

ANEXO TÉCNICO

“SERVICIO DE DISEÑO Y DESARROLLO DE CAMPAÑAS A TRAVÉS DE UNA AGENCIA DE PUBLICIDAD”

JUSTIFICACIÓN:

En el contexto actual, las Alcaldías enfrentan una serie de desafíos en la gestión pública, entre los cuales destaca la necesidad de comunicarse eficazmente con la ciudadanía, gestionar la imagen institucional y promover iniciativas locales. En este sentido, contar con una agencia de publicidad que se encargue de diseñar campañas creativas y estratégicas resulta fundamental para cumplir con estos objetivos. A continuación, se presenta la justificación detallada de la importancia de esta colaboración:

1. Estrategias de Comunicación Efectiva

Una agencia de publicidad especializada puede crear estrategias de comunicación claras y eficaces para transmitir los mensajes clave de la Alcaldía a la comunidad. Estas campañas permiten que las autoridades locales comuniquen sus políticas, programas y proyectos de manera comprensible y atractiva, asegurando que la ciudadanía esté bien informada sobre los servicios y beneficios que ofrece la administración local. Además, las agencias cuentan con los conocimientos necesarios para segmentar a la población, adaptando los mensajes a diferentes grupos de ciudadanos según sus intereses, edades, ubicación geográfica, entre otros.

2. Optimización de Recursos y Eficiencia en la Ejecución de Campañas

Una agencia de publicidad cuenta con un equipo de profesionales especializados en distintas áreas (creativos, diseñadores gráficos, expertos en marketing digital, analistas de datos, etc.) que pueden optimizar el proceso de diseño y ejecución de campañas. Gracias a su experiencia, la Alcaldía puede aprovechar mejor el presupuesto destinado a publicidad, eligiendo los canales más adecuados y aplicando las mejores prácticas en términos de creatividad y segmentación de audiencias. Esto garantiza que los recursos públicos se utilicen de manera eficiente y con el mayor impacto posible.

3. Fomento de la Participación Ciudadana

Las campañas publicitarias diseñadas por una agencia pueden incentivar la participación activa de la ciudadanía en actividades y decisiones locales, como consultas públicas, eventos comunitarios, programas de voluntariado, etc. Con herramientas creativas, las agencias pueden diseñar mensajes que promuevan la participación, resalten la importancia del involucramiento cívico y refuercen el sentido de comunidad y pertenencia.

En un entorno cada vez más dinámico y digitalizado, contar con una agencia de publicidad que diseñe campañas efectivas para una Alcaldía no sólo es importante, sino esencial. Esta colaboración asegura que los mensajes institucionales lleguen de manera eficiente y efectiva a los ciudadanos, mejorando la imagen pública de la Alcaldía, optimizando el uso de los recursos, y garantizando la participación activa de la comunidad. Una agencia de publicidad aporta creatividad, profesionalismo y un enfoque estratégico que contribuye a lograr una gestión pública más transparente, cercana y exitosa.

Adicional a lo antes ya mencionado el personal de la Alcaldía con la carga laboral diaria y la demanda de insumos de comunicación no es suficiente para el desarrollo óptimo de campañas publicitarias, por lo que la participación de una agencia especializada como un aliado estratégico es parte importante para tener un gobierno eficiente que atiende, resuelve y comunique correctamente.

DESCRIPCIÓN DETALLADA:

EL SERVICIO DEBE INCLUIR LOS SIGUIENTES OBJETIVOS:

1. Diseño de campañas exitosas, que permeen entre los habitantes de la Alcaldía Miguel Hidalgo.
2. Armar e implementar estrategias para el posicionamiento de dichas campañas.
3. Seleccionar medios, canales, entornos de comunicación a los que se encuentra expuesto nuestro público objetivo.
4. Mejorar y mantener una buena imagen sobre el trabajo de la Alcaldía entre sus habitantes.
5. Promover campañas y programas sociales prioritarios para la Alcaldía.

6. Posicionar a la Alcaldía como la de mejor calidad de vida en la zona metropolitana.
7. Garantizar el conocimiento público de las buenas acciones de gobierno.
8. Establecer los instrumentos adecuados de medición y control para determinar los resultados obtenidos de nuestros objetivos.

DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO:

El servicio consta exclusivamente del diseño y desarrollo de campañas de difusión, las cuales se deberán realizar de acuerdo a las necesidades del área y a la suficiencia presupuestal autorizada, realizando las siguientes acciones:

Desarrollo de campañas publicitarias del día de adjudicación al 31 de diciembre de 2026, que incluyan:

- Propuesta creativa: Imagen, nombre, etc.
- Diseño e implementación de estrategia.
- Diseño gráfico para impresos y redes sociales.

Para esto se realizará una justificación del tema a difundir. Luego se realizará la propuesta creativa y la estrategia a seguir; y se someterá a aprobación de la Alcaldía. Por último, se generarán los productos para la implementación de la campaña; la reproducción de los mismos se hará conforme lo autorice la Alcaldía.

CONDICIONES Y PLAZOS DE ENTREGA DEL SERVICIO

- La Alcaldía deberá solicitar al prestador de servicios con 15 días de anticipación, el inicio de cualquier campaña publicitaria considerando el tiempo necesario para el scouting y logística.
- La Alcaldía se compromete a dar la información necesaria para el desarrollo de cada una de las campañas, así como las facilidades para la implementación de las mismas.
- El tema (contenido y mensaje) de la campaña lo definirá la Alcaldía, de acuerdo con sus prioridades.
- La Alcaldía establecerá en el plan de acción de la campaña, detallando los tiempos más oportunos y su duración.
- Los tiempos de entrega de los productos, serán definidos una vez aprobada la propuesta creativa y estrategia.
- A la entrega de los productos le seguirán hasta 2 rondas de cambios, que no signifiquen otra idea diferente a la original planteada y aprobada con anterioridad.

ENTREGABLES

Al concluir el servicio el prestador de servicios entregará al área solicitante el informe técnico por cada campaña realizada que deberá contener:

1. Presentación con propuesta creativa
2. Estrategia de comunicación
3. Archivo digital con diseño gráfico de la campaña para redes sociales e impresos.

El catálogo de conceptos que oferte el prestador de servicio deberá ser enunciativo más no limitativo y así deberá quedar establecido en el contrato.

ANEXO TÉCNICO **“SERVICIO DE ELABORACIÓN DE MATERIALES AUDIOVISUALES”**

JUSTIFICACIÓN:

El material audiovisual es una herramienta clave para la difusión efectiva de contenido en redes sociales debido a su capacidad para captar la atención de los usuarios de manera rápida y atractiva. En un entorno digital cada vez más saturado de información, los textos largos y las imágenes estáticas pueden no ser suficientes para destacar entre la multitud. En cambio, el uso de videos, animaciones y otros recursos audiovisuales tiene un impacto inmediato en la audiencia, ya que combinan elementos visuales y sonoros que facilitan la comprensión del mensaje y generan mayor retención. Además, el contenido audiovisual es más propenso a ser compartido, lo que aumenta la visibilidad de la marca o mensaje, alcanzando un mayor número de personas.

Los videos tienen el poder de contar historias de forma dinámica, lo que ayuda a humanizar, crear un vínculo más cercano con el público y transmitir emociones de manera eficaz. Esto puede traducirse en una mayor fidelidad, interacción y participación de los usuarios con el contenido compartido.

La Coordinación de Comunicación Social de la Alcaldía Miguel Hidalgo se encarga de difundir las acciones emprendidas por la actual administración y una de las herramientas más efectivas es través de medios audiovisuales como son los videos, donde de manera atractiva y dinámica, se da a conocer el trabajo realizado por la Alcaldía.

DESCRIPCIÓN DETALLADA:

El prestador de servicios deberá realizar, durante la vigencia del contrato 2026, los trabajos consistentes en:

- 1.- Desarrollo de la planeación y estrategia de materiales audiovisuales.
- 2.- Pre-producción, producción y post-producción.

Estas tres etapas consisten en la preparación de la grabación correspondiente al evento, reunión o acto con la logística que ello conlleva; preparación de equipo, personal, mobiliario y equipo técnico requerido para ello. La pre-producción consistirá en el scouting, planeación, guión técnico, locación y guión literario, en su caso.

La producción es la grabación durante todo el tiempo que dure el evento, reunión o acto, de principio a fin con el equipo especificado en la calidad técnica requerida. La producción incluirá un kit de cámara D4 cuerpo profesional full HD o tecnología equivalente o superior, tres lentes de 16 mm, 35 mm, 100 mm, tripié (s), monopie (s), filtros y adaptadores, baterías, micrófono boom, caña micrófono lavalier, monitor de dirección y cliente, teleprompter, fotógrafo, grabadora y kit de producción.

La postproducción es el trabajo que se realiza para el tratamiento o la edición de todo el material videograbado, que puede incluir musicalización, voz en off, modificación, edición de imágenes, inserción de gráficos, cortinillas, foto fija, modificación a gifs, subtítulado y demás técnicas o herramientas para entregar el material de acuerdo a los requerimientos hechos.

-Duración de materiales.

El prestador de servicios podrá proporcionar materiales editados con una duración que podrá variar: 0 a 30s, 31s a 60s, 61s a 90s, 91s a 120s, 121 a 180s, 181s a 300s, 301s a 600s, sin que ello sea una determinación restrictiva para la entrega de materiales editados.

Los materiales estarán integrados por videos en donde se informe del trabajo que se realiza o ha realizado en la alcaldía Miguel Hidalgo, sin menoscabo de que también puedan utilizarse imágenes fijas o de video ya existentes en el archivo de la Alcaldía y a los que sólo se les dé un uso para la post producción.

La post-producción incluirá el montaje, corrección de color, mezcla de audio y SFX, musicalización y locutor para voz en off, además de la posibilidad de incluir subtítulos, plecas, imágenes 3D y demás herramientas técnicas para la edición.

El prestador de servicios deberá entregar una copia en USB por cada video que se realice a las oficinas de la Coordinación de Comunicación Social cuando el área lo solicite.

El catálogo de conceptos que oferte el prestador de servicio deberá ser enunciativo más no limitativo y así deberá quedar establecido en el contrato, además de contar con el equipo necesario cuando así lo requiera la convocante la cual le dará aviso para su uso.