



COMISIÓN AMBIENTAL
DE LA MEGALÓPOLIS

FIDEICOMISO No. 1490 "FIDEICOMISO para Apoyar los Programas, Proyectos y Acciones Ambientales de la Megalópolis".

CONVOCATORIA NACIONAL N°. 01/20

“ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN AMBIENTAL DE LA MEGALÓPOLIS (CAME)”

I.- ANTECEDENTES

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en su artículo 4º, consagra el derecho de toda persona a un medio ambiente sano para su desarrollo y bienestar, y que el Estado garantizará el respeto a este derecho; así como que el daño y deterioro ambiental generará responsabilidad para quien lo provoque en términos de lo dispuesto por la ley.

La Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente, en sus artículos 5º y 7º establece las competencias de la Federación y los Estados, para la atención y regulación de la contaminación de la atmósfera, proveniente de todo tipo de fuentes emisoras.

“ARTÍCULO 5o.- Son facultades de la Federación:

...

II.- La aplicación de los instrumentos de la política ambiental previstos en esta Ley, en los términos en ella establecidos, así como la regulación de las acciones para la preservación y restauración del equilibrio ecológico y la protección al ambiente que se realicen en bienes y zonas de jurisdicción federal;

III.- La atención de los asuntos que afecten el equilibrio ecológico en el territorio nacional o en las zonas sujetas a la soberanía y jurisdicción de la nación, originados en el territorio o zonas sujetas a la soberanía o jurisdicción de otros Estados, o en zonas que estén más allá de la jurisdicción de cualquier Estado;

IV.- La atención de los asuntos que, originados en el territorio nacional o las zonas sujetas a la soberanía o jurisdicción de la nación afecten el equilibrio ecológico del territorio o de las zonas sujetas a la soberanía o jurisdicción de otros Estados, o a las zonas que estén más allá de la jurisdicción de cualquier Estado;

...

VI.- La regulación y el control de las actividades consideradas como altamente riesgosas, y de la generación, manejo y disposición final de materiales y residuos peligrosos para el ambiente o los ecosistemas, así como para la preservación de los recursos naturales, de conformidad con esta Ley, otros ordenamientos aplicables y sus disposiciones reglamentarias;

VII.- La participación en la prevención y el control de emergencias y contingencias ambientales, conforme a las políticas y programas de protección civil que al efecto se establezcan;

...

XI. La regulación del aprovechamiento sustentable, la protección y la preservación de las aguas nacionales, la biodiversidad, la fauna y los demás recursos naturales de su competencia.

XII.- La regulación de la contaminación de la atmósfera, proveniente de todo tipo de fuentes emisoras, así como la prevención y el control en zonas o en caso de fuentes fijas y móviles de jurisdicción federal;

XIII.- El fomento de la aplicación de tecnologías, equipos y procesos que reduzcan las emisiones y descargas contaminantes provenientes de cualquier tipo de fuente, en coordinación con las autoridades de los Estados, el Distrito Federal y los Municipios; así como el establecimiento de las disposiciones que deberán observarse para el aprovechamiento sustentable de los energéticos;

XIV.- La regulación de las actividades relacionadas con la exploración, explotación y beneficio de los minerales, sustancias y demás recursos del subsuelo que corresponden a la nación, en lo relativo a los efectos que dichas actividades puedan generar sobre el equilibrio ecológico y el ambiente;

XV.- La regulación de la prevención de la contaminación ambiental originada por ruido, vibraciones, energía térmica, lumínica, radiaciones electromagnéticas y olores perjudiciales para el equilibrio ecológico y el ambiente;

XVI.- La promoción de la participación de la sociedad en materia ambiental, de conformidad con lo dispuesto en esta Ley;

...

XX.- La atención de los asuntos que afecten el equilibrio ecológico de dos o más entidades federativas;

XXI.- La formulación y ejecución de acciones de mitigación y adaptación al cambio climático, y

...”

ARTÍCULO 7o.- Corresponden a los Estados, de conformidad con lo dispuesto en esta Ley y las leyes locales en la materia, las siguientes facultades:

I.- La formulación, conducción y evaluación de la política ambiental estatal;

II.- La aplicación de los instrumentos de política ambiental previstos en las leyes locales en la materia, así como la preservación y restauración del equilibrio ecológico y la protección al ambiente que se realice en bienes y zonas de jurisdicción estatal, en las materias que no estén expresamente atribuidas a la Federación;

III.- La prevención y control de la contaminación atmosférica generada por fuentes fijas que funcionen como establecimientos industriales, así como por fuentes móviles, que conforme a lo establecido en esta Ley no sean de competencia Federal;

IV.- La regulación de actividades que no sean consideradas altamente riesgosas para el ambiente, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 149 de la presente Ley;

V.- El establecimiento, regulación, administración y vigilancia de las áreas naturales protegidas previstas en la legislación local, con la participación de los gobiernos municipales;

VI.- La regulación de los sistemas de recolección, transporte, almacenamiento, manejo, tratamiento y disposición final de los residuos sólidos e industriales que no estén considerados como peligrosos de conformidad con lo dispuesto por el artículo 137 de la presente Ley;

VII.- La prevención y el control de la contaminación generada por la emisión de ruido, vibraciones, energía térmica, lumínica, radiaciones electromagnéticas y olores perjudiciales al equilibrio ecológico o al ambiente, proveniente de fuentes fijas que funcionen como establecimientos industriales, así como, en su caso, de fuentes móviles que conforme a lo establecido en esta Ley no sean de competencia Federal;

VIII.- La regulación del aprovechamiento sustentable y la prevención y control de la contaminación de las aguas de jurisdicción estatal; así como de las aguas nacionales que tengan asignadas;

IX.- La formulación, expedición y ejecución de los programas de ordenamiento ecológico del territorio a que se refiere el artículo 20 BIS 2 de esta Ley, con la participación de los municipios respectivos;

X.- La prevención y el control de la contaminación generada por el aprovechamiento de las sustancias no reservadas a la Federación, que constituyan depósitos de naturaleza similar a los componentes de los terrenos, tales como rocas o productos de su descomposición que sólo puedan utilizarse para la fabricación de materiales para la construcción u ornamento de obras;

XI.- La atención de los asuntos que afecten el equilibrio ecológico o el ambiente de dos o más municipios;

- XII.-** La participación en emergencias y contingencias ambientales, conforme a las políticas y programas de protección civil que al efecto se establezcan;
- XIII.-** La vigilancia del cumplimiento de las normas oficiales mexicanas expedidas por la Federación, en las materias y supuestos a que se refieren las fracciones III, VI y VII de este artículo;
- XIV.-** La conducción de la política estatal de información y difusión en materia ambiental;
- XV.-** La promoción de la participación de la sociedad en materia ambiental, de conformidad con lo dispuesto en esta Ley;
- XVI.-** La evaluación del impacto ambiental de las obras o actividades que no se encuentren expresamente reservadas a la Federación, por la presente Ley y, en su caso, la expedición de las autorizaciones correspondientes, de conformidad con lo dispuesto por el artículo 35 BIS 2 de la presente Ley;
- XVII.-** El ejercicio de las funciones que en materia de preservación del equilibrio ecológico y protección al ambiente les transfiera la Federación, conforme a lo dispuesto en el artículo 11 de este ordenamiento;
- XVIII.-** La formulación, ejecución y evaluación del programa estatal de protección al ambiente;
- XIX.-** La emisión de recomendaciones a las autoridades competentes en materia ambiental, con el propósito de promover el cumplimiento de la legislación ambiental;
- XX.-** La atención coordinada con la Federación de asuntos que afecten el equilibrio ecológico de dos o más Entidades Federativas, cuando así lo consideren conveniente las Entidades Federativas respectivas;
- XXI.-** La formulación y ejecución de acciones de mitigación y adaptación al cambio climático, y
- XXII.-** La atención de los demás asuntos que en materia de preservación del equilibrio ecológico y protección al ambiente les conceda esta Ley u otros ordenamientos en concordancia con ella y que no estén otorgados expresamente a la Federación.”

El 8 de enero de 1992 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Acuerdo Presidencial por el que se creó la Comisión para la Prevención y Control de la Contaminación Ambiental de la Zona Metropolitana del Valle de México, con el objeto de definir y coordinar las políticas, programas y proyectos, así como verificar la ejecución de las acciones que las dependencias y entidades de la Administración Pública debían emprender contra la contaminación ambiental en dicha zona.

Que con fecha **26 de noviembre de 1992**, se celebró Contrato de Fideicomiso por una parte el Gobierno Federal, por conducto de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, en su carácter de Fideicomitente Único de la Administración Pública Federal Centralizada, para apoyar los Programas, Proyectos y Acciones para la Prevención y Control de la Contaminación Ambiental en la Zona Metropolitana del Valle de México.

Con fecha **12 de septiembre de 1996** se publicó en el *Diario Oficial* de la Federación el Acuerdo por el que se extinguió la Comisión para la Prevención y

Control de la Contaminación Ambiental de la Zona Metropolitana del Valle de México, y que en el punto SEGUNDO de dicho Acuerdo se señaló: *Hasta en tanto se constituye la Comisión que sustituirá a la Comisión para la Prevención y Control de la Contaminación Ambiental de la Zona Metropolitana del Valle de México, ésta última continuará ejerciendo sus funciones que establece el Acuerdo que la creó.*"

El **13 de septiembre de 1996** se suscribió el Convenio de Coordinación por el que se crea la Comisión Ambiental Metropolitana, como órgano de coordinación para la planeación y ejecución de acciones en la zona conurbada limítrofe con el Distrito Federal relacionadas con la protección al ambiente, la preservación y restauración del equilibrio ecológico, en la Zona Metropolitana del Valle de México.

Con fecha 31 de julio de 1997, se celebró el Primer Convenio Modificatorio al Contrato de FIDEICOMISO para Apoyar los Programas, Proyectos y Acciones para la Prevención y Control de la Contaminación Ambiental en la Zona Metropolitana del Valle de México, con la finalidad de ajustar la conformación y funcionamiento del Comité Técnico del mismo:

En 2013 se tuvo la necesidad de atención coordinada entre los gobiernos Federal, Estatales y de la actual Ciudad de México, atendiendo la trascendencia de enfrentar la problemática de la calidad del aire y otros temas ambientales en la zona centro de México. El **3 de octubre del 2013** se publicó en el Diario Oficial de la Federación el "Convenio de Coordinación por el que se creó la Comisión Ambiental de la Megalópolis (en lo sucesivo la Comisión), celebrado por la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos naturales (Semarnat), el entonces Gobierno del Distrito Federal y los estados de Hidalgo, México, Morelos, Puebla y Tlaxcala, con el objeto de incorporar a las seis Entidades Federativas bajo una nueva visión de megalópolis, sustituyendo a la Comisión Ambiental Metropolitana que operaba desde 1996.

La Comisión Ambiental de la Megalópolis tiene por objeto llevar a cabo, entre otras funciones, la planeación y ejecución de acciones en materia de protección al ambiente, y de preservación y restauración del equilibrio ecológico en la zona que precisa el convenio antes referido.

Con fecha 20 de enero de 2014, la Comisión, en la Primera Sesión ordinaria 2014, mediante el Acuerdo identificado como **CAME/01/SESIÓN1/2014** (Acuerdo), acordó que en un plazo que no excediera el primer cuatrimestre de cada año, cada una de las entidades federativas que la integran aportarían una cantidad anual equivalente a \$5.00 M.N. por cada operación de verificación vehicular realizada en su territorio, que se integraría al instrumento fiduciario que determinara la Semarnat (actualmente "Fideicomiso para Apoyar los Programas, Proyectos y Acciones Ambientales de la Megalópolis), monto que se destinará al cumplimiento de los objetivos de la Comisión, así como a la operación y

administración de su Coordinación Ejecutiva. Para tales efectos, se suscribirá el instrumento jurídico respectivo.

Con fecha 4 de febrero de 2014, y al amparo del Acuerdo, la Semarnat y las entidades federativas antes mencionadas celebraron un Convenio de Coordinación de Acciones (Convenio de Coordinación para la Apoyaciones), a través del cual estas últimas se obligaron a entregar los recursos correspondientes en la cuenta del vehículo fiduciario que les indicara la Semarnat (actualmente "FIDEICOMISO para Apoyar los Programas, Proyectos y Acciones Ambientales de la Megalópolis), conforme al citado Acuerdo, para la planeación y ejecución de acciones en materia de protección al ambiente, de preservación y restauración del equilibrio ecológico en la zona conformada por los órganos político administrativos desconcentrados del entonces Distrito Federal, así como por los municipios de los estados de Hidalgo, México, Morelos, Puebla y Tlaxcala que comprende el Convenio de Coordinación.

El 28 de noviembre de 2014 se suscribió el Segundo Convenio Modificatorio al Contrato de FIDEICOMISO 1490 para Apoyar los Programas, Proyectos y Acciones para la Prevención y Control de la Contaminación Ambiental en la Zona Metropolitana del Valle de México, estableciéndose en su Cláusula Primera que este se denominaría "FIDEICOMISO para Apoyar los Programas, Proyectos y Acciones Ambientales de la Megalópolis".

El FIDEICOMISO 1490 tiene como fines, que con cargo: i) a la Subcuenta del Gobierno Federal llevar a cabo la entrega, a las entidades federativas y el Gobierno del Distrito Federal que integran la Comisión, de los recursos que correspondan a efecto de dar cumplimiento a los compromisos adquiridos por la Semarnat en los instrumentos jurídicos que celebre esta al amparo del Convenio de creación de la Comisión en materia de fomento, desarrollo y administración de proyectos para el estudio, prevención, restauración, conservación y protección al ambiente y el equilibrio ecológico, y ii) a la Subcuentas de las entidades federativas y el gobierno del Distrito Federal efectuar los pagos de los proyectos a efecto de dar cumplimiento a las funciones de la Comisión, y aquellos que por concepto de gastos de operación y administración se hayan acordado por las entidades federativas y el Gobierno del Distrito Federal al amparo del Convenio de creación para el adecuado funcionamiento de la misma.

Las Reglas de Operación del FIDEICOMISO 1490 definen que un proyecto es "el conjunto de acciones tendientes a la obtención de resultados concretos dirigidos al estudio, diagnóstico, planeación, coordinación, homologación de políticas públicas, evaluación y ejecución de actividades en materia de protección al ambiente, de preservación y restauración del equilibrio ecológico en la región de la megalópolis, así como a las actividades que permitan un adecuado funcionamiento de la Comisión y solventar acciones de fortalecimiento, administración, comunicación y seguimiento de proyectos que garanticen su debida operación en términos del Convenio, los cuales, en cualquier caso,

coadyuvarán al cumplimiento de los fines del FIDEICOMISO 1490 y sus convenios modificatorios. Un proyecto, por definición, está orientado al cumplimiento de fines específicos; un conjunto de proyectos conformarán un Programa.” (R.3 f. XXVI)

Asimismo, las Reglas de Operación del FIDEICOMISO 1490 aprobadas por el Comité Técnico establecen los mecanismos para la asignación de apoyo a los proyectos y las bases para la realización de convocatoria respectiva. (R 3 f. XIII, 11 f. VI, 20 inciso n), 20, 30, 31, 32)

II.- INFORMACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

“Estrategia de Comunicación de la Comisión Ambiental de la Megalópolis”

La estrategia de comunicación deberá contar con la conceptualización, desarrollo y ejecución de la **Estrategia de Comunicación de la Comisión Ambiental de la Megalópolis**, lo que permitirá tener una comunicación activa y asertiva con la población que habita los estados integrantes de la Megalópolis, lo que favorecerá el diálogo y la concientización de la ciudadanía para la construcción de una cultura ciudadana alrededor de la calidad del aire en la megalópolis. La estrategia deberá estar conformada por:

- ✓ Análisis FODA de la CAME
- ✓ Comunicación interna y externa
- ✓ Estudio cualitativo de percepción ciudadana de la problemática ambiental de la megalópolis
- ✓ Entrenamiento a voceros
- ✓ Campaña de comunicación sobre cultura climática y Subcampañas por temas.

III.- OBJETO DE LA CONVOCATORIA (R. 3 f. XI)

Conceptualizar, desarrollar y ejecutar la **Estrategia de Comunicación de la Comisión Ambiental de la Megalópolis**, con el fin de posicionar y reforzar la imagen pública de la CAME, incrementar la credibilidad así como generar una cultura de la calidad del aire, que contribuya a la definición y consolidación de las políticas públicas impulsadas por la Comisión.

IV.- REQUISITOS DE LA CONVOCATORIA.

1.- ENTIDADES Y/O SECTORES (PÚBLICO, PRIVADO O SOCIAL) QUE PODRÁN PARTICIPAR EN LAS CONVOCATORIAS, IDENTIFICANDO EN TODO CASO LOS CRITERIOS DE MANERA CLARA, PRECISA Y OBJETIVA. (R.3 f. VI, 31 inciso a)

Podrán participar empresas del sector privado, consultores y profesionistas independientes que cuenten con experiencia mínima de cinco años en el diseño de planes, estrategias y campañas masivas y digitales de comunicación social de medio ambiente y preferentemente en calidad del aire y cambio climático. La presentación de la **Estrategia de Comunicación de la Comisión Ambiental de la Megalópolis** podrá realizarse de manera individual o asociativa.

2.- REQUERIMIENTO DE PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS POR PARTE DE LAS ENTIDADES, EN EL CUAL SE ESPECIFICARÁN LAS CONDICIONES Y/O ESPECIFICACIONES QUE DICHAS PROPUESTAS DEBERÁN CONTENER. (R 31 inciso c y 32)

Deberán presentarse propuestas que en su contenido contemplen todas las etapas para definir las metas, estrategias, medidas y acciones enfocadas a una estrategia de comunicación integral, con el objetivo del cuidado del medio ambiente y la protección a la salud de la población.

Las propuestas deberán contener lo siguiente:

- El objetivo que se desea lograr con el financiamiento del programa y/o proyecto que se presenta.
- Relación con los fines del Fideicomiso 1490.
- El monto del financiamiento que se solicita.
- Resultados esperados.
- Plazos de ejecución y cronograma de actividades.
- Puntos de control o actividades críticas.
- Parámetros de medición periódica (indicadores de seguimiento).
- Entregables.
- La descripción de la **Estrategia de Comunicación de la Comisión Ambiental de la Megalópolis** con base en el anexo de la presente convocatoria.
- Las entidades del sector público/privado que estarían involucrados en el desarrollo del mismo.

La propuesta presentada debe cumplir con todo lo establecido en la presente convocatoria y en los términos de referencia (ANEXO).

3.- CONDICIONES Y LISTADO DE DOCUMENTOS QUE DEBERÁN ADJUNTARSE A LA PROPUESTA, CON LA CUAL SE ACREDITE EL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUISITOS DE LA ENTIDAD PARTICIPANTE Y DE LA PROPUESTA QUE ESTA PRESENTE. (R 31 incisos b y d)

Las propuestas deberán presentarse físicamente, impresas y en versión electrónica (en una memoria USB o CD), en las oficinas de la Coordinación Ejecutiva de la Comisión Ambiental de la Megalópolis, ubicadas en Ave. Ejército Nacional 223, piso 18, ala A, Col. Anáhuac, Ciudad de México, Alcaldía Miguel Hidalgo, C.P. 11320, e incluir la siguiente documentación:

- Documentos que acrediten la capacidad legal del firmante de la propuesta; identificación oficial (credencial para votar vigente o pasaporte vigente), comprobante de domicilio con antigüedad no mayor a dos meses; y en su caso, poder notarial y acta constitutiva. En la fase de

convocatoria únicamente copia de dicha documentación. Posteriormente al ganador le serán requeridos los originales para cotejo.

- Escrito bajo protesta de decir verdad de no contar con ninguna causal de inhabilidad o incompatibilidad consagradas en la ley para contratar con el Gobierno Federal.
- Documentos que acrediten contar con experiencia mínima de cinco años en el diseño de planes, estrategias y campañas masivas y digitales de comunicación social de medio ambiente y preferentemente en calidad del aire y cambio climático; la cual deberá acreditar mediante curriculum empresarial y/o personal; y/o contratos concluidos a la fecha de presentación de la propuesta; y/o facturas.
- Escrito bajo protesta de decir verdad de no estar en ninguno de los supuestos establecidos en el artículo 32-D del Código Fiscal de la Federación.
- En el caso de extranjeros, documento legal que acredite contar con residencia permanente en México, conforme a la Ley de Migración, su Reglamento y demás disposiciones aplicables, (visa de residencia permanente vigente con permiso de actividades remuneradas o tarjeta de residencia vigente).

4.- CRITERIOS DE ELEGIBILIDAD DE PROGRAMAS O PROYECTOS. (R. 31 inciso e) y 33)

El proceso de evaluación de las propuestas presentadas al FIDEICOMISO para Apoyar los Programas, Proyectos y Acciones Ambientales de la Megalópolis (1490) tiene por objeto, establecer si de acuerdo con su naturaleza el proyecto presentado cumple con los siguientes criterios:

A. Pertinencia del Proyecto

1. Congruencia de los objetivos con el problema o necesidad por resolver (correlación entre los objetivos y propuesta de solución con los resultados esperados).
2. Que sean proyectos de beneficio (preventivo o correctivo) ambiental local y/o regional para la Megalópolis.
3. Que sean proyectos que cumplan con los fines del **FIDEICOMISO** y promuevan acciones continuas y/o permanentes en beneficio del medio ambiente en la Megalópolis y que no hayan sido ejecutados previamente por terceros en el ámbito federal y estatal;
4. En la aplicación del conocimiento para la solución de problemas o necesidades; y
5. En el uso o generación de materiales, procesos, servicios y tecnologías existentes.

B. Viabilidad técnica-financiera

1. Congruencia de los objetivos, metas y productos esperados.
2. Metodología propuesta.

3. Correspondencia de las actividades con el presupuesto, metas y productos esperados.
4. Capacidad técnica: calidad y cantidad de los recursos humanos, materiales, tecnológicos y financieros involucrados en la Propuesta, en relación con los objetivos y metas establecidas.
5. Capacidad administrativa y de dirección: los mecanismos considerados para asegurar la integración, eficiencia y dirección de la Propuesta.
6. Las acciones administrativas comprometidas por los solicitantes para asegurar la aplicación íntegra de los recursos, la rendición de cuentas y el éxito de la Propuesta.

C. Impactos y beneficios concretos.

1. Que sean proyectos cuyos beneficios ambientales se puedan evaluar de forma cualitativa y cuantitativa en relación con la situación actual.
2. Tratándose de estudios, diagnósticos y propuestas deberán acreditar que los resultados sirvan para la creación e implementación de políticas públicas efectivas en la esfera de competencia de los gobiernos federal y locales.
3. Que establezcan con claridad los medios o medidas de verificación de los beneficios concretos de las acciones.

D. Factibilidad de la transferencia, asimilación y adopción de los resultados.

1. Los resultados esperados puedan ser transferidos, asimilados o aprovechados por otros miembros de la CAME.

E. Compromisos del Solicitante.

1. Disposición para compartir información o resultados que no afecten derechos de propiedad industrial, salvaguardados por la legislación correspondiente, y
2. Recursos concurrentes que, en su caso, tengan considerado aportar.

5.- MONTO DEL APOYO AL PROYECTO O PROGRAMA DE QUE SE TRATE. (R 31 inciso f)

Esta convocatoria cuenta con un presupuesto asignado hasta por \$ 4,000,000.00 (Cuatro millones de pesos 00/100 M.N.). Los recursos se encuentran en Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos, S.N.C. (BANOBRAS), entidad que ejerce la función de fiduciaria de los recursos del FIDEICOMISO para Apoyar los Programas, Proyectos y Acciones Ambientales de la Megalópolis (FIDEICOMISO 1490).

6.- CONDICIONES A LAS QUE SE ENCUENTRA SUJETO EL FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO, ESPECIFICANDO, EN SU CASO, LAS RESTRICCIONES E INCOMPATIBILIDADES CON OTROS APOYOS. (R 31 inciso g)

RUBROS FINANCIABLES

Los recursos que asigne el FIDEICOMISO 1490 deberán ser utilizados para:

- Financiamiento del capital de trabajo del proyecto: recursos necesarios para el funcionamiento y operación del proyecto, consistente en dinero destinado al pago de salarios, gastos de viaje y desplazamiento relacionados con el proyecto, insumos para el ciclo productivo (materia prima, bienes en proceso) que contribuyen directamente al proyecto.
- Infraestructura y Montaje: costos que se generen por las adecuaciones o remodelaciones de los bienes que conforman el proceso de dotación técnica y que sean indispensables para el desarrollo del proyecto, siempre y cuando el monto no supere el 20% del total solicitado ante el FIDEICOMISO 1490.
- Gastos operativos: costo de reuniones, talleres o visitas técnicas de grupos de trabajo vinculados con el proyecto.

RUBROS NO FINANCIABLES

El FIDEICOMISO no financiará los siguientes rubros:

- Compra de bienes muebles que no estén relacionados con el objeto del proyecto.
- Compra de bienes inmuebles.
- Adecuaciones o remodelaciones de cualquier tipo de bienes inmuebles, que no conformen el proceso de dotación técnica y que no sean indispensables para el desarrollo del proyecto
- Estudios de factibilidad de proyectos (consultorías, asesoría jurídica, financiera, etc.).
- Adquisición de vehículos automotores.
- Pagos de pasivos, deudas o dividendos.
- Recuperaciones de capital.
- Compra de acciones, derechos de empresas, bonos y valores mobiliarios.
- Pago de regalías, impuestos causados, aportes parafiscales.
- Formación académica.
- Pago de derechos o inscripciones para participar en eventos comerciales nacionales o internacionales.
- Gastos de viaje y desplazamiento cuando estos no tengan como destino el lugar de presentación o difusión del proyecto.
- Compra de primas de seguros que no se refieren a la protección de la dotación técnica o locales comerciales.

7.- CALENDARIO DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO. (R 31 inciso h)

Concepto	Meses													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Fase I: Definición del plan de trabajo.														
Desarrollo de subcampaña de partículas. Implementación y seguimiento sobre comunicación orgánica (redes sociales)														
Estudio cualitativo de percepción														
Fase II: Talleres de entrenamiento de medios a voceros														
Fase III: Estrategia de comunicación y sensibilización de la CAME														
Fase IV: Plan con medios de comunicación: Periodismo de influencia: Más valor para la CAME y seguimiento														
Fase V: Campaña de Comunicación sobre Cultura Climática y tres subcampañas por temas. Evaluación post-test vía internet de las campañas														
Elaboración del informe final y de materiales. El informe final deberá contener el reporte sobre todas las fases realizadas y lo entregables, de forma que se integre un producto final. En formato escrito y electrónico (10 juegos)														

8.- PLAZO PARA PRESENTAR LAS PROPUESTAS SUJETAS A EVALUACIÓN (R. 31 inciso k) y FECHAS EN QUE SE DARÁ A CONOCER LA PROPUESTA GANADORA. (R 31 inciso o)

ACTIVIDAD	FECHA
Apertura de la Convocatoria	17 de enero de 2020
Cierre de la Convocatoria	28 de enero de 2020 a las 18:00 horas
Recepción de propuestas	En el periodo del 17 al 27 de enero de 2020, de lunes a viernes en horario de 10 a 18 horas, conforme a lo establecido en el numeral 3 del apartado IV de esta Convocatoria.
Evaluación de propuestas	Después de efectuado el cierre de recepción de propuestas, dentro de los 5 días hábiles siguientes se convocará al Subcomité de Evaluación y Seguimiento de Proyectos y posteriormente al Comité Técnico del Fideicomiso 1490.
Publicación de resultados en la página web	Hasta 10 días hábiles posteriores a la fecha de aprobación por parte del Comité Técnico del FIDEICOMISO 1490.
Entrega y revisión de contrato a beneficiario	Hasta 5 días hábiles posteriores a la fecha de publicación de resultados en la página web.
Firma contrato	Hasta 5 días hábiles posteriores a la fecha de haberlo recibido (punto VI Desembolso de Recursos).

9.- INSTANCIAS DE SEGUIMIENTO, EVALUACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS VINCULADAS CON LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO. (R 31 inciso i)

El beneficiario deberá presentar bimestralmente un informe de avance técnico y financiero del desarrollo de la **Estrategia de Comunicación de la Comisión Ambiental de la Megalópolis**, al Coordinador Ejecutivo de Vinculación Institucional, con la periodicidad y el formato según se requiera, que permita evaluar la pertinencia de los resultados obtenidos al período que se informa.

El FIDEICOMISO para Apoyar los Programas, Proyectos y Acciones Ambientales de la Megalópolis (1490), a través del Subcomité de Evaluación y Seguimiento de Proyectos, evaluará la pertinencia de los resultados obtenidos al período que se informa. El informe de avance deberá contener los resultados obtenidos y su comparación con los resultados esperados para el período que se reporta, la información relativa a la aplicación de los recursos canalizados por el

FIDEICOMISO y una valoración razonable sobre la viabilidad de alcanzar el objetivo del Proyecto por parte del Beneficiario.

El Beneficiario proveerá al Coordinador Ejecutivo de Vinculación Institucional y al Subcomité de Evaluación y Seguimiento de Proyectos toda la información relacionada con la **Estrategia de Comunicación de la Comisión Ambiental de la Megalópolis**, que impacte en el mismo que se le requiera, señalando aquélla que deba reservarse y no pudiera publicarse o darse a conocer a entidades ajenas al FIDEICOMISO, por tratarse de información confidencial. El Beneficiario deberá presentar a la Coordinación Ejecutiva de Vinculación Institucional y ésta a su vez obtener del área técnica responsable de la revisión de la **Estrategia de Comunicación de la Comisión Ambiental de la Megalópolis** la opinión técnica y evaluación de los entregables.

Asimismo, a la terminación de la **Estrategia de Comunicación de la Comisión Ambiental de la Megalópolis**, de acuerdo con el tiempo establecido en el calendario de actividades de la **Estrategia de Comunicación de la Comisión Ambiental de la Megalópolis**, y/o en el Convenio/Contrato de Apoyo Financiero, el Beneficiario realizará una presentación ejecutiva para el Subcomité de Evaluación y Seguimiento de Proyectos y entregará al Coordinador Ejecutivo de Vinculación Institucional un informe final, mismo que deberá ser validado por la **Coordinación General de Comunicación Social de la Semarnat**. Además, el Beneficiario brindará todo tipo de facilidades, tanto para permitir el acceso a sus instalaciones, como para mostrar toda la información técnica y financiera que le sea solicitada respecto de la **Estrategia de Comunicación de la Comisión Ambiental de la Megalópolis**. La información relativa a los proyectos será manejada con la confidencialidad y manejo de información prevista por las disposiciones legales en materia de Transparencia y Acceso a la Información aplicables.

10.- ACTIVIDADES RELACIONADAS CON EL DESARROLLO O EJECUCIÓN DEL PROYECTO. (R 31 inciso j)

Las actividades relacionadas con el desarrollo de la **Estrategia de Comunicación de la Comisión Ambiental de la Megalópolis**, serán las inherentes al cumplimiento de los términos de referencia.

11.- DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO DE SELECCIÓN DE PROPUESTAS, MECANISMOS DE ASIGNACIÓN Y FORMALIZACIÓN, ASÍ COMO LOS PLAZOS ESTIMADOS PARA ELLO. (R 31 inciso l)

La evaluación de las propuestas presentadas se llevará a cabo utilizando el método binario, la propuesta técnica se evaluará en función de si cumple o no cumple con los requisitos establecidos en la convocatoria; se considerarán técnicamente solventes las propuestas que cumplan todos los requisitos.

En caso de empate se procederá a la evaluación económica, dando preferencia a la que oferte el precio más bajo.

Criterios de priorización y jerarquización para la asignación de los recursos

1. Costo de ejecución. Se dará preferencia a las Propuestas que, en igualdad de condiciones, tengan ventajas en costo de ejecución.
2. Vinculación entre o con otras instituciones.
3. Evaluación de necesidades y sensibilidad de género del Proyecto, incluyendo indicadores para el mismo.
4. Claridad de la Propuesta;
5. Forma en que se desarrollarán las etapas subsecuentes del Proyecto que permitan el escalamiento.
6. Viabilidad de los proyectos.

Los proyectos que no reúnan los requisitos establecidos, o cuya información sea inexacta o no verídica serán descalificados; en consecuencia, estos proyectos no serán evaluados.

Se calificarán los elementos correspondientes a los enunciados en la presente convocatoria, así como los que se muestran en el Anexo. Se calificarán como “Cumple” o “No cumple”. El “No cumple” de alguno de los elementos significa la descalificación automática del concursante. Si ninguna propuesta cumple con todos los requisitos de la convocatoria, esta se considerará desierta.

12.-CASOS EN QUE PODRÁN MODIFICARSE LOS TÉRMINOS DE LA CONVOCATORIA, UNA VEZ QUE SE HAYAN PUBLICADO. (R 31 inciso m)

La información relativa a la presente convocatoria será atendida por la Coordinación de Vinculación Institucional de la Semarnat, para lo cual los interesados podrán contactar al Lic. Luis Fernando Lahud Flores, Director de Coordinación y Vinculación, en el teléfono 5628 0600 ext. 12305 o por correo electrónico luis.lahud@semarnat.gob.mx.

La Unidad técnica que apoyará la revisión de las propuestas y seguimiento técnico de la **Estrategia de Comunicación de la Comisión Ambiental de la Megalópolis**, será la **Coordinación General de Comunicación Social de la Semarnat**.

La presente convocatoria podrá ser modificada después de su publicación en caso de que el Comité Técnico así lo determine, para asegurar el cumplimiento de los objetivos planteados inicialmente para la presente.

Las situaciones no previstas en la convocatoria serán resueltas por el Comité Técnico del FIDEICOMISO 1490.

13.- DISPOSICIONES RELATIVAS A LA CONFIDENCIALIDAD, MANEJO DE LA INFORMACIÓN, CASOS DE FUERZA MAYOR O FORTUITOS, DERECHOS DE PROPIEDAD Y OTROS CASOS NO PREVISTOS. (R 31 inciso n)

Con motivo de algún requerimiento formulado vía Acceso a la Información, se elaborará la versión pública que corresponda de conformidad con las disposiciones que en materia de Transparencia sean aplicables.

Los derechos de propiedad intelectual que se generen como resultado del desarrollo de la **Estrategia de Comunicación de la Comisión Ambiental de la Megalópolis**, serán propiedad de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales y de las Entidades que conforman la Comisión Ambiental de la Megalópolis.

V.- OBLIGACIONES DEL BENEFICIARIO

- a) Los términos y condiciones establecidos tanto en la Convocatoria, como en la Propuesta presentada por el Beneficiario para el desarrollo de la **Estrategia de Comunicación de la Comisión Ambiental de la Megalópolis**, serán considerados obligaciones del Beneficiario.
- b) Llevar el registro de todos los movimientos financieros relacionados con la **Estrategia de Comunicación de la Comisión Ambiental de la Megalópolis**, mediante una contabilidad independiente y simplificada, conforme a los estados de la cuenta bancaria en la que se radicaron y se encuentren los recursos del proyecto provenientes del FIDEICOMISO, y conforme a la comprobación de cada cheque o movimiento de afectación realizado;
- c) Conservar toda la documentación técnica, administrativa y financiera relativa al desarrollo de la **Estrategia de Comunicación de la Comisión Ambiental de la Megalópolis**, durante un período de cinco años posteriores a la conclusión de los apoyos otorgados por el FIDEICOMISO, misma que deberá estar a disposición de la(s) persona(s) que se designe(n) como responsable(s) del seguimiento, evaluador o auditor del proyecto;
- d) Informar oportunamente al Comité Técnico a través del Coordinador Ejecutivo de Vinculación Institucional cualquier eventualidad que impida la continuación de la **Estrategia de Comunicación de la Comisión Ambiental de la Megalópolis**, a fin de concluirlo anticipadamente o darlo por terminado. Dicha notificación deberá justificarse debidamente;

- e) Presentar un informe de avance técnico y financiero del desarrollo de la **Estrategia de Comunicación de la Comisión Ambiental de la Megalópolis** al Comité Técnico, a través del Coordinador Ejecutivo de Vinculación Institucional que permita evaluar la pertinencia de los resultados obtenidos al período que se informa. El informe de avance **será bimestral** y deberá contener los resultados obtenidos y su comparación con los resultados esperados para el período que se informa, la información relativa a la aplicación de los recursos canalizados por el FIDEICOMISO y una valoración razonable sobre la viabilidad de alcanzar el objetivo del Proyecto por parte del Beneficiario;
- f) Proporcionar al Coordinador Ejecutivo de Vinculación Institucional toda la información relacionada con la **Estrategia de Comunicación de la Comisión Ambiental de la Megalópolis**, que impacte en el mismo y que se le requiera, señalando aquélla que deba reservarse y no pudiera publicarse o darse a conocer a entidades ajenas al FIDEICOMISO, por tratarse de información confidencial;
- g) Brindar todo tipo de facilidades, tanto para permitir el acceso a sus instalaciones, como para mostrar toda la información técnica y financiera que le sea solicitada respecto de la **Estrategia de Comunicación de la Comisión Ambiental de la Megalópolis**;
- h) A la terminación de la **Estrategia de Comunicación de la Comisión Ambiental de la Megalópolis**, presentar al Coordinador Ejecutivo de Vinculación Institucional, un informe final en el tiempo establecido en el calendario de actividades de la **Estrategia de Comunicación de la Comisión Ambiental de la Megalópolis**, integrado en el Convenio/Contrato de Apoyo Financiero, en 2 tantos en original con los anexos correspondientes, tanto impreso como en formato electrónico. Asimismo, deberá entregar un resumen ejecutivo final para publicación y transparencia, tanto impreso en 2 tantos, como en formato electrónico.
- i) Entregar a la Coordinación Ejecutiva de Vinculación Institucional todas las bases de datos que se generen durante el desarrollo de la **Estrategia de Comunicación de la Comisión Ambiental de la Megalópolis**.
- j) Desarrollar reuniones de coordinación con una frecuencia bimestral.
- k) Abstenerse de presentar información relacionada con el desarrollo del Proyecto a menos que cuente con la autorización por escrito por parte de la Coordinación Ejecutiva de Vinculación Institucional.
- l) Informar por escrito sobre cualquier inconveniente que se presente durante el desarrollo de la **Estrategia de Comunicación de la Comisión Ambiental de la Megalópolis**.

VI. DESEMBOLO DE RECURSOS

Una vez asignados los recursos y aceptadas las condiciones para el desembolso por parte del Beneficiario y por el Comité Técnico del FIDEICOMISO, el Funcionario Facultado procederá dentro de los siete (7) días siguientes a elaborar el Convenio de Asignación de Recursos respectivo por el término de duración de la **Estrategia de Comunicación de la Comisión Ambiental de la Megalópolis**, el cual será remitido a los Beneficiarios a través de la Coordinación Ejecutiva de Vinculación Institucional. Este convenio deberá ser devuelto dentro a los tres días calendario siguientes a su recibo, debidamente firmado y adjuntando el Acta Constitutiva, Poder del Representante Legal y el Registro Federal de Causantes de la institución o persona beneficiaria.

VII. PUBLICIDAD

Esta convocatoria debe publicarse en las páginas web de Semarnat y de la Comisión Ambiental de la Megalópolis, www.gob.mx/semarnat y <https://www.gob.mx/comisionambiental> respectivamente.

ANEXO

Estrategia de Comunicación de la Comisión Ambiental de la Megalópolis

Octubre de 2019

Proyecto: ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN AMBIENTAL DE LA MEGALÓPOLIS (CAME)

1. Antecedentes.

1.1. *Encuadre del proyecto dentro la CAME.*

De conformidad con lo establecido en el Convenio de Coordinación por el que se crea la Comisión Ambiental de la Megalópolis, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 3 de Octubre de 2013, y que celebran la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales, el Gobierno Federal, así como de la Ciudad de México y los estados de Hidalgo, México, Morelos, Puebla y Tlaxcala, la Cláusula Tercera inciso e) en la que se define acordar la realización de programas de investigación y desarrollo tecnológico, así como de educación y capacitación en materia ambiental e inciso g), que define los mecanismos para allegarse de los recursos y fondos necesarios para el financiamiento de las políticas, programas, proyectos, acciones y medidas, se establecen los lineamientos específicos del Proyecto denominado *Programa de Gestión Federal para Mejorar la Calidad del Aire de la Megalópolis (PROAIRE DE LA MEGALÓPOLIS 2017-2030)*

1.2. *Área(s) temática(s) sustantiva de la CAME.*

El presente proyecto se alinea y/o atiende de manera integral las siguientes líneas temáticas sustantivas de la CAME:

- a. Establecer los criterios y lineamientos para la integración de los programas, proyectos y acciones específicas para prevenir y controlar la contaminación ambiental y para proteger y restaurar los recursos naturales.
- b. Implantar acciones y medidas para prevenir y controlar contingencias ambientales y emergencias ecológicas.
- c. Acordar la realización de programas de investigación y desarrollo tecnológico, así como de educación y capacitación en materia ambiental.
- d. Acordar la adecuación y homologación de la normatividad en materia de protección al ambiente, preservación y restauración del equilibrio ecológico.
- e. Proponer y fomentar los instrumentos de política ambiental que permitan la preservación y restauración del equilibrio ecológico.

1.3. *Justificación del proyecto y situación contextual.*

Es fundamental llevar a cabo una estrategia de comunicación y sensibilización que defina los objetivos de comunicación, identifique los temas y políticas de carácter estratégico, las audiencias clave y los mensajes pertinentes para cada una, con el fin de poder planear las acciones, comunicados y campañas que deben ser desarrolladas para lograr una comunicación asertiva que permita lograr los objetivos institucionales y las políticas públicas que sean propuestas de

la mano con las instancias de gobierno, sociedad civil y sector privado con los cuales colabora la CAME.

Para ello se requiere un estudio cualitativo que permita evaluar el grado de conocimiento, los hábitos, conductas, actitudes y opiniones de la ciudadanía, como un paso previo a iniciar cualquier estrategia o campaña de difusión, sensibilización y movilización para que esa misma ciudadanía colabore a corregir y mejorar la problemática ambiental de la Megalópolis.

Dicha problemática difícilmente se resolverá si no se cuenta con la participación voluntaria y positiva de la mayor parte de la población de las seis entidades federativas que forman parte de la “zona CAME”.

Es importante el entrenamiento a los voceros asignados que les permita acrecentar sus habilidades de expresión ante los distintos medios de comunicación, para desarrollar y posicionar clara y adecuadamente sus mensajes frente a diversas audiencias.

El curso-taller, ayudará a superar deficiencias de comunicación, y a potencializar sus capacidades, para desarrollar clara y adecuadamente sus mensajes, y comunicarlos a las distintas audiencias, en el momento que el vocero o la CAME lo requiera, a través de diversos medios de información.

A su vez, se plantea la importancia de contar con un concepto creativo de campaña rectora de comunicación en medios masivos (Tv, radio, impresos y exteriores) así como medios dirigidos (redes sociales, entorno digital) y medios específicos (radionovelas, infografías, etcétera.). Esta campaña tiene como objetivo primordial crear conciencia entre la población acerca de la importancia de la calidad (limpieza) del aire que respiramos, así como de las acciones principales que podemos llevar a cabo como ciudadanos para contribuir a la conservación y mejora de la calidad del mismo. La campaña también funciona como concepto rector (paraguas) que ofrece el marco y respaldo para realizar esfuerzos posteriores de carácter educativo, o bien para atender contingencias o necesidades puntuales de información para la población.

1.4. Justificación jurídica y programática.

La política ambiental mexicana tiene como fundamento la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Las estipulaciones más importantes relacionadas con la protección al ambiente son:

- ✓ El Artículo 4 reconoce el derecho que tiene el público a la protección de la salud y a un ambiente saludable;
- ✓ El Artículo 25 promueve el desarrollo sustentable de la economía y la protección del ambiente;

- ✓ El Artículo 27 asigna responsabilidad a los niveles federales, estatales y municipales de gobierno para el desarrollo y conservación de los recursos naturales y para lograr el desarrollo sustentable del país.

El Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024 no habla explícitamente de la gestión de la calidad del aire, sin embargo, este proyecto se puede enmarcar en el concepto *"CONCIENCIA AMBIENTAL Y LA CONVICCIÓN DEL CUIDADO DEL ENTORNO"*.

Por su parte, la Ley General de Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente (LGEEPA) establece en su Título PRIMERO, Capítulo II la distribución de facultades de la Federación en sus Artículo 5º y 18º, según se menciona a continuación:

- ✓ Artículo 5: Son facultades de la Federación: II. "La aplicación de los instrumentos de la política ambiental previstos en esta Ley, en los términos en ella establecidos, así como la regulación de las acciones para la preservación y restauración del equilibrio ecológico y la protección al ambiente que se realicen en bienes y zonas de jurisdicción federal".
- ✓ Artículo 18: El Gobierno Federal promoverá la participación de los distintos grupos sociales en la elaboración de los programas que tengan por objeto la preservación y restauración del equilibrio ecológico y la protección al ambiente, según lo establecido en esta Ley y las demás aplicables.

Por otra parte, en su Título CUARTO (Protección al Ambiente), establece las medidas para la protección a medios específicos tales como aire, agua y ecosistemas acuáticos, suelos, actividades altamente riesgosas, residuos y materiales peligrosos, energía nuclear, ruido, vibración, energía térmica y luminosa, olores y contaminación visual. En especial el Capítulo II, Prevención y Control de la Contaminación de la Atmósfera:

- ✓ Artículo 110, fracción I, determina que "La calidad del aire debe ser satisfactoria en todos los asentamientos humanos y las regiones del país".

El Reglamento de la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente en Materia de Prevención y Control de la Contaminación Atmosférica establece en su Capítulo I, Artículo 13, fracciones I y II, los criterios para la protección a la atmósfera, en este caso, calidad del aire satisfactoria en todos los asentamientos humanos y las regiones del país; y que las emisiones de contaminantes a la atmósfera, ya sea de fuentes artificiales o naturales, fijas o reubicables, deben ser reducidas o controladas, para asegurar una calidad del aire satisfactoria para el bienestar de la población y el equilibrio ecológico.

A su vez, el Convenio de Coordinación por el que crea la Comisión Ambiental de la Megalópolis, del 3 de octubre de 2013, señala lo siguiente, en su cláusula tercera sobre sus funciones:

- a) Definir, coordinar y dar seguimiento, en lo concurrente a las políticas, programas, proyectos y acciones que “LAS PARTES” deban observar y ejecutar en materia de protección y mejoramiento del ambiente y de preservación y restauración del equilibrio ecológico.
- b) Establecer los criterios y lineamientos para la integración de los programas, proyectos y acciones específicas para prevenir y controlar la contaminación ambiental y para proteger y restaurar los recursos naturales.
- c) Implantar acciones y medidas para prevenir y controlar contingencias ambientales y emergencias ecológicas.

2. Objetivo General: Conceptualizar, desarrollar y ejecutar la estrategia de comunicación de la Comisión Ambiental de la Megalópolis, con el fin de posicionar y reforzar la imagen pública de la CAME, incrementar la credibilidad así como generar una cultura de la calidad del aire que contribuya a la definición y consolidación de las políticas públicas impulsadas por la Comisión.

3. Objetivos específicos:

- Desarrollar los ejes de comunicación necesarios para posicionar a la CAME a partir de la difusión adecuada en tiempo y forma de las políticas públicas que propone sobre calidad del aire y medio ambiente de acuerdo a su naturaleza institucional y audiencias clave.
- Crear conciencia entre la población de la Megalópolis y Zona Metropolitana del Valle de México (ZMVM), acerca de la importancia de que el aire que respiramos esté limpio y las principales acciones para ello que podemos realizar como ciudadanos.
- Favorecer el diálogo y la concientización de la ciudadanía para la construcción de una cultura ciudadana alrededor de la calidad del aire en la Megalópolis.
- Comunicar: 1. Cuál es el estado actual de la calidad del aire en la Megalópolis; 2. Cuáles son las causas principales de su deterioro; y 3: Tres acciones clave que se pueden llevar a cabo los ciudadanos para contribuir a la mejoría del aire que respiramos.
- Llevar a cabo Subcampañas estacionales: 1) Temporada de partículas y pirotecnia, de noviembre 2019 a febrero 2020; 2) Campaña Gas LP, de enero a marzo de 2020 y 3) Prevención de Ozono de marzo a junio de 2020.

4. Asociados en el Proyecto.

El consultor deberá integrar un equipo de profesionales en comunicación con experiencia en temas medio ambientales, tanto en el desarrollo de estudios de percepción cualitativos y cuantitativos, desarrollo de estrategias de comunicación social y sensibilización, así como diseñadores y creativos que puedan trabajar en el diseño de materiales y campañas de sensibilización para ser usados en diversos formatos y medios para que sean accesibles y atractivos para audiencias clave, como son: tomadores de decisiones, público en general, así como materiales infográficos para impresión o para su difusión en redes sociales. En especial se deberá considerar el desarrollo conceptual y creativo general de cultura ciudadana sobre calidad del aire y en específico de una subcampaña relacionada con la prevención y manejo de fugas de gas LP, y su relación con la salud y el cambio climático que se llevará a cabo de manera coordinada con la Secretaría del Medio Ambiente de la Ciudad de México, temporada de pirotecnia y partículas y subcampaña de prevención de ozono.

El consultor deberá presentar su propuesta, una vez definidos los tiempos y necesidades particulares en cuanto a los temas prioritarios a difundir con los directivos de la CAME y de los estados que forman parte, y desarrollará una propuesta de agenda y cronograma detallado para sobre las etapas y entrega de productos de comunicación y su seguimiento e implementación.

5. Beneficiarios e Impactos Esperados.

ESTRATEGIA Y CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN DE LA CAME por su carácter preventivo y de concientización ciudadana tendrá como beneficiarios en primera instancia a las poblaciones más vulnerables a la mala calidad del aire así como de manera preventiva a toda la ciudadanía de la Megalópolis, dependiendo del alcance y profundidad de las acciones a desarrollar, con el objetivo de generar una información que prevenga las contingencias otorgue elementos y criterios para la toma de decisiones tanto de las autoridades de los distintos niveles de gobierno y de la ciudadanía en general.

También deberá fortalecer la reputación y solidez institucional de la CAME y, por lo tanto, beneficiará a la ciudadanía de la Megalópolis en cuanto fortalezca su papel y atribuciones y poder generar información adecuada y responder conforme a una cultura de la prevención y difusión de información para cumplir y coadyuvar en el cumplimiento de sus funciones y atribuciones.

Deberá enumerar los beneficios, cualitativos y cuantitativos, que se obtendrán con la ejecución del proyecto. Se deben anotar los beneficios directos e indirectos en los ámbitos ambiental, social y económico, así como los impactos esperados.

6. Fases y Actividades/Componentes del Proyecto.

Fase I: Definición del plan de trabajo.

Se llevarán a cabo reuniones y entrevistas entre el equipo directivo de la CAME y el consultor y sus colaboradores y con quienes el Coordinador Ejecutivo de Vinculación Institucional considere pertinente para acordar y definir la agenda, temas y alcances necesarios del proyecto. El consultor desarrollará y entregará el programa de trabajo para revisión y aprobación, que incluirá el ajuste y detalle de acuerdo a las etapas que aquí se mencionan del proyecto.

Fase II: Estudio Cualitativo de percepción ciudadana de la Problemática Ambiental de la Megalópolis

Se requiere llevar a cabo un estudio cualitativo que permita explorar el grado de conocimiento, los hábitos, conductas, actitudes y opiniones de la ciudadanía de la zona CAME, con objeto de detectar los insights que los motivan a actuar en favor o en contra del mejoramiento ambiental de la Megalópolis.

Se requiere un estudio cualitativo que permita evaluar el grado de conocimiento, los hábitos, conductas, actitudes y opiniones de la ciudadanía, como un paso previo a iniciar cualquier estrategia o campaña de difusión, sensibilización y movilización para que esa misma ciudadanía colabore a corregir y mejorar la problemática ambiental de la megalópolis.

Fase II: Talleres de entrenamiento de medios a voceros

Diseño e impartición de talleres para el entrenamiento de medios a directivos y voceros de la CAME, para que estén preparados ante los medios de comunicación. Ello permitirá lograr una mejor transmisión y posicionamiento de los mensajes clave y de apoyo, así como una mejor proyección de imagen. Estos talleres se desarrollan con periodistas y profesionales en comunicación en el manejo de imagen con simulacros de entrevistas.

Fase III: Estrategia de comunicación y sensibilización de la CAME

Se deben promover entrevistas y elaborar cuestionarios con directivos y actores clave que sean acordados con los directivos de la CAME para identificar los temas y prioridades en cuanto a la comunicación institucional, así como determinar temas clave para la sensibilización y generación de una cultura ciudadana sobre calidad del aire, lo mismo que subcampañas sobre temas específicos.

Se debe desarrollar un taller con actores clave para la definición del análisis FODA y matriz de mensajes clave.

Desarrollar los ejes de comunicación necesarios para posicionar a la CAME permitirá la difusión adecuada en tiempo y forma de las políticas públicas que

propone sobre calidad del aire y medio ambiente de acuerdo a su naturaleza institucional y audiencias clave.

Análisis de FODAS del CAME

Fortalezas: Mostrar las capacidades especiales con que cuenta la CAME, y que le permite tener una posición privilegiada en su entorno. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etcétera.

Oportunidades: Señalar aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en que se actúa, y que permiten obtener ventajas sobre organismos públicos y privados.

Debilidades: Detectar aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a su entorno, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etcétera.

Amenazas: Identificar aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización. (crisis ambientales, contingencias, etcétera.)

Definición de Mensajes Clave y de apoyo

- **Ángulos de la noticias**

(novedoso, polémico, insólito, trascendente)

- **Definir la plataforma de mensajes**

Lo que se deberá comunicar

¿Qué noticia podemos dar? (Pensar en la audiencia – en el encabezado de la nota) en el formato y tipo de medio: redes sociales, plataformas digitales o prensa.

- **Mensajes clave claros, consistentes y concisos**

Prioridad de los mensajes

Mensajes de soporte

Datos y cifras

Lo que no será comunicado

¿Cómo podemos llevarlo a lo que queremos comunicar?

Preguntas difíciles y respuestas adecuadas

Favorecer el diálogo y la concientización de la ciudadanía para la construcción de una cultura ciudadana alrededor de la calidad del aire en la megalópolis.

- **Factores a considerar en la Estrategia de Comunicación.**

Relaciones Públicas

¿Qué podemos lograr con las Relaciones Públicas? Su objetivo esencial es relacionar al CAME con sus Audiencias Objetivo. Para ello, hoy las RP no sólo cuentan con los medios tradicionales –impresos y en línea–, sino también con las redes sociales que han abierto nuevas posibilidades para ampliar y facilitar la comunicación.

El Coordinador Ejecutivo de Vinculación Institucional tiene un papel crítico para el éxito de las actividades de comunicación ya que funge como el vocero principal.

Diseñar y planear una sensibilización y desarrollo de una conciencia y cultura ciudadana sobre la calidad del aire, será un aspecto fundamental de esta estrategia.

- **Claves Estratégicas**

- Reforzar relaciones con organismos nacionales e internacionales del cuidado del medio ambiente
- Permear las acciones para su posicionamiento (ponencias, conferencias)
- Sinergias con organismos e instituciones relacionadas
- Identificar y desarrollar las estrategias y medios de sensibilización adecuados a las audiencias objetivo y de acuerdo a los medios más adecuados para su comprensión.

- **Identificación de Audiencias Clave**

Perfil de la audiencia

Universidades

Asociaciones y organismos relacionados

Medios de comunicación de estados involucrados

Megalópolis (Cd. de México, Edomex, Morelos, Puebla, Hidalgo, Tlaxcala)

FASE IV: Plan con medios de comunicación: Periodismo de influencia y comunicación orgánica: Más valor para la CAME

La manera en que se comunican las instituciones con sus audiencias ha cambiado y se están incorporando a las estrategias de comunicación tendencias como el periodismo de influencia, que es que las instituciones crean espacios para compartir información; diseño de contenidos que dan valor e ideas virales para inspirar, educar, informar y convencer a sus audiencias, creando un vínculo emocional con ellas; narrativa, que es la forma de plantear una historia, y la transmisión mediática, que es un fraccionamiento intencionado de la historia y su difusión a través múltiples canales de comunicación.

- Herramientas de comunicación
- Potenciar los alcances de RP
- Alianzas estratégicas

Generar y dar seguimiento a mensajes y materiales para una comunicación orgánica a través de las **redes sociales y plataformas electrónicas de la CAME** es hoy en día una tarea fundamental de información para todo ente público y es en dos vías. En ella se debe por un lado difundir las actividades y mensajes sobre la situación de la calidad del aire y de las medidas que de manera conjunta la Comisión considere deben darse a conocer de manera institucional. Debe tener un enfoque preventivo como también de seguimiento y respuesta inmediata en

caso de contingencias. Las redes sociales deben estar sincronizadas para apoyar mensajes y campañas de carácter educativo y así poder generar una cultura y participación ciudadana sobre la calidad del aire. A su vez, debe fomentar una comunicación en tiempo y forma que favorezca la toma de decisiones por parte de los sectores involucrados en la mejora y prevención de las condiciones atmosféricas adversas y favorecer los cambios de conducta y de información para disminuir su impacto en especial hacia la población vulnerable.

FASE V: Campaña de Comunicación sobre Cultura Climática y subcampañas por temas.

Una vez teniendo la estrategia de comunicación y el estudio de percepción se llevará a cabo el desarrollo propuesta creativa de una campaña rectora que proponga como generar una cultura ciudadana de la calidad del aire y, cómo primera subcampaña, el desarrollo creativo y diseño de productos y plan de medios sobre control y concientización sobre partículas y pirotecnia. Posteriormente una campaña sobre gas LP y otra sobre prevención de ozono.

La primera consiste en una campaña paraguas de comunicación en medios masivos (Tv, radio, impresos y exteriores) así como medios dirigidos (redes sociales, entorno digital) y medios específicos (radionovelas, infografías, etcétera.). Esta campaña tiene como objetivo primordial crear conciencia entre la población acerca de la importancia de la calidad (limpieza) del aire que respiramos, así como de las acciones principales que podemos llevar a cabo como ciudadanos para contribuir a la conservación y mejora de la calidad del mismo. La campaña también funciona como concepto rector (paraguas) que ofrece el marco y respaldo para realizar esfuerzos posteriores de carácter educativo, o bien, para atender contingencias o necesidades puntuales de información para la población.

La calidad del aire en la zona metropolitana (megalópolis) se encuentra severamente deteriorada debido a diversas fuentes de contaminación que van desde la quema no controlada de materiales, las emisiones de los automóviles y el transporte público hasta el uso indiscriminado y sin conciencia de fuentes de energía como el gas LP, que contribuye de manera importante a agravar este problema.

La participación activa de los habitantes de la megalópolis a raíz de la toma de conciencia del problema es fundamental para lograr una significativa reducción de los contaminantes mediante modificaciones de los hábitos y estilos de vida adoptados por los mismos. Para provocar el cambio de conductas es importante que la gente tome conciencia del problema que enfrentamos y que tenga a su alcance medidas específicas y realizables para contribuir a la solución del problema y provocar una mejoría de la calidad del aire.

7. Resultados/Productos Esperados

1.- Resultados del estudio de percepción bajo la metodología de Bulletin Board Group (BBG) impreso 2 copias y digital. Resultados completos y resumen con gráficas y análisis de la muestra.

2.- Taller para medios de comunicación:

Taller de 8 horas para máximo 6 directivos de la CAME y quienes consideren deban participar

Capacitación por expertos para el manejo de entrevistas en medios masivos: Tv y radio, así como entrevistas banqueteras.

3.- Documento que integre la Estrategia de Comunicación:

- a) Antecedentes
- b) Análisis FODA
- c) Análisis e identificación de audiencias clave
- d) Matriz de mensajes clave
- e) Documento de objetivos, metas y actividades.
- f) Plan de Medios
- g) Cronograma de actividades
- h) Manual de crisis
- g) Propuesta de materiales

3.- Campaña de sensibilización sobre una cultura de calidad del aire y subcampañas: de partículas y pirotecnia, de gas LP y de prevención de ozono.

- a) Propuesta creativa de mensajes y arte de la campaña paraguas y subcampañas.
- b) Carpeta con propuestas creativas para distintas subcampañas como son partículas de gas LP que impulsará la SEDEMA y de prevención de ozono.

4.-Elaboración de post-test vía internet para medir la penetración de las campañas y el grado de cumplimiento de los objetivos

8. Insumos y Requerimientos Necesarios

La CAME proporcionará al consultor la información necesaria y disponibilidad para las entrevistas, así como los talleres necesarios para facilitar su trabajo.

9. Marco Lógico del Proyecto y Calendario de Implementación

En este apartado el consultor o la entidad promovente, deberá establecer el marco lógico del proyecto de acuerdo con los términos de referencia y presentar el calendario de implementación con las actividades a desarrollar.

Pregunta	Respuesta
Impacto-Resultados	
¿Cuál es la percepción de las distintas audiencias clave de la Megalópolis sobre qué es la calidad del aire, como participamos todos en ella y si los ciudadanos saben que existe la CAME y ¿cuál es su percepción sobre sus funciones y tareas?	Conocer los principales temas sobre la calidad del aire que preocupan a la sociedad de la Megalópolis y conocer el grado de conocimiento que se tiene sobre la CAME e identificar los intereses y conversación que sobre el tema se desarrolla entre las audiencias clave para que se pueda desarrollar una estrategia de comunicación y campaña asertiva y acorde a los detonantes e intereses de los ciudadanos y grupos de interés de la megalópolis
¿Cuáles son los objetivos de comunicación, intereses y acciones que deben llevarse a cabo para tener una comunicación preventiva y proactiva de la CAME?	Contar con una herramienta de planeación para desarrollar y dar seguimiento a las actividades y productos de comunicación de 2020 a 2022 y con proyección de lineamientos generales a2024.
¿Cómo integrar intereses y acciones de las diversas audiencias y público en general sobre qué es la calidad del aire y que podemos hacer un llamado a todos los ciudadanos de manera incluyente y proactiva para mejorarla de manera colectiva e individual y como parte de nuestro espacio público?	Contar con un concepto y propuesta creativa que unifique y promueva una cultura de calidad del aire y que promueva la participación individual y colectiva de la ciudadanía sobre el impacto que tienen nuestras actividades sobre la calidad del aire y como la calidad del aire tiene impacto en nuestra salud, la economía y las diversas actividades que día a día llevamos a cabo así como con el cambio climático.
¿De qué forma podemos hacer un llamada general que acompañe y de sentido a largo plazo sobre una serie de campañas sobre cambios de conducta y sensibilización sobre la calidad del aire?	Tener opciones de carácter creativo que vayan integradas en una campaña general para informar, sensibilizar sobre los impactos de una mala calidad del aire sus causas y que acciones deben llevarse a cabo de manera individual y colectiva y coherente con un mensaje central que permanezca en la mente de nuestras audiencias y contribuya a la ciudadanización de una cultura de la calidad del aire entre los grupos de interés y las diversas audiencias clave de la megalópolis.
¿A quiénes se impacta con el proyecto? Especifique	Las poblaciones más vulnerables a la mala calidad del aire así como de manera preventiva a toda la ciudadanía de la megalópolis, dependiendo del alcance y profundidad de las acciones a desarrollar, con el objetivo de generar una información que prevenga las contingencias otorgue elementos y criterios para la toma de decisiones tanto de las autoridades de los distintos niveles de gobierno y de la ciudadanía en general.
¿Qué actividades y/o acciones se realizan en el proyecto?	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis y estudios de percepción. • Grupos de enfoque en línea con una representación antropológica y social de la población de la CAME. • Documento de resultados generales y resumen del estudio • Taller con 6 voceros. • Grabación en video de experiencias de ejercicio de entrevistas para los participantes • Talleres y entrevistas para desarrollo de la estrategia • Documento de estrategia de comunicación • Propuesta y carpeta de concepto creativo e imagen de la campaña de comunicación
Entrada de recursos	
¿En qué se invierte en el proyecto? Especifique.	<ul style="list-style-type: none"> • Contratación de un consultor coordinador o agencia consultora. • El consultor deberá integrar un grupo de especialistas en las diferentes fases del proyecto. • Grabación de entrevistas y materiales para talleres de voceros

	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de concepto creativo y materiales para campaña paraguas y en específico para campaña LP • Estudio y propuesta de medios. (Es independiente el costo del pago de espacios en los medios que sean recomendados para llevar a cabo la campaña. • Diseño de propuestas creativas para campaña digital marco, partículas- pirotécnica, ozono y de gas LP. • Se considera un estudio post campaña vía internet. Este presupuesto debe depender de los alcances que serán definidos una vez que se tenga claro la diversidad de medios e impacto que sea considerado para la campaña general y las tres subcampañas.
¿Cuáles son las prioridades a considerar en el proyecto?	<ul style="list-style-type: none"> • Visión a 2022 de la estrategia y estudios con proyección a poder extenderse a 2024 y con una perspectiva integral acorde a la diversidad de audiencias y grupos de interés para una agenda compleja como es la calidad del aire y que contribuya de manera efectiva a generar una cultura ciudadana de la calidad del aire

10. Presupuesto Estimado del Proyecto

Monto del proyecto: \$ 4,000,000.00 M.N.

Concepto	Meses													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Fase I: Definición del plan de trabajo														
Desarrollo de subcampaña de partículas. Implementación y seguimiento sobre Comunicación orgánica (redes sociales)														
Estudio cualitativo de percepción														
Fase II: Talleres de entrenamiento de medios a voceros														
Fase III: Estrategia de comunicación y sensibilización de la CAME														
FASE IV: Plan con medios de comunicación: Periodismo de influencia: más valor para la CAME y seguimiento														
FASE V: Campaña de Comunicación sobre Cultura Climática y tres subcampañas por temas. Evaluación post-test vía internet de las campañas														

<p>Elaboración del Informe final y de materiales. El informe final deberá contener el reporte sobre todas las fases realizadas y los entregables, de forma que se integre un producto final. En formato escrito y electrónico (10 juegos)</p>														
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

11. Calendario de Entregables y Pagos

Calendario de Pagos				
Número de Ministración	Porcentaje (del total)	Resultados y Productos Esperados y/o Informes de Resultados	Fecha de Terminación	Fecha de Pago
1	40%	Elaboración del programa de trabajo	1 mes	A la entrega del programa de trabajo
2	30%	<p>Desarrollo de subcampaña sobre pirotecnia y partículas: másters y gráficos. Instalación y seguimiento de comunicación orgánica y RP con medios</p> <p>Resultados del estudio de percepción Resumen ejecutivo Matriz o documento con resultados generales Entrega de resultados del taller para voceros. Seguimiento de comunicación orgánica y RP con medios.</p> <p>Entrega y aprobación de la Estrategia de comunicación y sensibilización y plan de medios. Entrega de manual y concepto de campaña paraguas y subcampañas: de gas LP prevención de Ozono: masters gráficos, así como diseño para materiales gráficos. Seguimiento de comunicación orgánica y RP con medios.</p>	5 mes	6 mes
3	30%	Informe final. El informe final deberá contener el reporte sobre todas las fases realizadas y lo entregables, de forma que se integre un producto final. En formato escrito y electrónico (10 juegos)	13 mes	14 mes

12. Obligaciones del Beneficiario

- A. Los términos y condiciones establecidos en el contrato, así como en la propuesta presentada por el Beneficiario para el desarrollo del proyecto, serán considerados Obligaciones del Beneficiario.
- B. Registrar todos los movimientos financieros relacionados con el proyecto, mediante una contabilidad independiente y simplificada, conforme a los estados de la cuenta bancaria en la que se radicaron y se encuentren los recursos del proyecto provenientes del FIDEICOMISO, y conforme a la comprobación de cada cheque o movimiento de afectación realizado;
- C. Conservar toda la información técnica, administrativa y financiera que se genere y que se estime relevante para realizar futuras evaluaciones sobre el proyecto, deberá conservarse durante un período de cinco años posteriores a la conclusión de los apoyos otorgados por el FIDEICOMISO, o conforme a lo establecido por las disposiciones aplicables; , la cual deberá estar a disposición de la(s) persona(s) que el Comité designe con el carácter de evaluador o auditor del proyecto;
- D. Informar oportunamente al Comité Técnico a través del Coordinador Ejecutivo de Vinculación Institucional cualquier eventualidad que impida la continuación del proyecto, a fin de concluirlo anticipadamente o darlo por terminado. Dicha notificación deberá justificarse debidamente;
- E. Presentar un informe bimestral de avance técnico y financiero del desarrollo del programa al Comité Técnico, a través del Coordinador Ejecutivo de Vinculación Institucional que permita evaluar la pertinencia de los resultados obtenidos al período que se informa. El informe de avance deberá contener los resultados obtenidos y su comparación con los resultados esperados para el período que se informa, la información relativa a la aplicación de los recursos canalizados por el FIDEICOMISO y una valoración razonable sobre la viabilidad de alcanzar el objetivo del Proyecto por parte del Beneficiario;
- F. El Beneficiario proveerá al Coordinador Ejecutivo de Vinculación Institucional toda la información relacionada con el Proyecto y/o que impacte en el mismo que se le requiera, señalando aquella que deba reservarse y no pudiera publicarse o darse a conocer a entidades ajenas al FIDEICOMISO, por tratarse de información confidencial;
- G. Brindar todas las facilidades, tanto para permitir el acceso a sus instalaciones, como para mostrar toda la información técnica y financiera que le sea solicitada respecto al proyecto; y a la terminación del proyecto, presentar al Coordinador Ejecutivo de Vinculación Institucional, un informe final en el tiempo establecido conforme al calendario de actividades del proyecto, integrado en el Convenio/Contrato de Apoyo Financiero, en 2 tantos en original con los anexos correspondientes, tanto impreso como en formato electrónico, que incluya todas las fases del proyecto. Asimismo, deberá entregar un resumen ejecutivo final para

publicación y transparencia, tanto impreso en 2 tantos, como en formato electrónico.

- H. Entregar a la CAME todas las bases de datos que se generen durante el desarrollo del estudio.
- I. Desarrollar reuniones de coordinación con una frecuencia bimestral.
- J. Abstenerse de presentar información relacionada con el desarrollo del documento a menos que cuente con la autorización por escrito por parte de la CAME.
- K. Informar por escrito o a través de medios electrónicos sobre cualquier inconveniente que se presente durante el desarrollo del proyecto.