

Solicitud de propuestas

Título: Servicios de diseño de imagen corporativa para organizaciones de productores rurales y prestadores de servicios en Chiapas y Oaxaca

RFP No: 20221021-B

Fecha de emisión: 21 de octubre 2022

1. Antecedentes

El Proyecto Paisajes Sostenibles Oaxaca-Chiapas (en adelante el Proyecto) es una iniciativa financiada por el Fondo Mundial para el Medio Ambiente (GEF por sus siglas en inglés), implementado por la agencia GEF de Conservation International (CI GEF) y ejecutado por la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP) y Conservation International México (CI México).

El Proyecto integra la perspectiva económica en la gestión del paisaje, y complementa el enfoque convencional de las áreas naturales protegidas con paisajes de producción y vínculos de mercado. Este enfoque también busca contribuir a los objetivos de mitigación y adaptación al cambio climático al aumentar la infraestructura verde, apoyar actividades productivas sostenibles con bajas emisiones de carbono y diversificar actividades productivas que mejoran la resiliencia en las comunidades.

En este contexto el Proyecto GEF Paisajes Sostenibles a través de su componente 2, cadenas de valor con enfoque de mercados, tiene el objetivo de fortalecer a las organizaciones productivas y de servicios para orientar el vínculo con compradores potenciales que permitan impulsar el desarrollo económico y socioambiental de cada una de ellas. Las organizaciones productivas y de servicio beneficiadas a través de este proceso se encuentran asociadas a la producción de café, cacao, nuez de marañón, pesca, pesca de camarón, resina y turismo.

La finalidad de los presentes Términos de Referencia es la contratación de servicios de diseño de imagen para apoyar a organizaciones de productores rurales en Chiapas y Oaxaca.

2. Descripción del proyecto

Conservación Internacional (CI) México es una organización sin fines de lucro que desde 1990 ha apoyado el desarrollo de una economía sana y sustentable, basada en el reconocimiento y conservación de la naturaleza para el bienestar humano, se ha avanzado vinculando políticas públicas a diferentes niveles de decisión e integrando diversas acciones entre organizaciones, organismos gubernamentales e instituciones académicas que contribuyen a la conservación de los servicios ambientales del país.

Actualmente, la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP) en conjunto con CI México, están implementando el proyecto “Paisajes Sostenibles Oaxaca-Chiapas”, con recursos provenientes del Fondo para el Medio Ambiente Mundial (GEF, por sus siglas en inglés). Dicho proyecto se está implementando en tres grandes paisajes en los estados de Oaxaca y Chiapas, uno específico para la

Sierra Madre de Chiapas, el segundo en Sierra Sur e Istmo de Oaxaca y el tercero el Paisaje Costero que abarca el litoral de ambos estados.

El proyecto cuenta con un enfoque basado en Derechos Humanos a través de las Salvaguardas, las cuales se deben considerar y cumplir durante la implementación de las actividades. El objetivo del proyecto es: “Fortalecer la Conservación de la Biodiversidad de importancia mundialmente significativa en el sistema nacional de Áreas Naturales Protegidas y Corredores Biológicos, a través del manejo integrado de paisajes costeros y terrestres culturalmente diversos de Oaxaca y Chiapas (Paisajes Sostenibles Oaxaca-Chiapas)”.

3. Términos de referencia, entregables y calendario de entregables

[Ver Anexo 2](#)

4. Detalles de envío

- a. **Fecha límite.** Las propuestas deben recibirse a más tardar el 21 de noviembre del 2022 a las 23:59 pm (GMT-6). No se aceptarán propuestas tardías. Las propuestas deben enviarse por correo electrónico a proveedoresMX@conservation.org. Todas las propuestas deben enviarse siguiendo las pautas enumeradas en este RFP.
- b. **Validez de la oferta.** 120 días hábiles desde la fecha límite de envío
- c. **Aclaraciones.** Las preguntas pueden enviarse a proveedoresMX@conservation.org en la fecha y hora especificadas en la línea de tiempo a continuación. El asunto del correo electrónico debe contener el número de RFP y el título del RFP. CI responderá por escrito a las aclaraciones enviadas antes de la fecha especificada en el cronograma a continuación. Las respuestas a las preguntas que puedan ser de interés común para todos los licitadores se publicarán en el sitio web de CI y / o se comunicarán por correo electrónico.
- d. **Enmiendas.** En cualquier momento antes de la fecha límite para la presentación de propuestas, CI puede, por cualquier motivo, modificar los documentos de la RFP mediante una enmienda que se publicará en el sitio web de CI y / o se comunicará por correo electrónico.

5. Requerimientos mínimos

La empresa proveedora deberá contar preferentemente con personal con formación profesional en Diseño Gráfico, Comunicación, Publicidad o Mercadeo. Deberán tener experiencia en diseño de logotipos, elementos de marca, imagen de organización y manuales de identidad gráfica (incluidos usos y aplicaciones como papelería, tarjetas, prendas y promocionales), diseño de etiquetas para distintos empaques/envases, definición de estrategia de medios, creación de contenido y capacitación de usuarios en plataformas de internet (páginas web y redes sociales).

La experiencia de la empresa y el personal a cargo del proyecto deberá ser verificable con muestras de trabajo y referencias de clientes. Preferentemente tendrán experiencia específica de atención a empresas sociales rurales, teniendo en cuenta una visión incluyente y social dentro del equipo que permita asegurar procesos participativos durante el desarrollo de la presente consultoría.

Así mismo se tomarán en consideración el uso de materiales y técnicas con criterios de reducción de contaminación, reciclaje y bajo impacto ambiental.

Es necesario enviar una carta de interés y los CV resumidos de las personas que estarían participando en esta consultoría.

Propuesta Técnica y Financiera incluyendo todos los costos (CI México no se hará responsable de ningún gasto extra ocasionado por la consultoría)

6. Documentos de propuesta para incluir

- a. Portada firmada en el encabezado del oferente con la información de contacto del postor.
- b. Representación Firmada de Transparencia, Integridad, Responsabilidad Ambiental y Social ([Anexo 1](#))
- c. Propuesta técnica.
 - i. Capacidades corporativas, experiencia, desempeño pasado y 3 referencias de clientes. Incluya descripciones de proyectos o asignaciones similares y al menos tres referencias de clientes.
 - ii. Cualificaciones del personal clave. Adjunte CV que demuestren cómo el equipo propuesto cumple con los requisitos mínimos enumerados en la sección 5 (Requerimientos mínimos).
 - iii. Enfoque técnico, metodología y plan de trabajo detallado. La Propuesta Técnica debe describir en detalle cómo el licitante pretende llevar a cabo los requisitos descritos en los Términos de Referencia ([Anexo 2](#)).
- d. Propuesta financiera. Los oferentes deben utilizar la plantilla de propuesta de costo ([Anexo 3](#)).
 - i. La propuesta financiera deberá incluir el desglose de costos de cada uno de los servicios y por organización.
 - ii. La propuesta financiera deberá contemplar cualquier costo/gasto relacionado a las actividades que conllevan a la entrega de los productos de los TdR's ([Anexo 2](#)).

7. Presupuesto

El rango presupuestal asignado a la presente consultoría es entre **\$400,000.00 MXN (cuatrocientos mil pesos 00/100 M.N.) y 600,000.00 MXN (seiscientos mil pesos 00/100 M.N.) IVA incluido**, lo cual considera la totalidad de los servicios descritos en el [Anexo 2](#).

8. Criterios de evaluación

Al evaluar las propuestas, CI buscará la mejor relación calidad-precio considerando los méritos de las propuestas técnicas y de costos. Las propuestas se evaluarán utilizando los siguientes criterios:

Criterios específicos de evaluación	Puntuación máxima
Formación profesional en Diseño Gráfico, Comunicación, Publicidad o Mercadeo, De preferencia contar con experiencia en atención a empresas rurales.	15
Experiencia en diseño de logotipos, elementos de marca, imagen de organización y manuales de identidad gráfica (incluidos usos y aplicaciones como papelería, tarjetas, prendas y promocionales), definición de estrategia de medios, creación de contenido y capacitación de usuarios en plataformas de internet (páginas web y redes sociales) (presenta portafolios con al menos 2 muestras de proyectos, y proporciona datos de clientes para verificación de referencias)	35
Los costos propuestos son razonables y realistas y no rebasan el monto máximo de la propuesta, reflejan una sólida comprensión para alcanzar el objetivo de la presente consultoría. Se deberá integrar una propuesta con desglose de costos por producto para cada organización contemplada.	20
Aplica criterios de reducción de contaminación, reciclaje y bajo impacto ambiental	15
Ofrece servicios adicionales (asesoría posterior, en caso necesario, entre otros)	15
	100

9. Cronograma de la propuesta

RFP emitida	21 de octubre 2022
Preguntas enviadas a CI	15 de noviembre 2022
Respuestas proporcionadas a licitadores conocidos	17 de noviembre 2022
Propuestas completas enviadas a CI	21 de noviembre 2022
Selección final	30 de noviembre 2022

10. Contrato resultante

CI prevé celebrar un acuerdo con el licitador seleccionado al **12 de diciembre del 2022**. Cualquier acuerdo resultante estará sujeto a los términos y condiciones del Acuerdo de servicios de CI. Se puede proporcionar un modelo de acuerdo a pedido.

Esta RFP no obliga a CI a ejecutar un contrato, ni compromete a CI a pagar los costos incurridos en la preparación o presentación de las propuestas. Además, CI se reserva el derecho de rechazar todas y cada una de las ofertas, si se considera que dicha acción es en el mejor interés de CI. CI, a su entera discreción, seleccionará la propuesta ganadora y no está obligada a compartir los resultados de las evaluaciones individuales.

11. Confidencialidad

Toda la información de propiedad proporcionada por el licitante se tratará como confidencial y no se compartirá con los solicitantes reales o potenciales durante el proceso de solicitud. Esto incluye, entre

otros, cotizaciones de precios, propuestas de costos y propuestas técnicas. CI puede, pero no está obligada a hacerlo, publicar adjudicaciones de adquisiciones en su sitio web público una vez finalizado el proceso de solicitud y adjudicado el contrato. Los resultados de la evaluación de CI son confidenciales y la puntuación de los solicitantes no se compartirá entre los postores.

12. Código ético

Se espera que todos los Oferentes ejerzan los más altos estándares de conducta al preparar, presentar y, si son seleccionados, eventualmente llevar a cabo el trabajo especificado de acuerdo con el Código de Ética de CI. La reputación de Conservation International se deriva de nuestro compromiso con nuestros valores: integridad, respeto, coraje, optimismo, pasión y trabajo en equipo. El Código de Ética de CI (el “Código”) brinda orientación a los empleados, proveedores de servicios, expertos, pasantes y voluntarios de CI sobre cómo vivir los valores fundamentales de CI, y describe los estándares mínimos de conducta ética que todas las partes deben cumplir. Cualquier violación del Código de Ética, así como las inquietudes con respecto a la integridad del proceso de adquisición y los documentos, deben informarse a CI a través de su Línea Directa de Ética en www.ci.ethicspoint.com.

13. Archivos adjuntos:

Anexo 1: Representación de transparencia, integridad, responsabilidad ambiental y social

Anexo 2: Términos de referencia

Anexo 3: Plantilla de propuesta de costo

Anexo 1: Representación de transparencia, integridad, responsabilidad ambiental y social

RFP No: **20221021-B**

Se espera que todos los Oferentes ejerzan los más altos estándares de conducta al preparar, presentar y, si son seleccionados, eventualmente llevar a cabo el trabajo especificado de acuerdo con el Código de Ética de CI. El Código de Ética de CI brinda orientación a los empleados, proveedores de servicios, expertos, pasantes y voluntarios de CI sobre cómo vivir los valores fundamentales de CI, y describe los estándares mínimos de conducta ética que todas las partes deben cumplir. Cualquier violación del Código de Ética debe informarse a CI a través de su Línea Directa de Ética en www.ci.ethicspoint.com.

CI se basa en la integridad personal, el buen juicio y el sentido común de todos los terceros que actúan en nombre de la organización o que prestan servicios a la organización para tratar cuestiones que no se abordan expresamente en el Código o que se indican a continuación.

- I. Con respecto al Código de Ética de CI, certificamos:**
 - a. Entendemos y aceptamos que se espera que CI, sus socios contractuales, beneficiarios y otras partes con las que trabajamos se comprometan con los más altos estándares de transparencia, equidad e integridad en las adquisiciones.
- II. Con respecto a los estándares sociales y ambientales, certificamos:**
 - a. Estamos comprometidos con altos estándares de ética e integridad y con el cumplimiento de todas las leyes aplicables en nuestras operaciones, incluida la prohibición de acciones que faciliten la trata de personas, el trabajo infantil, el trabajo forzoso, el abuso sexual, la explotación o el acoso. Respetamos los derechos humanos proclamados internacionalmente y no tomamos ninguna medida que contribuya a la vulneración de los derechos humanos. Protegemos a quienes son más vulnerables a las violaciones de sus derechos y los ecosistemas que los sustentan.
 - b. Respetamos y hacemos cumplir plenamente las normas ambientales y sociales reconocidas por la comunidad internacional, incluidos los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y los convenios internacionales para la protección del medio ambiente, en consonancia con las leyes y reglamentos aplicables al país donde se el contrato se va a ejecutar.
- III. Con respecto a nuestra elegibilidad y conducta profesional, certificamos:**
 - a. No lo estamos y ninguno de nuestros afiliados [miembros, empleados, contratistas, subcontratistas y consultores] se encuentra en un estado de quiebra, liquidación, arreglo legal, terminación de actividad o culpable de mala conducta profesional grave según lo determine un organismo regulador responsable de otorgar licencias y / o regular el negocio del oferente
 - b. No hemos participado ni participaremos en actos delictivos o fraudulentos. Mediante sentencia firme, no fuimos condenados en los últimos cinco años por delitos como fraude o corrupción, blanqueo de capitales o mala conducta profesional.
 - c. No participamos ni participamos en la redacción ni en la recomendación de los términos de referencia de este documento de solicitud.
 - d. No nos hemos involucrado en ninguna colusión o fijación de precios con otros oferentes.
 - e. No hemos hecho promesas, ofertas o subvenciones, directa o indirectamente, a ningún empleado de CI involucrado en esta adquisición, ni a ningún funcionario gubernamental

en relación con el contrato a ejecutar, con la intención de influir indebidamente en una decisión o recibir una ventaja indebida.

- f. No hemos tomado ninguna medida ni haremos ninguna acción para limitar o restringir el acceso de otras empresas, organizaciones o personas a participar en el proceso de licitación competitivo lanzado por CI.
- g. Hemos cumplido con nuestras obligaciones relativas al pago de contribuciones o impuestos a la seguridad social de acuerdo con las disposiciones legales del país donde se va a ejecutar el contrato.
- h. No hemos proporcionado, y tomaremos todas las medidas razonables para asegurarnos de que no proporcionamos ni proporcionaremos a sabiendas apoyo material o recursos a ninguna persona o entidad que cometa, intente cometer, defienda, facilite o participe en actos terroristas, o ha cometido, intentado cometer, facilitar o participar en actos terroristas, y cumplimos con todas las leyes aplicables contra el financiamiento del terrorismo y el lavado de dinero (incluida la Ley Patriota de EE. UU. y la Orden Ejecutiva de EE. UU. 13224).
- i. Certificamos que ni nosotros ni nuestros directores, funcionarios, empleados clave o beneficiarios finales estamos incluidos en ninguna lista de sanciones financieras o económicas, inhabilitación o suspensión adoptada por los Estados Unidos, las Naciones Unidas, la Unión Europea, el Banco Mundial o Servicios Generales. Lista de la Administración de Partes Excluidas de los programas de Contratación Federal o No Contratación de acuerdo con las EOs 12549 y 12689, "Inhabilitación y Suspensión".

Nombre: _____

Firma: _____

Título: _____

Fecha: _____

Anexo 2: Términos de referencia

Título del Proyecto:

Servicios de diseño de imagen corporativa para organizaciones de productores rurales y prestadores de servicios en Chiapas y Oaxaca

1. Antecedentes y descripción del Proyecto

El Proyecto Paisajes Sostenibles Oaxaca-Chiapas (en adelante el Proyecto) es una iniciativa financiada por el Fondo Mundial para el Medio Ambiente (GEF por sus siglas en inglés), implementado por la agencia GEF de Conservation International (CI GEF) y ejecutado por la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP) y Conservation International México (CI México).

El objetivo del Proyecto es **“fortalecer la conservación de biodiversidad de importancia mundialmente significativa en el sistema nacional de áreas naturales protegidas y corredores biológicos, a través del manejo integrado de paisajes costeros y terrestres culturalmente diversos de Oaxaca y Chiapas”**.

El Proyecto integra la perspectiva económica en la gestión del paisaje, y complementa el enfoque convencional de las áreas naturales protegidas con paisajes de producción y vínculos de mercado. Este enfoque también busca contribuir a los objetivos de mitigación y adaptación al cambio climático al aumentar la infraestructura verde, apoyar actividades productivas sostenibles con bajas emisiones de carbono y diversificar actividades productivas que mejoran la resiliencia en las comunidades.

En este contexto el Proyecto GEF Paisajes Sostenibles a través de su componente 2, cadenas de valor con enfoque de mercados, tiene el objetivo de fortalecer a las organizaciones productivas y de servicios para orientar el vínculo con compradores potenciales que permitan impulsar el desarrollo económico y socioambiental de cada una de ellas. Las organizaciones productivas y de servicio beneficiadas a través de este proceso se encuentran asociadas a la producción de café, cacao, nuez de marañón, pesca, pesca de camarón, resina y turismo.

La finalidad de los presentes Términos de Referencia es la contratación de servicios de diseño de imagen para apoyar a organizaciones de productores rurales en Chiapas y Oaxaca.

2. Objetivos, entregables y tareas claves

Objetivo: Diseñar y elaborar elementos de imagen de marca y mercadeo y prestar servicios de apoyo técnico para el uso de plataformas de comunicación para 19 organizaciones de productores rurales y de servicios turísticos beneficiarios del Proyecto en los paisajes Costa Oaxaca-Chiapas, Sierra Madre de Chiapas y Sierra Sur de Oaxaca.

Las tareas a desarrollar para cumplir con este objetivo incluyen:

- Diseño de logotipos a través de un proceso participativo con las organizaciones (entrevistas, reuniones con actores clave, mínimo 2 sesiones de trabajo presencial), desarrollo de elementos de

identidad de marca, preparación de manuales de identidad corporativa gráfica que describan sus usos y aplicaciones en distintos medios (papelería, tarjetas de presentación, publicaciones, etiquetas para todos sus productos, prendas o promocionales, banners, entre otros) que vaya en correspondencia de las necesidades de las organizaciones

- Asesoría directa a través de talleres presenciales a los grupos para la definición de estrategias de comunicación a través de internet, incluyendo el desarrollo y uso de páginas web o redes sociales y capacitación para la creación de contenido en estas plataformas.
Asesoría para el registro de marca, es decir una guía o los pasos que se deben de desarrollar para registrar la marca, así mismo considerar los elementos actuales que debe de contener un logotipo, tanto con elementos normativos como de aportes nutrimentales y todos aquellos elementos que permitan posicionar la marca en los mercados.

Los [Anexos A y B](#) de estos Términos de Referencia contienen información sobre las organizaciones beneficiarias de los servicios de esta consultoría, incluidos datos de localización para atención, cuáles servicios son requeridos en cada caso, así como nivel previo de desarrollo en comunicación e imagen (por ejemplo, algunas organizaciones ya tienen un logotipo, han etiquetado productos o tienen alguna presencia en internet, mientras que otras organizaciones no cuenta aún con estos avances).

Actividades	Entregables / Productos	Porcentaje de pago	Fecha de entrega
Programación de actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de trabajo, cronograma de actividades y lista detallada de tareas por cada organización 	10%	Primer entregable: 15 días hábiles tras la firma del contrato
Primer reporte 50% de organizaciones cuentan con todos los requerimientos de acuerdo con el anexo.	<p>FASE 1</p> <ul style="list-style-type: none"> • 9 diseños de logotipos • Etiquetas correspondientes a 5 organizaciones (trazabilidad) • 10 manuales de identidad corporativa de los productos y servicios. • 5 páginas web siguiendo la identidad corporativa del manual. • 10 diagnósticos personalizados en formato pdf para determinar uso y manejo de sus redes sociales por organización. • 1 informes de resultados en formato pdf de capacitación en el manejo y uso de la red social de mayor impacto para procesos de comercialización por cada organización. (10 organizaciones) • 10 reportes en formato pdf de actividades desarrolladas en el 	30%	Segundo entregable: 55 días hábiles después del primer entregable

Actividades	Entregables / Productos	Porcentaje de pago	Fecha de entrega
	periodo, con evidencias de atención directa a los grupos y muestras de diseños terminadas		
Segundo reporte Presentación de la última entrega 100% de organizaciones cuentan con todos los requerimientos de acuerdo con el anexo	FASE 2 <ul style="list-style-type: none"> • 9 diseños de logotipos • Etiquetas correspondientes a 8 organizaciones. • 9 manuales de identidad de los productos y servicios. • 9 páginas web siguiendo la identidad corporativa del manual. • 10 diagnósticos personalizado en formato pdf para determinar uso y manejo de sus redes sociales por organización. • 1 informes de resultados en formato pdf de capacitación en el manejo y uso de la red social de mayor impacto para procesos de comercialización por cada organización. • 1 reporte en formato pdf de actividades desarrolladas en el periodo, con evidencias de atención directa a los 10 grupos y muestras de diseños terminadas 	40%	50 días hábiles después del segundo entregable
Seguimiento con representantes de las organizaciones productivas y de servicios en el manejo y uso de redes sociales, estrategias de comercialización.	FASE 3 <ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de entrada y salida de los conocimientos adquiridos en el periodo por parte de las organizaciones, se deberán integrar evidencias de atención directa a las organizaciones y recomendaciones de seguimiento. 	20%	40 días hábiles después del tercer entregable

Las propuestas técnicas deben explicar claramente su respuesta a la necesidad de atender a las organizaciones en distintos lugares de Chiapas y Oaxaca; se consideran aceptables propuestas de empresas ubicadas en un solo lugar pero que incluyan una clara logística de atención mediante visitas, o también esquemas en consorcio que integren personal técnico en diversos lugares.

Todos los entregables pasan a revisión por CI México y las organizaciones productivas y de servicios. Todos los servicios descritos en el [Anexo A](#) del presente TdR serán propiedad de las organizaciones a través de una donación.

3. Cronograma estimado

Se espera que las actividades y la entrega de productos previstos en estos Términos de Referencia serán desarrollados en un periodo de 8 meses, contados a partir de la firma del contrato correspondiente. Los días de entrega de los productos deberán realizarse en días hábiles.

4. Ubicación de la tarea / viajes aplicables

Las actividades de diseño y de gabinete podrán realizarse donde sea que convenga a la empresa proveedora, pero deben considerarse actividades presenciales en Chiapas y Oaxaca para atender directamente a cada una de las organizaciones beneficiarias del apoyo.

El presupuesto de viáticos del facilitador, así como de gastos para el desarrollo de capacitaciones (gastos de traslados de participantes, salón, *coffee break*, alimentos) se deberán contemplar dentro del presupuesto de la presente consultoría.

5. Habilidades y experiencia requeridas

La empresa proveedora deberá contar preferentemente con personal con formación profesional en Diseño Gráfico, Comunicación, Publicidad o Mercadeo. Deberán tener experiencia en diseño de logotipos, elementos de marca, imagen de organización y manuales de identidad gráfica (incluidos usos y aplicaciones como papelería, tarjetas, prendas y promocionales), diseño de etiquetas para distintos empaques/envases, definición de estrategia de medios, creación de contenido y capacitación de usuarios en plataformas de internet (páginas web y redes sociales).

La experiencia de la empresa y el personal a cargo del proyecto deberá ser verificable con muestras de trabajo y referencias de clientes. Preferentemente tendrán experiencia específica de atención a empresas sociales rurales, teniendo en cuenta una visión incluyente y social dentro del equipo que permita asegurar procesos participativos durante el desarrollo de la presente consultoría.

Así mismo se tomarán en consideración el uso de materiales y técnicas con criterios de reducción de contaminación, reciclaje y bajo impacto ambiental.

6. Evaluación de cotizaciones

Criterios específicos de evaluación	Puntuación máxima
Formación profesional en Diseño Gráfico, Comunicación, Publicidad o Mercadeo, De preferencia contar con experiencia en atención a empresas rurales.	15
Experiencia en diseño de logotipos, elementos de marca, imagen de organización y manuales de identidad gráfica (incluidos usos y aplicaciones como papelería, tarjetas, prendas y promocionales), definición de estrategia de medios, creación de contenido y capacitación de usuarios en plataformas de internet (páginas web y redes sociales) (presenta portafolios con al menos 2 muestras de proyectos, y proporciona datos de clientes para verificación de referencias)	35
Los costos propuestos son razonables y realistas y no rebasan el monto máximo de la propuesta, reflejan una sólida comprensión para alcanzar el objetivo de la presente consultoría. Se deberá integrar una propuesta con desglose de costos por producto para cada organización contemplada.	20
Aplica criterios de reducción de contaminación, reciclaje y bajo impacto ambiental	15
Ofrece servicios adicionales (asesoría posterior, en caso necesario, entre otros)	15
	100

7. Presupuesto

El rango presupuestal asignado a la presente consultoría es entre **\$400,000.00 MXN (cuatrocientos mil pesos 00/100 M.N.) y 600,000.00 MXN (seiscientos mil pesos 00/100 M.N.) IVA incluido**, lo cual considera la totalidad de los servicios descritos en estos términos de referencia.

8. Anexos de los términos de referencia

Anexo A. Relación de los grupos de productores y apoyos

DATOS DE LAS ORGANIZACIONES			FASE 1 /FASE 2					FASE 3
Organización	Producto / Servicio	Sitio de atención	Logotipo	Etiquetado de productos (trazabilidad)	Imagen de organización y manual de identidad gráfica (usos y aplicaciones)	Página web (incluye manejo)	Redes sociales (incluye manejo) Configuración inicial, creación implementación y optimización de campañas	Informe final
1.Agostaderos de Topón	Camarón	Pijijiapan, Chiapas	x	x	x	x	x	x
2.Carrizal	Camarón	Pijijiapan, Chiapas	x	x	x	x	x	x
3.- Costa Oaxaqueña	Pesca	Santa María Huatulco	x	x	x	x	x	x
4.-Mazunte 2000	Pesca	Santa María Tonameca, Oaxaca	x	x	x	x	x	x
5.-Soc. Coop. Punta paraíso	Pesca	Santa María Huatulco, Oaxaca.	x	x	x	x	x	x
6.Soc. Coop. Pesquera Nuevo Horizonte Marino	Pesca	Santa María Huatulco, Oaxaca.	x	x	x	x	x	x
7.- Soc. Coop. Pesquera Guadalupe	Pesca	SanPedro Tapanatepec, Oaxaca	x	x	x	x	x	x
8.Soc. Coop. Pesquera Rivereña La Santa María	Pesca	Santa María Huatulco, Oaxaca.	x	x	x	x	x	x
9.Cafetaleros Unidos de la Costa (CUCOS)	Café, cacao	Pochutla, Oaxaca	x	x	x	x	x	x
10.-Productores de Café Capitán Luis A. Vidal	Café	Ángel Albino Corzo, Chiapas	X	X	X	X	X	X

11. Grupo de Ganadería sostenible Raymundo Flores	Ganadería	Tonalá, Chiapas	X	X	X	X	X	X
12.-Unión de Comunidades de la Región del Istmo (UCIRI)	Café	Santa María Guienagati, Oaxaca	x	x	x	x	x	x
13.-Cacao del Alto	Cacao	Mapastepec, Chiapas	x	x	x	x	x	x
14. Ganadería Sostenible Los Angeles	Ganadería	Villaflores, Chiapas				x	x	x
15.ADVC El Gavilán	Turismo de naturaleza	San Francisco Cozotaltepec			x		x	x
16.Aquabuses S.A de.C. V.	Turismo Náutico	Bahías de Huatulco	x		x	x	x	x
17.Soc. Coop. Senderos y Humedales	Turismo	Santa María Huatulco, Oaxaca			x		x	x
18.-Aventura y Ecoturismo Lagunas de Chachagua Turismo	Turismo de naturaleza	Parque Nacional Lagunas de Chachagua Mpio, Villa de Tututepec, Oaxaca	x		x		x	x
19.-La salina la escobilla	Turismo de naturaleza	Santa María Tonameca	x		x		x	x
20. Madresal	Turismo de naturaleza	Tonalá, Chiapas	x		x		x	x

*Las organizaciones 1, 4, 7, 9, 11, 12, 16, 17, 18, 19 serán quienes recibirán la atención en la primera fase de la presente consultoría. Las organizaciones 2, 3, 5, 6, 8, 10, 13, 14, 15, 20 serán quienes recibirán la atención en la segunda fase de la presente consultoría.

Anexo B. Descripción breve de capacidades actuales de comunicación de los grupos de productores

Organización	Descripción
1.-Agostaderos de Topón	Cuenta con evaluación de triple impacto, social, ambiental y financiero, dentro del marco de proyectos de mejora pesquera, como herramienta para sustentar que la actividad que realiza es sostenible, así mismo, durante la evaluación social, se realizaron preguntas para identificar su identidad respecto a su actividad pesquera dentro del paisaje costero. Cuenta con concesión pesquera para la captura de camarón.
2.-Carrizal	Cuenta con evaluación de triple impacto, social, ambiental y financiero, dentro del marco de proyectos de mejora pesquera, como herramienta para sustentar que la actividad que realiza es sostenible, así mismo, durante la evaluación social, se realizaron preguntas para identificar su identidad respecto a su actividad pesquera dentro del paisaje costero. Cuenta con concesión pesquera para la captura de camarón.
3.-Costa Oaxaqueña	Cuenta con evaluación de triple impacto, social, ambiental y financiero, dentro del marco de proyectos de mejora pesquera, como herramienta para sustentar que la actividad que realiza es sostenible, así mismo, durante la evaluación social, se realizaron preguntas para identificar su identidad respecto a su actividad pesquera dentro del paisaje costero. Cuentan con permiso de pesca para la captura de escama marina.
4.-Mazunte 2000	Cuenta con evaluación de triple impacto, social, ambiental y financiero, dentro del marco de proyectos de mejora pesquera, como herramienta para sustentar que la actividad que realiza es sostenible, así mismo, durante la evaluación social, se realizaron preguntas para identificar su identidad respecto a su actividad pesquera dentro del paisaje costero. Cuentan con permiso de pesca para la captura de escama marina.
5.-Soc. Coop. Pesquera Punta paraíso	Cuenta con evaluación de triple impacto, social, ambiental y financiero, dentro del marco de proyectos de mejora pesquera, como herramienta para sustentar que la actividad que realiza es sostenible, así mismo, durante la evaluación social, se realizaron preguntas para identificar su identidad respecto a su actividad pesquera dentro del paisaje costero. Cuentan con permiso de pesca para la captura de escama marina.
6.-Nuevo Horizonte Marino	Sociedad Cooperativa Pesquera ubicada dentro del Parque Nacional Huatulco cuenta con autorización para efectuar pesca de escama dentro del polígono del PNH.
7.-Soc. Coop. Pesquera Guadalupe	Cuenta con evaluación de triple impacto, social, ambiental y financiero, dentro del marco de proyectos de mejora pesquera, como herramienta para sustentar que la actividad que realiza es sostenible, así mismo, durante la evaluación social, se realizaron preguntas para identificar su identidad respecto a su actividad pesquera dentro del paisaje costero. Cuentan con permiso de pesca para la captura de escama, camarón y jaiba.
8.-Soc. Coop. Pesquera Rivereña La Santa María	Cuenta con evaluación de triple impacto, social, ambiental y financiero, dentro del marco de proyectos de mejora pesquera, como herramienta para sustentar que la actividad que realiza es sostenible, así mismo, durante la evaluación social, se realizaron preguntas para identificar su identidad

	respecto a su actividad pesquera dentro del paisaje costero. Cuentan con permiso de pesca para la captura de escama marina.
9.-Cafetaleros Unidos de la Costa (CUCOS)	CUCOS, no cuenta con logotipo oficial, tampoco tiene una página web y redes sociales. Por lo que se requiere de todos los elementos de imagen y comunicación. Se requiere etiqueta para café (3 presentaciones: 1 kg, ½ kg, ¼ kg), cacao (4 presentaciones: Semiamargo, Tradicional, Pasta de cacao, Chocolate en polvo)
10.-Productores de Café Capitán Luis A. Vidal	Productores de Café Capitán Luis A. Vidal tienen un logotipo muy cargado de imágenes, ellos están abiertos a la readecuación del logotipo y creación de etiquetas para los 4 productos (Mezcla Capitán 250g, 500g y 1kg, Café Honey 250g, 500g, 1kg), Quintal de pergamino y Quintal de Oro verde) que manejan, así como su presencia en redes y página web.
11.-Grupo de Ganadería sostenible Raymundo Flores	Raymundo Flores se encuentra en la construcción de un centro de acopio y transformación de la leche a diferentes variedades de queso: entre ellos; queso doble crema, queso Cotija y quesillo. Para lo cual se requerirá asesoramiento para la construcción de marca, así como de todos los componentes que integra la presente consultoría.
12.-Unión de Comunidades de la Región del Istmo (UCIRI)	La UCIRI, cuenta con logotipo y página web; sin embargo, está en un proceso de cambio de unión de comunidades a Cooperativa; por lo que se requiere la actualización y rediseño del logotipo, página web, identidad de marca, imagen de organización, así como la etiqueta de sus productos. Se requiere desarrollar redes sociales y la capacitación en el uso de estos.
13.-Cacao del Alto	Este grupo, no tienen ningún avance de imagen corporativa, no necesitan de etiquetas ya que su producto es industrial, no de consumo.
14.-Ganadería Sostenible Los Ángeles	El grupo de ganadería sostenible cuenta con un logotipo y manual de imagen, se piensa trabajar en redes sociales.
15-ADVC El Gavilán	Es un área destinada voluntariamente a la conservación ubicada san Francisco Cozoaltepec cuentan con una basta diversidad. Son un grupo que recién inicia sus actividades ecoturísticas, actualmente cuentan con una página web únicamente para el contacto con el turismo.
16-Aquabuses S.A de C.V	Empresa de turismo náutico cuenta con 2 catamaranes en donde se desarrollan actividades de interpretación ambiental, se oferta el servicio de snorkel y restaurantes dentro de las Bahías de Huatulco, En este sentido se busca incorporar elementos de identidad que incorpore la biodiversidad que se visibilice en su manual de identidad. Cuentan con Páginas de Facebook y comercializan a través de wapp o agencias intermediarias.
17.-Soc. Coop. Senderos y Humedales	Son una organización de ecoturismo ubicada en las Bahías de Huatulco actualmente su principal oferta el servicio son a través de recorridos náuticos, snorkel, senderismo interpretativo, observación de aves, realizan un manejo mínimo de redes sociales ya que sus clientes generalmente llegan por recomendación. Se considera actualmente la necesidad de reforzar su identidad de marca
18.-Soc. Coop. Aventura y ecoturismo Lagunas de Chacahua	Son una organización de ecoturismo ubicada dentro del Parque Nacional Lagunas de Chacahua ofertan servicio de snorkel, senderismo interpretativo, observación de aves.

	Tienen elementos básicos de identidad (logotipo, Facebook) que necesitan reforzar para logra conectar con un mercado especializado.
19.-La salina la escobilla	La salina la escobilla es una organización ubicada en el Santuario de Tortugas del municipio de Santa María Tonameca Oaxaca Se dedican a desarrollar actividades de turismo de naturaleza en donde se incluye liberación de tortugas marinas, actividades de interpretación ambiental. Se requiere desarrollar su manual de identidad para fortalecer su imagen y a través de ella promover la conservación de estas especies.
20.-El Madresal	El Madresal es un centro de ecoturismo sustentable ubicado en el municipio de Tonalá Chiapas, para sus servicios turísticos utiliza energías limpias, coordina sus actividades mediante el sistema de gestión de calidad para asegurar la plena satisfacción de sus visitantes y la conservación de los humedales que forman un ecosistema importante en esta franja costera del estado de Chiapas. Actualmente cuentan con un logotipo sin embargo hace falta reforzar los elementos que dan identidad al sitio a través de soportes de comunicación gráfica que inviten al turismo al cuidado de los recursos naturales y a la vinculación con otros servicios que se ofertan dentro del complejo turístico.

Anexo 3: Plantilla de propuesta de costo

La propuesta de costo debe incluir todas las ganancias, tarifas o impuestos. Los costos adicionales no se pueden incluir después de la adjudicación, y las revisiones de los costos propuestos no se pueden hacer después de la presentación, a menos que CI lo solicite expresamente en caso de que se acepte la propuesta de los oferentes. No obstante, a los efectos de la propuesta, los Oferentes deben proporcionar un presupuesto detallado que muestre las partidas de gastos importantes. Las ofertas deben mostrar precios unitarios, cantidades y precio total. Todos los artículos, servicios, etc. deben estar claramente etiquetados e incluidos en el precio total ofrecido. Toda la información de costos debe expresarse en Pesos Mexicanos.

Si es seleccionado, el Oferente hará todo lo posible para minimizar el financiamiento de cualquier impuesto sobre bienes y servicios, o la importación, fabricación, adquisición o suministro de estos. Si el Oferente es elegible para solicitar reembolsos de impuestos pagados, el Oferente lo hará. Cualquier ahorro fiscal debe reflejarse en el costo total.

Desglose de costos por entregable

Entregables	Precio (suma global, todo incluido)
Inserte el entregable 1 de la Sección 3 o el TOR adjunto	
Inserte el entregable 2 de la Sección 3 o el TOR adjunto	
Inserte el entregable 3 de la Sección 3 o el TOR adjunto	
Inserte el entregable 4 de la Sección 3 o el TOR adjunto	
Inserte el entregable 5 de la Sección 3 o el TOR adjunto	

Desglose de costos por componente de costo (solo ejemplo)

Descripción	Unidad de medida (día, mes, etc.)	Período total de participación	Costo unitario / tarifa	Costo total del período
Consultor 1				
Consultor 2				
Subtotal de personal				
Costos de viaje (si corresponde)				
Otros costos relacionados (especifique)				
Costo total de la propuesta financiera				