

	FORMATO	CÓDIGO	F-EE-024
	INFORMES TÉCNICOS	VERSION N°	1
		FECHA IMPLEMENTACIÓN	19-04-2010
		PAGINA	Página 1 de 26

División de Desarrollo
Programa de Encadenamientos Empresariales
INFORME TÉCNICO FINAL

Informe No.	2
Periodo a informar:	Del 21 de Octubre 2011 al 21 de Abril 2012
Encadenamiento	Awal Nan
Nombre de la consultoría o Asistencia Técnica	“Asesoría para diseño y desarrollo de imagen empresarial para la Asociación Red de Mujeres productoras - “Awal Nan” (Mujer que siembra)
Nombre Consultor o Asistente Técnico:	TEQUILA GUATEMALA

1. Actividades Realizadas

Primer Visita:	Se realizó la visita de diagnóstico el 14 de Noviembre de 2011, en las instalaciones ACODIHUE, ubicados en el Municipio de Huehuetenango, Departamento de Huehuetenango. En la cual se les dio una inducción sobre los conceptos básicos de mercadeo como categoría, marca, diferenciación, importancia de cuidar la marca etc. así como se realizó el diagnóstico preliminar el cual involucró la utilización de las herramientas de análisis.
Diseño de propuestas de Logotipo institucional	Las Cuatro propuestas de logotipos se trabajaron según los conceptos de: Desarrollo social, cultural y competitividad empresarial.
Segunda Visita	El 09 de Enero de 2012 se realizó la segunda visita para aprobación de los logotipos y fotografías. Por unanimidad se escogió uno sobre el cual se diseño toda la papelería correspondiente.
Diseño manual de imagen y resto de materiales institucionales	Una vez aprobada la línea gráfica a seguir, habiendo ya escogido el logotipo, hoja membretada, tarjeta de presentación y sobre membretado, se prosiguió a realizar la plantilla de presentación en power point, la firma electrónica en JPG, y el manual de imagen del logotipo.
Diseño de materiales de comercialización.	Una vez aprobados los materiales de comunicación se procedió a desarrollar los materiales de comercialización como brochure, manta y banners con la adaptación de la línea gráfica sugerida por la especialista. Y de acuerdo al giro de negocio actual de la empresa.
Entrega de materiales	Los materiales, se entregaron directamente al encadenamiento el día Jueves 22 de Marzo de 2012 al Ing. Feliz Camposseco Gressi, gerente de producción y comercialización

	FORMATO	CÓDIGO	F-EE-024
	INFORMES TÉCNICOS	VERSION N°	1
		FECHA IMPLEMENTACIÓN	19-04-2010
		PAGINA	Página 2 de 26

1. Metodología utilizada

Diagnóstico: Se realizó la primera visita de diagnóstico para la **“Asesoría, diseño y desarrollo de imagen empresarial para la Red de Mujeres productoras” - Awal Nan** – el 14 de Noviembre de 2011, ubicados en el Municipio de Huehuetenango, Departamento de Huehuetenango. El área de cobertura de ACODIHUE está comprendida por los Municipios de Jacaltenango, San Pedro Necta, San Antonio Huista y Todos Santos, todos del Departamento de Huehuetenango, para en la cual se les dio una inducción sobre los conceptos básicos de mercadeo como categoría, marca, diferenciación, importancia de cuidar la marca etc. así como se realizó el diagnóstico preliminar el cual involucró la utilización de las siguientes herramientas de investigación:

- FODA
- PRISMA DE IDENTIDAD
- BRIEF CREATIVO.

FODA: Es una herramienta de diagnóstico para identificar las fortalezas y debilidades internas de la empresa, así como las oportunidades y amenazas externas que la misma o su categoría poseen. A continuación los resultados

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Estar bajo la cobertura de ACODIHUE, una asociación legalizada, organizada y reconocida por su trabajo. - La Red de mujeres productoras se encuentra en proceso de legalización - Conformada por 537 mujeres de 18 diferentes municipios - 3 años de experiencia - Capacidad de comercialización - Capacidad de Organización - Todas son mujeres con diversidad de culturas, lo que las une es el producto. 	<ul style="list-style-type: none"> - Visibilizar el trabajo de las mujeres - Crecimiento y desarrollo - Liderazgo y educación - Desarrollo económico - Capacitación constante - Mejorar su autoestima y sentido de pertenencia - Cuando la mujer administra decide hacer una mejor inversión, en la casa y con los hijos
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - La dispersión física, interrumpe la comunicación - Funcionar con eficiencia se hace bastante caro por la distancia. - No son propietarias de su unidad productiva - En muchas ocasiones ellas pueden, lavar, fermentar y secar el café pero son los esposos los que cobran - Analfabetismo - El que hablen únicamente su idioma no da garantía que el mensaje que se desea transmitir sea traducido como es. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cultura de patriarcado - Sobre Carga de trabajo - Clima, precios, plagas

	FORMATO	CÓDIGO	F-EE-024
	INFORMES TÉCNICOS	VERSION N°	1
		FECHA IMPLEMENTACIÓN	19-04-2010
		PAGINA	Página 3 de 26

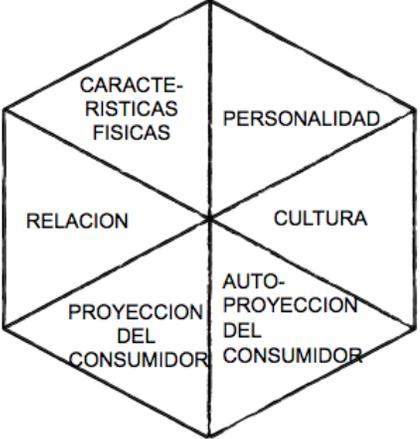
PRISMA DE IDENTIDAD: Esta herramienta permite definir la identidad de la marca en términos externos e internos de la empresa, divididos en Físico/tangible, Relación (marca-audiencia), Proyección del consumidor, Autoprotección del consumidor, Cultura (valores), personalidad.

La identidad definida fue el fundamento estratégico para la creación de la imagen institucional, la guía para el tono y manera de la comunicación y un parámetro de las acciones a tomar para que haya congruencia entre lo que queremos que la marca sea y cómo es recibida y percibida por los clientes.

Según las conclusiones de la personalidad de la marca, debíamos trabajar en propuestas gráficas que reflejen una personalidad agresiva comercialmente, dinámica, y perseverante.

El resto de áreas del prisma de identidad le sirvieron a la Asociación "**Awal Nan**" para encontrar áreas de mejora en el planeta corporativo y de mercadeo.

	FORMATO	CÓDIGO	F-EE-024
	INFORMES TÉCNICOS	VERSION N°	1
		FECHA IMPLEMENTACIÓN	19-04-2010
		PAGINA	Página 4 de 26

<p>Características Físicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 537 asociadas, de 6 diferentes municipios de Huhuetenango. • Producen; Café, maní, Jamaica, miel, papa y artesanías • El 11% cuenta con su terreno por posesión • 24 mujeres cuentan con pulperos electrónicos • El resto pulperos manuales • Patio de secado 	<p>Personalidad:</p> <p>Introvertida, busca confianza, solidaria, emprendedora (ama de casa), trabajadora, sufrida.</p>	
<p>Relación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ACODIHUE como intermediario • Café Michel de Francia • El Dorado Roasting EE.UU 		<p>Cultura: (multiculturales)</p> <p>Mantienen sus costumbres</p> <p>-Tienen un fuerte respeto, a la familia, iglesia, comunidad, ancianos.</p> <p>Son sumamente religiosas.</p>
<p>Proyección del Consumidor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Una red de mujeres valientes, que han sobrevivido a muchos obstáculos del pasado, llena de retos sociales, culturales, económicos. Multiculturales, responsables, honestas, buenas administradoras que inspiran con su ejemplo y motivan a las demás. 	<p>Auto-Proyección del Consumidor</p> <ul style="list-style-type: none"> - Líderes - Con retos y metas claras y objetivas - Llenas de conocimiento, experiencia, orientadora, ganadora - Respeta el espacio de su esposo/ Es ejemplo 	

	FORMATO	CÓDIGO	F-EE-024
	INFORMES TÉCNICOS	VERSION N°	1
		FECHA IMPLEMENTACIÓN	19-04-2010
		PAGINA	Página 5 de 26

BRIEF CREATIVO: Esta herramienta es la herramienta de diagnóstico por excelencia, parte desde la filosofía empresarial (visión y misión y antecedentes) para entender el rumbo de negocios de la empresa (Asociación en este caso), luego sigue analizando el mercado (clientes, diferenciador) y luego la parte de esencia de la cultura (con qué se sienten ellos muy identificados). Esto se hace para conocer el fundamento estratégico a partir del cual debe fundamentarse la comunicación visual.

Filosofía

VISIÓN ¿QUÉ QUIEREN LLEGAR A SER EN EL FUTURO?

Posicionarse como líderes en el mercado local, nacional e internacional para contribuir al desarrollo integral de su gente.

MISIÓN ¿QUÉ VAN A OFRECER A LOS CLIENTES PARA PODER CUMPLIR SU VISIÓN?

A través de una buena organización, fortalecer las capacidades productivas de sus socias, gestionando los recursos necesarios para que ellas generen y al mismo tiempo ellas administren.

ANTECEDENTES

Desde hace 7 años se identificó a las mujeres y el trabajo que realizaban con el café, se encontró que eran socias pero no tenían tierra, se inició la búsqueda de recursos para darle empoderamiento sobre lo que generaba para ser administradora y lograr una mejor inversión. Entonces se abrió el sello de mujer. (comercio justo/ equitativo) Productor – Consumidor.

La sede de la Asociación de Cooperación al Desarrollo Integral de Huehuetenango – ACODIHUE-, se ubica en el Municipio de Huehuetenango, Departamento de Huehuetenango. El área de cobertura de ACODIHUE está comprendida por los Municipios de Jacaltenango, San Pedro Necta, San Antonio Huista y Todos Santos, todos del Departamento de Huehuetenango.

ACODIHUE fue constituida en el año 1996 como una entidad privada de servicio, asistencia técnica y social, de desarrollo integral, no lucrativa que presta sus servicios a más de 800 socios entre hombres y mujeres. A través del Programa de Encadenamientos –PEE- se apoyará a 220 mujeres socias, pertenecientes a las etnias Mam, Popti y Ladina.

Las 220 socias cuentan con 250 hectáreas de terreno, dedicadas a la producción de café, el cual cuenta con el Sello de Certificación Café de Mujer y la marca l'xcapéh que fue desarrollada por ACODIHUE en alianza con AGEXPORT y MAYACERT, con el objeto de potencializar el papel de la mujer como actora de la cadena productiva de café y su participación en la economía de la comunidad, generando ingresos y empleos para sus familias. El rendimiento obtenido al momento es de 16 quintales de café pergamino por hectárea. Se proyecta un volumen de producción anual de aproximadamente 3,880 quintales

ACODIHUE cuenta con un laboratorio de catación, una tostadería de café con su equipo y un beneficio de café en buen estado. Con respecto al grupo de mujeres, cuentan con pequeñas unidades de manejo de beneficiado de café artesanal, así como áreas de fermentado en nylon, despulpadores manuales y áreas de secado como plástico negro y en algunas ocasiones secadores solares. La implementación de BPA's es mínima.

Sus clientes actuales se concentran principalmente dentro del Mercado Justo en países como Francia, Inglaterra y Estados Unidos.

	FORMATO	CÓDIGO	F-EE-024
	INFORMES TÉCNICOS	VERSION N°	1
		FECHA IMPLEMENTACIÓN	19-04-2010
		PAGINA	Página 6 de 26

HACIA LA COMUNIDAD

- Gestionan becas para ella misma a través de comercio Justo

CAFESANO (Seguridad alimentaria, nutricional y oportuna)

Mercado

CLIENTES

ACODIHUE
 CAFÉ MICHEL /FRANCIA
 EL DORADO ROASTING/ EE.UU
 LOBODIS /FRANCIA
 TWIN/ INGLATERRA,
 SUSTAINABLE HARVEST/EE.UU
 MALONGO/FRANCIA

PRODUCTOS

Exportación

Café (verde, tostado y molido)

Mercado local

Jamaica
 Mania
 Papa,
 Miel,
 Artesanías,

(comercializar y fortalecer lo que ya se produce para aprovechar la cadena de valor)

NUESTRO DIFERENCIADOR

(por qué somos diferentes y una mejor opción para nuestros consumidores?)

Sello "Café de mujer"

Calidad – Certificado de comercio justo

Café tostado y molido (receta única y específica)

POR QUE LA GENTE DEBE CREERNOS? (Soporte/sustento)

Se cumple con lo que se ofrece; Calidad, tiempo, precio y consistencia.

Esencia de la cultura

CON QUÉ SE SIENTEN MUY ORGULLOSOS (GEORGRÁFICO, CULTURAL, SOCIAL)

Tienen un alto sentido de pertenencia con ACODIHUE l'xcaphe es su marca, se expresan por medio de una participación activa, orgullosas de su desarrollo y crecimiento

	FORMATO	CÓDIGO	F-EE-024
	INFORMES TÉCNICOS	VERSION N°	1
		FECHA IMPLEMENTACIÓN	19-04-2010
		PAGINA	Página 7 de 26

Diseño de materiales: Se realizó la segunda visita el 09 de Enero de 2012 en las instalaciones de la Asociación Red de Mujeres productoras “Awal Nan”, en la cual se les propuso diseños para su logotipo institucional.

Logotipo institucional: El logotipo es la combinación de la iconografía (los dibujos) con la tipografía (las letras) que forman la imagen de una empresa o marca. El logotipo institucional, es la firma de una empresa el cual expresa la actividad y personalidad de la misma. El logotipo sirve para identificar a la empresa. Debe de crearse no sólo en base a lo que la empresa quiere, sino que en base a lo que le gusta a sus clientes. El logotipo debe cumplir dos objetivos simultáneos: Llamar la atención de la audiencia, y lograr identificación de los integrantes de la empresa o entidad.

En este caso se utiliza el logotipo como punto de partida de toda la imagen institucional por lo que debía de explicarse el racional de cada una de las propuestas.

Propuesta 1: ESTA ES LA PROPUESTA “APROBADA”

Ícono: Se utilizan íconos con forma de mujer, generando un patrón repetitivo para representar la unidad, solidaridad, que somos una red de mujeres en pro de objetivos. También se colocan grafismos de naturaleza en representación de los cultivos y naturaleza. **Colores:** Se utilizaron colores café y verde en representación del entorno natural, además de representar esperanza y generar percepción de tranquilidad. En esta propuesta predomina el color café rojizo cálido para generar un sentimiento acogedor. Se utiliza una tipografía script de manera legible para darle un toque humano, amigable y delicado.



	FORMATO	CÓDIGO	F-EE-024
	INFORMES TÉCNICOS	VERSION N°	1
		FECHA IMPLEMENTACIÓN	19-04-2010
		PAGINA	Página 8 de 26

Propuesta 2: cono: Se utiliza un logo tipográfico en donde el ícono es secundario como punto focal. La flor representa la delicadeza, y belleza de la mujer, además de generar vida, de proveer frutos. Se colocan franjas representando telares típicos y cultivos o surcos. Colores: Compuesto por colores tierra, terracota o sepia, generan no sólo el sentimiento de ser una marca emocional, sino que le da elegancia y sobriedad. Se utiliza una tipografía script con trazo más rústico para darle un sentido humano, artístico y dinámico.



Propuesta 3: Ícono: Se utiliza un logo tipográfico, Se generan detalles únicamente como complemento a la tipografía. El detalle de cuadrillos de la izquierda, es una simplificación de un patrón de borde típico. Colores: Predominantemente amarillo con verde, generan una percepción de esperanza, elegancia, vida y alegría. Se utiliza una tipografía script con trazo más rústico para darle un sentido humano, artístico y dinámico.



	FORMATO	CÓDIGO	F-EE-024
	INFORMES TÉCNICOS	VERSION N°	1
		FECHA IMPLEMENTACIÓN	19-04-2010
		PAGINA	Página 9 de 26

Propuesta No. 4

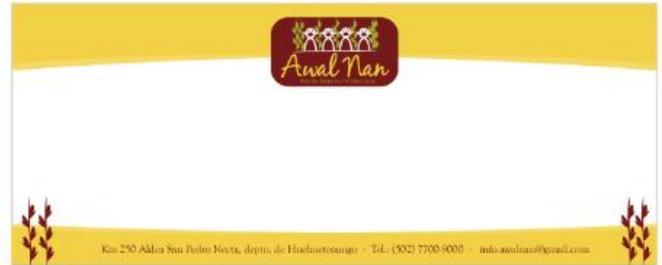
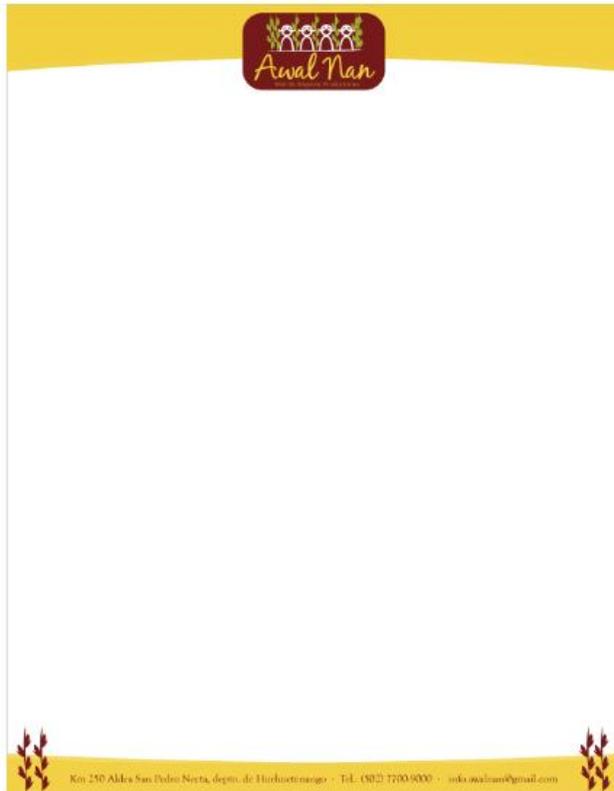
Ícono: Árbol con forma femenina que representa la fertilidad, el soporte y que produce el fruto de la árdua labor y trabajo de todas las mujeres asociadas. Colores: Se utilizaron cafés y verdes en representación del entorno natural, además de representar vida, esperanza y generar percepción de tranquilidad, desarrollo y crecimiento. Se utiliza una tipografía Serif, con un trazo irregular para darle el sentido artesanal.



	FORMATO	CÓDIGO	F-EE-024
	INFORMES TÉCNICOS	VERSION N°	1
		FECHA IMPLEMENTACIÓN	19-04-2010
		PAGINA	Página 10 de 26

Papelería institucional: Las tarjetas de presentación, sobres y hojas membretadas son un instrumento de comercialización, por medio del cual, la empresa puede darse a conocer como una empresa formal, sólida, confiable y profesional.

Propuesta 1. Hoja Membretada/ Sobre /tarjeta de presentación



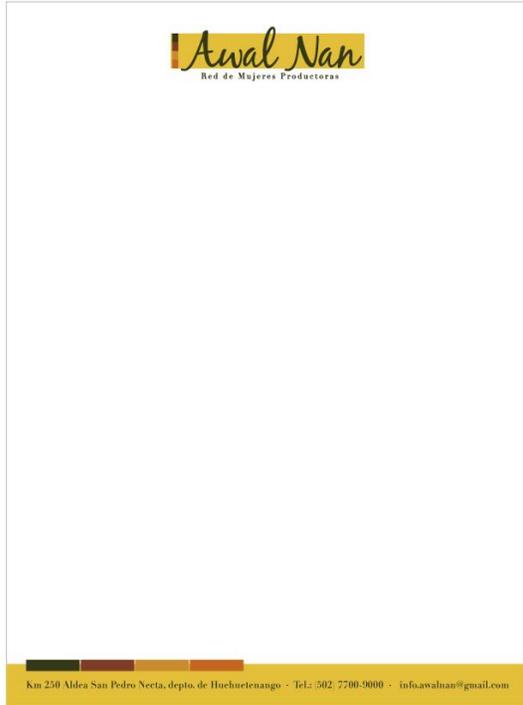
	FORMATO	CÓDIGO	F-EE-024
	INFORMES TÉCNICOS	VERSION Nº	1
		FECHA IMPLEMENTACIÓN	19-04-2010
	PAGINA	Página 11 de 26	

Papelería Propuesta 2. Hoja Membretada/ Sobre /tarjeta de presentación



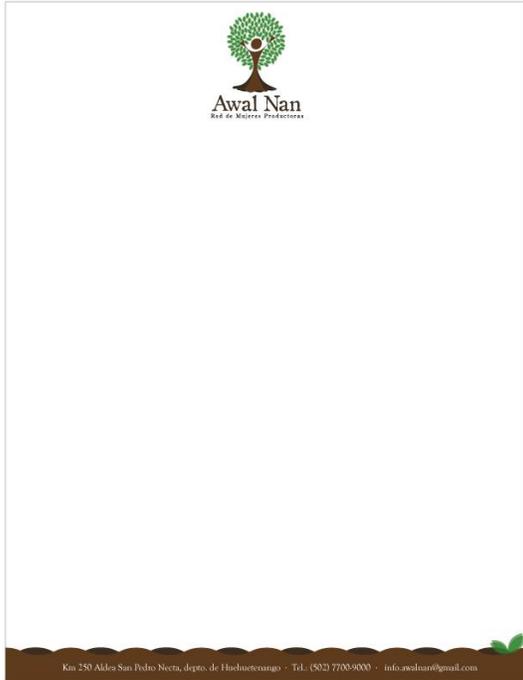
	FORMATO	CÓDIGO	F-EE-024
	INFORMES TÉCNICOS	VERSION Nº	1
		FECHA IMPLEMENTACIÓN	19-04-2010
		PAGINA	Página 12 de 26

Papelería Propuesta 3. Hoja Membretada/ Sobre /tarjeta de presentación



	FORMATO	CÓDIGO	F-EE-024
	INFORMES TÉCNICOS	VERSION Nº	1
		FECHA IMPLEMENTACIÓN	19-04-2010
		PAGINA	Página 13 de 26

Papelería Propuesta 4. Hoja Membretada/ Sobre /tarjeta de presentación



	FORMATO	CÓDIGO	F-EE-024
	INFORMES TÉCNICOS	VERSION N°	1
		FECHA IMPLEMENTACIÓN	19-04-2010
		PAGINA	Página 14 de 26

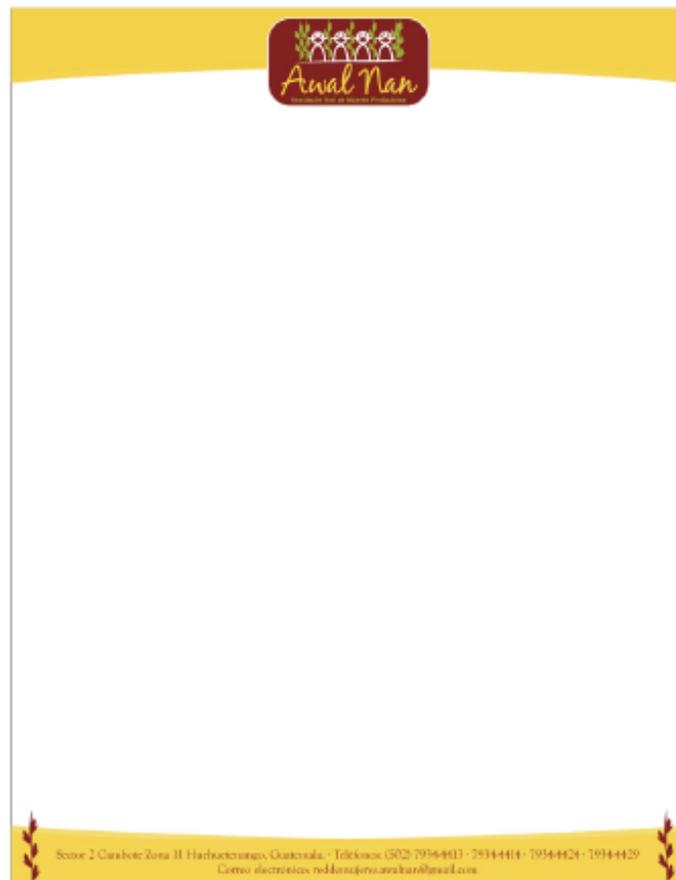
2. Productos Obtenidos

Producto 1: Artes finales y prueba impresa de la imagen institucional de la organización, que incluya:

1. Logotipo institucional **OPCIÓN NO. 1 APROBADA**



2. Hoja membretada



	FORMATO	CÓDIGO	F-EE-024
	INFORMES TÉCNICOS	VERSION Nº	1
		FECHA IMPLEMENTACIÓN	19-04-2010
		PAGINA	Página 15 de 26

3. Sobre Membretado

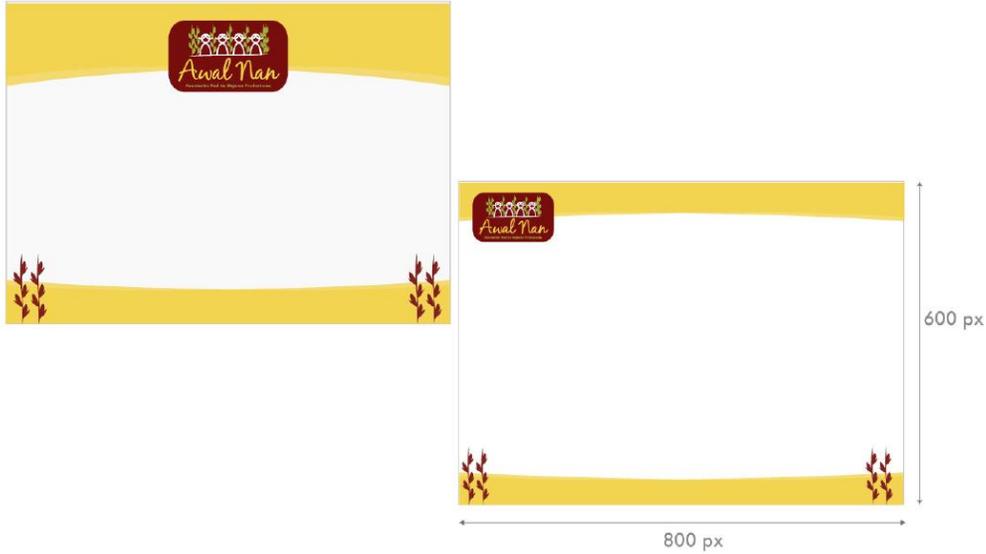


4. Tarjetas de presentación (4 diseños)



	FORMATO	CÓDIGO	F-EE-024
	INFORMES TÉCNICOS	VERSION N°	1
		FECHA IMPLEMENTACIÓN	19-04-2010
		PAGINA	Página 16 de 26

5. Plantilla de presentación en Power Point



6. Firma electrónica en JPG para email



	FORMATO	CÓDIGO	F-EE-024
	INFORMES TÉCNICOS	VERSION N°	1
		FECHA IMPLEMENTACIÓN	19-04-2010
		PAGINA	Página 17 de 26

Producto 2: manual de imagen institucional que incluye:

1. Logotipo institucional
2. Sistema cromático
3. Proporciones
4. Tipografías
5. Aplicaciones a papelería básica

El manual de imagen institucional es una herramienta que busca estandarizar los colores, proporciones, aplicaciones básicas tipografías y uso adecuado de la iconografía utilizada en el logotipo.

El sistema cromático debe estar sistematizado, para poder ser efectivo, pues la utilización de tonos que no son los que corresponden al logotipo es contraproducente y únicamente comunica debilidad empresarial.

Los colores se establecen en CMYK y en RGB dependiendo del tipo de aplicación e impresión que tendrán las piezas, siendo los colores en RGB

los usados para impresión digital, y los colores en CMYK el sistema que utiliza litografía

El uso correcto de proporciones para las diferentes aplicaciones vela por la integridad del logotipo, pues un logotipo deforme (es decir que no use las proporciones correctas) también es contraproducente para la empresa.

La tipografía del logotipo debe ser considerada como parte trascendental del mismo, ya que es parte de la personalidad del logotipo y consecutivamente de la empresa.

En el producto 2 del presente reporte se presenta el manual del logotipo anexo, acá en informe únicamente portada como referencia.

	FORMATO	CÓDIGO	F-EE-024
	INFORMES TÉCNICOS	VERSION N°	1
		FECHA IMPLEMENTACIÓN	19-04-2010
		PAGINA	Página 18 de 26

Producto 3. Paquete de fotografías básico, hasta 10 (sede de las personas, procesos de producción y productos).



	FORMATO	CÓDIGO	F-EE-024
	INFORMES TÉCNICOS	VERSION N°	1
		FECHA IMPLEMENTACIÓN	19-04-2010
		PAGINA	Página 19 de 26



	FORMATO	CÓDIGO	F-EE-024
	INFORMES TÉCNICOS	VERSION Nº	1
		FECHA IMPLEMENTACIÓN	19-04-2010
		PAGINA	Página 20 de 26

Producto 4. Artes finales y prueba impresa de los materiales promocionales generales de los productos de la organización.

Materiales de Comunicación:

Se realizó el diseño de los materiales de comunicación siguiente:

4.1 Brochure: El Brochure es el material de comercialización por excelencia. Su objetivo es presentarse de una forma fácil y cómoda para el lector y así lograr que el lector conozca quienes son, a qué se dedican entre otra información relevante para él. En este caso el brochure también tiene información del impacto social y los logros que han obtenido puesto que su target es compartido, ya que es organismos de cooperación y empresas comercializadoras.



	FORMATO	CÓDIGO	F-EE-024
	INFORMES TÉCNICOS	VERSION Nº	1
		FECHA IMPLEMENTACIÓN	19-04-2010
		PAGINA	Página 21 de 26

4.2 Banner: El banner es una herramienta que normalmente se usa para hacer presencia. Útil para eventos especiales para llamar la atención del público hacia la empresa. Nuestra recomendación es hacer de un banner una herramienta de comercialización más que de presencia, debido a ello también el banner comunica aunque de forma más puntual los puntos relevantes para el target para que pueda conocer cada una de las asociaciones y acercarse al lugar donde están.

NO.1

NO. 2



	FORMATO	CÓDIGO	F-EE-024
	INFORMES TÉCNICOS	VERSION N°	1
		FECHA IMPLEMENTACIÓN	19-04-2010
		PAGINA	Página 22 de 26

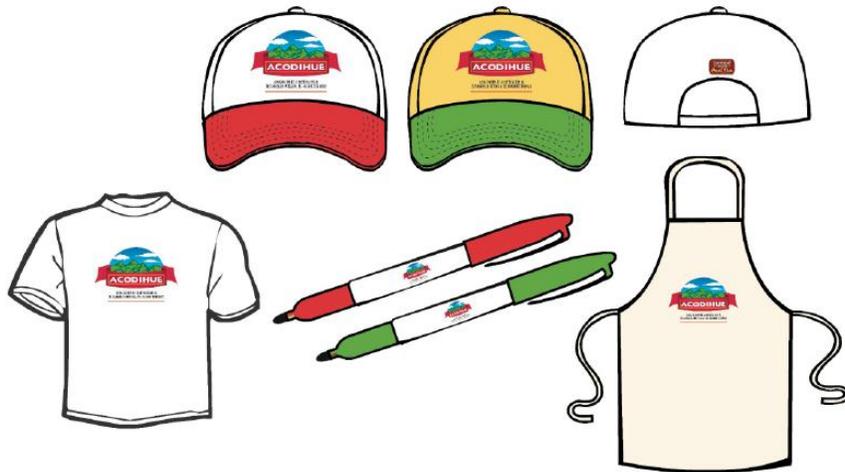
4.3 Manta: Las mantas son un material excelente para hacer presencia de marca, útil para reuniones de asamblea general o eventos especiales

Manta



Medida: 3 x 1 mt
 Colores: Full Color
 Material: Manta vinílica

4.4 Promocionales



	FORMATO	CÓDIGO	F-EE-024
	INFORMES TÉCNICOS	VERSION N°	1
		FECHA IMPLEMENTACIÓN	19-04-2010
		PAGINA	Página 23 de 26

Producto 5. Impresión de;

- 400 tarjetas de presentación
(200 Awal Nan – 200 Acodihue)
- 2000 triifoliares full color, tiro, tiro retiro tamaño carta al estar abierto
couche 80 matte con barniz UV
- 3 banners tipo roll up
- 6 mantas vinilicas con ojetew 1x3
- 1000 hojas membretadas en papel bond
- 1000 sobres membretados en papel bond
- 250 playeras tipo T-shirt con logo impreso a full color
- 250 gorras con logotipo a full color acodihue
- 250 gabachas con logotipo impreso a full color Awal Nan
- 8,000 etiquetas para Ixcapéh´
(4mil frontales, 4mil traseras)
- 500 bolígrafos con logotipo a full color Acodihue

	FORMATO	CÓDIGO	F-EE-024
	INFORMES TÉCNICOS	VERSION Nº	1
		FECHA IMPLEMENTACIÓN	19-04-2010
		PAGINA	Página 24 de 26

Fotografías de entrega



	FORMATO	CÓDIGO	F-EE-024
	INFORMES TÉCNICOS	VERSION N°	1
		FECHA IMPLEMENTACIÓN	19-04-2010
		PAGINA	Página 25 de 26

3. Observaciones

3.1 El Informe debió presentarse el día 03 de Abril, 15 días antes que vence el contrato según lo indican los TDRS, sin embargo se presenta una semana después por el asueto de la semana mayor del 02 al 06 de Abril.

3.2 En el proceso se realizó cambio en la inversión en diseño e impresión de materiales con el fin de lograr los objetivos establecidos por ACODIHUE para la red de mujeres productoras "Awal Nan" en consenso y autorizado por especialista de AGEXPORT para dicho encadenamiento (Se adjunta carta y presupuesto como referencia) según lo permiten los TDR'S.

Atentamente,

Jennifer Melgar
Firma Técnico o Consultor
TEQUILA GUATEMALA

Aceptado por: Ing. Esdrás De León
AGEXPORT

	FORMATO	CÓDIGO	F-EE-024
	INFORMES TÉCNICOS	VERSION N°	1
		FECHA IMPLEMENTACIÓN	19-04-2010
		PAGINA	Página 26 de 26

ANEXOS

- I. Carta Aceptación Organización Beneficiaria, en la cual se listen los productos realizados tal y como aparecen en los términos de referencia. La carta debe de estar firmada y sellada por el presidente y representante legal de la Organización o persona que éste delegue.
- II. Carta de Entrega del Técnico o Consultor en la cual hace constar la entrega del informe y los productos solicitados en los términos de referencia. Esta carta se solicita para la entrega del informe final. (Debe referenciar fecha de entrega).
- III. Carta de aceptación del informe y los productos de la Asistencia Técnica o Consultoría por parte del Especialista de Negocio, en la cual haga referencia a que el informe cumple con los productos solicitados en los términos de referencia y evidencie la fecha de recepción del mismo.
- IV. Carta y presupuesto autorizado para cambio de inversión en impresión y diseño de materiales por el especialista
- V. Fotografías (2 a 5 por informe, en donde se reflejen las actividades realizadas durante el mes, en el caso de los informes técnicos y parciales de consultoría, y en el caso de los informes finales, fotografías que evidencien el desarrollo de la consultoría).
- VI. Manual de imagen institucional impreso y en cd
- VII. Cd Informe final digital