	<b>TÉRMINOS DE REFERENCIA MATERIAL COMUNICACIONAL</b>	<b>Versión: 1</b>
		<b>Fecha de emisión: 10/08/2021</b>
		<b>Ultima revisión: 10/08/2021</b>
<b>Unidad de Comunicación Estratégica</b>		

**TÉRMINOS DE REFERENCIA  
SERVICIOS DE ELABORACIÓN DE PROGRAMAS DE RADIO Y NOTAS SOBRE EL COMERCIO JUSTO  
PARA MEDIOS RADIALES Y PLATAFORMAS DIGITALES**


<b>Título de la consultoría</b>	Servicios de elaboración de programas de radio y notas sobre el Comercio Justo para medios radiales y plataformas digitales
<b>Unidad de dependencia</b>	Unidad de Comunicación Estratégica
<b>Alcance</b>	América Latina y el Caribe
<b>Relaciones internas</b>	Unidad de Comunicación Estratégica, Direcciones Regionales, Especialista de Incidencia, Dirección Ejecutiva
<b>Relaciones externas</b>	Coordinadoras Nacionales de Comercio Justo Medios de comunicación radiales
<b>Reporta a</b>	Coordinación de Comunicación Estratégica
<b>Coordina con</b>	Gestoras de comunicación estratégica, Especialista de Incidencia

- **ACERCA DE CLAC**

La Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños(as) Productores(as) y Trabajadores(as) de Comercio Justo (CLAC), es una Asociación constituida con personería jurídica en El Salvador, que agrupa a las Organizaciones de Pequeños(as) Productores(as) (OPP's) y Organizaciones de Trabajadores(as) dentro del Comercio Justo. CLAC está organizada en "Coordinadoras Nacionales" y "Redes"; las primeras agrupan a las organizaciones miembros de CLAC por país, mientras que las Redes de Producto, agrupan a las organizaciones por producto independientemente del país en el que se encuentren y la Red de Trabajadores, agrupa a las organizaciones de trabajadores de los diferentes países.

El propósito inspirador de CLAC es: En CLAC somos la red de organizaciones de productores(as) y trabajadores(as) que lidera la promoción de los principios y valores del Comercio Justo en América Latina y el Caribe, y actuamos como agentes de cambio de nuestra propia realidad, contribuyendo a la construcción de un mundo más justo, equitativo y sostenible.

La visión de CLAC es ser la red líder en representación, acompañamiento y fortalecimiento de organizaciones de pequeños(as) productores(as) y trabajadores(as) de Comercio Justo en América Latina y El Caribe, impulsando el desarrollo sostenible y promoviendo el empoderamiento, la autogestión y los derechos humanos para alcanzar medios de vida dignos de productores(as), trabajadores(as) y sus comunidades. Y en este contexto, nuestras metas organizacionales son: 1) incrementar el acceso a mercados nuevos y existentes, 2) Fortalecimiento y desarrollo de la membresía, 3) Promover el Comercio Justo, los principios y valores, 4) Incidir por una producción, comercio, y consumo responsable para impulsar un desarrollo sostenible, 5) Sostenibilidad organizacional de CLAC, 6) Contribuir a los ODS a través de la inclusión de buenas prácticas sociales y ambientales.

	<b>TÉRMINOS DE REFERENCIA MATERIAL COMUNICACIONAL</b>	<b>Versión: 1</b>
		<b>Fecha de emisión: 10/08/2021</b>
		<b>Ultima revisión: 10/08/2021</b>
<b>Unidad de Comunicación Estratégica</b>		

- **ACERCA DE LAS COORDINADORAS NACIONALES**

Las Coordinadoras Nacionales son plataformas por país de Comercio Justo creadas por las mismas organizaciones de pequeños(as) productores(as), independientemente del rubro productivo al que pertenecen. Las Coordinadoras Nacionales representan a CLAC en su país o territorio, ejercen la defensa local de los intereses de CLAC y en coordinación con el Consejo Directivo y la Junta Administradora de CLAC, implementan aquellos programas o funciones delegadas por CLAC para su territorio.

- **CONTEXTO DE LA CONSULTORÍA**


En el marco de los esfuerzos de comunicación externa de CLAC, se ha planificado la elaboración de programas radiales sobre Comercio Justo que contengan varias secciones para informar sobre los diferentes programas y líneas de trabajo de CLAC y dar espacio para conocer las opiniones de los(as) pequeños(as) productores(as) y trabajadores(as) de Comercio Justo sobre diferentes temáticas de relevancia para la labor que desempeñan. Los programas radiales deben realizarse en un formato dinámico que permita compartir contenido de calidad con radios comunitarias y medios aliados y debe ser acompañado por notas periodísticas sobre las temáticas abordadas. Estos programas también se publicarán en el canal oficial de Spotify de CLAC.

- **OBJETIVOS DE LA CONSULTORÍA**

Elaborar diez programas radiofónicos sobre Comercio Justo a partir de entrevistas a actores relevantes del Comercio Justo, representantes del Consejo Directivo de CLAC y de organizaciones de pequeños(as) productores(as) y trabajadores(as) de Comercio Justo. Cada programa debe estar acompañado por una nota periodística y materiales de promoción para redes sociales y medios de comunicación radiales.

- **PRODUCTOS ESPERADOS**


N°	PRODUCTO	TEMA/OBJETIVO	CANTIDAD	DETALLES
1	Propuesta de secciones para el programa	Proponer una identidad para el programa radiofónico	1 documento – 5 viñetas de audio	Documento de Word 1 cortina de inicio, 1 cortina de cierre del programa y 3 viñetas de identificación de las secciones (10-30 segundos cada una)

	<b>TÉRMINOS DE REFERENCIA MATERIAL COMUNICACIONAL</b>	<b>Versión: 1</b>
		<b>Fecha de emisión: 10/08/2021</b>
		<b>Ultima revisión: 10/08/2021</b>
<b>Unidad de Comunicación Estratégica</b>		

<b>2</b>	Diez programas radiales sobre Comercio Justo	Difundir información sobre el Comercio Justo y CLAC	10	25 minutos cada programa
<b>3</b>	Diez cuñas para radio	Promover los programas en medios radiales	10	30 segundos
<b>3</b>	Diez notas periodísticas (una por programa)	Promover la información de cada programa	10	600 – 800 palabras
<b>4</b>	Diez portadas para Spotify y Youtube	Promover los programas radiales en el canal de Spotify de CLAC	20	10 Afiches de 1450 x 1450 px para Spotify  10 Afiches de 1920x1080 px para Youtube
<b>5</b>	Afiches o materiales para promover cada programa y diferentes secciones	Promover el contenido de los programas radiales	30	Afiches para diferentes redes sociales (3 afiches por programa – facebook, instagram y twitter)

• **REQUISITOS TÉCNICOS PARA PODCAST DE AUDIO**

N°	REQUISITOS
<b>1</b>	<p>Se entregará(n) el(los) archivos de audio o podcasts en los siguientes formatos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad sin comprimir en formato WAV o AIFF, estéreo</li> <li>• MP3 estéreo o archivo de audio MP4 con extensión M4A</li> <li>• Se entregará el programa completo, pero también las diferentes secciones por separado para poder subir los audios de forma independiente.</li> </ul>
<b>2</b>	<p>Se entregará además una imagen de portada del podcast para las diferentes plataformas digitales en las cuales se utilizará (Spotify y Youtube) en los respectivos formatos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Spotify: cuadrado 1450 x 1450 px</i></li> <li>• <i>Youtube: horizontal 1920x1080 px</i></li> </ul> <p><i>En todos los respectivos formatos debe utilizar el logo de CLAC respetando las indicaciones del <u>Manual de Marca de CLAC</u>.</i></p>
<b>3</b>	<p>La música utilizada en los podcasts debe estar libre de derechos de autoría o la empresa consultora debe contar con la autorización por escrito, la cual también debe ser entregada. También pueden utilizar la música de la cual CLAC tiene los derechos.</p>
<b>4</b>	<p>La producción debe estar en audio estéreo digital.</p>

 	<b>TÉRMINOS DE REFERENCIA MATERIAL COMUNICACIONAL</b>	<b>Versión: 1</b>
		<b>Fecha de emisión: 10/08/2021</b>
		<b>Ultima revisión: 10/08/2021</b>
<b>Unidad de Comunicación Estratégica</b>		

<b>5</b>	Las voces que se seleccionen para la locución deberán ser en castellano latino neutro o en idioma neutro (en caso de que los podcasts sean en otro idioma). El equipo de CLAC participará en la selección de las voces para los podcasts.
<b>6</b>	El equipo consultor deberá entregar la transcripción de cada uno de los podcasts en español para facilitar su traducción a diferentes idiomas. En caso de que el equipo consultor haga las traducciones a otros idiomas, deberá entregar también las transcripciones en cada idioma.
<b>7</b>	El equipo consultor entregará los archivos editables de los podcasts (en Adobe Audition), así como las grabaciones individuales y pistas que se hayan utilizado para los mismos en una carpeta. Además, deberán entregar las imágenes elaboradas para acompañar el podcast en formato editable (Adobe Illustrator o Photoshop).

**NOTAS IMPORTANTES:**

- Todos los procesos serán revisados y aprobados por CLAC: realización de guion, selección de las voces a utilizar, montaje y postproducción.
- La entrega de todo material (formatos, versiones y editables en Adobe Audition) por parte de la consultora/agencia/contratada se realizará de manera digital.
- En todo momento, se seguirán las especificaciones técnicas de Manual de Marca de CLAC.

• **REQUISITOS TÉCNICOS PARA EL MATERIAL GRÁFICO**

N°	REQUISITOS
<b>1</b>	Todos los productos gráficos deben elaborarse en los programas Adobe Illustrator o Adobe Photoshop según sea el caso. Además, debe tomarse en cuenta que todos los archivos deberán entregarse en su formato editable (esto significa que se permita la edición libre de imágenes, ilustraciones y texto). Todos los archivos vendrán empaquetados, contendrán todas las fuentes, fotos, imágenes, vínculos.
<b>2</b>	Todas las imágenes deben contener el logo de CLAC, utilizado como indica el <u>Manual de Marca de CLAC</u> , según sea el caso.
<b>3</b>	Los productos deben ser diseñados respetando el <u>Manual de Marca de CLAC</u> .

	<b>TÉRMINOS DE REFERENCIA MATERIAL COMUNICACIONAL</b>	<b>Versión: 1</b>
		<b>Fecha de emisión: 10/08/2021</b>
		<b>Ultima revisión: 10/08/2021</b>
<b>Unidad de Comunicación Estratégica</b>		

### PRODUCTOS PARA DIFUSIÓN A TRAVÉS DE REDES SOCIALES O WEB:

Los productos gráficos elaborados para redes sociales deben tener las siguientes medidas:

	Facebook	Instagram	Twitter	Youtube	Spotify
Post	1080 X 1080 píxeles	<b>Post cuadrado:</b> 1080 X 1080 px <b>Post rectangular:</b> 1200 X 628 px	1024 X 512 px		
Carrusel		1080 X 1080 px			
Stories	1080 X 1920 píxeles	1080 X 1920 px			
Feed		<b>Apaisada:</b> 1080 x 566 px <b>Vertical:</b> 1080 x 1350 px <b>Cuadrada:</b> 1080 x 1080 px			
Portada	820 X 312 píxeles		1500 x 500 px	1920x1080 px	1450 x 1450 px


- **REQUISITOS PARA LOS TEXTOS/REPORTAJES ESCRITOS**

N°	REQUISITOS
1	Textos en formato de nota periodística, destacando las declaraciones de las personas entrevistadas para los programas radiofónicos.
2	Se entregarán textos con extensión entre 600 a 800 palabras por texto en documento Word
3	Los textos deben incluir testimonios y frases de los entrevistados(as).
4	Entrega de los textos en el idioma original (español)
5	La consultoría/agencia contratada deberá entregar las autorizaciones de uso de imagen y de entrevista de todas las personas que aparezcan en el texto, debidamente firmados.

- **METODOLOGÍA SUGERIDA**

A continuación, se enumeran directrices generales que requiere CLAC para este tipo de contrataciones:

- a) Reunión inicial para: capacitación al equipo consultor sobre CLAC y sus políticas, revisar aspectos sobre los contenidos de los productos a entregar e información secundaria relevante para el contexto de la consultoría.

	<b>TÉRMINOS DE REFERENCIA MATERIAL COMUNICACIONAL</b>	Versión: 1
		Fecha de emisión: 10/08/2021
		Ultima revisión: 10/08/2021
<b>Unidad de Comunicación Estratégica</b>		

- b) El equipo consultor deberá presentar una propuesta de formato y secciones para el programa radiofónico sobre Comercio Justo.
- c) El equipo consultor contratado realizará las entrevistas acordadas de acuerdo con el contenido definido para cada programa. Las entrevistas se realizarán de forma virtual, utilizando el programa de videoconferencia que mejor funcione para el equipo de producción y para la persona que será entrevistada.
- d) El equipo consultor contratado debe encargarse de la recolección de los permisos de uso de material audiovisual firmados por parte de las personas que participarán en las entrevistas, siguiendo el formato establecido por CLAC.

- **PERFIL REQUERIDO PARA EL EQUIPO CONSULTOR**

N°	DESCRIPCIÓN	Indispensable	Deseable
1	Títulos universitarios en Periodismo, Comunicación, Mercadeo o carreras afines.	X	
2	Experiencia comprobada en producción de programas radiofónicos.	X	
3	Formación profesional y experiencia comprobada en producción de materiales promocionales para radio, redes sociales y medios digitales.	X	
4	Facilidad de relacionamiento, empatía y capacidad de generar confianza con diferentes audiencias.		X
5	Dominio nativo del español.	X	
6	Conocimiento del enfoque de género, participación ciudadana, procesos inclusivos y Comercio Justo.		X
7	Experiencia de trabajo con comunidades rurales, pequeños productores (as), trabajadores(as) agrícolas.		X
8	Experiencia mínima de 5 años trabajando en el área de Comunicación en producción radiofónica, documentación audiovisual o realización de al menos 3 consultorías similares.	X	
9	Conocimiento del contexto y realidad de los pequeños productores y trabajadores del Comercio Justo en Latinoamérica y el Caribe.		X
10	Alta capacidad para el diseño gráfico, comunicación institucional y creatividad.		X
11	Conocimiento de los principios y del enfoque de desarrollo y del Comercio Justo.		X
12	El equipo consultor debe estar radicado en uno de los países de América Latina y el Caribe.	X	
13	El equipo consultor tiene relaciones de trabajo con medios radiales en América Latina y el Caribe.		X

 	<b>TÉRMINOS DE REFERENCIA MATERIAL COMUNICACIONAL</b>	<b>Versión: 1</b>
		<b>Fecha de emisión: 10/08/2021</b>
		<b>Ultima revisión: 10/08/2021</b>
<b>Unidad de Comunicación Estratégica</b>		

- **RESPONSABILIDADES**

**Del equipo consultor/agencia contratada:**

- a) Elaboración del cronograma y plan ajustado a las exigencias del TdR, para el proceso de documentación audiovisual.
- b) Reuniones de trabajo con el equipo de CLAC para las orientaciones sobre el contenido de cada uno de los programas, elaboración del guión, realización de entrevistas y producción de las diferentes secciones y materiales promocionales.
- c) El equipo consultor deberá designar a una persona que será el presentador o presentadora del programa radiofónico. Además, deberá designar a un grupo de locutores que serán los encargados de producir las notas seleccionadas para cada sección del programa.
- d) Elaboración de los productos comunicacionales solicitados.
- e) Revisión con el equipo de CLAC del material audiovisual elaborado.
- f) Preparación de los productos finales.
- g) Entrega a CLAC de los productos finales y de todo el material obtenido durante la producción de los programas radiofónicos.
- h) El equipo consultor contratado seleccionado será responsable del manejo adecuado y ético de los elementos visuales, así como de los documentos e informaciones que les sean facilitados en el marco de la consultoría.
- i) El equipo consultor contratado debe encargarse de la recolección de los permisos de uso de material audiovisual firmados por parte de las personas que participaran de las entrevistas, siguiendo el formato establecido por CLAC.


**De CLAC:**

- a) Orientar al equipo consultor contratado en la elaboración de su ruta de trabajo para la realización de los productos comunicacionales.
- b) Entregar oportunamente la documentación pertinente al equipo consultor, así como orientarlo sobre su uso.
- c) Entregar material radiofónico producido previamente por CLAC que pueda servir como ejemplo o que pueda utilizarse como insumo para los programas radiofónicos.
- d) Retroalimentar al equipo consultor contratado sobre los productos de la consultoría.
- e) Realizar una inducción sobre CLAC y sus políticas.
- f) Realizar la contratación de los servicios, siguiendo las políticas, manual y procedimientos de adquisiciones definidos.

- **CONDICIONES DE LA CONTRATACIÓN**

**DURACIÓN DE LA CONSULTORÍA: (6 meses)**

Para agilizar y facilitar la realización de las actividades en el terreno, el equipo consultor contratado recibirá el apoyo del equipo de CLAC, quien facilitará los contactos, la información general necesaria y apoyará en la definición del cronograma general; sin embargo, el equipo consultor contratado

	<b>TÉRMINOS DE REFERENCIA MATERIAL COMUNICACIONAL</b>	<b>Versión: 1</b>
		<b>Fecha de emisión: 10/08/2021</b>
		<b>Ultima revisión: 10/08/2021</b>
<b>Unidad de Comunicación Estratégica</b>		

debe encargarse de realizar el contacto directo con las personas a ser entrevistadas para definir los tiempos para las entrevistas virtuales.

**PAGOS (cronograma de desembolsos):**

Los pagos por la realización de esta consultoría incluirán tanto los honorarios de la consultoría/agencia contratada, como cualquier pago relacionado con logística y desplazamientos por el país, por lo que debe ser tomado en cuenta al momento de presentar las propuestas para esta consultoría. Se harán cuatro desembolsos distribuidos de la siguiente manera:

Producto	Porcentaje
Firma del contrato y cronograma de trabajo aprobado	30%
Entrega de la propuesta aprobada del programa radiofónico, con sus diferentes secciones y viñetas y del primer programa radiofónico producido.	20%
Entrega de los primeros 5 programas radiofónicos terminados, con las notas periodísticas y materiales promocionales	20%
Entrega final de los diez programas radiofónicos producidos y aprobados, cada uno con sus notas periodísticas y materiales promocionales.	30%

**NOTA:** CLAC realizará pagos al equipo consultor contratado que sea seleccionada sin incurrir en retenciones de ningún tipo. Las obligaciones fiscales que se generen como resultado de esta consultoría, estarán bajo la responsabilidad única del equipo consultor contratado, de acuerdo con lo establecido en la legislación del país respectivo o de residencia de éste(os/as).

**PROPIEDAD INTELECTUAL**

Queda establecido en los presentes términos de referencia, que serán parte indivisible del contrato que genera la contratación de la consultoría/agencia, que todo **material audiovisual, fotográfico, comunicacional o producción intelectual** resultante del trabajo realizado y todas otras informaciones complementarias serán consideradas desde su elaboración como propiedad de **CLAC y Fairtrade Internacional**, quienes tendrán los derechos exclusivos para publicarlos o divulgarlos. Del mismo modo el equipo consultor no podrá usar los documentos/productos, ni contenido resultante de la presente contratación en ningún acto, presentación, etc., si no cuenta con la autorización escrita de CLAC.

La música ambiental que acompañe el trabajo audiovisual ha de estar libre de derechos de autor o disponer de la autorización escrita.

- **CONSIDERACIONES GENERALES**

- a) El trabajo puede ser realizado por un equipo consultor, agencia o empresa con experiencia comprobable de acuerdo con los requisitos descritos.



	<b>TÉRMINOS DE REFERENCIA MATERIAL COMUNICACIONAL</b>	<b>Versión: 1</b>
		<b>Fecha de emisión: 10/08/2021</b>
		<b>Ultima revisión: 10/08/2021</b>
<b>Unidad de Comunicación Estratégica</b>		

- b) Los costos de comunicación, de transferencias y cualquier otro en que se incurra, correrán por cuenta de la agencia/equipo consultor contratado.
- c) El equipo operativo de CLAC brindará el acompañamiento necesario para los contactos y la coordinación de visitas con los productores(as) y trabajadores(as), así como los formatos y las líneas directrices para la recolección de información.
- d) Toda la información y todos los materiales audiovisuales recolectados deberán ser entregados a CLAC al final de la consultoría.
- e) La agencia/equipo consultor contratado se sujetará al marco Legal y Fiscal del lugar de suscripción del contrato.
- f) Se deberá preservar absoluta confidencialidad sobre la información y documentación a la que tenga acceso o se le facilite de manera formal e informal, pudiendo ser pasible a sanciones en caso de incumplir con la confidencialidad requerida.
- g) En caso de incumplimiento al plazo de presentación, la consultoría/agencia contratada será multada con el uno por ciento (1%) por cada día calendario de retraso del monto total. Las multas no podrán exceder el 20% del monto total del contrato dando lugar a la resolución de este. En caso de un acuerdo entre partes, por motivo de fuerza mayor el plazo puede extenderse sin incurrirse en ninguna multa.

- **RECEPCION DE PROPUESTAS**

Con base en la revisión exhaustiva de los términos de referencia podrán enviar su propuesta a la dirección electrónica [adquisiciones@clac-comerciojusto.org](mailto:adquisiciones@clac-comerciojusto.org) con copia a [noe.h@clac-comerciojusto.org](mailto:noe.h@clac-comerciojusto.org) con el asunto: “**Servicios de elaboración de programas de radio y notas sobre el Comercio Justo para medios radiales y plataformas digitales**”.

**Fecha última de recepción de propuestas completas, a más tardar el 25 de agosto de 2022**

Se recomienda que las personas interesadas envíen sus propuestas considerando al menos los siguientes elementos:

- Hoja de vida del consultor(a) / equipo
- Carta de motivación
- Propuesta metodológica, técnica y económica detallada
- Muestras de trabajos anteriores\* (artículos, programas radiales, materiales promocionales)
- Referencias

**\*Importante:** *El envío de estos documentos por correo electrónico no debe exceder de 50MB, de lo contrario se recomienda hacer el envío a través de OneDrive, Google Drive, WeTransfer o similares.*

**NOTAS:**

- *Propuestas incompletas o que no tomen en cuenta las indicaciones del TDR serán descartadas automáticamente.*
- *De tener consultas acerca del TDR, por favor dirigir un e-mail con prontitud al correo electrónico indicado con sus inquietudes para ofrecer más información y/o detalles.*