

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

**TÉRMINOS DE REFERENCIA
MATERIAL COMUNICACIONAL (VIDEOS, MATERIAL GRÁFICO, PODCASTS)**

Título de la consultoría	Diseño de infografías para la socialización de resultados y productos estratégicos de la unidad de Planificación, Monitoreo, Evaluación y Aprendizaje (PMEL) sobre el Comercio Justo.
Unidad de dependencia	Planificación, Monitoreo, Evaluación y Aprendizaje (PMEL)
Alcance	CLAC brinda servicios a organizaciones certificadas Fairtrade en 24 países de Latinoamérica y Caribe.
Relaciones internas	Planificación, Monitoreo, Evaluación y Aprendizaje (PMEL) Unidad de Comunicación Estratégica
Relaciones externas	No aplica
Reporta a	Coordinación PMEL
Coordina con	Oficial de Gestión del Conocimiento

- **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 Comercio Justo es un enfoque alternativo al comercio convencional y se basa en una alianza entre productores(as) y consumidores(as). Cuando los agricultores pueden vender en términos de Comercio Justo, les proporciona un mejor trato y mejores términos de intercambio.

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.

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

El soporte directo con los(as) productores(as) para su fortalecimiento y desarrollo se conduce bajo la Planeación Estratégica de CLAC que es vigente desde 2022 hasta finales de 2024. Los objetivos estratégicos son: 1) Optimizar el acceso a mercados a través del impulso del Comercio Justo en el Norte y el Sur, 2) Incrementar los niveles de empoderamiento y desarrollo de la membresía, mediante la implementación de una oferta integral de servicios, que responda a sus necesidades, prioridades y expectativas, 3) Implementar una estrategia integral de posicionamiento e incidencia de CLAC frente a los valores del comercio justo, para promover la producción y el consumo responsable en AL y Caribe, 4) Incrementar las capacidades organizacionales de las estructuras y el equipo operativo de CLAC para garantizar mejores resultados.

- **CONTEXTO DE LA CONSULTORÍA**

Como parte de las labores de CLAC para contribuir en la consolidación del Comercio Justo como una alternativa viable y sostenible de acceso a condiciones justas de mercado para pequeños(as) productores(as) y trabajadores(as) agrícolas, una acción consiste en el desarrollo de información de evidencia sobre los resultados que se generan tras la operación de este sistema, específicamente sobre la realidad de las organizaciones de productores(as) y trabajadores(as) que forman parte.

Es así como el identificar áreas clave de conocimiento para la realización de investigaciones, evaluaciones, etc. es vital para apoyar esta labor de generación de evidencia, misma que le permita, tanto a los actores internos del sistema, como externos, generar aprendizajes acerca de las mejores estrategias y sus efectos derivados. De esta manera, no solo la generación de información es importante, sino la labor de comunicación de esta, por lo que se identifica como una necesidad creciente el desarrollar, a partir de los mensajes clave identificados de los diferentes esfuerzos de investigación, diferentes productos de divulgación que contribuyan a una socialización más efectiva de estos mensajes.

Uno de estos productos es la generación de infografías, articuladas a partir de temas específicos y respaldados por acciones de investigación y/o evaluaciones llevadas a cabo en los ámbitos inmediatos de las organizaciones.

Una de las labores de la Unidad de Monitoreo, Evaluación y Aprendizaje de la CLAC es precisamente identificar las áreas necesarias de conocimientos a partir de las cuáles diseñar y llevar a cabo procesos de investigación y/o evaluación que permitan generar información de evidencia y con ello potenciar el aprendizaje sobre estos temas. Para apoyar el diseño de diferentes productos de comunicación que coadyuven a la labor de socialización de resultados, se ha considerado necesario contar con el apoyo de un profesional en diseño gráfico que pueda, en coordinación con el Oficial MEL de Gestión de Conocimiento y la Unidad de Comunicación Estratégica, generar un paquete de infografías para comunicar resultados de acciones de investigación/evaluaciones apoyadas desde la unidad MEL.

Por lo anterior, se preparan los presentes Términos de Referencia para generar dicha contratación.

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

- **OBJETIVO DE LA CONSULTORÍA**

Diseñar productos de comunicación-aprendizaje (infografías) sobre resultados de investigaciones /evaluaciones apoyadas por la Unidad de Monitoreo, Evaluación y Aprendizaje de CLAC para potenciar la divulgación de mensajes clave vinculados con los efectos del Comercio Justo en las organizaciones de pequeños(as) productores(as) y trabajadores(as) dentro del sistema Fairtrade.

Objetivos específicos

1. Proponer las mejores alternativas para el diseño de las infografías a partir de los mensajes clave identificados por la Unidad MEL.
2. Validar con CLAC la selección de los diseños que mejor se adapten a los mensajes clave a comunicar mediante las infografías diseñadas.

- **PRODUCTOS ESPERADOS**

El/la consultor(a) deberá analizar los insumos disponibles de la Unidad MEL, generados como mensajes clave derivados de la revisión de investigaciones/evaluaciones, para seleccionar el diseño más adecuado que permita la divulgación de estos de una manera más efectiva en términos comunicacionales.


Para esto se realizarán sesiones de trabajo principalmente con el Oficial MEL de Gestión de Conocimientos, coordinándose con un(a) gestor(a) de Comunicaciones, para revisar y seleccionar la inclusión de los mensajes clave, así como el diseño de las infografías, respetando los parámetros de diseño establecidos por la Unidad de Comunicaciones de CLAC.

El/la consultor(a) deberá mantener una adecuada coordinación y comunicación efectiva entre las unidades CLAC involucradas.

N°	PRODUCTO	TEMA/OBJETIVO	CANTIDAD
1	Infografías generadas a partir de los mensajes clave derivados de investigaciones/evaluaciones y otros recursos seleccionados por la Unidad MEL.	Áreas temáticas vinculadas a investigaciones y evaluaciones, así como diferentes procesos, vinculados al accionar de la Unidad PMEL	13

- **REQUISITOS TÉCNICOS PARA EL MATERIAL GRÁFICO**

N°	REQUISITOS
1	Todos los productos gráficos deben elaborarse en los programas Adobe Illustrator, Adobe Photoshop o Adobe Indesign, 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.

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

2	<p>Todas las imágenes deben contener el logo de CLAC, utilizado como indica el <i>Manual de Marca de CLAC</i>, según sea el caso.</p> <p>Además, si se diseña un boletín, brochure, catálogo, revista o afiche debe contener siempre el sitio web de CLAC (www.clac-comerciojusto.org) y el correo institucional: info@clac-comerciojusto.org</p>
3	<p>Los productos deben ser diseñados respetando el <i>Manual de Marca de CLAC</i>.</p>

PRODUCTOS Y MEDIDAS SUGERIDAS:

A continuación, encontrará algunos productos con sus medidas sugeridas; estas pueden variar según la necesidad:

PRODUCTO	MEDIDA
Afiche	11 x 17 pulgadas
Brochure	Ancho: 6 x 9 pulgadas (cada cuerpo) Delgado: 3.65 x 8.5 pulgadas (cada cuerpo)
Infografía	11 X 17 pulgadas
Revista o publicación	8.5 x 11 pulgadas vertical u horizontal
Boletín pequeño	9 x 6 pulgadas vertical u horizontal



- METODOLOGÍA SUGERIDA**

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

- Reunión inicial para: capacitación a la(s) persona(s) 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.

- PERFIL REQUERIDO PARA CONSULTORÍA/AGENCIA**

N°	DESCRIPCIÓN	Indispensable	Deseable
1	Título universitario en Diseño Gráfico, Comunicación, Mercadeo o carreras afines.	X	
2	Experiencia comprobada en producción de artículos, reportajes y entrevistas.	X	
3	Formación profesional y experiencia comprobada en producción audiovisual.	X	
4	Facilidad de relacionamiento, empatía y capacidad de generar confianza con diferentes audiencias.	X	

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

5	Dominio nativo del español y avanzado de inglés.		X
6	Conocimiento del contexto y realidad de los pequeños productores y trabajadores del Comercio Justo en Latinoamérica y el Caribe.		X
7	Alta capacidad para el diseño gráfico, comunicación institucional y creatividad.	X	

- **RESPONSABILIDADES**

De la consultoría/agencia contratada:

- a) Elaboración del cronograma y plan ajustado a las exigencias del TdR, para el proceso de documentación audiovisual, fotográfico, animación y/o documental.
- b) Reuniones de trabajo con el equipo de CLAC para las orientaciones sobre el guion de los audiovisuales, revisión de documentos, realización de entrevistas y participación en actividades en el terreno.
- c) Elaboración de los productos comunicacionales solicitados.
- d) Revisión con el equipo de CLAC del material audiovisual elaborado.
- e) Preparación de los productos finales.
- f) Entrega a CLAC de los productos finales y de todo el material obtenido durante la filmación sin editar.
- g) La consultora/agencia contratada seleccionada 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.
- h) La consultora/agencia contratada debe encargarse de la recolección de los permisos de uso de imagen firmados por parte de las personas que participaran de los videos, entrevistas y/o fotos, siguiendo el formato establecido por CLAC.

De CLAC:

- a) Orientar la consultoría/agencia contratada y/o su equipo en la elaboración de su ruta de trabajo para la realización de los productos comunicacionales.
- b) Entregar oportunamente la documentación pertinente a la consultoría/agencia contratada, así como orientarlo sobre su uso.
- c) Retroalimentar a la consultoría/agencia contratada sobre los productos de la consultoría.
- d) Realizar una inducción sobre CLAC y sus políticas.
- e) Realizar la contratación de los servicios, siguiendo las políticas, manual y procedimientos de adquisiciones definidos.

- **CONDICIONES DE LA CONTRATACIÓN**

DURACIÓN DE LA CONSULTORÍA:

Esta consultoría tendrá un período de **2 meses** en total.

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

Para agilizar y facilitar la realización de las actividades en el terreno, la consultoría/agencia contratada 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, la consultoría/agencia contratada debe encargarse de realizar el contacto directo con las organizaciones para definir un plan detallado y realizar de forma independiente las visitas necesarias.

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 3 desembolsos distribuidos de la siguiente manera:

Producto	Porcentaje
Firma del contrato y cronograma de trabajo aprobado	20%
Entrega de primer paquete de Infografías	30%
Entrega de segundo paquete y final de Infografías y archivos editables.	50%

NOTA: CLAC realizará pagos a la consultoría/agencia contratada 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 de la consultoría/agencia contratada, 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 (y Coordinadora Nacional si aplica)**, quienes tendrán los derechos exclusivos para publicarlos o divulgarlos. Del mismo modo la consultoría/agencia 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.

CONSIDERACIONES GENERALES

- a) El trabajo puede ser realizado por un(a) consultor(a), agencia, empresa o equipo de consultores(as) con experiencia comprobable de acuerdo con los requisitos descritos.
- b) Los costos de comunicación, de transferencias y cualquier otro en que se incurra, correrán por cuenta de la consultoría/agencia contratada.

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

- c) El equipo operativo de CLAC brindará el acompañamiento necesario para los contactos y la coordinación de visitas con los productores(as), así como los formatos y las líneas directrices para la recolección de información.
- d) Toda la información y todos los materiales fotográficos y videos recolectados deberán ser entregados a CLAC al final de la consultoría.
- e) La consultoría/agencia contratada 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 con copia a Marlon.m@clac-comerciojusto.org con el asunto: “**Diseño de productos de aprendizaje PMEL**”.

Fecha última de recepción de propuestas completas, a más tardar el 05 de octubre del 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, fotos, videos)
- 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.*