

TÉRMINOS DE REFERENCIA

SC-CP-02/2024

Contratación de servicios de agencia de comunicación, publicidad o afines para INEFOP

1. MARCO INSTITUCIONAL

El Instituto Nacional de Empleo y Formación Profesional (INEFOP) es una entidad creada por la Ley N°18.406 del 24 de octubre de 2008 como persona pública no estatal de carácter tripartito. Nuestro propósito es contribuir a la generación de políticas activas de empleo y formación profesional en un marco inclusivo que garantice la formación inicial, continua y eficiente de la fuerza de trabajo, promoviendo un equilibrio productivo entre los intereses de las empresas y los trabajadores.

En línea con nuestra misión, nos complace anunciar una convocatoria para contratar los servicios de una agencia de comunicación, publicidad o afines calificada y experimentada que nos respalde en la expansión de nuestra visibilidad, el fortalecimiento de nuestra imagen institucional y en lograr una comunicación efectiva de nuestros programas y logros ante los medios de comunicación de nuestro país.

El objetivo principal de esta colaboración es mejorar nuestro posicionamiento institucional y garantizar una difusión adecuada de nuestras iniciativas en relación con el empleo y la formación profesional en nuestro país.

2. ANTECEDENTES

INEFOP ha mantenido colaboraciones con agencias de publicidad y marketing digital en el marco de la promoción de sus programas y servicios destinados a individuos, empresas y entidades de capacitación en Uruguay. Esta asociación se ha extendido de manera ininterrumpida a lo largo del tiempo. En esta ocasión, el instituto se encuentra en la búsqueda de un nuevo socio estratégico con el objetivo de trabajar conjuntamente en la difusión de los programas y herramientas del instituto, fortaleciendo así su presencia y alcance en el público objetivo.

3. OBJETIVO DE LA CONVOCATORIA

El propósito de esta convocatoria es identificar y seleccionar una agencia especializada en comunicación, publicidad u áreas afines que colabore estrechamente con INEFOP en la ejecución de una estrategia de comunicación efectiva. La agencia contratada tendrá como principal objetivo trabajar con el Instituto en el desarrollo de campañas de comunicación, productos y materiales de comunicación de alto impacto y altamente efectivos para comunicar eficazmente distintos mensajes a las distintas audiencias del Instituto.

4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a. **Ampliar la Visibilidad Institucional:** Mejorar la presencia y visibilidad de INEFOP en los medios de comunicación y en la sociedad en general.
- b. **Fortalecer la Imagen de la Institución:** Construir y fortalecer una imagen positiva y sólida de INEFOP, destacando sus valores, logros y contribuciones.

- c. **Promover Programas y Servicios:** Diseñar estrategias publicitarias para aumentar la conciencia y participación en los programas y servicios ofrecidos por INEFOP.
- d. **Atraer Públicos Específicos:** Segmentar y dirigir campañas publicitarias para atraer a audiencias específicas, ya sean individuos, empresas o entidades de capacitación.
- e. **Comunicar de Manera Efectiva:** Garantizar una comunicación efectiva de los mensajes clave y estratégicos de INEFOP a través de diversos canales de medios.
- f. **Posicionar INEFOP como Referente:** Posicionar a INEFOP como un referente en la capacitación y formación profesional en Uruguay, destacando su importancia y contribución al desarrollo profesional y empresarial.
- g. **Generar Interacción y Participación:** Fomentar la interacción y participación activa del público con las iniciativas, eventos y programas de INEFOP.
- h. **Evaluar y Medir Resultados:** Establecer métricas y evaluaciones para medir el impacto y éxito de las campañas publicitarias, ajustando estrategias según los resultados obtenidos.

5. SERVICIOS REQUERIDOS

INEFOP cuenta con un equipo de comunicación especializado en diversas funciones, tales como diseño gráfico, redacción de textos y contenidos, elaboración de materiales de comunicación, gestión de eventos y administración de redes sociales. La meta de la agencia seleccionada será colaborar con este equipo, contribuyendo a la creación de nuevos contenidos y materiales destinados a promover los programas y servicios del instituto.

Por tanto, la agencia de comunicación, publicidad o afines seleccionada deberá asesorar y colaborar con el equipo en los siguientes servicios:

- a. **Desarrollo de Estrategias de Comunicación:** Diseño y ejecución de estrategias integrales de comunicación que se alineen con los objetivos y valores de INEFOP.
- b. **Campañas Informativas:** Creación y gestión de campañas informativas para promover programas, servicios, eventos y la imagen institucional de INEFOP.
Se estima:
 - Una campaña institucional anual por los 15 años de INEFOP (Medios tradicionales y online)
 - Campañas mensuales de promoción de programas de INEFOP en medios digitales
- c. **Publicidad en Medios Tradicionales:** Planificación y compra de espacios y gestión de anuncios en medios tradicionales como televisión, radio, prensa escrita y vallas publicitarias.
Se estima una campaña institucional anual por los 15 años de INEFOP (Medios tradicionales y online)
- d. **Publicidad en Medios Digitales:** Diseño y ejecución de campañas publicitarias en plataformas digitales, incluyendo redes sociales, sitios web relevantes y otros canales en línea.
Se estima:
 - Una campaña institucional anual por los 15 años de INEFOP (Medios tradicionales y online)
 - Campañas mensuales de promoción de programas de INEFOP en medios digitales (Youtube)

- e. **Diseño Gráfico y Creatividad:** Desarrollo de material gráfico creativo, como banners, carteles, folletos, infografías, documentos internos (como por ej. Memoria Anual, etc) y otros elementos visuales para respaldar las campañas.

Se estima:

Mensual:

- Promoción programa en redes sociales y YouTube (posteos para redes sociales, audiovisual para promoción en YouTube, colaboración en textos y diseños para landing web promocional)
- Un folleto de programa o servicio
- 10 diseños mailings de comunicación interna
- 2 infografías
- Colaboración en otros materiales de comunicación que impliquen diseño y creatividad para redes sociales, eventos, comunicación interna, entre otros.

Anual:

- Campaña institucional
- Stand institucional para Expo Prado 2024
- Diseño de memoria anual
- Colaboración en producción de 10 videos testimoniales de productos/servicios (desarrollo de idea, guion y producción) a desarrollar junto a productoras contratadas por INEFOP.

- f. **Producción de Contenido Audiovisual:** Colaboración en el diseño y creación de videos promocionales, anuncios y contenido audiovisual para ser compartido en diferentes canales, incluyendo redes sociales y sitios web.

Se estima:

- Una campaña institucional anual por los 15 años de INEFOP (Medios tradicionales y online)
- Una campaña mensual de promoción de programas de INEFOP en medios digitales
- Colaboración en producción de 10 videos testimoniales de productos/servicios (desarrollo de idea, guion y producción) a desarrollar junto a productoras contratadas por INEFOP.

- g. **Monitoreo de Medios y Análisis de Resultados:** Seguimiento de la cobertura mediática y análisis de los resultados de las campañas publicitarias para realizar ajustes y mejoras.

- h. **Eventos Promocionales:** Colaboración en la organización y promoción de eventos específicos para aumentar la visibilidad y participación de INEFOP en diferentes audiencias, así como la colaboración en creación de materiales y contenidos para stands y eventos.

Se estima:

Anualmente: Colaboración en producción de stand y materiales para participación del INEFOP en Expos nacionales y eventos específicos.

Estos servicios pueden adaptarse según las necesidades específicas de INEFOP y los objetivos establecidos en su estrategia de comunicación.

5 EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO DE LA AGENCIA CONTRATADA

Se establecerán indicadores medibles para definir los niveles de éxito de la agencia contratada. Estos indicadores pueden incluir el aumento de la cobertura mediática, el posicionamiento de mensajes clave, la mejora de la reputación o el aumento del alcance en medios.

Indicadores de éxito:

- a. **Creatividad y Originalidad:** Se analizará la creatividad y originalidad de las campañas y materiales

desarrollados por la agencia para garantizar que se destaque y capturen la atención del público.

- b. **Impacto en la Audiencia:** Se evaluará el impacto de las campañas en la percepción del público sobre INEFOP y su participación en programas o eventos específicos.
- c. **Análisis de Resultados:** Se analizarán los informes de rendimiento proporcionados por la agencia, que deberán incluir datos cuantitativos y cualitativos sobre el alcance, la interacción y la efectividad de las campañas.

Se programarán reuniones periódicas entre INEFOP y la agencia de comunicación, publicidad o afines para revisar los resultados, en base a la presentación de Informes periódicos que deberá presentar la Agencia contratada y realizar ajustes en las estrategias según los objetivos establecidos. Además, se evaluará la satisfacción de INEFOP con el servicio proporcionado por la agencia, considerando la calidad del servicio, la capacidad de respuesta y la proactividad.

6 PROPUESTA DE TRABAJO (PROPUESTA TÉCNICA)

Además de cumplir con las consideraciones formales de la propuesta detalladas en este llamado, las empresas interesadas deberán presentar las propuestas para los siguientes trabajos:

1. **Propuesta de campaña institucional “15 años de INEFOP”** (BRIEF #1. Se anexa en el punto 15 del documento)
2. **Modelo de stand para eventos** (BRIEF #2. Se anexa en el punto 15 del documento)
3. **Folleto promocional para programas de Empresas** (BRIEF #3. Se anexa en el punto 15 del documento)

7 EVALUACIÓN DE OFERTAS

Las agencias de comunicación o publicidad interesadas en participar en este proceso de contratación deberán cumplir con los siguientes criterios:

- Experiencia demostrada en el campo de la comunicación y la publicidad.
- Conocimiento profundo del entorno comunicacional nacional.
- Capacidad para desarrollar estrategias de comunicación efectivas y creativas.
- Equipo profesional con habilidades de redacción, diseño, producción de campañas y eventos.
- Referencias y casos de éxito anteriores en proyectos similares.

Para la evaluación de las postulaciones se aplicará al método de Selección Basada en Calidad y Costo (SBCC).

Criterio	Detalle ítem a evaluar	Puntaje máximo
Antecedentes de la empresa	Experiencia de la empresa en el objeto del TdR: con INEFOP, con otros organismos del Estado y en el mercado	25
Equipo de trabajo	Formación y experiencia de los integrantes del equipo dedicados al proyecto en el objeto del TdR, detallando su dedicación (rol y cantidad de horas) especificando también el rol de Ejecutivo de cuentas	25
Propuesta técnica	Comprensión del objeto del TDR y solidez, claridad y coherencia de las propuestas requeridas:	50

	<p>BRIEF 1: "Campaña institucional 15 años de INEFOP" (Máximo 30 puntos): Evaluación de la propuesta presentada para la campaña institucional conmemorativa de los 15 años de INEFOP. Se otorgarán hasta 30 puntos según la originalidad, impacto y viabilidad de la propuesta, considerando elementos como la creatividad, el alcance de la campaña y la coherencia con los valores de INEFOP (Propuesta Brief 1) y "Video Explicativo".</p> <p>BRIEF 2: "Modelo de stand para eventos" (Máximo 10 puntos): Evaluación del diseño y la presentación del modelo de stand propuesto para eventos. La puntuación máxima es de 10 puntos y se tendrán en cuenta aspectos como la practicidad, la estética, la capacidad de atracción y la coherencia con la identidad visual de la institución.</p> <p>BRIEF 3: "Folleto promocional para programas de Empresas" (Máximo 10 puntos): Evaluación del folleto promocional creado para destacar los programas dirigidos a empresas. Se otorgarán hasta 10 puntos considerando la claridad del mensaje, la atractividad del diseño, la relevancia de la información proporcionada y la coherencia con la imagen de INEFOP.</p>	
	Total	100

Etapas de la evaluación:

- 1) Técnica:
 Se procederá en primer lugar a evaluar las propuestas técnicas, descartándose aquellas que no alcancen los 70 puntos.
- 2) Económica:
 Se asignarán 100 puntos a la propuesta de menor costo (**tomando el costo total por los 12 meses, previsto como duración inicial**), y a las demás se les asignará el puntaje inversamente proporcional (que resulta de dividir el costo de la propuesta de menor costo, entre el costo de las demás propuestas y multiplicarlo por 100).
- 3) Posteriormente, se calculará el puntaje final de las propuestas, ponderando con un 80% la propuesta técnica y un 20% la económica.

En caso de surgir un empate en el resultado final, la propuesta con mejor puntaje técnico será la recomendada por el tribunal de selección.

Del resultado de las evaluaciones, surgirá una lista de prelación que tendrá una vigencia de 6 meses y podrá ser utilizada en caso de que el proveedor que resulte en primer lugar no pueda desarrollar la consultoría.

INEFOP se reserva el derecho de renegociar las propuestas con los oferentes, así como declararlo desierto.

8 FORMA Y PLAZO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS

Forma de presentación: Para realizar la evaluación técnica y la evaluación económica las propuestas deberán presentarse contemplado la presentación en archivos por separado.

9.1 Para la evaluación **técnica** deberá incluirse:

a) Criterio: Antecedentes de la empresa:

Presentación de la empresa postulante, detallándose naturaleza jurídica, representante legal y antecedentes en trabajos previos vinculados al objeto del presente llamado (especificando nombre de la organización, fecha del trabajo y referencia para contacto: nombre, mail y teléfono).

Nota: No se habilita la postulación de empresas unipersonales, consultores individuales ni equipo de consultores.

b) Criterio: Equipo de trabajo:

Equipo de trabajo propuesto, junto a roles y CV completo de cada integrante detallando la formación y experiencia vinculada al objeto del llamado. (Importante: En el momento que desde INEFOP se considere pertinente se podrá solicitar documentación probatoria de lo indicado en cada CV. Su presentación será requisito excluyente para avanzar en el proceso).

Detalle de las horas destinadas por parte de cada integrante del equipo.

Deberá quedar claro el CV de la persona designada como Ejecutivo de Cuentas, que cumplirá el rol de referente con INEFOP.

c) Criterio: Propuesta técnica:

Propuesta campaña de “15 años de INEFOP”, modelo de stand para eventos y folleto promocional para programas de Empresas.

- a. “Propuesta BRIEF 1” (Campaña institucional “15 años de INEFOP”) en formato PDF + Video explicativo de campaña o boceto audiovisual de campaña institucional “15 años de INEFOP”.
- b. “Propuesta BRIEF 2” (Stand modular) en formato PDF.
- c. Propuesta BRIEF 3 (Folleto Empresas) en formato PDF.

Los documentos en PDF que excedan los 10 megabytes de peso, deberán enviarse por wetransfer o link de descarga a servicios@inefop.org.uy

9.2 Para la evaluación **económica** deberá presentarse la propuesta especificando la cotización **mensual** por **todo concepto** (considerando que el pago se realizará en formato fee mensual) y **en moneda nacional** (pesos uruguayos). Nota: en caso de que la propuesta no especifique impuestos el costo total que se haya presentado en la propuesta económica, será considerado como valor final para INEFOP.

Las ofertas serán recibidas en el correo electrónico servicios@inefop.org.uy hasta el **domingo 28 de enero de 2024, a las 23:59 hs.** Previo a esta fecha, se realizará un espacio de consultas a través de Microsoft Teams, cuya fecha y hora será publicada en la web de INEFOP

En el asunto del mail se deberá indicar “Agencia de comunicación, publicidad o afines INEFOP”. Se enviará acuse de recibo por todas las propuestas recibidas que cumplan con los requisitos formales establecidos en este mismo apartado.

Las consultas se atenderán hasta 2 días hábiles previos al cierre de la convocatoria al correo: servicios@inefop.org.uy

Importante: se realizará una sistematización de las consultas que puedan surgir en el marco de este proceso con sus correspondientes respuestas, para conocimiento de las empresas que participen en este proceso competitivo.

9 CONDICIONES DE LA CONTRATACIÓN, PLAZO Y FORMA DE PAGO

- El formato de pago será de “fee mensual” por los servicios requeridos.
- El contrato de trabajo tendrá una duración inicial de 12 meses, con la posibilidad de renovarse por el mismo período de tiempo, de acuerdo a las necesidades de INEFOP y evaluación de agencia contratada.
- El contrato y trabajo de la agencia estará sujeto a entregables acordados, al cumplimiento de horas de trabajo mensuales y a resultados alcanzados a definir en conjunto entre INEFOP y la agencia seleccionada.
- La contratación se realizará bajo la modalidad de contrato de arrendamiento de obra – servicios.
- El pago se realizará contra factura y presentación de certificado único de DGI y de BPS al día. Se deberá tener en cuenta que el pago se realizará únicamente mediante transferencia bancaria.
- El pago se realizará únicamente mediante transferencia bancaria.

10 INCOMPATIBILIDADES

No podrán participar del proceso competitivo en calidad de Proveedores quienes estén incluidos en las siguientes categorías:

- a) Funcionarios de INEFOP y servicios personales con contrato vigente con el Instituto
- b) Asesores de Directores de INEFOP con contrato vigente
- c) Personas que se vinculen por lazos de parentesco dentro del segundo grado de consanguinidad y afinidad, matrimonio o unión concubinaria con las categorías antedichas
- d) Ex integrantes de cualquiera de las categorías antedichas, siempre que exista conflicto de interés evidente

Todas las postulaciones deberán contener la Declaración de Integridad e Independencia explícita en este sentido y ante su ausencia la propuesta no será considerada (Anexo 1).

11 DERECHO DE PROPIEDAD Y CONFIDENCIALIDAD

Los derechos de Propiedad Intelectual y todos los documentos producidos en ocasión de este llamado serán de propiedad de INEFOP quedando comprendidos entre otros, la titularidad de los derechos sobre diseño y toda información generada en el marco de la presente consultoría. No se podrá compartir ni difundir la información producida de este trabajo con otros organismos o personas sin la expresa autorización de INEFOP.

12 EQUIPO DE SEGUIMIENTO Y COORDINACIÓN

La empresa seleccionada reportará su trabajo al Gerente de Comunicación y Experiencia de Usuario.

13 COMUNICACIONES

Las comunicaciones se realizarán a la dirección de correo electrónico que declaren al momento de la presentación de la propuesta. Si ante la notificación correspondiente la empresa interesada no se presenta transcurridos (5) cinco días hábiles, se tendrá por desistido de la gestión a todos los efectos.

Los interesados podrán solicitar aclaraciones o consultas específicas derivadas de la interpretación del presente documento al correo: servicios@inefop.org.uy

14 ANEXOS

- Anexo 1: Declaración de integridad e independencia

15 BRIEFS de comunicación para desarrollo de propuesta técnica

En todos los casos, desde INEFOP se proporcionarán los logos, imágenes y documentos que correspondan para el desarrollo de los trabajos de acuerdo con los lineamientos ya definidos, en cuanto a imagen institucional.

BRIEF 1: "Campaña institucional 15 años de INEFOP"

1. Contexto:

INEFOP celebra sus 15 años de existencia, un logro significativo que merece destacarse. La campaña institucional tiene como objetivo conmemorar este evento especial, resaltando los logros, el impacto y la contribución de INEFOP a lo largo de estos 15 años en el ámbito de la formación profesional. Esta celebración se presenta como una oportunidad única para dar a conocer la relevancia del trabajo del Instituto en el país.

Existe una percepción generalizada de que el Instituto brinda cursos exclusivamente para personas en situación de desempleo. Sin embargo, con esta campaña, buscamos ampliar esa visión, demostrando que INEFOP es la institución que impulsa la formación profesional para todas las personas, ya sean desempleadas o en actividad. Además, queremos comunicar que promovemos y ofrecemos herramientas e instrumentos para impulsar el desarrollo profesional de profesionales independientes, trabajadores dependientes, empresas y otras organizaciones. El objetivo es superar la percepción previa y resaltar que INEFOP está comprometido con la formación integral de todas las personas, contribuyendo al crecimiento y desarrollo continuo de diversos sectores de la sociedad.

2. Objetivos de la Campaña:

- Conmemorar los 15 años de creación de INEFOP.
- Reforzar la imagen y reconocimiento de INEFOP en el país.
- Comunicar los hitos y contribuciones clave alcanzados durante este periodo.
- Fomentar la participación y la conexión emocional con la audiencia.

3. Público Objetivo:

- Personas que han participado en programas de formación de INEFOP.
- Usuarios potenciales de INEFOP, personas y empresas, de todo el país.
- Entidades de capacitación que brindan cursos financiados por INEFOP.

4. Mensaje Central:

- "15 años promoviendo la formación profesional en Uruguay".

5. Elementos Clave:

- Logotipo conmemorativo de los 15 años.
- Hashtag oficial para la campaña.

6. Canales de Comunicación:

- Canales de televisión abierta
- Radio (Montevideo e interior)
- Soportes de vía pública (opcional)
- Redes Sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram)
- YouTube

7. Tonos y Estilos de Comunicación:

- Positivo y festivo para reflejar la celebración.
- Informativo para resaltar logros y contribuciones.
- Inspirador para motivar la participación y la conexión emocional.

8. Medios de Ejecución:

- Pieza audiovisual.
- Piezas gráficas (vía pública)
- Piezas redes sociales
- Piezas de radio

9. Presupuesto y Recursos:

- Fecha de ejecución: Marzo 2024

10. Evaluación de Resultados:

- Proponer indicadores clave de desempeño (KPIs) para medir el impacto de la campaña.

BRIEF 2: "Modelo de stand para eventos"**1. Contexto:**

INEFOP participará en diversos eventos y ferias a lo largo del año, presentando una oportunidad única para destacar nuestra presencia y comunicar nuestros servicios de formación profesional. El objetivo es diseñar un modelo de stand impactante que refleje la esencia de INEFOP y atraiga la atención del público en estos eventos.

2. Objetivos del stand:

- Generar interés y curiosidad entre los asistentes sobre los programas y servicios ofrecidos por INEFOP.
- Reforzar la identidad de la marca y destacar nuestra dedicación al desarrollo profesional.
- Proporcionar un espacio interactivo y acogedor para el diálogo con visitantes y potenciales colaboradores.

3. Público Objetivo:

- Asistentes a eventos y ferias relacionadas con la formación profesional.
- Potenciales usuarios y profesionales en búsqueda de oportunidades de desarrollo.
- Empresas interesadas en asociarse con INEFOP.

4. Elementos Clave:

- Logo e imágenes representativas de la marca INEFOP.
- Material promocional atractivo y informativo.
- Pantallas interactivas o demostraciones en vivo de plataformas educativas.
- Espacio para la interacción directa y consultas.

6. Diseño y Estilo

- Diseño moderno y limpio que refleje la identidad visual de INEFOP.
- Uso de colores corporativos para la coherencia de marca.
- Incorporación de elementos visuales que transmitan dinamismo y profesionalismo.
- El stand debe estar compuesto por elementos modulares que permitan flexibilidad y adaptación a distintos espacios y formatos en un espacio estándar de 3 x 2 metros.

7. Actividades planeadas:

- Breves presentaciones o charlas sobre la oferta formativa de INEFOP.
- Sesiones interactivas para demostrar herramientas y recursos disponibles.
- Eventos de networking en los que participa INEFOP junto a otras instituciones.

BRIEF 3: "Folleto promocional para programas de Empresas"

1. Contexto:

INEFOP está enfocando sus esfuerzos en promover y comunicar sus programas específicos para empresas. La creación de un folleto promocional se presenta como una herramienta clave para destacar la oferta de formación profesional dirigida a organizaciones y consolidar la presencia de INEFOP en el ámbito empresarial.

Más información sobre programas e instrumentos para empresas en <https://www.inefop.uy/empresas-otras-organizaciones>

2. Objetivos del Folleto:

- Generar interés y conciencia entre empresas sobre los programas de formación profesional ofrecidos por INEFOP.
- Resaltar la relevancia y beneficios de la formación para el desarrollo de los empleados y el crecimiento de las empresas.
- Fomentar la participación activa de empresas en los programas de formación de INEFOP.

3. Público Objetivo:

- Empresas de diversos sectores interesadas en invertir en el desarrollo profesional de sus empleados.
- Responsables de Recursos Humanos y líderes empresariales enfocados en el crecimiento y la capacitación de sus equipos.

4. Elementos Clave:

- Logo e imágenes representativas de INEFOP.
- Contenido atractivo y persuasivo sobre los programas para empresas.
- Reseñas de casos de éxito y testimonios de empresas que han participado en programas anteriores.

- Información sobre procesos de inscripción y contacto para consultas.

5. Diseño y Estilo:

- Diseño profesional y atractivo que refleje la identidad visual de INEFOP.
- Uso de colores corporativos para la coherencia de marca.
- Incorporación de elementos visuales que transmitan confianza y profesionalismo.

6. Contenido:

- Descripción clara y concisa de los programas disponibles para empresas.
- Énfasis en los beneficios y resultados tangibles para las empresas y sus empleados.
- Información sobre métodos de formación, duración y modalidades disponibles.

7. Adaptabilidad del Folleto:

- Diseño flexible para adaptarse a distintos formatos y presentaciones.
- Elementos modulares que permitan la fácil actualización de información.