

**CONTRATO PARA CONSULTORES INDIVIDUALES
EJECUTADOS POR PERSONAS FÍSICAS**

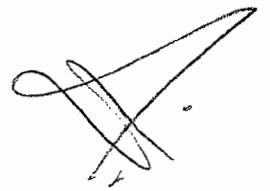
Entre

**LA SECRETARÍA DE PLANEACIÓN Y PRESUPUESTO
GOBIERNO DEL ESTADO DE YUCATÁN
"LA CONTRATANTE"**

Y

**MARÍA TERESA SOLIS TREJO
"EL CONSULTOR INDIVIDUAL"**

Fechado el 24 de JUNIO de 2011.



CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES

Contrato de Prestación de Servicios Profesionales que celebran por una parte, el Poder Ejecutivo del Gobierno del Estado de Yucatán por conducto de la Secretaría de Planeación y Presupuesto en su carácter de Ejecutor del **Programa para el Desarrollo Sostenible del Estado de Yucatán**, financiado con recursos del "Primer Programa de Crédito Subnacional para Infraestructura Pública, Servicios Públicos y Fortalecimiento Institucional Préstamo 2053 / OC - ME formalizado entre el **Banco Interamericano de Desarrollo** y el Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos, S.N.C., en adelante "La Contratante", representada por su Titular el Doctor Armando José Baqueiro Cárdenas, asistido por el Director de la Unidad de Gestión de la Inversión de la Secretaría de Planeación y Presupuesto, el Licenciado Elías Eduardo Pacheco Negrín y por la otra el (la) **C. Maria Teresa Solís Trejo**, que en lo sucesivo se denominará "El Consultor Individual" de conformidad con las siguientes declaraciones y cláusulas:

DECLARACIONES

I. "El Consultor Individual" declara:

- I.1. Haber nacido en el _____ el día _____
ser de estado civil _____ tener su domicilio en Schiller
239 802 Colonia Chapultepec Morales CP. 11580, en México, D.F., mismo que
señala para los fines y efectos legales del presente contrato.
- I.2. Que es de nacionalidad Mexicana y es elegible de acuerdo con los criterios
establecidos por el Banco.
- I.3. Que ha hecho saber a "La Contratante", que tiene los conocimientos y aptitudes
necesarios, se encuentra en plena capacidad legal, así como que cuenta con los
elementos técnicos y materiales para prestar en forma independiente, a
satisfacción de "La Contratante", los servicios profesionales a los que se refiere
este contrato y que está dispuesto a acreditar la presente declaración, por haber
decidido celebrar el presente contrato.
- I.4. Que en relación con los temas de fraude y corrupción, declara que:
 - (i) ha leído y entendido la prohibición sobre actos de fraude y corrupción
dispuesta por el Banco Interamericano de Desarrollo, en lo sucesivo "El Banco" y
se obliga a observar las normas pertinentes;
 - (ii) no ha incurrido en ninguna infracción sobre fraude y corrupción descritas en
las normas pertinentes de "El Banco";
 - (iii) no ha tergiversado ni ocultado ningún hecho sustancial durante los procesos
de selección, negociación o cumplimiento del contrato;

- (iv) no ha sido declarado inelegible para que se le adjudiquen contratos financiados por "El Banco", ni ha sido declarado culpable de delitos vinculados con fraude o corrupción;
 - (v) no ha sido director, funcionario o accionista principal de ninguna otra compañía o entidad que haya sido declarada inelegible para que se le adjudiquen contratos financiados por "El Banco" o ha sido declarado culpable de un delito vinculado con fraude o corrupción;
 - (vi) ha declarado todas las comisiones, honorarios de representantes, pagos por servicios de facilitación o acuerdos para compartir ingresos relacionados con el contrato de consultoría financiado por "El Banco";
 - (vii) reconoce que el incumplimiento de cualquiera de estas garantías constituye el fundamento para la imposición por "El Banco" de cualquiera o de un conjunto de medidas que se describen en las normas pertinentes de "El Banco".
- I.5. Que está inscrito en el Registro Federal de Contribuyentes con la Clave :
- I.6. Que manifiesta tener conocimiento de lo dispuesto en la Ley del Impuesto sobre la Renta, en razón de que el pago del impuesto que le corresponda como persona física se efectuará en los términos de dichas disposiciones fiscales.
- I.7. Que reconoce expresamente que no existe ningún vínculo o relación de carácter laboral con "La Contratante", y no pertenece a la plantilla laboral del organismo ejecutor y no ha pertenecido a dicha institución durante los seis meses de la primera de las siguientes fechas: la presentación de la solicitud de préstamo / cooperación técnica o la fecha de selección del consultor.
- I.8. Que es su deseo suscribir el presente contrato en los términos y condiciones establecidos en este instrumento.

II. "La Contratante" declara:

- II.1. Que su representado tiene a su cargo el despacho de los asuntos que expresamente le encomienda el Código de la Administración Pública de Yucatán y otras leyes, así como ejercer sus atribuciones de conformidad con dicha Ley y con los reglamentos, acuerdos y demás disposiciones que rigen el servicio público.
- II.2. Que el Doctor Armando José Baqueiro Cárdenas en su carácter de Titular de la Secretaría de Planeación y Presupuesto del Gobierno del Estado de Yucatán está facultado para celebrar el presente contrato de conformidad con lo establecido en la fracción IV del artículo 27 del Código de la Administración Pública de Yucatán, así mismo acredita su cargo con el nombramiento expedido el día primero de agosto de 2007 por la Gobernadora Constitucional del Estado.

- II.3. Que cuenta con suficiencia presupuestal en la Unidad de Gestión de la Inversión para cubrir el importe de estos servicios.
- II.4. Que tiene su domicilio en la calle 59 Poniente por Avenida Itzáez Costado Sur Hospital O'Horan Módulo III del Centro de la Ciudad de Mérida, Yucatán, mismo que señala para los fines y efectos legales del presente contrato.

Expuesto lo anterior, las partes formalizan el presente contrato al tenor de las siguientes:

C L Á U S U L A S

Primera.- Objeto.- "El Consultor Individual" se obliga con "La Contratante" a prestar eficazmente sus servicios profesionales consistentes en:

- Investigación de Gabinete. Recopilar, organizar y analizar información documental y estadística sobre el Centro Histórico de Mérida (información de censos económicos, volumen de turistas nacionales y extranjeros, excursionistas, número y categoría de establecimientos de hospedaje, porcentajes de ocupación, etc.) así como sobre las actividades de promoción que se realizan actualmente por parte de autoridades estatales, municipales, Patronato del Centro Histórico y asociaciones de prestadores de servicios (planes y presupuestos de promoción, calendarios de eventos, acciones de publicidad y promoción tradicional, acciones en medios digitales, etc.)
- Investigación de Campo. Realizar una inspección visual del Centro Histórico de Mérida y de los principales sitios con interés histórico, cultural y comercial: visita diurna a los 20 principales museos, monumentos, zonas comerciales y vespertina a los 15-20 principales lugares de entretenimiento con el fin de hacer un análisis comparativo entre dicha oferta con las expectativas del público potencial.
- Investigación Cualitativa. Ejecución de investigación cualitativa mediante la técnica de grupos de enfoque (cinco grupos de enfoque en Mérida, Yucatán) y 10 a 12 entrevistas estructuradas personales o telefónicas con directivos, funcionarios y empresarios, para obtener información útil para la definición del contenido del Plan de Comunicación para el Centro Histórico de Mérida.
- Plan de Comunicación. Con base en la información recabada y en el conocimiento y experiencia del consultor, redactar un documento denominado Plan de Comunicación para el Centro Histórico de Mérida, definiendo objetivos con base en los resultados de la investigación documental, entrevistas e investigación cualitativa. Dicho Plan incluirá recomendaciones sobre vinculación con entidades relevantes del sector público y privado y de los distintos niveles de gobierno, así como una propuesta de eventos susceptibles de apoyar el posicionamiento del Centro Histórico de Mérida en el corto y mediano plazos. Dicho Plan incluirá propuestas ideales de inversión en medios tradicionales y medios digitales. Asimismo, contemplará la definición de acciones comunicacionales para la información a la comunidad de obras a realizarse en el Centro Histórico de Mérida.

- Talleres. Ejecutar dos talleres de 4 horas para 20 a 25 personas por taller, dirigidos a directivos de pequeñas y medianas empresas establecidas en el Centro Histórico, a fin de informarles sobre el proyecto integral de desarrollo del Centro Histórico, sobre los lineamientos de comunicación de identidad y darles capacitación introductoria para la creación y operación de canales sociales para sus negocios.

Los servicios en materia de este contrato, estarán sujetos a la legislación y disposiciones jurídicas de los Estados Unidos Mexicanos aplicables que para el efecto establece la autoridad competente y a la legislación aplicable en el Estado de Yucatán como resultado de las obligaciones contraídas en el Contrato de Apertura de Crédito celebrado con **el Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos, S.N.C.**, fondeado con recursos del Banco Interamericano de Desarrollo, a través del Contrato de préstamo No. 2053 / OC – ME.

Segunda.- Fraude y Corrupción

El Banco exige a todos los prestatarios (incluyendo los beneficiarios de donaciones), organismos ejecutores y organismos contratantes, al igual que a todas las personas oferentes por participar o participando en proyectos financiados por el Banco incluyendo, entre otros, solicitantes, oferentes, contratista y consultores, observar los más altos niveles éticos y denunciar al Banco todo acto sospechoso de fraude o corrupción del cual tenga conocimiento o sea informado, durante el proceso de selección y las negociaciones o la ejecución de un contrato. Los actos de fraude y corrupción están prohibidos. Fraude y corrupción comprenden actos de: (a) práctica corruptiva; (b) práctica fraudulenta; (c) práctica coercitiva; y (d) práctica colusoria. Las definiciones que se transcriben a continuación corresponden a los tipos más comunes de fraude y corrupción, pero no son exhaustivas. Por esta razón, el Banco también adoptará medidas en caso de hechos o denuncias similares relacionadas con supuestos actos de fraude y corrupción, aunque no estén especificados en la lista siguiente. El Banco aplicará en todos los casos los procedimientos establecidos en la presente cláusula que "El Consultor Individual" declara conocer.

- (a) El Banco define, para efectos de esta disposición, los términos que figuran a continuación:
 - (i) Una práctica corruptiva consiste en ofrecer, dar, recibir, o solicitar, directa o indirectamente, algo de valor para influenciar indebidamente las acciones de otra parte;
 - (ii) Una práctica fraudulenta es cualquier acto u omisión, incluyendo la tergiversación de hechos y circunstancias, que deliberadamente o por negligencia grave, engaño, o intento engañar, a alguna parte para obtener un beneficio financiero o de otra índole o para evadir una obligación;
 - (iii) Una práctica coercitiva consiste en perjudicar o causar daño, o amenazar con perjudicar o causar daño, directa o indirectamente, a cualquier parte o a sus bienes para influenciar en forma indebida las acciones de una parte; y

- (iv) Una práctica colusoria es un acuerdo entre dos o más partes realizado con la intención de alcanzar un propósito indebido, incluyendo influenciar en forma indebida las acciones de otra parte.
- (b) Si se comprueba que, de conformidad con los procedimientos administrativos del Banco, cualquier firma, entidad o persona actuando como oferente o participando en un proyecto financiado por el Banco incluyendo, entre otros, prestatarios, oferentes, proveedores, contratistas, subcontratistas, consultores, y concesionarios, organismos ejecutores u organismos contratantes (incluyendo sus respectivos funcionarios, empleados y representantes) ha cometido un acto de fraude o corrupción, el Banco podrá:
- (i) decidir no financiar ninguna propuesta de adjudicación de un contrato o de un contrato adjudicado para la adquisición de bienes o la contratación de obras financiadas por el Banco;
 - (ii) suspender los desembolsos de la operación, si se determina, en cualquier etapa, que existe evidencia suficiente para comprobar el hallazgo de que un empleado, agente o representante del Prestatario, el Organismo Ejecutor o el Organismo Contratante ha cometido un acto de fraude o corrupción;
 - (iii) cancelar y/o acelerar el pago de una parte del préstamo o de la donación relacionada con un contrato, cuando exista evidencia de que el representante del Prestatario, o Beneficiario de una donación, no ha tomado las medidas correctivas adecuadas en un plazo que el Banco considere razonable y de conformidad con las garantías de debido proceso establecidas en la legislación del país Prestatario;
 - (iv) emitir una amonestación en el formato de una carta formal de censura a la conducta de la firma, entidad o individuo;
 - (v) declarar a una persona, entidad o firma inelegible, en forma permanente o por determinado período de tiempo, para que se le adjudiquen o participe en contratos bajo proyectos financiados por el Banco, excepto bajo aquellas condiciones que el Banco considere apropiadas;
 - (vi) remitir el tema a las autoridades pertinentes encargadas de hacer cumplir las leyes; y / o
 - (vii) imponer otras sanciones que considere apropiadas bajo las circunstancias del caso, incluyendo la imposición de multas que representen para el Banco un reembolso de los costos vinculados con las investigaciones y actuaciones. Dichas sanciones podrán ser impuestas en forma adicional o en sustitución de otras sanciones.

- (c) El Banco ha establecido procedimientos administrativos para los casos de denuncias de fraude y corrupción dentro del proceso de adquisiciones o la ejecución de un contrato financiado por el Banco, los cuales están disponibles en el sitio virtual del Banco (www.iadb.org). Para tales propósitos cualquier denuncia deberá ser presentada a la Oficina de Integridad Institucional del Banco (OII) para la realización de la correspondiente investigación. Las denuncias podrán ser presentadas confidencial o anónimamente;
- (d) Los pagos estarán expresamente condicionados a que la participación de los Oferentes en el proceso de adquisiciones se haya llevado de acuerdo con las políticas del Banco aplicables en materia de fraude y corrupción.
- (e) La imposición de cualquier medida que sea tomada por el Banco de conformidad con las provisiones referidas en el literal b) de esta Cláusula podrá hacerse en forma pública o privada, de acuerdo con las políticas del Banco.

Tercera.- Pagos.- "La Contratante" se obliga a pagar a "El Consultor Individual" por los servicios que preste en las condiciones estipuladas en este contrato, la cantidad de **\$1,500,517.24 (un millón quinientos mil quinientos diecisiete, pesos veinticuatro centavos Moneda Nacional)** más el impuesto al valor agregado (IVA)), menos la retención Impuesto Sobre la Renta (ISR) correspondiente, de acuerdo al siguiente desglose.

El pago será del 50% a la firma del contrato y 50% a la entrega de todos los trabajos resultados de la consultoría conforme a los términos de referencia siempre que "El Consultor Individual": i) haya cumplido las obligaciones que se señalan en la cláusula Primera y ii) presente el informe y los entregables a que se refiere la cláusula Décima Cuarta.

Desglose del monto del contrato (M.N.)	
Concepto	Montos
Monto del contrato	\$ 1,500,517.00
Impuesto al Valor Agregado	\$ 240,082.72
Subtotal	\$ 1,740,599.72
Retención del Impuesto Sobre la Renta	\$ 150,051.70
Monto total	\$ 1,590,548.02

El monto a pagar a "El Consultor Individual" incluye los gastos por concepto de viáticos que se generen como resultado del cumplimiento de los servicios profesionales objeto de este contrato.

Los pagos se efectuarán a la presentación de recibo de honorarios en Mérida, Yucatán y por ningún motivo o circunstancia el precio estipulado del contrato variará durante su vigencia.

Cuarta.- Impuestos.- "El Consultor Individual" manifiesta su conformidad para que "La Contratante" le retenga el correspondiente Impuesto Sobre la Renta, de conformidad con las disposiciones fiscales aplicables, respecto de los pagos que perciba con motivo de este contrato. "La Contratante", se obliga a entregarle, las constancias de las retenciones de impuestos efectuadas.

Sexta.- Vigencia.- El presente contrato estará **vigente a partir de la firma del presente contrato** y hasta el **diecinueve de septiembre de dos mil once**. "El Consultor Individual", se compromete a prestar los servicios objeto del presente contrato, hasta la total conclusión de los mismos dentro de la vigencia, salvo instrucción en contrario que reciba por parte de "La Contratante".

Séptima.- Depositario.- "La Contratante" proporcionará a "El Consultor Individual" los elementos convencionales necesarios para el desarrollo de los trabajos pactados, como son equipo de oficina y equipo de cómputo. "El Consultor Individual" se responsabilizará del buen uso de los elementos de trabajo.

Octava.- Penas Convencionales.- "El Consultor Individual", se hará acreedor a la pena convencional por atraso en la prestación del servicio correspondiente, por un porcentaje de 2 % (dos por ciento) por semana, calculado sobre el valor de los Servicios no prestados oportunamente. El monto máximo de la penalización no deberá exceder del 20% del valor de los Servicios no prestados oportunamente.

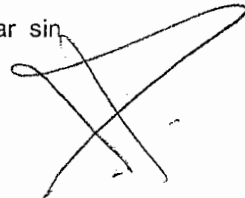
Las penas convencionales se harán efectivas mediante deducción que efectúe "La Contratante" al momento de realizar el pago respectivo al "Consultor Individual".

Novena.- Rescisión.- "La Contratante" y "El Consultor Individual" convienen en que este contrato podría ser rescindido administrativamente, sin necesidad de declaración judicial, en caso de que "El Consultor Individual" no cumpla cualquiera de las obligaciones de las que sea sujeto en virtud de este Contrato; o no las cumpla de manera convenida; o por infringir las prohibiciones contenidas en las leyes y disposiciones jurídicas aplicables a este documento.

En dicha circunstancia, "La Contratante" enviará una notificación de rescisión por escrito al "Consultor Individual", en la que señalará explícitamente el incumplimiento y/o infracción en que éste hubiere incurrido. La rescisión tendrá efectos en la fecha en que se realice la notificación señalada.

En caso de rescisión del presente contrato por causas imputables a "El Consultor Individual", éste pagará a "La Contratante" los daños y perjuicios que le ocasionen con motivo de su incumplimiento o del acto que hubiere ejecutado.

Además de las antes señaladas, será causa de rescisión, el que "El Consultor Individual" haya participado en prácticas corruptas o fraudulentas para llevar a cabo su contratación o durante su ejecución. En este caso una vez iniciado el procedimiento de rescisión, no podrá quedar sin efectos.



Décima.- Modificaciones.- El presente contrato podrá modificarse hasta en un 20 % en sus términos y condiciones, incluido el alcance de los Servicios, mediante acuerdo por escrito entre las Partes.

Las partes convienen en que el contenido de los documentos anexos a este contrato, así como cualquier otra obligación que las mismas asuman dentro de este contrato, ya sea en las "DECLARACIONES", o bien en las "ADICIONES" o "MODIFICACIONES", si las hubiere, se entenderán parte de este contrato y les vincularán jurídicamente.

Décima Primera.- Cumplimiento del contrato.- "El Consultor Individual" se obliga a cumplir puntualmente con la prestación de los servicios objeto de este contrato, de conformidad con los términos de referencia que se agregan al presente contrato para formar parte integral del mismo y con las instrucciones y demás documentos que para su desempeño reciba de "La Contratante", así como a poner en su conocimiento cualquier hecho o circunstancia que pueda dañar la ejecución de los trabajos.

"El Consultor Individual" no será responsable por cualesquiera evento de caso fortuito o fuerza mayor que le impidiere parcial o totalmente la ejecución de las obligaciones a su cargo en este contrato, en el entendido de que el caso fortuito o fuerza mayor según corresponda, estén debidamente acreditados, y será directamente responsable de los daños y perjuicios que cause a "La Contratante" y/o a terceros por negligencia, impericia o dolo en la prestación de los servicios que se obliga a realizar.

"La Contratante" no será responsable por cualquier evento de caso fortuito o fuerza mayor que le impidiere parcial o totalmente la ejecución de las obligaciones a su cargo en este contrato, en el entendido de que el caso fortuito o fuerza mayor según corresponda, estén debidamente acreditados.

En el evento de caso fortuito o fuerza mayor que impidiese parcialmente el cumplimiento del presente contrato, "La Contratante" podrá por mutuo acuerdo con "El Consultor Individual", prorrogar el plazo del presente contrato por el mismo tiempo que el caso fortuito o la fuerza mayor hubiera tenido lugar.

Décima Segunda.- Terminación anticipada.- "La Contratante", mediante notificación por escrito a "El Consultor Individual" emitida por lo menos con 5 días de anticipación, podrá dar por terminado anticipadamente el contrato, por causas de interés general, por caso fortuito o fuerza mayor, o bien, cuando por causas justificadas se extinga la necesidad de requerir los servicios objeto del presente contrato, en estos supuestos "La Contratante" le reembolsará a "El Consultor Individual" los gastos no recuperables en que haya incurrido, siempre que éstos sean razonables, estén debidamente comprobados y se relacionen directamente con el contrato.

Décima Tercera.- Confidencialidad. "EL Consultor Individual" se obliga a no divulgar ni transmitir a terceros, ni siquiera con fines académicos o científicos, los datos e informaciones que lleguen a su conocimiento con motivo de la prestación de los servicios aquí pactados, por lo que "El Consultor Individual" mantendrá absoluta confidencialidad inclusive al término del contrato. La

Handwritten signatures and initials on the right side of the page. There are three distinct marks: a signature at the top, a vertical mark in the middle, and a large, stylized signature or mark at the bottom.

contravención a lo señalado en esta cláusula dará lugar a que "La Contratante" demande los daños y perjuicios que se llegaren a ocasionar.

Décima Cuarta.- Informes y entregables.- "EL Consultor Individual" deberá proporcionar a "La Contratante" los Entregables o Productos, derivados de la prestación de los servicios conforme a lo establecido en el Plan de Trabajo que se agrega a este contrato como Anexo 1.

Décima Quinta.- Conflicto de Intereses.- Los pagos del "Consultor Individual" en relación con este contrato o con los servicios, serán únicamente los estipulados en la cláusula Tercera, comprometiéndose a no aceptar en beneficio propio ninguna comisión comercial, descuento o pago similar en relación con las actividades contempladas en este contrato, o en los servicios, o en el cumplimiento de sus obligaciones en virtud del mismo. Igualmente, "El Consultor Individual" no podrá usar la información y documentos en beneficio propio o de cualquier otra persona distinta de "La Contratante", sujetándose en este caso a lo establecido en la cláusula Décima Tercera.

"El Consultor Individual" no podrá suministrar bienes, construir obras o prestar servicios (distintos de los servicios establecidos en este contrato y de cualquier continuación de los mismos) para cualquier proyecto que se derive de los servicios de consultoría prestados en el presente contrato.

Décima Sexta. - Contrato a Título Personal. - "El Consultor Individual" se obliga a realizar directamente los servicios profesionales, materia del presente contrato, y no podrá ceder en ningún caso, ya sea en todo o en parte, los derechos y obligaciones derivados del mismo.

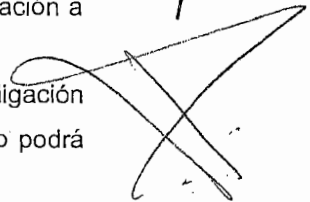
Décima Séptima.- Supervisión y Coordinación.- "La Contratante" a través de los representantes que al efecto designe, tendrá el derecho de vigilar, supervisar y coordinar en todo momento los servicios objeto de este contrato, y dar a "El Consultor Individual" las instrucciones que estime convenientes relacionadas con la ejecución de los mismos.

Décima Octava.- Propiedad de los trabajos.- Las partes convienen en que los trabajos objeto de este contrato que desarrollará "El Consultor Individual" en cumplimiento de sus obligaciones, son propiedad exclusiva de la Secretaría de Planeación y Presupuesto del Gobierno del Estado de Yucatán, por lo que "El Consultor Individual" no se reserva derecho alguno sobre dicha propiedad.

Décima Novena.- Derechos de autor u otros derechos exclusivos.- En caso de que se deriven derechos de autor u otros derechos exclusivos en virtud del presente contrato, estos deberán constituirse a nombre de la Secretaría de Planeación y Presupuesto del Gobierno del Estado de Yucatán.

Vigésima.- Relación entre las Partes.- Ninguna estipulación del presente Contrato podrá interpretarse en el sentido de que entre "El Contratante" y "El Consultor Individual" existe una relación de dependencia o subordinación, de empleador y empleado o de mandante y mandatario. Por lo que no podrán tenerse por tal los nexos entre uno y otros, ni las labores de coordinación a que se refiere este contrato.

"El Consultor Individual" expresamente reconoce que no existe responsabilidad ni obligación alguna de "La Contratante" en materia de trabajo ni de seguridad social; por lo mismo, no podrá



presentar en contra de la misma, reclamación alguna en relación con los Servicios Profesionales objeto de este contrato.

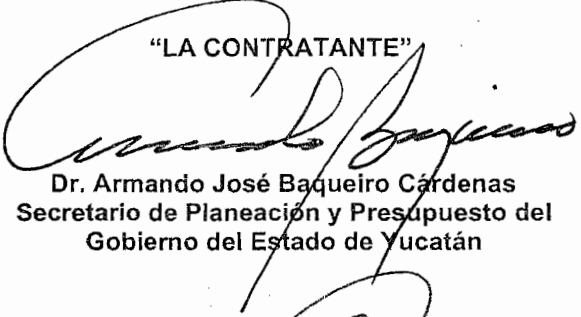
Vigésima Primera.- Jurisdicción.- Para la interpretación y cumplimiento de este contrato, así como todo aquello que no esté expresamente estipulado en el mismo, las partes se someten a la jurisdicción de los Tribunales competentes de la Ciudad de Mérida, Yucatán, por lo tanto "El Consultor Individual" renuncia expresamente al fuero que pudiere corresponderle por razón de su domicilio presente o futuro.

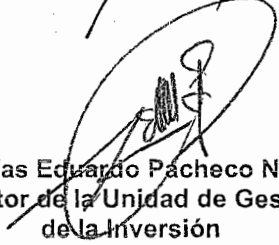
Enteradas las partes de su contenido y alcance legal, se han obligado en la forma y términos que a sus intereses convienen con pleno conocimiento de sus derechos y obligaciones recíprocas, el presente documento lo firman en tres ejemplares en la Ciudad de Mérida, Yucatán, a los veinticuatro días del mes de junio de dos mil once.

"EL CONSULTOR INDIVIDUAL"


María Teresa Solís Trejo.

"LA CONTRATANTE"


Dr. Armando José Baqueiro Cárdenas
Secretario de Planeación y Presupuesto del
Gobierno del Estado de Yucatán


Lic. Elías Eduardo Pacheco Negrín
Director de la Unidad de Gestión
de la Inversión

ANEXO 1

ALCANCE DEL PROYECTO (ACTIVIDADES A REALIZAR)

- Investigación de Gabinete. Recopilar, organizar y analizar información documental y estadística sobre el Centro Histórico de Mérida (i.e. información de censos económicos, volumen de turistas nacionales y extranjeros, excursionistas, número y categoría de establecimientos de hospedaje, porcentajes de ocupación, etc.) así como sobre las actividades de promoción que se realizan actualmente por parte de autoridades estatales, municipales, Patronato del Centro Histórico y asociaciones de prestadores de servicios (planes y presupuestos de promoción, calendarios de eventos, acciones de publicidad y promoción tradicional, acciones en medios digitales, etc.)

- Investigación de Campo. Realizar una inspección visual del Centro Histórico de Mérida y de los principales sitios con interés histórico, cultural y comercial: visita diurna a los 20 principales museos, monumentos, zonas comerciales y vespertina a los 15-20 principales lugares de entretenimiento con el fin de hacer un análisis comparativo entre dicha oferta con las expectativas del público potencial.

- Investigación Cualitativa. Ejecución de investigación cualitativa mediante la técnica de grupos de enfoque (cinco grupos de enfoque en Mérida, Yucatán) y 10 a 12 entrevistas estructuradas personales o telefónicas con directivos, funcionarios y empresarios, para obtener información útil para la definición del contenido del Plan de Comunicación para el Centro Histórico de Mérida.

- Plan de Comunicación. Con base en la información recabada y en el conocimiento y experiencia del consultor, redactar un documento denominado Plan de Comunicación para el Centro Histórico de Mérida, definiendo objetivos con base en los resultados de la investigación documental, entrevistas e investigación

cuantitativa. Dicho Plan incluirá recomendaciones sobre vinculación con entidades relevantes del sector público y privado y de los distintos niveles de gobierno, así como una propuesta de eventos susceptibles de apoyar el posicionamiento del Centro Histórico de Mérida en el corto y mediano plazos. Dicho Plan incluirá propuestas ideales de inversión en medios tradicionales y medios digitales. Asimismo, contemplará la definición de acciones comunicacionales para la información a la comunidad de obras a realizarse en el Centro Histórico de Mérida.

- Talleres. Ejecutar dos talleres de 4 horas para 20 a 25 personas por taller, dirigidos a directivos de pequeñas y medianas empresas establecidas en el Centro Histórico, a fin de informarles sobre el proyecto integral de desarrollo del Centro Histórico, sobre los lineamientos de comunicación de identidad y darles capacitación introductoria para la creación y operación de canales sociales para sus negocios.

- **Asesoría.** Contar con un Consultor Principal que coordinen los esfuerzos de comunicación y asesoren a las principales autoridades y funcionarios del Gobierno del Estado de Yucatán y del Ayuntamiento de Mérida respecto de mensajes y actividades comunicacionales relacionadas con el proyecto de desarrollo integral del Centro Histórico de Mérida. Sugerir al equipo de ejecución del proyecto de desarrollo integral del Centro Histórico de Mérida respecto de la oportunidad y forma de ejecutar las obras y actividades del proyecto.

PRODUCTOS A ENTREGAR

El consultor presentará por escrito los siguientes productos entregables en forma impresa y en formato digital (pdf).

1. Informe de Resultados de Investigación.

Informe detallado con la información estadística, económica y resultados de las entrevistas a profundidad a informantes calificados e inspección visual del

Centro Histórico. Dicho reporte contendrá lo siguiente: a) Resumen Ejecutivo con una síntesis de los hallazgos, b) Reporte Extensivo sobre los Hallazgos, incluyendo cuadros analíticos y conclusiones relevantes para el proyecto. Como un anexo de dicho documento se presentará un informe detallado de las fuentes documentales y estadísticas consultadas, así como las fechas y sitios visitados en la inspección presencial, los nombres y cargos de las personas con quienes se sostuvieron entrevistas en forma personal o mediante conferencias telefónicas y un informe detallado del contenido de cada uno de los grupos de enfoque ejecutados conforme al alcance del proyecto, incluyendo guía de tópicos y fotografías de cada una de las sesiones.

2. Plan de Comunicación.

El Plan de Comunicación para el Centro Histórico de Mérida propondrá lineamientos estratégicos, público objetivo, líneas de comunicación, así como una propuesta de programa táctico para promocionar al Centro Histórico de Mérida en el corto y mediano plazos, incluyendo propuesta de alianzas estratégicas y propuestas de inversión en medios tradicionales y medios digitales.

3. Informe de ejecución de los Talleres para PYMES en el Centro Histórico.

Este informe describirá en detalle los detalles de la ejecución del Taller para PYMES en el Centro Histórico, incluyendo lugar y fecha, listas de asistencia, presentación, resultados del cuestionario de evaluación aplicado a los asistentes y fotografías.

4. Informe de Asesoría Permanente de Comunicación. Informe que describe las actividades realizadas por el Consultor principal en cuanto a las reuniones, acciones y avances en materia de comunicación y asesoría directa con los responsables del proyecto por parte del Municipio y del Gobierno del Estado.



ANEXO 2

PROGRAMA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL ESTADO DE YUCATÁN

Componente:

Términos de Referencia.

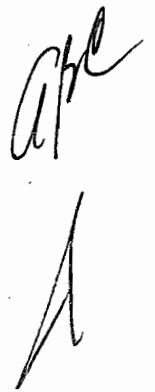
**Estudio y Programa de Promoción y Asesoría en Comunicación para el
Centro Histórico Mérida, Yucatán**

ANTECEDENTES

La ejecución de este proyecto integral para el desarrollo del Centro Histórico de Mérida requiere contar con información de mercado actualizada que sirva como fundamento para el desarrollo de un Plan de Comunicación que, a partir de la recuperación del Centro Histórico, mejore el conocimiento de la oferta de servicios y habitacional del Centro Histórico de Mérida entre las audiencias potencialmente interesadas en visitar y residir en dicha zona de la Ciudad de Mérida.

Asimismo, es deseable que dicho Plan de Comunicación tome en cuenta otros esfuerzos institucionales públicos y privados de promoción de la Ciudad de Mérida, con el fin de propiciar la generación de sinergias en materia de promoción, haciendo más eficiente y efectivo el uso de recursos de promoción y publicidad para el Centro Histórico de Mérida.

Dentro de este proyecto se ha incorporado como un elemento importante la inducción a las PyMes turísticas establecidos en el Centro Histórico, comercios, establecimientos de alimentos y bebidas, de hospedaje, etc. sobre el alcance del programa de recuperación del Centro Histórico y su Plan de Comunicación, así como sobre el uso del internet y redes sociales, a efecto de propiciar la



colaboración público-privada en la generación de acciones de promoción innovadoras que estimule la visita y el consumo de servicios en el Centro Histórico por parte de residentes en el Estado, visitantes y turistas.

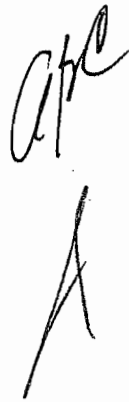
A continuación se describen el objetivo general del proyecto, sus objetivos específicos, el alcance y los requerimientos en términos de perfil del consultor a contratar, a fin de hacer una convocatoria a especialistas en los temas materia de este proyecto para presentar sus propuestas de servicios y de honorarios.

OBJETIVO GENERAL

Dar al Ayuntamiento de Mérida los elementos técnicos necesarios en materia de investigación de mercados, planeación de mercadotecnia y facilitación ante pequeñas y medianas empresas en el Centro Histórico para guiar la comunicación y promoción sobre el Centro Histórico de Mérida, con el fin de estimular la visita comercial, turística y habitacional.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Contar con una base actualizada de información documental y estadística sobre las actividades de promoción que desarrollan actualmente actores relevantes para la promoción del Centro Histórico de Mérida: autoridades estatales, municipales, Patronato del Centro Histórico y asociaciones de prestadores de servicios, recabando, para cada uno de ellos, información sobre sus objetivos, prioridades, inquietudes y recursos disponibles.
- Identificar los principales inhibidores y motivadores de la visita al Centro Histórico para los residentes en Mérida y sus alrededores.
- Identificar los principales inhibidores y motivadores para considerar al Centro Histórico como opción habitacional.
- Identificar los principales sitios con interés histórico, cultural y comercial, a fin de establecer la afinidad entre la oferta de atractivos del Centro Histórico con las

Handwritten signature and initials in black ink, located on the right side of the page. The signature appears to be 'AHC' and the initials below it are 'A'.

expectativas del público potencial.

- Con base en la información de mercado actualizada, contar con un Plan de Comunicación para el Centro Histórico de Mérida, que defina los objetivos de comunicación, públicos objetivos y proponga mecanismos de colaboración con entidades públicas y privadas relevantes.
- Inducir a las empresas establecidas en el Centro Histórico sobre el Programa de Recuperación del Centro Histórico y dar a directivos de dichas empresas conocimientos sobre el uso del internet y redes sociales para, con un bajo costo, propiciar la promoción del Centro Histórico y el fomento a la demanda en lo individual y a través de ejercicios de colaboración entre las propias empresas y con otros organismos y empresas con objetivos afines.
- Asesorar a las principales autoridades y funcionarios del Gobierno del Estado de Yucatán y del Ayuntamiento de Mérida respecto de mensajes y actividades comunicacionales relacionadas con el proyecto de desarrollo integral del Centro Histórico de Mérida.

ALCANCE DEL PROYECTO (ACTIVIDADES A REALIZAR)

- Investigación de Gabinete. Recopilar, organizar y analizar información documental y estadística sobre el Centro Histórico de Mérida (i.e. información de censos económicos, volumen de turistas nacionales y extranjeros, excursionistas, número y categoría de establecimientos de hospedaje, porcentajes de ocupación, etc.) así como sobre las actividades de promoción que se realizan actualmente por parte de autoridades estatales, municipales, Patronato del Centro Histórico y asociaciones de prestadores de servicios (planes y presupuestos de promoción, calendarios de eventos, acciones de publicidad y promoción tradicional, acciones en medios digitales, etc.)
- Investigación de Campo. Realizar una inspección visual del Centro Histórico de Mérida y de los principales sitios con interés histórico, cultural y comercial:

abc
A

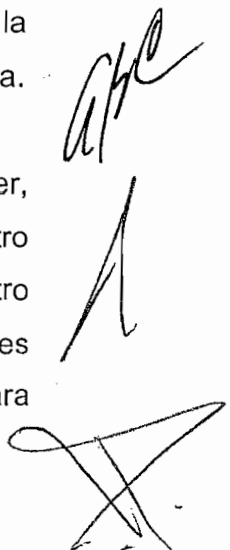
visita diurna a los 20 principales museos, monumentos, zonas comerciales y vespertina a los 15-20 principales lugares de entretenimiento con el fin de hacer un análisis comparativo entre dicha oferta con las expectativas del público potencial.

- Investigación Cualitativa. Ejecución de investigación cualitativa mediante la técnica de grupos de enfoque (cinco grupos de enfoque en Mérida, Yucatán) y 10 a 12 entrevistas estructuradas personales o telefónicas con directivos, funcionarios y empresarios, para obtener información útil para la definición del contenido del Plan de Comunicación para el Centro Histórico de Mérida.

- Plan de Comunicación. Con base en la información recabada y en el conocimiento y experiencia del consultor, redactar un documento denominado Plan de Comunicación para el Centro Histórico de Mérida, definiendo objetivos con base en los resultados de la investigación documental, entrevistas e investigación cualitativa. Dicho Plan incluirá recomendaciones sobre vinculación con entidades relevantes del sector público y privado y de los distintos niveles de gobierno, así como una propuesta de eventos susceptibles de apoyar el posicionamiento del Centro Histórico de Mérida en el corto y mediano plazos. Dicho Plan incluirá propuestas ideales de inversión en medios tradicionales y medios digitales. Asimismo, contemplará la definición de acciones comunicacionales para la información a la comunidad de obras a realizarse en el Centro Histórico de Mérida.

- Talleres. Ejecutar dos talleres de 4 horas para 20 a 25 personas por taller, dirigidos a directivos de pequeñas y medianas empresas establecidas en el Centro Histórico, a fin de informarles sobre el proyecto integral de desarrollo del Centro Histórico, sobre los lineamientos de comunicación de identidad y darles capacitación introductoria para la creación y operación de canales sociales para sus negocios.

- **Asesoría.** Contar con un Consultor Principal que coordinen los esfuerzos



de comunicación y asesoren a las principales autoridades y funcionarios del Gobierno del Estado de Yucatán y del Ayuntamiento de Mérida respecto de mensajes y actividades comunicacionales relacionadas con el proyecto de desarrollo integral del Centro Histórico de Mérida. Sugerir al equipo de ejecución del proyecto de desarrollo integral del Centro Histórico de Mérida respecto de la oportunidad y forma de ejecutar las obras y actividades del proyecto.

PRODUCTOS A ENTREGAR

El consultor presentará por escrito los siguientes productos entregables en forma impresa y en formato digital (pdf).

5. Informe de Resultados de Investigación.

Informe detallado con la información estadística, económica y resultados de las entrevistas a profundidad a informantes calificados e inspección visual del Centro Histórico. Dicho reporte contendrá lo siguiente: a) Resumen Ejecutivo con una síntesis de los hallazgos, b) Reporte Extensivo sobre los Hallazgos, incluyendo cuadros analíticos y conclusiones relevantes para el proyecto. Como un anexo de dicho documento se presentará un informe detallado de las fuentes documentales y estadísticas consultadas, así como las fechas y sitios visitados en la inspección presencial, los nombres y cargos de las personas con quienes se sostuvieron entrevistas en forma personal o mediante conferencias telefónicas y un informe detallado del contenido de cada uno de los grupos de enfoque ejecutados conforme al alcance del proyecto, incluyendo guía de tópicos y fotografías de cada una de las sesiones.

6. Plan de Comunicación.

El Plan de Comunicación para el Centro Histórico de Mérida propondrá lineamientos estratégicos, público objetivo, líneas de comunicación, así como una propuesta de programa táctico para promocionar al Centro Histórico de Mérida en el corto y mediano plazos, incluyendo propuesta de alianzas

estratégicas y propuestas de inversión en medios tradicionales y medios digitales.

7. Informe de ejecución de los Talleres para PYMES en el Centro Histórico.

Este informe describirá en detalle los detalles de la ejecución del Taller para PYMES en el Centro Histórico, incluyendo lugar y fecha, listas de asistencia, presentación, resultados del cuestionario de evaluación aplicado a los asistentes y fotografías.

8. Informe de Asesoría Permanente de Comunicación. Informe que describe las actividades realizadas por el Consultor principal en cuanto a las reuniones, acciones y avances en materia de comunicación y asesoría directa con los responsables del proyecto por parte del Municipio y del Gobierno del Estado.

PRESENTACIÓN DE INFORMES

Al inicio del proyecto la Secretaría de Planeación y Presupuesto (SPP) informará por escrito al consultor sobre la persona que actuará como enlace. El consultor deberá presentar por escrito a dicha persona los informes de avance y productos entregables.

Mensualmente el consultor preparará un informe escrito sobre los avances en el proyecto, incluyendo una bitácora de las actividades ejecutadas durante el período. Este reporte se entregará en formato digital PDF e impreso y será presentado en una carpeta blanca con el título y fecha del informe en la portada.

El consultor deberá presentar un resumen ejecutivo al finalizar el proyecto, donde se plasmen los resultados más importantes y que no sea mayor que cinco cuartillas. Este resumen se entregará en formato digital PDF e impreso y será presentado en una carpeta blanca con el título y fecha de duración del reporte en la portada.

En el caso de la investigación de campo y cualitativa, el consultor presentará, previo a su ejecución, un listado de informantes calificados en el caso de entrevistas y la guía de tópicos para los grupos de enfoque, a efecto de que el enlace y funcionarios relevantes puedan dar sus comentarios y puedan asistir como observadores a los grupos de enfoque. Dicha participación será mediante Cámara de Gesell, para evitar distorsionar los resultados de la investigación.

En el caso del Plan de Comunicación, previo a la entrega del producto correspondiente, a través del enlace previamente designado, se hará una presentación del contenido del Plan a los funcionarios relevantes que proponga la SPP, a fin de que den sus comentarios y puntos de vista sobre el contenido del documento, los cuales serán tomados en cuenta en la elaboración del documento final.

El consultor deberá presentar los avances y productos entregables por escrito y en versión digital al Dr. Armando Baqueiro Cárdenas, Secretario de Planeación y Presupuesto del Estado.

PERFIL PROFESIONAL DEL CONSULTOR

- Especialista en desarrollo económico y mercadotecnia turística con grado de Maestría por una institución académica reconocida internacionalmente.
- Bilingüe inglés-Español.
- Experiencia de 15 años en la industria turística en México.
- Más de 5 años de experiencia en el diseño y conducción de proyectos de investigación de mercados y en el desarrollo de planes de mercadotecnia

para los mercados doméstico e internacional.

- Experiencia reciente sobre la aplicación de nuevas tecnologías de la información en mercadotecnia, particularmente el uso en mercadotecnia del internet, redes sociales, tecnologías *check-in* y uso aplicaciones móviles.
- Experiencia en proyectos de consultoría y/o capacitación para pequeñas y medianas empresas, particularmente PyMes turísticas.

PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo estimado para ejecución de los trabajos por parte del consultor es de 4 meses:

1. Investigación de gabinete: 6 semanas a partir de la firma del contrato.
2. Investigación cualitativa (entrevistas y grupos de enfoque): 4 semanas a partir de la conclusión de la investigación de gabinete. Fechas por definirse de común acuerdo en función de la confirmación de entrevistas por parte de los informantes calificados.
3. Plan de Comunicación 6 semanas a partir de la conclusión de la investigación de gabinete y cualitativa.
4. Talleres a PYMES: 1 semana. La fecha de ejecución de los talleres se definirá de común acuerdo en función del avance de otros proyectos relativos al Centro Histórico y de la conveniencia de las fechas para los empresarios a ser convocados

PAGOS

Un primer pago de 50% al inicio del proyecto y el restante 50% contra entrega final.

PROGRAMA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL ESTADO DE YUCATÁN

Componente:

Términos de Referencia:

Seguimiento a Estrategias de Comunicación, Desarrollo de Diseño, Creatividad, Plan de Medios, Eventos Especiales, Patrocinios y Supervisión de Producción para Promoción del Centro Histórico de Mérida, Yucatán.

ANTECEDENTES

El proyecto integral para el desarrollo del Centro Histórico de Mérida requiere contar con una serie de acciones en comunicación, diseño, logística, asesoría, coordinación, programación y producción que garanticen que los mensajes clave y los conceptos creativos se comuniquen de un modo claro y contundente a los públicos objetivo. Requiere que se le de seguimiento a la Estrategia y Plan de Comunicación en campañas, eventos y acciones estratégicas de difusión y promoción para que estos esfuerzos lleguen directamente a los habitantes y comerciantes del Centro Histórico, a la población de Mérida y del Estado, visitantes y turistas nacionales, extranjeros, e inversionistas.

Asimismo debe contar con un Plan de Medios estratégico que se adecúe al presupuesto y a un sistema de difusión y promoción que utilice medios tradicionales como los impresos, entrevistas y menciones. Debe contar con medios tecnológicos de punta como el Internet, mensajes por telefonía móvil, y redes sociales, con el fin de promover, posicionar y potenciar el conocimiento, atractivos y actividades de esta importante zona patrimonial de la ciudad de Mérida. Es necesario que para el desarrollo de campañas comunicacionales, información de eventos, actividades y ofertas sobre el Centro Histórico de Mérida se disponga de una plataforma en medios tecnológicos de información y comunicación.

A continuación se describen el objetivo general del proyecto, sus objetivos específicos, alcance y los requerimientos en términos de perfil de la empresa a contratar, a fin de hacer una convocatoria a empresas especializadas en los temas materia de este proyecto para presentar sus propuestas de servicios y de honorarios.

OBJETIVO GENERAL

Dar al Proyecto Centro Histórico Mérida los elementos técnicos necesarios en materia de diseño, creatividad, comunicación, plan de medios, desarrollo de eventos y producción, para guiar la comunicación y promoción sobre el Centro Histórico de Mérida, con el fin de estimular la visita comercial, turística y habitacional.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Proveer asesoría de comunicación permanente para el Gobierno con especial atención a las acciones que se desarrollaran en el Centro Histórico de Mérida.
- Revisar y analizar estudios de mercado y planes de comunicación existentes.¹
- Dar seguimiento a los planes de comunicación y campañas de difusión existentes y garantizar su correcta implementación.
- Realizar investigación y elaborar documento de proveedores y talento local.
- Realizar investigación y elaborar documento estratégico para posibles alianzas y patrocinios.
- Desarrollar una estrategia integral de utilización de medios tecnológicos de

¹ Esta consultoría deberá revisar y adecuar diseño y contenidos con base en los trabajos del Plan y Estrategia de Comunicación, y de Marca y Manual de Identidad y Aplicación de Marca, correspondientes a otras consultorías contratadas.

comunicación para la promoción y difusión de actividades y ofertas del Centro Histórico de Mérida.

- Realizar un análisis de penetración y accesibilidad de diversos públicos a Internet, mensajes de telefonía móvil y redes sociales para la difusión y promoción de aspectos relacionados con el Centro Histórico de Mérida
- Revisar y analizar los planes y actividades para el Centro Histórico en cuanto se refiere principales proyectos y obras; a señalización vial, peatonal y de espacios públicos; a programación cultural, entre otros, y realizar un seguimiento permanente de modo de incorporar la información relevante a los medios tecnológicos y tradicionales.
- Desarrollar un Plan de Medios para alcanzar el máximo de la población del Centro Histórico y dar a conocer el proyecto a la mayoría de la población en la Ciudad de Mérida; así como a públicos específicos a nivel nacional e internacional.
- Comunicar a la audiencia meta las nuevas ventajas y atractivos del nuevo Centro remodelado de Mérida, con nuevas actividades y atractivos para todas las edades y todas las clases sociales.
- Adecuar el Plan de Medios al presupuesto asignado y cumplir con el plan de comunicación.
- La planificación debe evaluar en que canales, segmentos, horarios deben insertarse los comerciales y los avisos.
- Contratación de medios y enlace con proveedores relacionados con el proyecto. elaborar los terminos de referencia para las contrataciones propuestas en el plan de medios y proveer asesoría en los procesos de contrataciones y adquisiciones
- Establecer alianzas para presencia en medios sin costo (entrevistas, menciones, reportajes, etc)
- Diseñar las herramientas de comunicación necesarias en impresos que requiera la estrategia de comunicación.
- Desarrollar, programar, darle mantenimiento y contenido al sitio web y a plataformas para redes sociales.
- Coordinar y supervisar la correcta producción de los materiales a

desarrollar; impresos, audios, videos, web, aplicaciones móviles, plataformas tecnológicas, etc

ALCANCE DEL PROYECTO (ACTIVIDADES A DESARROLLAR)

- Asesoría de comunicación permanente a voceros e instancias gubernamentales.
- Materiales gráficos y de comunicación que requiera el proyecto; tanto en la comunicación interna como externa.
- Análisis y seguimiento permanente de Plan y Estrategias de Comunicación.
- Mantenimiento y generación de contenido para redes sociales y medios.
- Difusión constante de acciones, obras y eventos en redes sociales y medios.
- Seguimiento Campaña Sensibilización, sitio web, contactos uno a uno.
- Señalética en Obras, en construcción y finalizadas.
- Investigación y vinculación con proveedores locales para producción (imprenta, radio, tv, video, web, modelos, fotógrafos, etc), con talento local (música, danza, pintura, museografía, etc), con asociaciones culturales y académicas y con medios locales (radio, prensa, web, etc).
- Alianzas con sectores gubernamentales para difusión de contenidos y con iniciativa privada para inserciones o tiempo en medios sin costo.
- Alianzas con instancias nacionales e internacionales para difundir contenido.
- Difusión de Obras y avances en redes sociales.
- Diseño y adaptaciones para materiales gráficos y promocionales de Campaña de Marca (folletos, promocionales, espectaculares, banners web,
- Concepto, temática, coordinación y diseño de materiales gráficos de apoyo para Eventos Especiales de Difusión en zonas restauradas del Centro Histórico.
- Diseño de documentos y carpetas para presentaciones del proyecto por parte de voceros.
- Supervisión de impresión para materiales de campaña de Marca.
- Reproducción y supervisión de producción de materiales publicitarios en medios

audiovisuales, que se adapten al presupuesto asignado.

- Propuesta sobre medios tecnológicos idóneos para la promoción del C.H.
 - Propuesta de Estrategia y sistema de comunicación en redes sociales (internet, mensajes vía teléfono móvil y aplicaciones)
 - Producción de Sitio Web y Aplicaciones móviles.
 - Lanzamiento de MARCA a nivel local, nacional e internacional. Campaña en medios y Eventos Especiales con apoyo en medios tradicionales y redes sociales.
 - Mantenimiento de Marca en medios.
 - Generación constante de Eventos Especiales de Difusión.
 - Búsqueda y establecimiento de alianzas estratégicas.
 - Documentación Visual permanente en obras y acciones en el Centro Histórico
-
- Desarrollo y planeación de estrategia de plan de medios y relaciones públicas.
 - Logística y presupuestos.
 - Contratación de medios y proveedores relacionados con el proyecto. elaborar los terminos de referencia y asesorar en la contratación de proveedores de bienes y servicios, conforme lo requiera la SPP.
 - Recolección, ordenamiento y entrega de testigos en carpeta y en formatos digitalizado para reportes semanales.
 - Análisis de medios, frecuencias, audiencias, mercados y resultados.
 - Cálculo de impactos reales, ponderados de cada medio y global.
 - Selección de medios, análisis de media kits, conteo y presentación por rubro, por impactos y por percepción.
 - Evaluación por medio de manera mensual, trimestral y total.
 - Calendarización y time table (Cronograma)
 - Entrega, supervisión, firma de contratos y pautas.

PRODUCTOS A ENTREGAR

- Bitácoras de Asesoría de Comunicación Permanente. Reporte mensual de reuniones y resultados.
- Reporte de producción de materiales gráficos y publicitarios. Reporte mensual con referencias gráficas y descripción de materiales desarrollados acompañado de un respaldo digital de archivos originales.

- Documento con Plan ideal de manejo de medios, con objetivos y análisis por cada etapa. Documento en PFF con estrategia de plan de medios y cronograma de acciones.
 - Propuesta de Alianzas y Patrocinios. Documento en PDF con principales patrocinadores y alianzas. Reporte mensual de seguimiento y resultados, así como nuevos contactos.
 - Documento con datos de proveedores locales para producción, medios y talento local. Documento en PDF con Directorio de proveedores de servicios.
 - Análisis e interpretación de estudios sobre uso de medios tecnológicos para la difusión y promoción del Centro Histórico de Mérida. Documento en PDF
 - Propuesta de estrategia y sistema de comunicación por medios tecnológicos (internet, mensajes sms, aplicaciones móviles, redes sociales) Documento en PDF
 - Descripción y sistematización del envío, control y administración de contenido para los medios tecnológicos. Documento en PDF y reportes mensuales de envíos y número de impactos.
 - Sitio web en línea y aplicaciones móviles funcionando.
-
- Reporte y documentación de Eventos Especiales. Reportes trimestrales con los Eventos Especiales realizados, incluye documentación fotográfica y descriptivo de cada Evento Especial.
 - Reporte y documentación de Campañas de Promoción. Reportes trimestrales de medios, menciones y presencia de marca en medios.
 - Reporte y documentación de Lanzamiento de Marca. Documento en PDF con reporte descriptivo, gráfico y fotográfico de las acciones realizadas para el lanzamiento de la Marca.
 - Reporte y documentación de proyectos de señalética. Documento en PDF con reporte descriptivo, gráfico y fotográfico de los proyectos de señalética implementados en el Centro Histórico.
 - Documento con monitoreo de presencia y menciones en medios. Reporte mensual de monitoreo en medios.
 - Documento con monitoreo de actividad en redes sociales y sitio web. Reporte mensual con estadísticas de número de usuarios activos, tiempo de permanencia en el sitio y comentarios.
 - Reporte fotográfico con archivos digitales de acciones y eventos. Documento en PDF con reporte fotográfico de todas las acciones y eventos

que sucedan en el marco de las Campañas de Difusión y Eventos Especiales en el Centro Histórico.

- Documento con evaluación por cada medio (mensual, trimestral y total)

PRESENTACIÓN DE INFORMES

Mensualmente el consultor hará un informe escrito sobre los avances en el proyecto, incluyendo una bitácora de las actividades ejecutadas durante el período. Este reporte se entregará en formato digital PDF e impreso y presentado en una carpeta blanca con el título y fecha del reporte en la portada.

El consultor deberá presentar un resumen ejecutivo al finalizar el proyecto, donde se plasmen los resultados más importantes y que no sea mayor a cinco cuartillas. Este resumen se entregará en formato digital PDF e impreso y presentado en una carpeta blanca con el título y fecha de duración del reporte en la portada.

El consultor deberá presentar los avances y productos entregables por escrito y en versión digital al Dr. Armando Baqueiro Cárdenas, Secretario de Programación y Presupuesto del Estado.

PERFIL PROFESIONAL DE LA EMPRESA

Que dentro de su equipo cuente con:

Diseñador Gráfico o Comunicólogo con más de 15 años de experiencia, que haya realizado proyectos de Marca, difusión y promoción de Ciudades, señalética, desarrollo de marca, eventos especiales y coordinación de proyectos de turismo y gubernamentales. Que tenga vínculos con iniciativa privada, instituciones académicas, culturales, artísticas y que sea miembro o asociado de una Institución Cultural.

Productor con más de 10 años de experiencia, que haya realizado proyectos de audio, web, televisión, cine, video y eventos.

Comunicólogo o Diseñador con más de 10 años de experiencia, que haya realizado proyectos de Plan de Medios en Yucatán, que incluyan estrategias con nuevas tecnologías.

PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo estimado para ejecución de los trabajos por parte de la empresa es de 15 meses

PAGOS

Primer pago: Se realizará el 20% de anticipo al inicio del proyecto y el 80% restante en 5 pagos trimestrales.