

## **Solicitud de propuestas**

### **Título:**

Diseño e implementación de la campaña de comunicación "Orgullo por la Biodiversidad"

**RFP No: 20241221**

Fecha de emisión: **21 de diciembre de 2023**

### **1. Antecedentes**

El Proyecto Paisajes Sostenibles Oaxaca-Chiapas es una iniciativa financiada por el Fondo Mundial para el Medio Ambiente y ejecutada por la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas y Conservación Internacional México. Su objetivo principal es fortalecer la conservación de la biodiversidad en áreas naturales protegidas y corredores biológicos en Oaxaca y Chiapas.

Este proyecto busca incorporar la perspectiva económica en la gestión del paisaje, combinando áreas naturales protegidas con paisajes productivos y conexiones comerciales. Además, se enfoca en contribuir a la mitigación y adaptación al cambio climático mediante modelos de producción sostenible con un enfoque de cadenas de valor con orientación al mercado.

### **2. Descripción del Proyecto**

Conservación Internacional trabaja para garantizar la salud del clima, de los ecosistemas y de la biodiversidad de la tierra, además de mejorar la vida de las personas mediante la protección, la preservación y la restauración de la naturaleza, los océanos, los bosques y los paisajes emblemáticos en México y el mundo.

Conservación Internacional México (CI) desea desarrollar y ejecutar una campaña de comunicación en medios tradicionales y digitales para sensibilizar sobre la importancia de conservar las especies prioritarias para el proyecto Paisajes Sostenibles en Chiapas y Oaxaca, así como destacar la riqueza de la biodiversidad en dichos estados.

Ubicado en el sureste de México, el proyecto Paisajes Sostenibles interviene en 2.6 millones de hectáreas de los estados de Chiapas y Oaxaca, área que destaca por albergar una rica diversidad biológica y cultural de importancia mundial. La región seleccionada para implementar el proyecto se compone de tres paisajes prioritarios en Oaxaca y Chiapas: la Sierra Madre de Chiapas, la Sierra Sur y el Istmo de Oaxaca y la Costa del Pacífico Sur de Oaxaca y Chiapas.

Las tres regiones fueron seleccionadas por tener sitios prioritarios para la conservación, áreas naturales protegidas y los corredores biológicos críticos que unen a estos sitios. Sin embargo, también presentan importantes problemas ambientales, socioculturales, y económicas que atentan sobre nuestro patrimonio natural.

Para lograr una implementación exitosa del proyecto, se seleccionaron dieciséis sitios de primera intervención en los tres paisajes prioritarios (con un área total de 208,160 hectáreas), en los que se requieren acciones de conservación inmediatas. La identificación de los sitios se basó en su importancia biológica y cultural a nivel regional, nacional e internacional.

El proyecto también trabaja por la conservación de 15 especies prioritarias. Éstas se buscan conservar a partir de la incorporación de buenas prácticas en las cadenas de pesca, turismo, sistemas agroforestales de cacao y café, resina y ganadería. Cada una de estas cadenas se ligan a la conservación de algunas de las siguientes especies:

- Pesca: tortuga golfina, tortuga laud, cocodrilo de río, mangle, jaguar.
- Turismo: tortuga golfina, tortuga laud, cocodrilo de río, mangle, cardelina.
- Café y cacao: jaguar, tapir\* (Oaxaca).
- Café: palma espinuda, tapir, jaguar, guacamaya verde (Oaxaca), pava paujil, pavón, cardelina (Chiapas).
- Cacao: jaguar, tapir, pavón, mono araña (Chiapas).
- Resina: cícada, jaguar, tapir, mono araña\* (Chiapas).
- Ganadería: jaguar, tapir (Chiapas).

### Marco de referencia / Cambio de comportamiento – Fuente: RARE



### 3. Detalles de envío

- Fecha límite.** Las propuestas deben recibirse a más tardar el **15 de enero 2024 a las 11:59 P.M., hora del centro de México (GMT-6)**. No se aceptarán propuestas tardías. Las propuestas deben enviarse por correo electrónico a [proveedoresMX@conservation.org](mailto:proveedoresMX@conservation.org). **Todas las propuestas deben enviarse siguiendo las pautas enumeradas en este RFP.**
- Validez de la oferta.** 45 días desde la fecha límite de envío.
- Aclaraciones.** En caso de dudas, las preguntas pueden enviarse a [proveedoresMX@conservation.org](mailto: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 colocados al inicio de este documento.** CI responderá por escrito a las aclaraciones enviadas antes de la fecha especificada en el mismo cronograma. 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.

#### 4. Requerimientos mínimos

- a. El (la) proveedor(a), persona física o moral, de preferencia agencias de publicidad o consultores independientes, deberá tener experiencia de al menos 3 años comprobada desarrollando e implementando campañas de comunicación en sensibilización, cambio de comportamiento, educación ambiental, derechos humanos, entre otras temáticas. **Deberá presenta CV.**
- b. El (la) proveedor(a) deberá tener experiencia de al menos 3 años en la aplicación de la perspectiva de inclusión social (género, jóvenes, población indígena, comunidades locales).
- c. El (la) proveedor (a) deberá contar con al menos 3 años de experiencia en el diseño de estrategias de contenidos tradicionales y digitales, incluyendo producción gráfica y audiovisual. **Deberá presentar Portafolio/Book.**
- d. El (la) proveedor (a) deberá contar con experiencia demostrable en tácticas de posicionamiento, estrategia de redes sociales y marketing digital. **Deberán mandar CV y portafolio/book con al menos 2 campañas exitosas llevadas a cabo.**

#### 5. 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. Documentos para comprobar requerimientos mínimos: CV, Portafolio/Book

#### 6. Presupuesto

El rango del presupuesto total fijo disponible asignado a la presente consultoría está entre **\$160,000.00 MXN - \$180,000 MXN** con impuestos y cualquier retención de ley incluida, lo cual considera la totalidad de los servicios descritos en el Anexo 2.

#### 7. 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 de evaluación	Puntuación (sobre 100%)
El consultor presenta su CV mostrando experiencia de al menos 3 años comprobables desarrollando e implementando campañas de comunicación, sensibilización, cambio de comportamiento, educación ambiental, derechos humanos dirigidas a zonas rurales y/o población indígena.	20 %
El consultor demuestra amplio conocimiento de al menos 3 años en el diseño de estrategias de contenidos tradicionales y digitales, incluyendo producción gráfica y audiovisual (presenta portafolios con al menos 2 muestras de proyectos).	20 %

Experiencia demostrable en tácticas de posicionamiento, estrategia de redes sociales y marketing digital. Deberán mandar CV y Book/Portafolio con al menos 2 campañas exitosas llevadas a cabo.	20 %
Presenta una propuesta original y adecuada para implementar la campaña, incluyendo un cronograma y definiendo métricas claras de alcance, engagement e interacciones.	30 %
Los costos propuestos son razonables y realistas y no rebasan el monto máximo de la propuesta. Integran una propuesta con desglose de costos.	10 %
Total	100 %

## 8. Cronograma de la propuesta

RFP emitida	21 de diciembre 2023
Preguntas enviadas a CI	5 de enero 2024
Respuestas proporcionadas a licitadores conocidos	9 de enero 2024
Propuestas completas enviadas a CI	15 de enero 2024
Selección final	31 de enero 2024

## 9. Contrato resultante

CI prevé celebrar un acuerdo con el licitador seleccionado con una duración de 4 meses. Cualquier acuerdo resultante estará sujeto a los términos y condiciones del acuerdo de servicios de CI.

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.

## 10. 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.

## 11. 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](http://www.ci.ethicspoint.com).

## **12. Archivos adjuntos**

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

Anexo 2: Términos de referencia

Anexo 3: Plantilla para cotización

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

RFP No. 20241221

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](http://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:** Diseño e implementación de la campaña de comunicación “Orgullo por la Biodiversidad”

### 1. Antecedentes y descripción del Proyecto

Conservación Internacional trabaja para garantizar la salud del clima, de los ecosistemas y de la biodiversidad de la Tierra, además de mejorar la vida de las personas mediante la protección, la preservación y la restauración de los océanos, los bosques y los paisajes emblemáticos en México y el mundo.

Conservación Internacional México, CI, desea desarrollar y ejecutar una campaña de comunicación en medios tradicionales y digitales para sensibilizar sobre la importancia de conservar las especies prioritarias para el proyecto Paisajes Sostenibles en Chiapas y Oaxaca, así como destacar la riqueza de la biodiversidad en dichos estados.

### 2. Objetivo, entregables y tareas claves

En estrecha colaboración con la Gerencia Senior de Comunicaciones de CI, la persona o agencia consultora deberá diseñar e implementar una amplia estrategia para difundir y sensibilizar al público objetivo sobre las 15 especies prioritarias del Proyecto Paisajes Sostenibles Oaxaca - Chiapas, así como la importancia de conservarlas.

#### 2.1 Objetivos específicos

- a. Incrementar el conocimiento de las personas sobre la riqueza biológica de México, con enfoque particular en la Sierra Sur de Oaxaca, Sierra Madre de Chiapas y la costa de ambos estados.
- b. Difundir el valor de las 15 especies que habitan en el paisaje, así como la importancia de conservarlas, además de mostrar cómo son afectadas por prácticas o comportamientos humanos.
- c. Promover cambios de comportamiento hacia estilos de vida sostenibles, respetuosos de la naturaleza y sus ecosistemas.
- d. Informar sobre cómo elegir experiencias y productos sostenibles para colaborar en la conservación de la biodiversidad.

#### 2.2 Tareas clave:

- i. **Análisis de audiencia y objetivos:** Investigar y definir las audiencias clave de acuerdo con los objetivos específicos, identificando los temas de interés más relevantes.
- ii. **Selección de medios y canales de difusión:** definir medios tradicionales y digitales, así como periodistas, líderes de opinión, influenciadores relevantes en el territorio nacional, comprendiendo su alcance, audiencia y enfoque temático.
- iii. **Definición de mensajes clave:** Identificar los mensajes y narrativas principales que resaltarán el trabajo del Proyecto Paisajes Sostenibles Oaxaca - Chiapas GEF6 de Conservación Internacional México, asegurando que sean coherentes y atractivos para las audiencias identificadas.
- iv. **Arte y diseño:** elaborar una propuesta creativa, visual y gráficamente convincente que sea coherente con los objetivos de la campaña y la audiencia meta.

- v. **Desarrollo de contenido:** crear contenido relevante que resalte el trabajo e impacto de del Proyecto, de acuerdo con los objetivos de la campaña adaptado a los diferentes medios y plataformas seleccionadas, garantizando claridad y coherencia.
- vi. **Community management, seguimiento y métricas:** gestión y publicación de los contenidos de la campaña, monitoreo constante que permita identificar el alcance, interacción, *engagement* y respuesta de la audiencia a los mensajes de la campaña.
- vii. **Planificación:** elaborar un cronograma detallado de implementación y actividades para la campaña, incluyendo métricas específicas para evaluar el impacto de la campaña.

### 2.3 Entregables:

Se requiere que las propuestas se hagan conforme a las etapas y los resultados siguientes:

Actividades	Entregables / Productos	Porcentaje de pago	Fecha de Entrega
<b>Etapa 1</b> Elaboración y presentación de propuesta general	<u>Primer entregable</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Documento en Word y PDF que incluya directrices generales para la campaña: definir audiencia objetivo (basadas en las cadenas de valor de pesca de escama y camarón, turismo, ganadería, resina, café y cacao), seleccionar canales y medios de difusión, establecer mensajes clave y métricas de evaluación.</li> <li>- Documento en PDF que incluye propuesta creativa, visual y gráficamente convincente que sea coherente con los objetivos de la campaña y la audiencia meta, basándose en la identidad y marca de Conservación Internacional / Proyecto Paisajes Sostenibles Oaxaca y Chiapas GEF6.</li> </ul>	20%	A los 12 días hábiles después del inicio del contrato.
<b>Etapa 2</b> Producir contenidos audiovisuales e implementar campaña	<u>Segundo entregable</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Documento en PDF que incluya 18 piezas de comunicación producidas de acuerdo a la propuesta creativa definida: materiales audiovisuales, gráficos, escritos, sonoros y/o impresos. Entrega de archivos finales y editables. (ENTREGAR DE 4-5 PIEZAS POR SEMANA CON EL FIN DE TENER LAS 18 AL FINAL DEL MES).</li> <li>-Documento en Excel que integra la parrilla mensual de contenido de la campaña, así como las métricas de alcance, <i>engagement</i> e interacciones en medios digitales y tradicionales</li> </ul>	35%	A los 23 días hábiles después del 1er entregable.
<b>Etapa 3</b> Producir contenidos	<u>Tercer entregable</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Documento en PDF que incluya 18 piezas de comunicación producidas de acuerdo a la propuesta creativa definida: materiales audiovisuales, gráficos, escritos, sonoros y/o impresos. Entrega de archivos finales y editables.</li> </ul>	35%	A los 23 días hábiles después del 2do entregable.

audiovisuales e implementar campaña	(ENTREGAR DE 4-5 PIEZAS POR SEMANA CON EL FIN DE TENER LAS 18 AL FINAL DEL MES).  -Documento en Excel que integra la parrilla mensual de contenido de la campaña, así como las métricas de alcance, <i>engagement</i> e interacciones en medios digitales y tradicionales		
<b>Etapa 4</b>  Desarrollar informe final	<u>Cuarto entregable</u>  -Documento en PDF y Excel que presenta los resultados de la campaña: alcance, <i>engagement</i> e interacciones, analizando a profundidad la reacción de la audiencia y recomendaciones para futuras campañas y consolidar la identidad y marca de Conservación Internacional México.	10%	A los 15 días hábiles después del 3er producto.

Los entregables necesitarán ser evaluados y aprobados por la Gerencia Senior de Comunicaciones en las fechas acordadas, y se seguirán mejorando a lo largo de la vigencia de este contrato. La agencia o persona consultora deberá abordar las observaciones emitidas por CI y resolverlas de manera efectiva.

La propuesta técnica y económica de la consultoría deberá considerar los costos de todos los aspectos requeridos para su implementación, incluso los referentes a la logística de las sedes y la participación de personal a cargo de la formación en las sesiones presenciales, la reproducción y distribución de materiales de estudio, y la atención a las personas participantes en el programa de formación en los lapsos entre sesiones.

Los pagos de los entregables arriba mencionados se realizarán al recibir la factura con todos los requisitos fiscales y la aprobación de la gerencia de comunicación en relación con el progreso de los entregables previamente mencionados.

### 3. Cronograma estimado

El contrato tendrá una duración aproximada de 4 meses, iniciando febrero de 2024 y culminando en mayo de 2024.

Febrero 2024	Marzo 2024	Abril 2024	Mayo 2024
Etapa 1	Etapa 2	Etapa 3	Etapa 4

### 4. Ubicación de la consultoría

La agencia o consultor (a) deberá estar basado en cualquier ciudad del territorio nacional, preferentemente en la Ciudad de México y Zona Metropolitana.

El trabajo puede ser realizado de forma remota, con flexibilidad para apoyar presencialmente en momentos clave de la campaña.

## 5. Habilidades y experiencia requeridas

El (la) proveedor(a), persona física o moral, de preferencia agencias de publicidad o consultores independientes, deberá tener experiencia comprobada desarrollando e implementando campañas de comunicación en temas de sensibilización, cambio de comportamiento, educación ambiental, derechos humanos, entre otras temáticas.

El (La) proveedor(a) deberá tener experiencia en la aplicación de la perspectiva de inclusión social (género, jóvenes, población indígena, comunidades locales).

El (la) proveedor (a) deberá contar con amplio conocimiento en el diseño de estrategias de contenidos tradicionales y digitales, incluyendo producción gráfica y audiovisual.

El (la) proveedor (a) deberá contar con experiencia demostrable en tácticas de posicionamiento, estrategia de redes sociales y marketing digital.

## Anexo 3. Plantilla para cotización

La cotización deberá incluir todas las ganancias, las tarifas o los 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 presentar la propuesta, a menos que CI lo solicite expresamente en caso de que sea aceptada la propuesta de los oferentes. No obstante, para los efectos de la propuesta, los oferentes deberán 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 su importación, fabricación, adquisición o suministro. El oferente será el responsable de solicitar reembolsos de impuestos pagados en caso de ser elegible. Cualquier ahorro fiscal deberá reflejarse en el costo total.

### Desglose de costos por entregable

<b>Entregables (conforme al numeral 2 del Anexo 2, Términos de referencia)</b>	<b>Precio (suma global, todo incluido)</b>
<b>Primer etapa</b>	
<b>Segundo etapada</b>	
<b>Tercer etapa</b>	
<b>Cuarto etapada</b>	

Desglose de costos por concepto

<b>Descripción</b>	<b>Unidad de medida (día, mes, etc.)</b>	<b>Periodo total de participación</b>	<b>Costo unitario / tarifa</b>	<b>Costo total del periodo</b>
Arte				
Diseño y Producción				
Difusión e Implementación				
<u>Informe final</u>				
Costos de viaje (si corresponde)				
Otros costos relacionados (especifique)				
Costo total de la propuesta económica				