



## **Convocatoria para la elaboración de campaña publicitaria para el proyecto CEDIPOL**

**FICOSEC**  
*Empresarios de Chihuahua*

  
**cedipol**



# CONVOCATORIA PARA LA ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA EL PROYECTO CEDIPOL

## I. Antecedentes

Esta convocatoria es impulsada por Fundación FICOSEC, A.C., en delante FICOSEC en cumplimiento de sus ejes estratégicos y objetivos de creación y operación. Los recursos para el financiamiento de este proyecto provienen de la aportación directa del Fideicomiso para la Competitividad y Seguridad Ciudadana, en delante el Fideicomiso, el cual es un fideicomiso dirigido por empresarios del estado de Chihuahua, apartidista y sin fines de lucro, y financia proyectos en torno a cuatro ejes estratégicos: 1)Fortalecimiento institucional en seguridad y justicia; 2) Evaluar, medir y monitorearla acción de gobierno en seguridad y justicia; 3) Corresponsabilidad ciudadana frente al delito; y 4) Fomento a la competitividad.

FICOSEC es una organización civil que opera en la zona centro sur del estado con el fin de financiar y monitorear los proyectos y las estrategias autorizadas por el Fideicomiso, encaminadas a identificar y reducir las causas y factores de riesgo que favorecen la generación de violencia y la delincuencia, para con ello mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

## II. Objetivo de la campaña

- Diseñar e implementar una estrategia publicitaria efectiva para el proyecto CEDIPOL, orientada a fortalecer la visibilidad del Centro y captar el interés de la población objetivo<sup>1</sup>.

## III. Ejes de la campaña

- **Fortalecimiento de la identidad y posicionamiento de la marca CEDIPOL**  
Consolidar el reconocimiento y la presencia de la marca entre la población objetivo destacando su propuesta de valor.
- **Atracción y fidelización de nuevos usuarios**  
Implementar acciones comunicativas y promocionales orientadas a ampliar la base de usuarios y generar vínculos duraderos con el Centro.
- **Promoción estratégica de los servicios ofrecidos por CEDIPOL**  
Difundir de manera clara, atractiva y segmentada la oferta de servicios, enfatizando sus beneficios y diferenciadores.
- **Divulgación activa de actividades, eventos y resultados institucionales**  
Utilizar diversos canales de comunicación para informar y generar interés en torno a las acciones del Centro, resaltando sus beneficios.
- **Generación de engagement con los públicos objetivos**  
Fomentar la participación, el diálogo y la interacción constante con la audiencia, promoviendo una comunidad activa y comprometida con CEDIPOL.

## IV. Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico interno que permita analizar en profundidad los canales y medios de comunicación actuales de CEDIPOL, identificando su alcance, efectividad y áreas de mejora.
- Diseñar una estrategia de comunicación y publicidad basada en los hallazgos del diagnóstico y los ejes de la campaña antes mencionados, priorizando fortalezas y la atención de oportunidades de mejora. Esta estrategia deberá incluir:

<sup>1</sup> La población objetivo se hace referencia al personal operativo de la Dirección de Seguridad Pública de Chihuahua y sus referentes familiares.



- 1) Análisis de la situación actual de CEDIPOL en materia de comunicación.
- 2) Definición de objetivos específicos y diferenciados según el perfil de público contemplando tanto a los usuarios actuales del centro como a los usuarios potenciales.
- 3) Elaboración de un plan de siete meses de trabajo y actividades concretas, cronograma y sus respectivos indicadores de seguimiento y evaluación.

- Elaborar los entregables, los cuales incluyen:
  1. Diagnóstico inicial.
  2. Diseño de estrategia de comunicación y publicidad.
  3. Calendarización detallada de las actividades, con tiempos estimados y responsables.
  4. Propuesta de mecanismos de seguimiento y coordinación, en colaboración con el equipo de FICOSEC y CEDIPOL.
  5. Documento final de cierre, que recopile los aprendizajes adquiridos y recomendaciones para su implementación futura.

## V. Responsabilidades de la agencia de publicidad

La agencia que resulte seleccionada para el desarrollo de esta campaña deberá identificar hallazgos y recomendaciones a partir de la congruencia y operación del centro, así como de la estructura de la organización, el análisis de gabinete con base a la documentación normativa de la misma, el trabajo en campo, así como la información disponible sobre CEDIPOL.

La prestación del servicio consistirá en la realización de las actividades necesarias para el desarrollo de la campaña, por lo que la agencia de publicidad deberá:

- a) Participar en reuniones con el equipo de FICOSEC para conocer sus lineamientos, la manera de operar y monitorear los proyectos. Con base en esta información se deberán de emitir las recomendaciones y se deberá de elaborar la estrategia de publicidad.
- b) Realizar la entrega de los productos en el tiempo y la forma establecidos de acuerdo en el cronograma de la presente convocatoria.
- c) Asumir los costos y gastos que significan el uso de las instalaciones físicas, equipo de oficina, alquiler de servicios y transporte y otros costos de operación que se requiera; asimismo, del pago por servicios profesionales, viáticos y aseguramiento del personal profesional, técnico, administrativo y de apoyo que sea contratado.
- d) Atender y responder a cada uno de los puntos de la convocatoria y sus anexos.
- e) Firmar contrato con FICOSEC y con CEDIPOL.
- f) Firmar convenio de confidencialidad de la información con CEDIPOL.
- g) Colaboración efectiva con el equipo de FICOSEC y CEDIPOL a lo largo de todo el proceso.

## VI. Responsabilidades de CEDIPOL

- a) Participar en el comité dictaminador de las propuestas recibidas en la presente convocatoria.
  - b) Contratar los servicios de la agencia de publicidad que resulte ganadora de la presente convocatoria.
  - c) Mostrar disponibilidad y apertura en el proceso.
- Suministrar oportunamente a la agencia de publicidad la documentación e información necesaria para llevar a cabo la prestación del servicio.
- Supervisar el cumplimiento de los tiempos de entrega y calidad de productos.



- f) Verificar que la información suministrada a la agencia de publicidad sea veraz y la más actualizada.
- g) Llevar a cabo las recomendaciones y actividades que deriven de la prestación de servicios.
- h) Resguardar la evidencia y respaldo de los resultados de la prestación de servicios.
- i) Presentar los avances de la estrategia a Comunicación Social y a la Unidad de Proyectos de FICOSEC.
- j) Revisar los productos y entregar oportunamente los comentarios que de la revisión resulten, a fin de que sean considerados por parte del prestador de servicios.

## VII. Responsabilidades de FICOSEC:

- a) Participar en el comité dictaminador de las propuestas de consultoría.
- b) Tener reuniones con la agencia de publicidad para la explicación de los lineamientos y procesos de FICOSEC.
- c) Recibir los productos de los servicios contratados por CEDIPOL.
- d) Autorizar el pago de facturas a la agencia de publicidad.

## VIII. Perfil de la persona y/o agencia de publicidad

Tipo	Antigüedad	Experiencia comprobable
Persona moral (empresa)	2 años	<p>2 años prestando el servicio relacionado al desarrollo de marketing, publicidad a organizaciones de la sociedad civil, áreas gubernamentales y/o empresas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia en campañas de publicidad con enfoque social o comunitario.</li> <li>• Conocimiento del mercado local (Chihuahua).</li> <li>• Habilidades en marketing digital y tradicional.</li> </ul>
Persona física	3 años de experiencia	<p>3 años prestando el servicio relacionado al desarrollo de marketing, publicidad a organizaciones de la sociedad civil, áreas gubernamentales y/o empresas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia en campañas de publicidad con enfoque social o comunitario.</li> <li>• Conocimiento del mercado local (Chihuahua).</li> <li>• Habilidades en marketing digital y tradicional.</li> </ul>





### Persona moral:

1. Currículum de la empresa.
2. Carta de presentación.
3. Portafolio de trabajo.
4. Acta constitutiva.
5. Poder del representante legal.
6. Copia de identificación oficial del representante.
7. Constancia de situación fiscal, que incluya el domicilio fiscal y actividad afín al servicio a proveer.
8. Opinión del cumplimiento de obligaciones fiscales en sentido positivo.
9. Copia de su registro patronal y copia de su último pago de las cuotas obrero patronal, específicamente del personal que realizará el servicio; o carta donde se deslinde de las responsabilidades civiles y laborales de los colaboradores que sean contratados por honorarios.
10. Listado de clientes y datos de contacto de dos referencias de clientes a los proporcione el servicio recientemente.
11. Currículum y carta de presentación de los colaboradores que prestarán el servicio.

### b. Propuesta técnica deberá abarcar entre 2 a 3 cuartillas y debe explicar:

1. Resumen de la propuesta: Debe incluir una breve descripción de la idea central de la campaña, los principales canales a utilizar y el impacto esperado.
2. Resumen de la agencia de publicidad o persona prestadora del servicio: Destacando la experiencia relevante de la agencia, su filosofía de trabajo y los integrantes clave del equipo.
3. El alcance y los objetivos del proceso. Tomando en consideración que el plan de trabajo, será propuesto por la agencia de publicidad y retroalimentado y aprobado por el equipo de CEDIPOL y FICOSEC, una vez iniciado el contrato.
4. Propuesta de medios a utilizar, fases de la estrategia y actividades a realizar. (Descripción técnica y conceptual del esqueleto del cómo se desarrollaría la campaña)
5. Cronograma de actividades detallado.
6. Esquema de entregables
7. Perfil del personal que participará en el ejercicio y la estructura del equipo de trabajo en caso de aplicar.

### c. Propuesta económica debe ser no mayor a 2 cuartillas desglosando:

1. Presupuesto total detallado con desglose de impuestos, conforme a actividades y entregables.
  - Se debe tomar en consideración que la fecha de entrega no es considerada como la fecha de pago, toda vez que los entregables son revisados y validados por parte de FICOSEC y CEDIPOL previo a su pago.

## XII. Proceso de presentación de propuestas

Se deberá presentar una propuesta que incluya lo siguiente:

### Documentación para entregar:

**FICOSEC**  
Empresarios de Chihuahua

  
**cedipol**



1.- Documentación administrativa y legal
2.- Propuesta técnica
3.- Propuesta económica

- Los documentos deberán enviarse en una carpeta ZIP ordenada, con los documentos nombrados y bajo el orden numérico establecido en el apartado IX Integración de la propuesta, de estas bases al correo: [evaluacion.proyectos@ficosec.org](mailto:evaluacion.proyectos@ficosec.org) de acuerdo con el cronograma establecido.
- La propuesta técnica y económica debe estar consolidada en dos documentos independientes en formato PDF (incluyendo los anexos técnicos respectivos).
- Una vez que los proyectos sean recibidos en el correo electrónico, FICOSEC enviará una confirmación por la misma vía durante las siguientes 72 horas.
- Todo lo no previsto en el presente documento queda a consideración de los convocantes.

### **XIII. Proceso de valoración de propuestas, selección y fallo.**

La selección de la propuesta se basará en los siguientes criterios, los cuales serán valorados por un equipo designado por FICOSEC y CEDIPOL.

- Documentación administrativa y legal.
- Capacidad del concursante; (Experiencia previa en ejercicios similares, Conocimiento y experiencia demostrable).
- Propuesta técnica; (Congruencia entre los objetivos, conforme a los términos de referencia)
- Presupuesto; (Propuesta económica razonable y acorde con el alcance de los términos de referencia)

## Anexo I. Información de CEDIPOL

El Instituto de Formación Integral de Chihuahua A.C. es una organización de la sociedad civil constituida en 2014, con la misión de crear el Centro de Desarrollo Integral Policial (CEDIPOL) y convertirlo en el mejor centro deportivo y de desarrollo social de las fuerzas policiales, que logre la excelencia y promoción de la vida sana y de esparcimiento de sus usuarios, esto lo hace a través de la oferta de un espacio digno con una infraestructura y servicios deportivos, recreativos y de salud integral de alta calidad y accesibles a los miembros de la Dirección de Seguridad Pública Municipal y sus familias.

El centro se encuentra ubicado en la zona norte de la ciudad de Chihuahua, que tiene como objetivo central dignificar la calidad de vida de la policía municipal, bomberos, protección civil y la de sus familias y, al mismo tiempo, fortalecer las instituciones locales de seguridad. En donde a través de los años ha sido enfocado en consolidar la oferta de actividades tanto a nivel operativo como en la atención a usuarios.

Los niños son una parte muy importante dentro de la familia CEDIPOL. Para ellos se cuenta con un espacio lúdico y recreativo, con personal capacitado, en el que pueden permanecer mientras sus referentes familiares acuden a clases o programas deportivos. Este espacio está acondicionado para recibir niños entre uno y nueve años de edad, contando con material didáctico, plasmas, juegos de mesa, juegos y jardín exterior privado, actividades lúdicas y manuales, sonido, baños, cocineta, entre otros implementos necesarios para una atención plácida, confortable, de aprendizaje y socialización.

Todas las actividades deportivas, de salud y capacitación que se imparten en el centro, están a cargo de profesionales en la materia, quienes constantemente se actualizan en sus áreas de operación, puesto que la salud y condición física de los usuarios es elemental para su desarrollo y el de su profesión. Al ser un club deportivo y con personal altamente capacitado, el Centro se ha convertido en semillero de talentos en las diferentes disciplinas que se imparten, incluso los usuarios ya han tenido participación en diferentes eventos y torneos a nivel local, estatal, regional, nacional e internacional en disciplinas como: TKD, natación, box, fútbol, , entre otras.

En síntesis, el CEDIPOL ofrece 1.5 hectáreas donde las familias de los cuidadores pueden convivir, ejercitarse, descansar y fortalecer su salud en las diferentes instalaciones: alberca semiolímpica, canchas de básquetbol, fútbol rápido y soccer, combate y box, raquetbol y gimnasio. El Centro cuenta también con un área de rehabilitación física, , así como el servicio de atención a niños con autismo, síndrome de down, estimulación temprana entre otros; se cuenta también con el apoyo de psicología para los policías y sus familias, de una manera más confidencial, pudiéndolo hacer directamente en el consultorio del especialista así como con un amplio espacio para usos múltiples. También ofrecen, entre otras clases: spinning, baile, TKD,, zumba, jump y tae bo, tanto para niños como para adultos.

Al finalizar el año 2024, se registraron aproximadamente 906 usuarios titulares, alcanzando un total de 996 personas al incluir a los familiares con derecho al uso de las instalaciones. De esta manera, se atendió a alrededor de 3,000 usuarios en las instalaciones del centro durante el período de implementación anterior.



## Anexo II. Cronograma de actividades

### Fases y Actividades a desarrollar por parte de la Agencia de Publicidad.

- **Fase 1: Diagnóstico y Planificación Estratégica**
  - Actividades:
    - Investigación y análisis del proyecto CEDIPOL, su historia, servicios, usuarios y competencia.
    - Análisis de los canales y medios de comunicación actuales de CEDIPOL.
    - Definición de los objetivos de la campaña.
    - Desarrollo de la estrategia general de comunicación y publicidad.
    - Presentación del plan de trabajo detallado, incluyendo las métricas e indicadores de éxito<sup>4</sup>.
  - Entregables:
    - Informe de diagnóstico.
    - Documento de estrategia de comunicación y publicidad.
    - Plan de trabajo detallado con cronograma y detalle específico de actividades para las siguientes fases.
  - Fecha de entrega: 30 de mayo de 2025
  - Porcentaje de propuesta económica: 20%
  
- **Fase 2: Desarrollo y Producción de Materiales<sup>5</sup>**
  - Actividades:
    - Mecanismos de fidelización de usuarios.
    - Desarrollo de los conceptos creativos y mensajes clave de la campaña.
    - Diseño y producción de material audiovisual y gráfico para los diferentes canales (digitales, impresos)
      - Gráficos (imágenes)
      - Carruseles
      - Videos- reel
      - Otras propuestas
        - La presentación de los materiales deberá de considerar al menos 3 publicaciones por mes. Los materiales deberán ser variados, ejemplo: 1 video, 2 diseños para redes con copy.
  - Entregables:
    - Diseño de los materiales publicitarios.
    - Contenido para redes sociales y otros medios digitales.
    - Material audiovisual.
    - Cronograma de publicación mensualizado.
  - Fecha de entrega: 13 de junio de 2025
  - Porcentaje de propuesta económica: 20%

<sup>4</sup> Los indicadores de éxito se hace referencia a la inscripción de más usuarios (población objetivo), siendo estos activos y asistiendo al centro.  
<sup>5</sup> En donde se incluya la calendarización (cronograma) y detalle de los materiales a realizar y publicar.



- En esta etapa es crucial la revisión y validación de los materiales por parte de FICOSEC y CEDIPOL, previo a dar inicio al lanzamiento de la campaña.

- **Fase 3: Implementación y Lanzamiento de la Campaña**

- Actividades:
  - Lanzamiento de la campaña publicitaria en los diferentes canales.
  - Ejecución de las actividades planificadas en el plan de trabajo.
  - Coordinación con el equipo de FICOSEC y CEDIPOL para la implementación.
- Entregables:
  - Reporte de lanzamiento de la campaña.
  - Evidencia de la implementación de las actividades.
- Fecha de entrega: 24 de noviembre 2025
- Porcentaje de propuesta económica: 40%

- **Fase 4: Seguimiento, Medición y Optimización**

- Actividades:
  - Monitoreo y seguimiento de los resultados de la campaña.
  - Análisis de las métricas e indicadores de éxito.
  - Optimización de la campaña en función de los resultados obtenidos.
  - Presentación de informes periódicos de progreso.
- Entregables:
  - Informes periódicos de seguimiento y resultados.
  - Informe final de resultados de la campaña.
- Fecha de entrega: 05 de diciembre 2025
- Porcentaje de la propuesta económica: 20%

- **Fase 5: Transferencia de Aprendizajes**

- Actividades:
  - Informe de transferencia de aprendizajes y recomendaciones al equipo de FICOSEC y CEDIPOL.
- Entregables:
  - Documento con las lecciones aprendidas y recomendaciones.
- Fecha de entrega: 12 de diciembre 2025

