



Consultoría: Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto "Amigable con la Biodiversidad" (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

Contrato No.: CONABIO/CGCRB/PSPSB-CQS-356/2017

Contrato estándar

CONTRATO DE SERVICIOS DE CONSULTORÍA

**Trabajos menores:
Mediante pago de una suma global**

X

P

WLS

W

W



Consultoría: Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto “Amigable con la Biodiversidad” (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

Contrato No.: CONABIO/CGCRB/PSPSB-CQS-356/2017

ÍNDICE

Contrato de Servicios de Consultoría.....	3
CONTRATO	3
1. Servicios	3
2. Plazo	3
3. Pagos	4
4. Administración del proyecto	5
5. Calidad de los Servicios	5
6. Confidencialidad.....	5
7. Propiedad de los materiales	5
8. Prohibición al Consultor de participar en ciertas actividades	5
9. Seguros	5
10. Cesión	5
11. Ley e idioma por los que se regirá el Contrato	6
12. Solución de controversias.....	6
13. Fraude y Corrupción en el caso del BIRF	6
14. Terminación por el Contratante.....	8
Lista de Anexos.....	8
Anexo A: Términos de referencia y alcance de los Servicios	9
Anexo B: Personal Clave del Consultor	15
Anexo C: Informes que el Consultor debe presentar	16
Anexo D: Propuesta Técnica Simplificada Modificada de la Firma Consultora.....	17



Consultoría: Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto “Amigable con la Biodiversidad” (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

Contrato No.: CONABIO/CGCRB/PSPSB-CQS-356/2017

Contrato de Servicios de Consultoría

TRABAJOS MENORES
MEDIANTE PAGO DE UNA SUMA GLOBAL
(FINANCIADOS PARCIALMENTE POR EL BANCO MUNDIAL)

CONTRATO

ESTE CONTRATO (el “Contrato”) se celebra en este día **18 del mes de septiembre de 2017**, entre **Nacional Financiera, Sociedad Nacional de Crédito, como fiduciaria del “Fideicomiso Fondo para la Biodiversidad”**, beneficiaria de los recursos otorgados por el **Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF)**, para la ejecución del Proyecto denominado **“Sistemas Productivos Sostenibles y Biodiversidad”**, en adelante el “**Contratante**”, representado por la Secretaria Técnica del Fideicomiso, la Mtra. Ana Luisa Guzmán y López Figueroa, con la intervención de la **Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad**, a quien en lo sucesivo se le denominará la “**CONABIO**”, representada por su Coordinador Nacional, el Dr. José Aristeo Sarukhán Kermez, ambas con domicilio social en Liga Periférico-Insurgentes Sur Número 4903, Colonia Parques del Pedregal, Delegación Tlalpan, Código Postal 14010, Ciudad de México, y **Proyecto Impacto Consultores, A.C.**, a quien en lo sucesivo se le denominará el “**Consultor**”, representado por su Director General y Representante Legal, la C. Adriana Aguerrebere Bustos, cuya oficina principal está ubicada en la Calle Tonalá Número 7, Colonia Barrio El Cerrillo, San Cristóbal de las Casas, Código Postal 29220, Chiapas, México, y que tiene el Registro Federal de Contribuyentes **PIC120626K77**.

CONSIDERANDO QUE el “**Contratante**” tiene interés en que el “**Consultor**” preste los servicios que se señalan a continuación, y que el Comité Técnico del Fideicomiso Fondo para la Biodiversidad, en su sesión de fecha **24 de enero de 2017**, con cargo al proyecto **GEF BM PPSYB, Proyecto Sistemas Productivos Sostenibles y Biodiversidad (GRP 30015)**, autorizó el ingreso de los recursos para llevar a cabo las actividades inherentes al objeto del presente instrumento en apoyo de la “**CONABIO**”.

CONSIDERANDO QUE el “**Consultor**” está dispuesto a prestar dichos servicios,
POR LO TANTO, LAS PARTES convienen en lo siguiente:

1. Servicios

- (i) El “**Consultor**” prestará los “Servicios” que se especifican en el **Anexo A**, “Términos de referencia y alcance de los Servicios”, que forman parte integral de este Contrato.
- (ii) El “**Consultor**” encomendará la prestación de los “Servicios” al personal que se enumera en el **Anexo B**, “Personal Clave del Consultor”. Dicho personal estará bajo la dirección y dependencia exclusiva del “**Consultor**”, por lo que no se crearán nexos de carácter laboral con el “**Contratante**” y con la “**CONABIO**”, a los que bajo ninguna circunstancia se les considerará como patrones sustitutos, solidarios o intermediarios.
- (iii) El “**Consultor**” presentará los informes a la “**CONABIO**” en la forma y dentro de los plazos indicados en los **Anexo A**, “Términos de referencia y alcance de los Servicios” y el **Anexo C**, “Informes que el Consultor debe presentar”.

2. Plazo

El “**Consultor**” prestará los “Servicios” durante el período que se iniciará del **18 de septiembre de 2017 y hasta el 17 de septiembre de 2018**, o durante cualquier otro período en que las Partes pudieran convenir posteriormente por escrito.



Banco Mundial

Consultoría: Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto "Amigable con la Biodiversidad" (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

Contrato No.: CONABIO/CGCRB/PSPSB-CQS-356/2017

3. Pagos

A. Monto máximo

El "Contratante" pagará al "Consultor" una suma no superior a **\$1,086,206.90 (Un millón ochenta y seis mil doscientos seis pesos 90/100 M.N.) más el IVA**, por los "Servicios" prestados conforme a lo indicado en el **Anexo A**. Dicha suma ha sido establecida en el entendido de que incluye todos los costos y utilidades para el "Consultor", así como cualquier obligación tributaria a que éste pudiera estar sujeto.

B. Calendario de pagos

El calendario de pagos será el siguiente:

- i. Se otorgará un primer pago del 20% del valor total del "Contrato", equivalente a **\$217,241.38 (Dieciséis mil doscientos cuarenta y un pesos 38/100 M.N.) más el IVA**, a la entrega en día hábil a plena satisfacción de la "CONABIO", del Primer Informe conforme a los Términos de Referencia y alcance de los "Servicios", los cuales forman parte del "Contrato" como **Anexo A**.
- ii. Se otorgará un segundo pago del 20% del valor total del "Contrato", equivalente a **\$217,241.38 (Dieciséis mil doscientos cuarenta y un pesos 38/100 M.N.) más el IVA**, a la entrega en día hábil a plena satisfacción de la "CONABIO", del Segundo Informe conforme a los Términos de Referencia y alcance de los "Servicios", los cuales forman parte del "Contrato" como **Anexo A**.
- iii. Se otorgará un tercer pago del 20% del valor total del "Contrato", equivalente a **\$217,241.38 (Dieciséis mil doscientos cuarenta y un pesos 38/100 M.N.) más el IVA**, a la entrega en día hábil a plena satisfacción de la "CONABIO", del Tercer Informe conforme a los Términos de Referencia y alcance de los "Servicios", los cuales forman parte del "Contrato" como **Anexo A**.
- iv. Se otorgará un cuarto pago del 20% del valor total del "Contrato", equivalente a **\$217,241.38 (Dieciséis mil doscientos cuarenta y un pesos 38/100 M.N.) más el IVA**, a la entrega en día hábil a plena satisfacción de la "CONABIO", del Cuarto Informe conforme a los Términos de Referencia y alcance de los "Servicios", los cuales forman parte del "Contrato" como **Anexo A**.
- v. Se otorgará un quinto y último pago del 20% del valor total del "Contrato", equivalente a **\$217,241.38 (Dieciséis mil doscientos cuarenta y un pesos 38/100 M.N.) más el IVA**, a la entrega en día hábil a plena satisfacción de la "CONABIO", del Informe Final conforme a los Términos de Referencia y alcance de los "Servicios", los cuales forman parte del "Contrato" como **Anexo A**.

El monto total es por \$1,260,000.00 (Un millón doscientos sesenta mil pesos 00/100 M.N.) con IVA incluido.

C. Condiciones de pago

Los pagos se efectuarán en moneda nacional en día hábil, dentro de los 20 días hábiles contados a partir de la presentación por el "Consultor" de las facturas al Coordinador designado en el punto 4, previa entrega de los informes establecidos en el presente instrumento a satisfacción de la "CONABIO".



Consultoría: Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto “Amigable con la Biodiversidad” (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

Contrato No.: CONABIO/CGCRB/PSPSB-CQS-356/2017

- | | | |
|-----|--|--|
| 4. | Administración del proyecto | <p>A. <u>Coordinador y Responsable de Seguimiento Técnico</u>
El “Contratante” y la “CONABIO” designan al Coordinador General de Corredores y Recursos Biológicos y al Coordinador del Proyectos de Sistemas Productivos Sostenibles y Biodiversidad, como su Coordinador y Responsable de Seguimiento Técnico, respectivamente, siendo el primero responsable de la coordinación de las actividades contempladas en este “Contrato”, y el segundo de la aceptación y aprobación por parte de la “CONABIO” de los informes u otros elementos que deban proporcionarse, y de la recepción y aprobación de las facturas para realizar los pagos.</p> <p>B. <u>Informes</u>
Los informes enumerados en el Anexo C, “Informes que el consultor debe presentar”, deberán ser presentados durante el desarrollo de las actividades asignadas, y constituirán la base para los pagos que deberán efectuarse conforme a lo indicado en el punto 3.</p> |
| 5. | Calidad de los Servicios | El “ Consultor ” se compromete a prestar los “Servicios” de acuerdo con las normas más elevadas de competencia e integridad ética y profesional. El “ Consultor ” deberá reemplazar sin demora a cualquier empleado que haya sido asignado a un trabajo en virtud de este “Contrato” cuyo desempeño sea considerado insatisfactorio por el “ Contratante ” y/o la “ CONABIO ”. |
| 6. | Confidencialidad | Durante la vigencia de este “Contrato” y dentro de los dos años siguientes a su término, sin consentimiento previo por escrito del “ Contratante ” o de la “ CONABIO ”, el “ Consultor ” no podrá revelar ni divulgar en provecho propio o de terceros, ninguna información que le proporcione el “ Contratante ” o la “ CONABIO ”, ni la que resulte de las investigaciones practicadas en relación con los “Servicios” objeto de este “Contrato”, obligándose a utilizar dicha información exclusivamente para los fines del presente instrumento. |
| 7. | Propiedad de los materiales | Todos los estudios, informes, gráficos, programas de cómputo u otros materiales o productos derivados de la consultoría preparados por el “ Consultor ” para el “ Contratante ” y la “ CONABIO ” en virtud de este “Contrato”, serán de propiedad del “ Contratante ” y de la “ CONABIO ”, a quienes les corresponderá la titularidad de los derechos de autor en su aspecto patrimonial sobre dichas obras. El “ Consultor ” podrá conservar una copia de dichos documentos y programas de cómputo, para usarlos sin fines de lucro y sin posibilidad de transmitirlos a terceros. |
| 8. | Prohibición al Consultor de participar en ciertas actividades | El “ Consultor ” conviene en que, tanto durante la vigencia de este “Contrato” como después de su terminación, ni el “ Consultor ”, ni su matriz, ni ninguna entidad afiliada a éste podrá suministrar bienes, construir obras o prestar servicios distintos de los “Servicios” y de cualquier continuación de los mismos para cualquier proyecto que se derive de los “Servicios” o esté estrechamente relacionado con ellos. |
| 9. | Seguros | El “ Consultor ” será responsable de contratar los seguros pertinentes, y en caso contrario será responsable de evitar cualquier riesgo y, en su caso, de solventar los gastos de cualquier siniestro, liberando al “ Contratante ” y a la “ CONABIO ” de cualquier responsabilidad al respecto. |
| 10. | Cesión | El “ Consultor ” no podrá ceder este “Contrato” o subcontratar ninguna parte del mismo, sin el consentimiento previo por escrito del “ Contratante ” y de la “ CONABIO ”. |



Banco Mundial

Consultoría: Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto "Amigable con la Biodiversidad" (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

Contrato No.: CONABIO/CGCRB/PSPSB-CQS-356/2017

11. **Ley e idioma por los que se registrará el Contrato** El "Contrato" se registrará por las leyes de los Estados Unidos Mexicanos (México), y el idioma del "Contrato" será el español.
12. **Solución de controversias** Toda controversia que surja de este "Contrato" y que las Partes no puedan solucionar en forma amigable deberá someterse a proceso judicial conforme a la ley de México, acordando las partes someterse a la jurisdicción de los Tribunales Federales competentes de la Ciudad de México, por lo tanto el "Consultor" renuncia expresamente al fuero que pudiese corresponderle por razón de su domicilio presente o futuro.
13. **Fraude y Corrupción en el caso del BIRF** El Banco exige que todos los Prestatarios (incluidos los beneficiarios de préstamos concedidos por el Banco), así como los Licitantes, proveedores, contratistas y sus agentes (hayan sido declarados o no), el personal, los subcontratistas, proveedores de servicios o proveedores de insumos que participen en proyectos financiados por el Banco, observen las más estrictas normas de ética durante el proceso de licitación y de ejecución de dichos contratos¹. Para dar cumplimiento a esta política, el Banco.

(a) define de la siguiente manera, a los efectos de esta disposición, las expresiones que se indican a continuación:

- (i) "práctica corrupta"² es el ofrecimiento, suministro, aceptación o solicitud, directa o indirectamente, de cualquier cosa de valor con el fin de influir de modo impropio la actuación de otra parte;
- (ii) "práctica fraudulenta"³ es cualquier acto u omisión, incluyendo una tergiversación, que intencionalmente o imprudentemente engaña, o intenta engañar, a una parte para obtener beneficios financieros o de otra índole o para evitar una obligación;
- (iii) "prácticas de colusión"⁴ es un acuerdo entre dos o más partes, diseñado para obtener un propósito impropio, incluyendo el influenciar impropriamente la actuación de otra parte;
- (iv) "prácticas coercitivas"⁵ es dañar o perjudicar, o amenazar con dañar o perjudicar, directa o indirectamente, a cualquier parte, o a sus propiedades para influenciar impropriamente la actuación de una parte;

(v) "práctica obstructiva" es:

- aa) destruir, falsificar, alterar u ocultar en forma deliberada pruebas importantes respecto de su participación en un proceso de adquisición, o incidir en la investigación o formular declaraciones falsas a los investigadores con la intención de impedir sustancialmente una investigación del Banco referente a acusaciones sobre prácticas corruptas, fraudulentas, coercitivas o colusorias, y/o amenazar, acosar o intimidar a una parte con el propósito de impedir que dicha parte revele lo que sabe acerca de asuntos pertinentes a la investigación, o que

¹ En este contexto, cualquier acción ejercida por el Licitante, proveedor, contratista o cualquier integrante de su personal, o su agente o sus subcontratistas, proveedores de servicios, proveedores de insumos y/o sus empleados para influenciar el proceso de licitación o la ejecución del contrato para obtener ventaja, es impropia.

² A los efectos de estos Documentos de Licitación, "otra parte" significa un funcionario público que interviene en el proceso de adquisición o la ejecución de un contrato. En este contexto, "funcionario público" incluye a los funcionarios del Banco Mundial y los empleados de otros organismos que revisan o aprueben decisiones relativas a los contratos decisiones en materia de adquisiciones.

³ A los efectos de estos Documentos de Licitación, "parte" significa un funcionario público; los términos "beneficio" y "obligación" están relacionados con el proceso de adquisición o la ejecución de un contrato, y en el "acto u omisión" debe haber intención de influir en el proceso de adquisición o la ejecución de un contrato.

⁴ A los efectos de estos Documentos de Licitación, "partes" significa los participantes en el proceso de adquisición (incluidos los funcionarios públicos) que pretendan establecer precios de oferta a niveles artificiales o no competitivos.

⁵ A los efectos de estos Documentos de Licitación, "parte" significa un participante en el proceso de adquisición o en la ejecución de un contrato.



Banco Mundial

Consultoría: Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto "Amigable con la Biodiversidad" (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

Contrato No.: CONABIO/CGCRB/PSPSB-CQS-356/2017

- lleve adelante la investigación, o la ejecución de un contrato.
- bb) toda acción con la intención de impedir sustancialmente el ejercicio de los derechos del Banco de realizar inspecciones y auditorías establecido en la Cláusula 3.1(e) de las IAO (Instrucciones a los Oferentes, de los Documentos Estándar de Licitación Pública, Banco Mundial).
- (b) rechazará toda propuesta de adjudicación si determina que el licitante seleccionado para dicha adjudicación ha participado, directa o a través de un agente, en prácticas corruptas, fraudulentas, colusivas, coercitivas u obstructivas para competir por el contrato de que se trate;
- (c) anulará la porción del préstamo asignada a un contrato si en cualquier momento determina que los representantes del Prestatario o de un beneficiario del préstamo han participado en prácticas corruptas, fraudulentas, colusivas, coercitivas u obstructivas durante el proceso de contrataciones o la ejecución de dicho contrato, sin que el Prestatario haya adoptado medidas oportunas y apropiadas que el Banco considere satisfactorias para corregir la situación;
- (d) sancionará a una firma o individuo, en cualquier momento, de conformidad con el régimen de sanciones del Banco⁶, incluyendo declarar dicha firma o persona inelegible públicamente, en forma indefinida o durante un período determinado para: i) que se le adjudique un contrato financiado por el Banco y ii) que se le nomine⁷ subcontratista, consultor, fabricante o proveedor de productos o servicios de una firma que de lo contrario sería elegible para que se le adjudicara un contrato financiado por el Banco.
- (e) tendrá el derecho a exigir que, en los documentos de licitación y en los contratos financiados con un préstamo del Banco, se incluya una disposición que exija que los proveedores y contratistas deben permitir al Banco revisar las cuentas y archivos relacionados con el cumplimiento del contrato y someterlos a una verificación por auditores designados por el Banco.

⁶ Una firma o individuo podrá ser declarada inelegible para que se le adjudique un contrato financiado por el Banco al término de un procedimiento de sanciones en contra del mismo, de conformidad con el régimen de sanciones del Banco. Las posibles sanciones incluirán: (i) suspensión temporal o suspensión temporal temprana en relación con un procedimiento de sanción en proceso; (ii) inhabilitación conjunta de acuerdo a lo acordado con otras Instituciones Financieras Internacionales incluyendo los Bancos Multilaterales de Desarrollo; y (iii) las sanciones corporativas del Grupo Banco Mundial para casos de fraude y corrupción en la administración de adquisiciones.

⁷ Un subcontratista, consultor, fabricante y/o un proveedor de productos o servicios (se usan diferentes nombres según el documento de licitación utilizado) nominado es aquel que ha sido: (i) incluido por el licitante en su aplicación u oferta de precalificación por cuanto aporta la experiencia clave y específica y el conocimiento que permite al licitante cumplir con los criterios de calificación para una licitación en particular; o (ii) nominado por el prestatario.



Banco Mundial

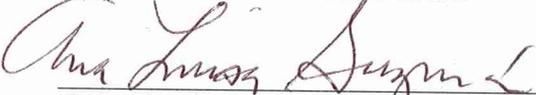
Consultoría: Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto “Amigable con la Biodiversidad” (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

Contrato No.: CONABIO/CGCRB/PSPSB-CQS-356/2017

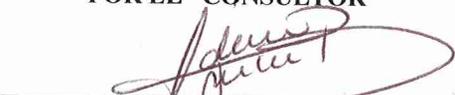
- 14. Terminación por el Contratante** El “**Contratante**” podrá rescindir el “**Contrato**” de pleno derecho y sin necesidad de declaración judicial, en caso de que el “**Consultor**” no cumpla con cualquiera de las obligaciones de las que sea sujeto en virtud de este “**Contrato**”; o no cumpla de la manera convenida; o por infringir las disposiciones contenidas en las leyes, reglamentos, acuerdos y normas que rigen este documento.

La rescisión operará previa notificación del incumplimiento que por escrito haga el “**Contratante**” al “**Consultor**”, quién contará con un plazo de veinte (20) días hábiles para manifestar lo que a su derecho convenga, así como para aportar las pruebas que estime pertinentes. Transcurrido el término señalado, el “**Contratante**”, tomando en cuenta los argumentos y pruebas ofrecidas por el “**Consultor**”, determinará de manera fundada y motivada si resulta procedente o no rescindir el “**Contrato**” y comunicará por escrito al “**Consultor**” dicha determinación, en su caso haciendo de su conocimiento las condiciones correspondientes a dicha terminación.

POR EL “CONTRATANTE”


Mtra. Ana Luisa Guzmán y López Figueroa
Secretaría Técnica del Fideicomiso Fondo para la Biodiversidad

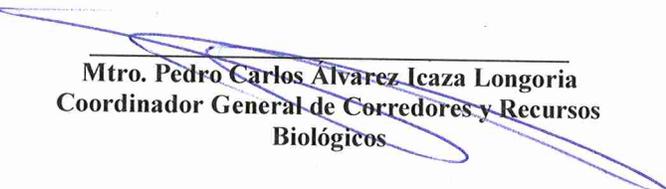
POR EL “CONSULTOR”


C. Adriana Aguerrebere Bustos
Director General y Representante Legal

POR LA “CONABIO”


Dr. José Aristeo Sarukhán Kermez
Coordinador Nacional

POR EL “CONTRATANTE” Y LA “CONABIO”


Mtro. Pedro Carlos Álvarez Icaza Longoria
Coordinador General de Corredores y Recursos Biológicos


C. Francisco Abardía Moros
Coordinador del Proyecto de Sistemas Productivos Sostenibles y Biodiversidad y Responsable de Seguimiento Técnico

Lista de Anexos

- Anexo A: Términos de referencia y alcance de los Servicios
- Anexo B: Personal Clave del Consultor
- Anexo C: Informes que el consultor debe presentar
- Anexo D: Propuesta Técnica Simplificada Modificada de la Firma Consultora

HOJA PROTOCOLARIA DE FIRMAS CORRESPONDIENTE AL CONTRATO DE SERVICIOS DE CONSULTORÍA DE FECHA 18 DE SEPTIEMBRE DE 2017, QUE CELEBRAN POR UNA PARTE NACIONAL FINANCIERA, S.N.C., EN SU CARÁCTER DE FIDUCIARIA DEL FIDEICOMISO FONDO PARA LA BIODIVERSIDAD, CON LA INTERVENCIÓN DE LA COMISIÓN NACIONAL PARA EL CONOCIMIENTO Y USO DE LA BIODIVERSIDAD, Y POR LA OTRA PARTE, PROYECTO IMPACTO CONSULTORES, A.C.



Consultoría: Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto “Amigable con la Biodiversidad” (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

Contrato No.: CONABIO/CGCRB/PSPSB-CQS-356/2017

Anexo “A”

Términos de Referencia y Alcance de los Servicios

1. Nombre del servicio

Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto “Amigable con la Biodiversidad” (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

2. Antecedentes

El proyecto Sistemas Productivos Sostenibles y Biodiversidad (SPSB) tiene el objetivo de conservar y proteger la biodiversidad de México, significativa a nivel nacional y mundial, mediante la integración de prácticas de gestión amigables con la biodiversidad en paisajes productivos dentro de corredores biológicos prioritarios. El proyecto SPSB es ejecutado por la Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO) y se enmarca en el Acuerdo de Donación (AD) número MX-TF012908, suscrito el 3 de octubre de 2012 entre Nacional Financiera, S.N.C. (NAFIN) que actúa como fiduciaria del Fideicomiso Fondo para la Biodiversidad (FFB), el Gobierno de México representado por la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) y el Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF/Banco Mundial) que actúa como agencia implementadora del Fondo para el Medio Ambiente Mundial (GEF, por sus siglas en inglés).

El proyecto SPSB opera en corredores biológicos definidos a partir de criterios de biodiversidad y conservación en los Estados de Campeche, Chiapas, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán. Este proyecto incide actualmente en los sistemas productivos de café, cacao, miel, ganado bajo manejo silvopastoril, forestal, uso de vida silvestre y ecoturismo.

Para la operación del proyecto, la CONABIO, a través de la Coordinación General de Corredores y Recursos Biológicos (CGCRB), creó la Unidad Coordinadora del Proyecto (UCP-SPSB) que tiene a su cargo la planificación, con objetivos y metas específicos referidos a sistemas productivos, actores y espacios territoriales concretos, para la puesta en marcha hacia el cumplimiento de los objetivos de desarrollo y el logro de los resultados y las metas del proyecto.

El proyecto SPSB tiene cuatro componentes: 1) Sistemas productivos sostenibles y transversalización de la biodiversidad; 2) Asociaciones de productores e iniciativas de mercado amigables con la biodiversidad; 3) Institucionalidad, biosellos y cooperación sur-sur; 4) Administración del proyecto y monitoreo.

El subcomponente 3.2 *Diseño y uso de instrumentos de diferenciación de productos en el mercado* tiene como propósito apoyar una estrategia de diferenciación de mercado para los productos amigables con la biodiversidad mediante el desarrollo de estándares de producción amigables con la biodiversidad y/o etiquetas de mercado (biosellos) desarrollados en cooperación y consulta con actores clave, (expertos técnicos, productores e instituciones públicas) y con la asistencia de verificadores independientes a fin de mantener la integridad de los estándares/biosellos, asegurar su cumplimiento y generar confianza en el consumidor.

Estos términos de referencia corresponden a la contratación de servicios de una firma que cuente con las capacidades técnicas para dar cumplimiento a las actividades del subcomponente 3.2 *Diseño y uso de instrumentos de diferenciación de productos en el mercado*, cuya implementación, conforme al Manual de Operaciones y Procedimientos del proyecto SPSB, posibilitará la implementación de una campaña de comunicación para el posicionamiento sectorial del concepto “Amigable con la Biodiversidad” (AB), al mismo tiempo que complementará el trabajo que se realice en relación con la estrategia de diferenciación de mercado para el concepto AB.

3. Ubicación

La consultoría se llevará a cabo en los estados de Chiapas y Tabasco donde se encuentra la mayor cobertura de sistemas productivos para abarcar mercados rurales y regionales con algunas AP (AP piloto).

Mientras que la campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial del concepto AB tendrá alcance nacional, con un enfoque en el mercado urbano de la Ciudad de México.



Consultoría: Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto “Amigable con la Biodiversidad” (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

Contrato No.: CONABIO/CGCRB/PSPSB-CQS-356/2017

4. Objetivo general

Desarrollar herramientas de diferenciación de mercado para el concepto “Amigable con la Biodiversidad” (AB) para que las Asociaciones de Productores (AP) sepan cómo acercarse a los mercados para promocionar sus productos o servicios y promover su diferenciación a través del “saber” con metodologías de transferencia de conocimientos y desarrollo de capacidades participativas y el “saber hacer” y aplicar campañas de comunicación sectorial y campañas *ad-hoc* para el posicionamiento continuo y evolutivo de productos y servicios AB.

5. Impactos esperados

Al término de la consultoría se espera que las Asociaciones de Productores desarrollen las capacidades necesarias en:

- a. La promoción de sus productos y/o servicios con enfoque en la diferenciación de mercado para productos AB que articule al consumidor y al productor;
- b. La promoción del concepto AB, incluido el monitoreo de dicha promoción en toda la cadena de comercialización, asegurando el valor en productos y/o servicios, espacios de comercialización y canales de comunicación.

6. Resultados

R1. Mercadotecnia y promoción.

Que los miembros clave de las AP conozcan los conceptos teórico-prácticos esenciales para la comprensión integral del mercado y su comportamiento.

Mercadotecnia:

- a. Mercado, canales comerciales de “negocio a negocio” (BtB por sus siglas en inglés de “Business-to-Business”) y de “negocio a consumidor” (BtC por sus siglas en inglés de Business-to-Consumer);
- b. Clientes (consumidores y empresas);
- c. Producto-servicio AB;
- d. Sistema de identificación del concepto AB (etiquetado, otros medios de información al cliente a través de la arquitectura de valor).

Promoción:

- a. Promoción y producto-servicio AB;
- b. Canales de comercialización y medios de comunicación adecuados al cliente (consumidores y empresas).

R2. Desarrollo de capacidades.

Que los miembros clave de las AP desarrollen las capacidades para realizar, mantener y monitorear la promoción del sector AB y de sus productos y/o servicios.

- a. Actualización constante sobre el conocimiento del mercado y sus clientes;
- b. Manejo del concepto AB por producto-servicio;
- c. Promoción de sus productos o servicios comunicando la diferenciación AB (adecuada al cliente) por canal comercial y por medio de comunicación.
- d. Mantener la promoción del concepto AB, incluido el monitoreo de dicha promoción, garantizando el valor en productos, espacios de comercialización y canales de comunicación; y
- e. Desarrollo participativo de un modelo gobernanza de la concepto AB para mantener el posicionamiento del sector y una promoción continua.

R3. Campaña de comunicación.

Que se desarrolle e implemente una CAMPAÑA paraguas de comunicación del concepto AB para sensibilizar, y en su caso, educar al consumidor y para promover los productos y los servicios de las AP.

- a. Posicionamiento del concepto AB en México.
- b. Incentivación de la demanda segmentando por canal comercial (aspiración de los clientes para productos y servicios AB).
- c. Promoción en medios (TV, radio, medios sociales y medios impresos, por definir).
- d. Desarrollo de página de internet (*web*) con contenidos relevantes (*blog*).



Consultoría: Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto “Amigable con la Biodiversidad” (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

Contrato No.: CONABIO/CGCRB/PSPSB-CQS-356/2017

R4. Sistematización

Que se cuente con manuales de la experiencia de trabajo con las AP sistematizada para su réplica en otras AP ubicadas en diferentes regiones y estados.

- a. Manual de formadores para AP participantes (enfoque en jóvenes) para replicar el desarrollo de capacidades del “saber”, y del “saber hacer” en todos los sistemas y regiones.
- b. Manual de campaña sectorial del concepto AB, que incluirá su aplicación en toda la cadena comercial, garantizando el valor en productos y/o servicios, espacios de comercialización y canales de comunicación que permita el sostenimiento del posicionamiento conceptual y la aplicación de campañas de comunicación que conlleven al crecimiento y evolución de dicho posicionamiento.
- c. Sentar las bases para la conceptualización del modelo de gobernanza del concepto AB y su posicionamiento sectorial.

7. Actividades

Actividades para el alcance de R1 y R2

- Entendimiento de mercados locales y/o regionales
- Diseño de currícula del tema y materiales didácticos (infográficos e imágenes) basados en los productos y/o servicios, en las experiencias de las AP y en la medida de lo posible, en los resultados de la estrategia de diferenciación de mercado.
- Realización de talleres con AP para establecer las bases conceptuales y la posible puesta en marcha del modelo de gobernanza del concepto AB y el sostenimiento de campañas de promoción de dicho concepto en el mediano plazo.

Actividades para el alcance del R3

- Desarrollo de la estrategia de campaña sectorial de comunicación y repositorios de internet (*web*).
- Implementación de campaña sectorial.

Actividades para el alcance del R4

- Con base en la sistematización de talleres participativos y la currícula correspondiente, se desarrollará un manual para formadores por sector (enfoque en jóvenes). Este manual, incluidos los materiales didáctico, y las experiencias de los talleres sistematizados por sector equivalen a las herramientas de diferenciación por sector 6 (seis) sectores en total: café, cacao, miel, silvopastoril, forestal y ecoturismo).
- Se elaborará un plan de implementación de campaña sectorial AB, incluyendo los lineamientos para las bases del modelo de gobernanza de la marca paraguas y campañas sectoriales.

8. Metodología

La firma consultora trabajará bajo la coordinación de la UCP-SPSB y se espera que las actividades estén enmarcadas bajo una metodología participativa, donde todos los actores clave por fase se involucran de manera activa tomando en cuenta el más amplio espectro de puntos de vista por resultado.

El desarrollo de capacidades de los actores clave de las AP se realizará mediante herramientas de educación popular, en particular a través de talleres participativos con base en la experiencia y saberes de las AP.

El desarrollo de la campaña se llevará bajo lineamientos de marca y de comunicación. La implementación de la campaña apalancará diferenciadores pre-identificados en mercados locales y regionales, aplicados en una comunicación integral en medios en línea y en medios tradicionales, de forma creativa e innovadora para optimizar y maximizar los recursos invertidos y los alcances de dicha campaña a nivel local, regional y nacional en el corto y mediano plazo.

9. Productos

Producto	Descripción	Fecha de entrega
Primer Informe	Programa detallado y cronograma de trabajo Protocolo de validación del concepto AB.	En día hábil, dentro de los 15 días hábiles contados a partir de la fecha de firma del contrato.



Banco Mundial

Consultoría: Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto “Amigable con la Biodiversidad” (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

Contrato No.: CONABIO/CGCRB/PSPSB-CQS-356/2017

Producto	Descripción	Fecha de entrega
Segundo Informe	<ul style="list-style-type: none"> - Descripción del concepto AB. Entendimiento de mercado local y regional; perfil del consumidor rural y urbano, así como las oportunidades de diferenciación de productos y/o servicios y su mercado. - Componentes relevantes para la implementación – A. 1. Definición de componentes de valor para la implementación. 	En día hábil, al término de 3 meses contados a partir de la fecha de firma del contrato.
Tercer Informe	<ul style="list-style-type: none"> - Descripción de los componentes relevantes para la implementación – B. 2. Definición de canales para comercialización BtB y BtC, segmentación de perfiles de consumo, estrategia conceptual y elementos de diferenciación de productos/servicios AB para integración en currícula del tema. - Componentes relevantes para la implementación – C. 3. Tácticas de generación de demanda, perfil del consumidor, identidad final y su uso, arquitectura de valor para los sistemas y productos y/o servicios AB. 	En día hábil, al término de 6 meses contados a partir de la fecha de firma del contrato.
Cuarto Informe	<ul style="list-style-type: none"> - Currícula de los talleres de formación para las AP. D. Currícula de los talleres que presentará conceptualmente temas de mercadotecnia, de comunicación, de promoción y de campaña sectorial a las AP por sector. - Desarrollo de la campaña de comunicación. - Memorias de talleres con AP. 	En día hábil, al término de 9 meses contados a partir de la fecha de firma del contrato.
Informe Final	<ul style="list-style-type: none"> - Implementación de campaña sectorial AB. - Sistematización de experiencias, talleres participativos. Refinamiento de la currícula, con experiencias propias de las AP por sector, incluyendo materiales didácticos. - Sistematización de resultados y aprendizajes de campaña sectorial AB e integración de los componentes relevantes de implementación. - Desarrollo de herramientas de diferenciación por sector y AB. Herramientas de diferenciación de AP con ajustes por sector. 	En día hábil, al término de 12 meses contados a partir de la fecha de firma del contrato.

Estos productos deberán ser escritos en español y entregarse en formato electrónico en un CD (textos en Word fuente de letra calibrí, tamaño de letra 11, párrafos justificados con interlineado sencillo, tablas en Excel, presentaciones en PowerPoint y fotografías en JPG con resolución mínima de 300 dpi, y nombre del autor y descripción en caso de que se prevea su publicación).

Información adicional a la indicada deberá incluirse en los informes solamente cuando se considere especialmente relevante para la presentación de los resultados.

Los productos estarán sujetos a la revisión y la aprobación técnica de la UCP-SPSB, por lo que en el cronograma se deberá considerar dichos plazos de revisión (de aproximadamente 5 días hábiles). La firma consultora estará obligada a acatar y resolver cada una de las observaciones y/o las recomendaciones generadas por dicha unidad coordinadora.

10. Duración estimada de ejecución

La consultoría tendrá una duración de 12 meses contados a partir de la fecha de firma del contrato. Esto incluye: las actividades relacionadas con la identificación de los componentes relevantes para la una adecuada implementación de campaña AB, la implementación de campaña del concepto AB, el desarrollo de la currícula y los talleres participativos, así como la sistematización y el desarrollo de manuales como: herramientas de diferenciación.



Consultoría: Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto “Amigable con la Biodiversidad” (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

Contrato No.: CONABIO/CGCRB/PSPSB-CQS-356/2017

11. Presupuesto

El monto total estimado es de \$1,260,000.00 (Un millón doscientos sesenta mil pesos 00/100 M.N.), cantidad que incluye el Impuesto al Valor Agregado (IVA). La propuesta económica comprenderá los honorarios profesionales, los gastos por viáticos y el costo total de las demás actividades que se realicen.

12. Plan de pagos

Producto	Fecha de entrega	Porcentaje
Primer Informe	En un día hábil, al término de 15 días hábiles contados a partir de la fecha de firma del contrato.	20%
Segundo Informe	En un día hábil, al término de 3 meses contados a partir de la fecha de firma del contrato.	20%
Tercer Informe	En un día hábil, al término de 6 meses contados a partir de la fecha de firma del contrato.	20%
Cuarto Informe	En un día hábil, al término de 9 meses contados a partir de la fecha de firma del contrato.	20%
Informe Final	En un día hábil, al término de 12 meses contados a partir de la fecha de firma del contrato.	20%

13. Proceso de selección y contratación

El proceso de selección y contratación se realizará por el método de Selección basada en las Calificaciones de los Consultores (CQS). Se invitará a tantas firmas como sea posible para conformar una lista corta de aquellas que expresen su interés y que incluyan información sobre la experiencia y personal clave, se evaluarán y se compararán las calificaciones de al menos tres firmas que cuenten con la experiencia y las calificaciones adecuadas para llevar a cabo los servicios. Se seleccionará la firma que tenga la experiencia requerida y obtenga la mejor calificación, y se le invitará a presentar una propuesta técnica y financiera combinada. Si dicha propuesta cumple con los requerimientos, se aceptará y se invitará a la firma a negociar el contrato.

Lo anterior, de conformidad con las “Normas de selección y contratación de consultores, con préstamos del BIRF, créditos de la AIF y donaciones por prestatarios del Banco Mundial”, versión de enero 2011.

14. Criterios de evaluación

La firma consultora deberá contar con los siguientes requisitos de experiencia, capacidad técnica y especialidad:

Criterios de evaluación		Puntaje
1. Experiencia de la firma	Se otorgarán hasta 30 puntos	30
Se calificará hasta con 25 puntos a la firma que demuestre tener al menos 2 años de experiencia en procesos e instrumentos de diferenciación de mercado (definición de conceptos, plataformas de identificación de conceptos, marcas, logos, campañas de promoción, sellos, etiquetado, etc.) para fomentar la producción rural sustentable y desarrollo de capacidades en estos temas.		25
Por cada año adicional de experiencia se otorgarán 1 punto, hasta un máximo de 5 puntos.		5
2. Experiencia de trabajo con actores involucrados en procesos productivos que requieren estrategias y herramientas de diferenciación en el mercado	Se otorgarán hasta 15 puntos	15
Se calificará hasta con 15 puntos a la firma que acredite conocimiento de actores con experiencias de estrategias de diferenciación en el mercado.		15
3. Experiencia en la aplicación de metodología participativa	Se otorgarán hasta 15 puntos	15
Se calificará hasta con 15 puntos a la firma que acredite experiencia en el diseño, la organización y la facilitación de eventos.		15
4. Expertos clave	Se otorgarán hasta 40 puntos	40



Banco Mundial

Consultoría: Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto "Amigable con la Biodiversidad" (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

Contrato No.: CONABIO/CGCRB/PSPSB-CQS-356/2017

Criterios de evaluación	Puntaje
Se calificará hasta con 20 puntos a la firma que demuestre contar con personal técnico con por lo menos 2 años de experiencia en procesos e instrumentos de diferenciación de mercado y en temas relacionados con la sustentabilidad.	20
Se calificará hasta con 10 puntos a la firma que demuestre contar con personal con por lo menos 2 años de experiencia en la aplicación de la metodología participativa o cualquier otro método de investigación socio-económica.	10
Se calificará hasta 10 puntos a la firma que demuestre contar con personal con por lo menos 5 años de en sistematización de información, redacción y análisis documental.	10
Puntaje total	100

[Handwritten signatures and marks in blue and black ink]



Consultoría: Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto “Amigable con la Biodiversidad” (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

Contrato No.: CONABIO/CGCRB/PSPSB-CQS-356/2017

Anexo B Personal Clave del Consultor

Composición del equipo y asignación de responsabilidades

Personal Profesional				
Nombre del personal	Firma	Área de Especialidad	Cargo	Actividad asignada
Kathia Loyzaga Dávila Madrid		Comunicación social, coordinación de proyectos sociales, y diseño y sistematización de curricular para la capacitación (temáticas varias).	Directora de Comunicación / Coordinadora del Proyecto	<ul style="list-style-type: none"> Coordinación de todos los actores involucrados en el proyecto. Dirección estratégica de campaña. Integración pedagógica para el proceso de formación comunicativa de productores.
Martha Guadalupe Sol Hernández		Vinculación y gestión con productores, proyectos productivos agroecológicos.	Coordinadora de trabajo de campo	<ul style="list-style-type: none"> Currícula y planeación Coordinación de trabajo de campo con Aps Sistematización de la experiencia de trabajo Apoyo para la realización de informes
Xóchitl Gabriela Pellicer Martínez		Desarrollo de imágenes corporativas, desarrollo e implementación de campañas, y manejo de redes sociales.	Coordinadora de Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> Coordinar trabajo con medios de comunicación Diseño y branding Implementación de campaña Manejo de redes sociales
Sonia Andrea Ruíz Rincón		Desarrollo de material digital, gráfico, editorial y audiovisual.	Coordinadora de Activos Digitales	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo de material gráfico para impresión Diseño editorial Producción de material audiovisual
Adriana Aguerrebere Bustos		Estrategia de marcas y comunicación; implementación de campañas; gestión y administración de proyectos sociales; micro-emprendimiento.	Directora General / Coordinadora de Vinculación, Monitoreo y Evaluación	<ul style="list-style-type: none"> Vinculación de la ONG con CONABIO, Tallerista en temas de marca y comunicación, y Asegurar la entrega de resultados esperados.
Alejandra López López		Administración de empresas, de proyectos artesanales, logística, y capacitación a artesanas.	Coordinadora Administrativa	<ul style="list-style-type: none"> Administrar gastos Administrar presupuesto por Proyecto / cuenta contable Facturación
José Ríos Méndez		Actividades de contador y fiscalista en asociaciones civiles.	Coordinador Contable Fiscal	<ul style="list-style-type: none"> Control Contable del presupuesto. Control de cuentas por proyecto Planeado y Ejecutado. Pago de Impuestos.



Consultoría: Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto “Amigable con la Biodiversidad” (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

Contrato No.: CONABIO/CGCRB/PSPSB-CQS-356/2017

Anexo “C” Informes que el consultor debe presentar

Productos	Descripción	Cantidad
Primer Informe	En un día hábil, al término de 15 días hábiles contados a partir de la fecha de firma del contrato.	\$217,241.38
Segundo Informe	En un día hábil, al término de 3 meses contados a partir de la fecha de firma del contrato.	\$217,241.38
Tercer Informe	En un día hábil, al término de 6 meses contados a partir de la fecha de firma del contrato.	\$217,241.38
Cuarto Informe	En un día hábil, al término de 9 meses contados a partir de la fecha de firma del contrato.	\$217,241.38
Informe Final	En un día hábil, al término de 12 meses contados a partir de la fecha de firma del contrato.	\$217,241.38
	Subtotal:	\$1,086,206.90
	Más el IVA:	\$173,793.10
	Total:	\$1,260,000.00

Los pagos estarán sujetos a la entrega de los productos señalados en el cuadro anterior y deberán ser aprobados técnicamente a satisfacción por la UCP-SPSB y de la CONABIO, que fungirá como área responsable de este proceso.

Las Partes declaran expresamente que en ningún momento se considerará al “**Contratante**” ni a la “**CONABIO**” como intermediarias del “**Consultor**”, respecto del personal que ocupe este último para la realización de las actividades objeto del presente Contrato. En consecuencia serán por cuenta exclusiva del “**Consultor**”, el pago de salarios, indemnizaciones, riesgos profesionales o cualquier otra obligación o prestación derivada de la Ley Federal del Trabajo o de la Ley del Seguro Social, y en general de las leyes fiscales, respecto de los trabajadores, colaboradores o empleados del mismo, sin que puedan considerarse al “**Contratante**” ni a la “**CONABIO**” por concepto alguno, como patrones directos, indirectos o sustitutos ni por el régimen de subcontratación. Así mismo, las Partes convienen en que el presente Contrato no podrá interpretarse de manera alguna como constitutivo de cualquier tipo de asociación o de vínculo de carácter laboral ni intermediario laboral entre el “**Consultor**”, el “**Contratante**” ni la “**CONABIO**”.



Consultoría: Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto “Amigable con la Biodiversidad” (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

Contrato No.: CONABIO/CGCRB/PSPSB-CQS-356/2017

Anexo D Propuesta Técnica Simplificada Modificada de la Firma Consultora

Formulario TEC-1

Formulario de presentación de propuesta técnica

A: Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO).
Proyecto Sistemas Productivos Sostenibles y Biodiversidad (SPSB).

Convenio de Donación MX-TF012908 con el Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF/Banco Mundial), actuando como agencia implementadora del Fondo para el Medio Ambiente Mundial (GEF, por sus siglas en inglés).

Señoras / señores:

Los abajo firmantes ofrecemos proveer los servicios de consultoría para “Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto “Amigable con la Biodiversidad” (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB” de conformidad con su solicitud de propuestas de fecha 16 de agosto de 2017 y con nuestra propuesta. Presentamos por medio de la presente nuestra propuesta, que consta de esta propuesta técnica y una propuesta de Precio¹, que se presenta en sobre separado sellado.

Los suscritos, incluyendo todos los subcontratistas requeridos para ejecutar cualquier parte del contrato, tenemos nacionalidad de países miembros del Banco. En caso que el contrato de prestación de servicios de consultoría incluya el suministro de bienes y servicios conexos, nos comprometemos a que estos bienes y servicios conexos sean originarios de países miembros del Banco.

Los suscritos declaramos y garantizamos nuestra conformidad con lo dispuesto en los numerales 1.7 al 1.10 de la Sección 2 Instrucciones para los Consultores.

Si las negociaciones se llevan a cabo durante el período de validez de la propuesta, es decir, antes de la fecha indicada en párrafo referencial 1.13 de la Hoja de Datos, nos comprometemos a negociar sobre la base del personal propuesto. Esta propuesta es de carácter obligatorio para nosotros y está sujeta a las modificaciones que resulten de las negociaciones del contrato.

Entendemos que ustedes no están obligados a aceptar ninguna de las propuestas que reciban.
Usaremos nuestros mejores esfuerzos para asistir al Banco en investigaciones.

Nos comprometemos que dentro del proceso de selección (y en caso de resultar adjudicatarios, en la ejecución) del contrato, a observar las leyes sobre fraude y corrupción o prácticas prohibidas, incluyendo soborno, aplicables en el país del cliente.

Atentamente,
Firma autorizada: _____

Nombre y cargo del signatario: C. Adriana Aguerrebere Bustos, Directora General y Representante Legal.

Nombre de la organización: Proyecto Impacto Consultores, A.C.

Dirección: Tonalá No 7, Barrio El Cerrillo, San Cristóbal de Las Casas, CP 29220 Chiapas, México

¹[En el caso del párrafo referencial 1.2 de la Hoja de Datos que se requiere presentar solamente la propuesta técnica, reemplace esta frase con: “Por medio de la presente presentamos nuestra Propuesta, que consta de esta propuesta técnica solamente”]



Consultoría: Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto “Amigable con la Biodiversidad” (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

Contrato No.: CONABIO/CGCRB/PSPSB-CQS-356/2017

Formulario TEC-2

Organización y Experiencia de la Organización

Nombre del trabajo:	Fase I y Fase II – Impacto Textil
País: México Lugar dentro del país: Chiapas	48 meses
Nombre del fondeador: W.K. Kellogg Foundation (WKKF)	Número total de persona-meses : Número de individuos: 6 a 10 personas (variable)
Dirección: 1 Michigan Avenue East Battle Creek, MI 49017 USA	Valor aproximado del donativo para la organización bajo el contrato (en US\$ o Euros actuales) \$270,000 USD
Fecha de iniciación: Junio / 2013 Fecha de terminación: a la fecha	N/A
	Directoras de Proyecto: Claudia Muñoz Morales, Elsa Alejandra Villegas Martínez
Descripción narrativa del trabajo: Capacitación integral para artesanas textiles indígenas de Los Altos de Chiapas.	
Descripción de las actividades provistas por el personal de la firma para el proyecto: <ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollo de currícula para capacitación en producto, comercial, comunicación y de liderazgo. 2. Capacitación y seguimiento. 3. Vinculación con empresas sociales y diseñadores para la comercialización. 4. Ideación y lanzamiento de campaña en medios sociales para la promoción del sector Viernes Tradicional. 	
Nombre del trabajo:	Impacto Café – liderazgo para servicio
País: México Lugar dentro del país: Chiapas	13 meses
Nombre del fondeador: W.K. Kellogg Foundation (WKKF) y Progreso Holanda	Número total de persona-meses : Número de individuos: 4 a 6 personas (variable)
Dirección: 1 Michigan Avenue East Battle Creek, MI 49017 USA	Valor aproximado del donativo para la organización bajo el contrato (en US\$ o Euros actuales) \$47,500 USD
Fecha de iniciación: Enero / 2014 Fecha de terminación: Febrero / 2015	N/A
	Director de Proyecto: Josep Manel Modelo Ruiz
Descripción narrativa del trabajo: To insert young leaders, men and women, into active roles within smallholder coffee producers' organizations and communities in Chiapas through capacity building for <i>service leadership</i> (that which intends to guide collective vision).	
Descripción de las actividades provistas por el personal de la firma para el proyecto: <p>50 young leaders from five organizations</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Were taught basic leadership competencies: Communication, Leadership, Authenticity, Renaissance Learning1 and Resilience2 2. Designed five projects focusing on the cooperative and/or community to develop any idea arising and prepared during the <i>experimental camp</i> 3. Executed the three best projects selected, which will have MXN\$ 25,000 pesos each assigned for their undertaking 4. Participated in a workshop to evaluate and systematize the experience 5. Formed a practice Community to continue mobilizing proposals in their organizations and/or communities. 	



Banco Mundial

Consultoría: Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto “Amigable con la Biodiversidad” (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

Contrato No.: CONABIO/CGCRB/PSPSB-CQS-356/2017

Nombre del trabajo:	Impacto Educación
País: México	50 meses
Lugar dentro del país: Chiapas	
Nombre del fondeador: U.S. Embassy	Número total de persona-meses : Número de individuos: 3 a 5 personas (variable)
NA	Valor aproximado del donativo para la organización bajo el contrato (en US\$ o Euros actuales) \$55,000 USD
Fecha de iniciación: Diciembre / 2014 Fecha de terminación: Febrero / 2017	N/A
	Director del Proyecto: Michael Joseph Greeces
Descripción narrativa del trabajo: Desarrollo de materiales didácticos para enseñar inglés en idioma indígena (tseltal) y desarrollo de historias de vida para la práctica del idioma inglés.	
Descripción de las actividades provistas por el personal de la firma para el proyecto:	
<ul style="list-style-type: none"> • Develop a teachers’ guide and supplemental materials for a previously publish English textbook which addresses areas of difficulty in linguistic/cultural acquisition and provides activity suggestions • Pilot the materials in the identified English Access Microscholarship Program group. • Evaluate the effectiveness of the piloted material and provide recommendations for modifications in the material. • Increase School- and language class related motivation levels within the group. •Improve the participant students’ language and cultural awareness. • Provide a diagnostic and infrastructure planning for the second stage of the project. • Provide an overall evaluation of the results of the project and recommendations for future implementation in similar contexts. 	

Nombre de la firma: **PROYECTO IMPACTO CONSULTORES, A.C.**

Formulario TEC-3

Observaciones y sugerencias sobre los términos de referencia, al personal de contrapartida y las instalaciones a ser proporcionados por el Contratante

A – Sobre los Términos de Referencia

Consideramos, en base a los Términos de Referencia, los siguientes cambios en los términos de referencia:
 No aplica.

B – Sobre el personal de contrapartida y las Instalaciones

No aplica.

Formulario TEC-4

Descripción del enfoque, la metodología y el plan de actividades para la ejecución del trabajo

[El enfoque técnico, la metodología y el plan de trabajo son componentes claves de la propuesta técnica. Se le sugiere que presente su propuesta técnica (50 páginas incluyendo gráficos y diagramas) dividida en las tres partes siguientes:

[Handwritten signature in blue ink]

[Handwritten signature in red ink]



Consultoría: Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto “Amigable con la Biodiversidad” (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

Contrato No.: CONABIO/CGCRB/PSPSB-CQS-356/2017

a) Enfoque técnico y metodología

Proyecto Impacto Consultores trabajará bajo la coordinación de la CRByG y se espera que las actividades estén enmarcadas bajo una metodología participativa de co-creación, donde todos los actores clave por fase se involucren de manera activa tomando en cuenta el más amplio espectro de puntos de vista por resultado.

El desarrollo de capacidades con los actores clave de las APs se realizará a través de herramientas de educación popular, en particular por medio de talleres participativos en base a la experiencia y saberes de las APs. Se trabajará por medio de talleres participativos diseñados y coordinados por una especialista en proyectos productivos agro-diversos y educación popular, ya que ésta tiene un profundo arraigo en la región debido a la larga historia de trabajo social, filantrópico y productivo que han realizado las organizaciones de la sociedad civil y agencias internacionales en esta zona.

La metodología de educación popular tiene como principios fundamentales: 1) La construcción de relaciones equitativas que consideran a todas y todos los sujetos involucrados en el proceso educativo; 2) La pedagogía práctica, aprendizaje basado en la experiencia y vida cotidiana de la comunidad; 3) La calidad de la relación entre docente y alumno, es una relación en donde ambos enseñan y ambos aprenden; 4) El reconocimiento y valoración de los saberes de todas y todos los involucrados en el proceso educativo; 5) El diálogo y el respeto como ejes transversales. Dicha metodología permitirá que los actores clave de las APs participen activamente tanto en el de formación y capacitación, como en el desarrollo campaña. Su involucramiento constante favorecerá el monitoreo y sostenibilidad de la campaña a largo plazo. Además, permitirá una comunicación más directa y profunda con los actores claves, garantizando su capacitación a pesar de los bajos índices de escolaridad y alfabetización entre la población rural de la región.

El desarrollo de la campaña se llevará a cabo bajo lineamientos de marca y de comunicación. La implementación de la campaña apalancará diferenciadores pre-identificados en mercados locales y regionales, aplicados en una comunicación integral en medios en línea y en medios tradicionales, de forma creativa e innovadora para optimizar y maximizar los recursos invertidos y los alcances de dicha campaña a nivel local, regional y nacional en el corto y mediano plazo.

Objetivo

Elaborar herramientas de diferenciación de mercado para el concepto “Amigable con la Biodiversidad” (AB) para que las Asociaciones de Productores (APs) sepan acercarse a los mercados para sus productos o servicios y promover su diferenciación a través del “saber” con metodologías de transferencia de conocimientos y desarrollo de capacidades participativas y el “saber hacer” aplicando campañas de comunicación sectorial y campañas *ad-hoc* para el posicionamiento continuo y evolutivo de productos y servicios AB.

Impactos esperados

De la labor a llevar a cabo con las APs y con la campaña sectorial se espera asegurar las condiciones para que las APs desarrollen las capacidades necesarias en:

- a. La promoción de sus productos-servicios con enfoque en la diferenciación “Amigable con la Biodiversidad” que articule al consumidor y al productor;
- b. La aplicación correcta de la promoción del concepto AB, incluido el monitoreo de dicha promoción en toda la cadena de comercialización, asegurando el valor en productos-servicios, espacios de comercialización y canales de comunicación.

Resultados

RI. SABER.

Los miembros clave de las APs conocerán los conceptos teórico-prácticos esenciales para la comprensión integral del mercado y su comportamiento.

Mercadotecnia:

- a. Mercado, canales comerciales de “negocio a negocio” (BtB por sus siglas en inglés de “Business-to-Business”) y de “negocio a consumidor” (BtC por sus siglas en inglés de Business-to-Consumer);
- b. Clientes (consumidores y empresas);



Consultoría: Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto “Amigable con la Biodiversidad” (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

Contrato No.: CONABIO/CGCRB/PSPSB-CQS-356/2017

- c. Producto-servicio AB;
- d. Sistema de identificación del concepto AB (etiquetado, otros medios de información al cliente a través de la arquitectura de valor).

Promoción:

- a. Promoción y producto-servicio AB;
- b. Canales de comercialización y medios de comunicación adecuados al cliente (consumidores y empresas).

R2. SABER HACER

Los miembros clave de las APs desarrollarán las capacidades para realizar, mantener y monitorear la promoción del sector AB y de sus productos y/o servicios.

Actualización constante sobre el conocimiento del mercado y sus clientes;

- a. Manejo del concepto AB por producto-servicio;
- b. Promoción de sus productos o servicios comunicando la diferenciación AB (adecuada al cliente) por canal comercial y por medio de comunicación.
- c. Mantener la promoción del concepto AB, incluido el monitoreo de dicha promoción, garantizando el valor en productos, espacios de comercialización y canales de comunicación;
- d. Desarrollo participativo de un modelo gobernanza de la concepto AB para mantener el posicionamiento del sector y una promoción continua.

R3. CAMPAÑA

Se desarrollará e implementará una CAMPAÑA paraguas de comunicación del concepto AB para sensibilizar, y en su caso educar al consumidor y para promover los productos y los servicios de las APs.

- a. Posicionamiento del concepto AB en México.
- b. Incentivación de la demanda segmentando por canal comercial (aspiración de los clientes para productos y servicios AB).
- c. Promoción en medios (TV, radio, medios sociales y medios impresos, por definir).
- d. Desarrollo de página de internet (*web*) con contenidos relevantes (*blog*).

R4. SISTEMATIZACIÓN

La experiencia de trabajo con las APs será sistematizada en manuales para su réplica en otras APs ubicadas en otras regiones y estados.

Manual de formadores para APs participantes (enfoque en jóvenes) para replicar el desarrollo de capacidades del “Saber”, y del “Saber hacer” en todos los sistemas, regiones y APs.

- a. Manual de campaña sectorial del concepto AB, que incluirá su aplicación correcta en toda la cadena comercial, garantizando el valor en productos/servicios, espacios de comercialización y canales de comunicación que permita el sostenimiento del posicionamiento conceptual y la aplicación de campañas de comunicación y que conlleven al crecimiento y evolución de dicho posicionamiento.
- b. Sentar las bases para la conceptualización del modelo de gobernanza del concepto AB y su posicionamiento sectorial.

b) Plan de trabajo: Actividades y Productos

Actividades para el alcance de R1 y R2

- Entendimiento de mercados locales / regionales
- Diseño de currícula del tema y materiales didácticos (infográficos e imágenes) basados en los productos-servicios, en las experiencias de las APs y, en la medida de lo posible, en los resultados de la estrategia de diferenciación de mercado:
 - Estudio del concepto AB (segmentación y perfil del consumidor; motivadores y barreras de compra; motivadores; dinámicas de mercado local, regional, y urbano; entendimiento de la competencia).
 - Lineamientos del concepto AB (definiciones, posicionamiento, identidad).
 - Sistema de diferenciación de productos/servicios (etiquetado, soportes en canales de comunicación, materiales en punto de venta).



Consultoría: Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto “Amigable con la Biodiversidad” (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

Contrato No.: CONABIO/CGCRB/PSPSB-CQS-356/2017

- Estrategia de diferenciación AB (perfil del sector, componentes de diferenciación, canales y tácticas para la creación de demanda).
- Presentación de las bases para la conceptualización del modelo de gobernanza del concepto AB y de campañas de promoción en el mediano plazo.
- Implementación de talleres piloto con APs en Chiapas y Tabasco; incluirá un espacio de co-creación con las APs para establecer las bases conceptuales y la posible puesta en marcha del modelo de gobernanza del concepto AB y el sostenimiento de campañas de promoción de dicho concepto en el mediano plazo.

Actividades para el alcance del R3

- Desarrollo de la estrategia de campaña sectorial de comunicación y repositorios de internet (web).
- Implementación de campaña sectorial.

Actividades para el alcance del R4

- Tomando como base la sistematización de talleres participativos y la currícula correspondiente, desarrollo de un manual para formadores por sector (enfoque en jóvenes). Este manual, incluidos los materiales didácticos, y las experiencias de los talleres sistematizadas por sector equivalen a la Herramienta de Diferenciación por Sector (seis sectores en total: café, cacao, miel, silvopastoril, forestal y ecoturismo).
- En base a los resultados de la campaña sectorial con retroalimentación de las APs, y a la sistematización de la currícula correspondiente, se elaborará un plan de implementación de campaña sectorial AB, incluyendo los lineamientos para las bases del modelo de gobernanza de la marca paraguas y campañas sectoriales.

Productos

Producto	Descripción	Fecha de entrega
Primer Informe	<ul style="list-style-type: none"> - Programa detallado y cronograma de trabajo - Protocolo de validación del concepto AB 	Dentro los 15 días hábiles contados a partir de la fecha de firma del contrato.
Segundo Informe	<ul style="list-style-type: none"> - Validación del concepto AB. Entendimiento de mercado local y regional; perfil del consumidor rural y urbano, así como las oportunidades de diferenciación de productos/ servicios y su mercado. - Componentes relevantes para la implementación – - A. 1. Definición de componentes de valor para la implementación. 	En día hábil, al término de 3 meses contados a partir de la fecha de firma del contrato.
Tercer Informe	<ul style="list-style-type: none"> - Descripción de los componentes relevantes para la implementación – - B. 2. Definición de canales para comercialización BtB y BtC, segmentación de perfiles de consumo, estrategia conceptual y elementos de diferenciación de productos/servicios AB para integración en currícula del tema. - Componentes relevantes para la implementación – - C. 3. Tácticas de generación de demanda, perfil del consumidor, identidad final y su uso, arquitectura de valor para los sistemas y productos y/o servicios AB. 	A los 6 meses contados a partir de la fecha de firma del contrato.
Cuarto Informe	<ul style="list-style-type: none"> - Currícula de los talleres de formación para las AP. - D. Currícula de los talleres que presentará conceptualmente temas de mercadotecnia, de comunicación, de promoción y de campaña sectorial a las AP por sector. - Desarrollo de la campaña de comunicación. - Memorias de talleres con AP. 	A los 9 meses contados a partir de la fecha de firma del contrato.



Consultoría: Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto “Amigable con la Biodiversidad” (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

Contrato No.: CONABIO/CGCRB/PSPSB-CQS-356/2017

Producto	Descripción	Fecha de entrega
Informe Final	<ul style="list-style-type: none"> - Implementación de campaña sectorial AB. - Sistematización de experiencias, talleres participativos. Refinamiento de la currícula, con experiencias propias de las AP por sector, incluyendo materiales didácticos. - Sistematización de resultados y aprendizajes de campaña sectorial AB e integración de los componentes relevantes de implementación. - Desarrollo de herramientas de diferenciación por sector y AB. Herramientas de diferenciación de AP con ajustes por sector. 	En día hábil, al término de 12 meses contados a partir de la fecha de firma del contrato.

Estos productos serán entregados en formato electrónico en un USB (textos en Word, tablas en Excel, presentaciones en PowerPoint y fotografías en JPG). Información adicional a la indicada será incluida en los informes solamente cuando se considere especialmente relevante para la presentación de los resultados.

Los productos serán sujetos a la revisión y la aprobación técnica de CONABIO, que fungirá como responsable de este proyecto, por lo que en el cronograma se consideran aproximadamente 5 días hábiles para este proceso. Proyecto Impacto Consultores se compromete a acatar y resolver cada una de las observaciones o las recomendaciones generadas durante el proceso de revisión

c) Organización y dotación de personal.

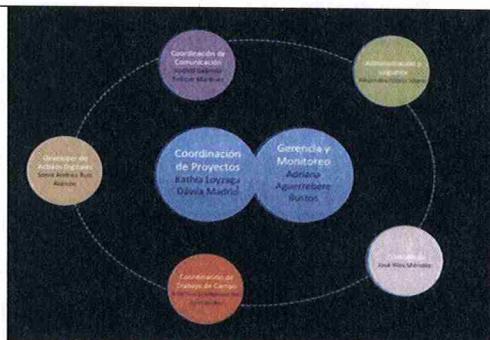
Dato personal

Dato personal



Consultoría: Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto "Amigable con la Biodiversidad" (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

Contrato No.: CONABIO/CGCRB/PSPSB-CQS-356/2017



Formulario TEC-6

Dato personal

Dato personal
Dato personal



Consultoría: Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto "Amigable con la Biodiversidad" (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

Contrato No.: CONABIO/CGCRB/PSPSB-CQS-356/2017

Dato personal

Dato personal

4. **Dato personal**

5. **Dato personal**

6. Asocia **Dato personal**

7. Otras espe **Dato personal**

8. Países don **Dato personal**

9. Idiomas : l



Banco Mundial

Consultoría: Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto "Amigable con la Biodiversidad" (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

Contrato No.: CONABIO/CCCPB/PSPSP-COS-356/2017

Dato personal

Formulario TEC-6

Dato personal



Consultoría: Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto “Amigable con la Biodiversidad” (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

Contrato No.: CONABIO/CGCRB/PSPSB-CQS-356/2017

Dato personal

- Currículo d
1. Cargo pr
 2. Nombre d
 3. Nombre d
 4. Fecha de
 5. Educació
 6. Asociació
 7. Otras esp
 8. Países do

Dato personal



Consultoría: Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto "Amigable con la Biodiversidad" (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

Contrato No.: CONABIO/CGCRB/PSPSB-CQS-356/2017

Dato personal

~~Dato personal~~

iores ~~Dato personal~~



Banco Mundial

Consultoría: Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto “Amigable con la Biodiversidad” (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

Contrato No.: CONABIO/CGCRB/PSPSB-CQS-356/2017

Dato personal



Consultoría: Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto "Amigable con la Biodiversidad" (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

Contrato No.: CONABIO/CGCRB/PSPSB-CQS-356/2017

Dato personal

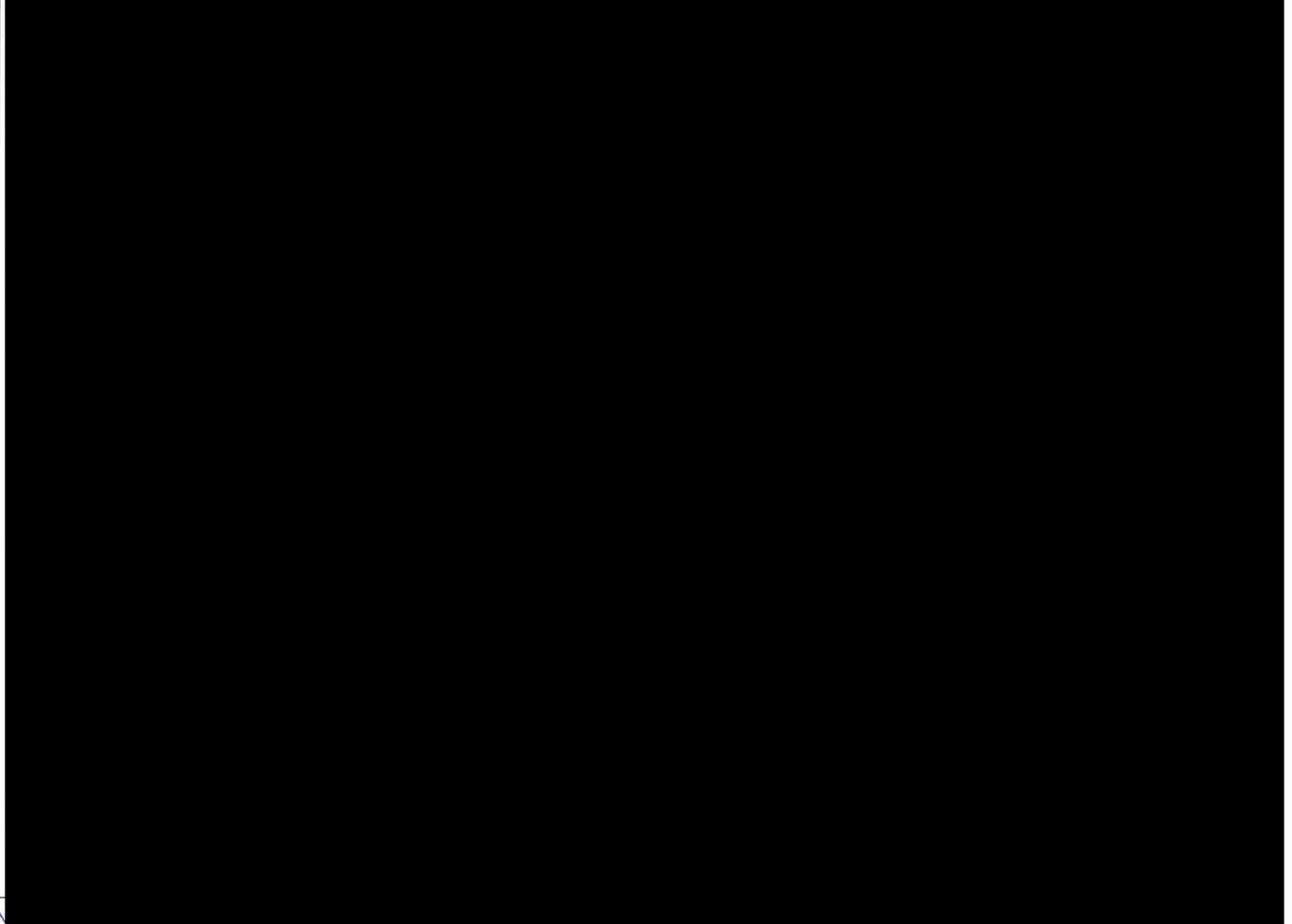
Dato personal



Consultoría: Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto "Amigable con la Biodiversidad" (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

Contrato No.: CONABIO/CGCRB/PSPSB-CQS-356/2017

Dato personal



13. Cert
Yo, el al
na.
con
Dato personal
Dato personal

Dato personal

Dato personal



Consultoría: Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto "Amigable con la Biodiversidad" (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

Contrato No.: CONABIO/CGCRB/PSPSB-CQS-356/2017

Dato personal

Dato personal

Dato personal

Dato personal

Dato personal



Consultoría: Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto "Amigable con la Biodiversidad" (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

Contrato No.: CONABIO/CGCRB/PSPSB-CQS-356/2017

Dato personal

Dato personal

Dato personal

Consultoría: Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto "Amigable con la Biodiversidad" (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

Contrato No.: CONABIO/CGCRB/PSPSB-CQS-356/2017

Formulario TEC-7 Calendario de actividades del personal⁸

N°	Nombre del personal	Contribución del personal (en un gráfico de barras) ⁹												Total de la contribución persona-meses			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Sede	Campo ¹⁰	Total	
Local																	
1	Adriana Aguerrebere Bustos	.25	.25	.25	.25	.15	.15	.25	.25	.25	.25	.15	.15	.25	2.6		6.0
2	Kathia Loyzaga Dávila Madrid	.25	.25	.25	.25	.35	.35	.25	.25	.25	.25	.35	.35	.25		3.4	6.0
3	Xóchitl Gabriela Pellicer Martínez	.25	.25	.25	.25	.15	.15	.25	.25	.25	.25	.15	.15	.25	2.6		6.0
4	Sonia Andrea Ruiz Rincón	.50	.50	.50	.50	.50	.50	.50	.50	.50	.50	.50	.50	.50	6.0		6.0
5	Martha Guadalupe Sol Hernández	.25	.25	.25	.25	.35	.35	.25	.25	.25	.25	.35	.35	.25		3.4	6.0
6	Empleados de Oficina Proyecto (2: 1 administrativo Alejandra López López y 1 contable/fiscal José Ríos Méndez)	.75	.75	.75	.75	.50	.50	.75	.75	.75	.75	.50	.50	.75	4.0	8.0	12.0
Subtotal Sede														18.2			
Subtotal Campo														48.0			
Totales														66.2			

Tiempo completo - Gris claro **Tiempo parcial** - Gris obscuro

⁸ Para el personal profesional el aporte está indicado individualmente; para el personal de apoyo, está indicado por categoría (por ejemplo, dibujante, empleado de oficina, etc.)
⁹ Los meses se cuentan desde el inicio del trabajo. Para cada empleado se indica separadamente el aporte en la sede y en el campo.
¹⁰ Trabajo en el campo significa el trabajo realizado fuera de un lugar que no es la oficina sede Proyecto Impacto Consultores AC.



Consultoría: Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto “Amigable con la Biodiversidad” (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

Contrato No.: CONABIO/CGCRB/PSPSB-CQS-356/2017

Formulario TEC-8

Plan de Trabajo

N°	Actividad ¹	Meses ²												Notas	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
1	Programa detallado y cronograma de trabajo. PRIMER INFORME.	■													
2	Protocolo de validación del concepto AB	■													
3	Entendimiento de mercados locales / regionales		■	■											
4	Validación del concepto AB. Entendimiento de mercado local y regional; perfil del consumidor rural y urbano, así como las oportunidades de diferenciación de productos/ servicios y su mercado				■										
5	Componentes relevantes para la implementación – 1. Definición de componentes de valor para la implementación: dinámica de mercado, motivadores, elemento diferenciador y selección de oportunidades para integración en currícula.				■										
6	SEGUNDO INFORME				■										
7	Descripción del concepto AB. Entendimiento de mercado local y regional; perfil del consumidor rural y urbano, así como las oportunidades de diferenciación de productos y/o servicios y su mercado.				■										
8	Componentes relevantes para la implementación –				■										
9	A. 1. Definición de componentes de valor para la implementación.				■										
10	TERCER INFORME				■										
11	Descripción de los componentes relevantes para la implementación – B. 2. Definición de canales para comercialización BtB y BtC, segmentación de perfiles de consumo, estrategia conceptual y elementos de diferenciación de productos/servicios AB para integración en currícula del tema.				■										
12	Componentes relevantes para la implementación – C. 3. Tácticas de generación de demanda, perfil del consumidor, identidad final y su uso, arquitectura de valor para los sistemas y productos y/o servicios AB.				■										
13	CUARTO INFORME.				■										



Consultoría: Herramientas de diferenciación de mercado para el concepto “Amigable con la Biodiversidad” (AB) e implementación de una campaña de comunicación paraguas para el posicionamiento sectorial de los productos AB.

Contrato No.: CONABIO/CGCRB/PSPSB-CQS-356/2017

14	Currícula de los talleres de formación para las AP. D. Currícula de los talleres que presentará conceptualmente temas de mercadotecnia, de comunicación, de promoción y de campaña sectorial a las AP por sector.																		
15	Desarrollo de la campaña de comunicación.																		
16	Memorias de talleres con AP.																		
17	INFORME FINAL																		
18	Implementación de campaña sectorial AB. Sistematización de experiencias, talleres participativos. Refinamiento de la currícula, con experiencias propias de las AP por sector, incluyendo materiales didácticos.																		
19	Sistematización de resultados y aprendizajes de campaña sectorial AB e integración de los componentes relevantes de implementación. Desarrollo de herramientas de diferenciación por sector y AB. Herramientas de diferenciación de AP con ajustes por sector.																		

- 1 Actividades principales del trabajo, incluye entrega de informes.
- 2 La duración de las actividades deberán ser indicadas en un gráfico de barras.