los bienes o servicios requeridos, conforme a la LIC con base en lo señalado en el numeral 4.28.4 de las presentes POBALINES y, en su caso, el Registro Sanitario correspondiente. **No aplica para este servicio.**

# **El Anexo Técnico no deberá contener información relativa a la suficiencia presupuestaria**, precios de contratación o al tipo de procedimiento de contratación. **Este anexo Técnico no contiene ese tipo de datos.**

# LUGAR Y FECHA DE EMISIÓN

Ciudad de México a 27 de mayo de 2025.