

Términos de Referencia

Título de la consultoría	Desarrollo y ejecución del Plan de Comunicación y Marketing del Proyecto Mercado Sur Sur Brasil
Unidad de dependencia	Dirección Comercial
Alcance	Brasil
Relaciones internas	Gestora de Proyecto Mercado Sur Sur
Relaciones externas	Organizaciones / Consultores
Reporta a	Dirección Comercial

Contexto de la consultoría

En su plan estratégico, CLAC contempla algunas prioridades y una de ellas está dirigida a incrementar los mercados existentes y nuevos. Así, estamos en la fase de implementación del Proyecto Piloto Mercado Sur Sur Brasil, que tiene 02 (dos) ejes prioritarios: Mercado y Cultura de Comercio Justo. Este trabajo corona todos los esfuerzos dirigidos a los pequeños productores (as), con énfasis en la apertura, mantenimiento y ampliación de los canales de venta.

Para que estos canales de comercialización se abran efectivamente, es fundamental estructurarnos para el lanzamiento de la marca FAIRTRADE en Brasil y en todos sus desarrollos.

Consideramos que una marca, aún sin haber sido efectivamente lanzada en un determinado territorio, indudablemente ya tiene competidores – fácil o difícilmente mapeados. Somos conscientes de que los productos y servicios innovadores en el mercado tienen la capacidad de destruir, en poco tiempo, la posición aparentemente cómoda de las empresas líderes. Para hacer frente a la competencia o sobrevivir, las organizaciones necesitan reinventarse continuamente, ya sea a través de su cartera de productos y servicios; de sus métodos de producción; sus estrategias de marketing y/o tecnologías de productos y procesos, esto es solo un ejemplo.

Nuestro enfoque, a través de este trabajo, está dirigido a la elaboración y ejecución del Plan de Comunicación y Marketing del Proyecto Piloto Mercado Sur Sur Brasil, con el fin de permitir a las organizaciones de pequeños productores (as) y trabajadores (as) asociados (as) a CLAC explorar e insertar sus productos en el mercado brasileño.

La consultoría/agencia contará con los insumos necesarios (estudio de mercado, banco de fotos y videos) para la provisión de servicios especializados en el área de Comunicación Social y Marketing. Por lo tanto, la consultoría/agencia estará a cargo de elaborar y ejecutar un plan de comunicación y marketing, por un período de 12 (doce) meses, para el lanzamiento y posicionamiento de la marca FAIRTRADE en Brasil, priorizando, en este momento, el Región Sudeste, involucrando los estados de Espírito Santo, Minas Gerais, Rio de Janeiro y São Paulo, potenciales mercados consumidores.

I) **Objetivo de la Consultoría**

Desarrollar y ejecutar un plan anual de comunicación y marketing para el lanzamiento y posicionamiento de la marca Fairtrade en Brasil.

Información adicional para el desarrollo de las obras a ser compartida con la empresa ganadora, después de firmas del contrato a suscribir con CLAC:

Evaluación de la demanda real y el perfil del consumidor potencial para el lanzamiento de la marca FAIRTRADE en Brasil

- Ubicaciones donde estos consumidores tenderían a buscar productos FAIRTRADE;
- Estimación del número de consumidores potenciales de productos FAIRTRADE, a saber: café (tostado, tostado y molido, soluble y en cápsulas), jugos (en las categorías más comercializadas en Brasil, a especificar en la propuesta) y vinos (en las categorías más comercializadas en Brasil, a especificar en la propuesta);
- Definición de perfiles de consumidores potenciales de productos FAIRTRADE. Categorización de este consumidor, abordando varios temas, incluyendo tendencias hasta 2025.

Indicación del (los) eje(s) principal(es) que deberán guiar la estrategia que será adoptada para el lanzamiento de la marca FAIRTRADE en Brasil.

Se considerarán los pilares de acción de CLAC/FAIRTRADE en relación con Fairtrade, percibidos como diferenciales prioritarios de la certificación FAIRTRADE, a saber:

- ✓ Respeto por el medio ambiente,
- ✓ Inocuidad de los alimentos,
- ✓ Trazabilidad,
- ✓ Comercio directo entre productores y consumidores,
- ✓ Renta digna para productores y trabajadores,
- ✓ Valoración de los mercados locales.

Además de los temas relacionados con los Ejes Transversales:

- ✓ Género,
- ✓ Cambio Climático,
- ✓ Soberanía Alimentaria,
- ✓ Protección de la Infancia,
- ✓ Inclusión de la Juventud,
- ✓ Sustentabilidad Ambiental,
- ✓ Respeto a los Derechos Humanos (Cumplimiento de la legislación laboral; mitigación del trabajo esclavo; apoyo a los más vulnerables, etc.).

Destacamos los puntos considerados más estratégicos, a ser adoptados para fundamentar el lanzamiento de la marca FAIRTRADE en Brasil, junto con los consumidores potenciales (B2C) y los interlocutores de las diferentes cadenas, responsables por las compras y/o programas de sustentabilidad de estos productos (B2B).

También se compartirá un extracto del informe con tabulación y análisis de la información, con base en la investigación, indicando cuáles serían los pilares de la actuación de CLAC, que tendrían mayor impacto en el consumidor potencial de productos FAIRTRADE en Brasil (B2C) y sobre los interlocutores de las diferentes cadenas (B2B), con razones que sustentan esta conclusión.

La marca FAIRTRADE será lanzada en Brasil basada en el concepto de Mejora Continua e Innovación. Así, la consultoría debe utilizar los medios necesarios para crear un Plan de Comunicación y Marketing acorde con este concepto, desarrollando sugerencias de las estrategias más adecuadas para la construcción de este proceso.

En los archivos [BriefingCampaña](#) y [GlobalStrategy](#) proporcionamos información general sobre la y la Campaña “¿Qué es Justo?” y la estrategia global FAIRTRADE, que deben servir de base para el desarrollo del Plan, objeto de este TDR.

II) Productos esperados

Plan de Comunicación y Marketing para el lanzamiento y posicionamiento de la marca Fairtrade en Brasil. El plan debe incluir las fases de: prelanzamiento, lanzamiento y post lanzamiento. El plazo establecido para la realización de estos servicios es de 1 año. La propuesta deberá presentar valores detallados, por productos y servicios a ser entregados, así como un cronograma de trabajo y sus respectivas fases.

Es fundamental que el Plan de Comunicación y Marketing sea desarrollado con el objetivo principal de generar negocios para las organizaciones de pequeños productores (as) y trabajadores (as) asociados (as) a CLAC, a través de la inserción de sus productos en el mercado brasileño.

El Plan de Comunicación y Marketing también debe incluir los siguientes temas, con información sobre la cantidad de piezas a elaborar y/o servicios a brindar, así como la frecuencia de cada acción.

- Creación y desarrollo de piezas para medios online y offline, tales como: banners, trípticos, panfletos, fachadas y otros;
- Desarrollo de proyectos gráficos;
- Desarrollo de la identidad visual;
- Asesoría en el desarrollo del sitio web del proyecto Mercado Sur Sur Brasil
- Actualizar, producir y administrar el contenido del sitio web (insertar número de publicaciones, frecuencia, formato, contenido y otros elementos que se cubrirán en la propuesta);
- Tratamiento de imagen;
- Creación y gestión de las redes sociales Facebook e Instagram, así como la creación y publicación de posts, portadas y toda la estructura de ambas redes sociales;
- Determinación de los Key Performance Indicators (KPIs) de las redes sociales Facebook e Instagram, con presentación de reportes mensuales de las métricas;
- Producción de materiales publicitarios gráficos para redes sociales (pagadas y orgánicas) y otros medios;
- Planificación y ejecución de campañas publicitarias para redes sociales, así como elaboración de un calendario de contenidos editoriales;
- Producción de contenidos para periódicos y otros medios;

- Desarrollo de estrategia para la difusión de e-mail marketing, proponiendo frecuencia y contenido;
- Elaboración de una propuesta de calendario de eventos estratégicos para el lanzamiento de la marca FAIRTRADE en Brasil. El segundo sábado de mayo, Mes del Comercio Justo – Día Internacional del CJ (incluida la Semana Internacional del Café – SIC) debe ser considerado como punto de partida. El enfoque inicial de la Iniciativa está dirigido a los siguientes segmentos: café, jugo de naranja y vino;
- Elaboración y ejecución de evaluación de la implementación del plan de comunicación y marketing, con medición de resultados.

III) Duración y condiciones del contrato

La empresa consultora seleccionada será contratada por un período de 01 año, contado a partir de la fecha de firma del contrato, para la ejecución de las obras previstas en este TDR;

Todos los productos se entregarán en portugués y los informes se entregarán en español y portugués, incluidas las presentaciones en power point.

Todo el material que surja del desarrollo de este Plan de Comunicación y Marketing será analizado por el equipo técnico responsable del Proyecto, en un plazo a convenir, contado a partir de la fecha de entrega de dicho material. Es cierto que se podrán exigir ajustes a la empresa contratada para que estos materiales puedan ser efectivamente aceptados;

En caso de que se requieran ajustes en los materiales entregados a CLAC, se acordarán plazos entre los equipos CLAC y la consultoría contratada para la revisión de los productos, así como un plazo para que el equipo CLAC revise dichos productos y formalice su aceptación;

Se debe estructurar un cronograma detallado y presentarlo al equipo CLAC, para posibles ajustes, para el inicio efectivo de los trabajos. Se deberá contemplar por lo menos 02 (dos) reuniones de trabajo mensuales, entre la empresa contratada y CLAC,

A medida que avance la obra y se generen los productos, estos deberán ser presentados a la CLAC, para su conocimiento, aprobación y, en su caso, ajustes que deberá realizar el contratista. Estos productos deberán ser reenviados a CLAC para una nueva evaluación y posicionamiento de la organización al respecto, dado que CLAC aprobará y/o recomendará posibles ajustes a los materiales a desarrollar.

Los pagos se realizarán, previa firma del contrato y de conformidad con lo anterior, cuyos datos serán validados y especificados, junto con el cronograma físico y financiero respectivo.

Paso 1 - Propuesta del Plan Anual de Comunicación y Marketing, con cronograma físico y financiero, junto con el calendario de contenidos editoriales para redes sociales y medios - de la Fase 1 (Prelanzamiento) - totalmente presentado para análisis, consideraciones, eventuales ajustes y aprobación de CLAC. **Al final de la Etapa 1, se debe entregar un informe de resultados a la CLAC, según el formato proporcionado por esta organización, en portugués y español.**

Paso 2 – Ejecución total y completa de la Fase 1 (Prelanzamiento) del Proyecto. Presentación del calendario de contenidos editoriales para redes sociales y medios - de la Fase 2 (Lanzamiento). Este

material deberá ser presentado en su totalidad para su análisis, consideración, eventuales ajustes y aprobación por parte de la CLAC. **Al final de la Etapa 2, se debe entregar un informe de resultados a CLAC, según el formato proporcionado por esta organización, en portugués y español.**

Paso 3 – Ejecución total y completa de la Fase 2 (Lanzamiento) del Proyecto. Presentación del calendario de contenidos editoriales para redes sociales y medios - de la Fase 3 (Post-Lanzamiento). Este material deberá ser presentado en su totalidad para su análisis, consideración, eventuales ajustes y aprobación por parte de la CLAC. **Al final de la Etapa 3, se debe entregar un informe de resultados a CLAC, según el formato proporcionado por esta organización, en portugués y español.**

Paso 4 – Ejecución total y completa de la Fase 3 (Post-Lanzamiento) del Proyecto. Elaboración y ejecución de evaluación de la implementación del plan de comunicación y marketing, con medición de resultados. Este material deberá ser presentado en su totalidad para su análisis, consideración, eventuales ajustes y aprobación por parte de la CLAC. **Al final de la Etapa 4, se debe entregar un informe de resultados a CLAC, según el formato proporcionado por esta organización, en portugués y español.**

Se deben entregar dos (2) presentaciones con el trabajo desarrollado, con el contenido de medir los resultados del Plan de Comunicación y Marketing (una con todo el contenido y la otra de forma más sintética, en portugués y español), junto con un informe final que engloba todas las etapas del trabajo desarrollado.

Es cierto que todos los productos y servicios derivados de este contrato deben ser aprobados formalmente por CLAC, pudiendo exigirse ajustes a estos materiales, cuando sea necesario. Esto incluye la aprobación previa de todos los servicios y productos relacionados con cada fase de la propuesta.

CLAC pagará a la empresa contratada sin incurrir en retenciones de ningún tipo, por lo que las obligaciones tributarias generadas como consecuencia de esta prestación de servicios estarán a cargo de la empresa contratada, de conformidad con la legislación brasileña.

NOTA: Los recursos para la contratación de espacios publicitarios (tarifa) en medios de comunicación no deben incluirse en la oferta económica, únicamente el costo de los servicios que serán ofrecidos por la empresa a contratar.

Todos los gastos necesarios para la ejecución de los servicios objeto de este TDR, incluidos impuestos, transferencias bancarias y/o cualesquiera otros que se produzcan, serán por cuenta única y exclusiva de la empresa contratada.

La empresa contratada deberá mantener una comunicación fluida con el interlocutor (a) designado (a) por CLAC, responsable de la interfaz entre CLAC y la empresa contratada para las aclaraciones que sean necesarias en relación con el trabajo a desarrollar.

Se realizarán por lo menos 02 (dos) reuniones quincenales, con la duración necesaria para el seguimiento y ejecución de los trabajos, entre representantes de CLAC y representantes de la empresa contratada, para dar seguimiento a las actividades a desarrollar, o cuando sea necesario. Estas reuniones deberán estar incluidas en el cronograma de actividades a ser propuesto por la empresa contratada.

IV) Plan de entrega, verificación y edición final

La empresa consultora deberá presentar un Plan de Trabajo que incluya el tiempo estimado necesario (con una breve justificación) para el desarrollo de cada producto.

V) Requisitos de la empresa contratista

Las empresas interesadas en prestar estos servicios de consultoría deberán demostrar que cumplen con los siguientes requisitos:

- Empresa de Comunicación y Marketing con al menos 5 años de experiencia en el desarrollo de Planes de Comunicación y Marketing para el lanzamiento de grandes marcas, con foco en mercados B2B y B2C;
- Empresa de Comunicación y Marketing, con experiencia de al menos 5 (cinco) años, que preste servicios en el desarrollo de identidad visual y/o marca institucional para el sector público o privado;
- Empresa de Comunicación y Marketing, con experiencia en Comunicación y Marketing, con experiencia de al menos 5 (cinco) años en la elaboración de planes de medios y en la contratación de espacios publicitarios (compra de agenda) en medios y redes sociales;
- Empatía con la causa Fairtrade.

Todas las pruebas de experiencia y prestación de servicios mencionadas en este TDR se refieren única y exclusivamente al mercado brasileño.

VI) Diferenciales

Serán percibidos como diferenciales para efectos de la evaluación de las propuestas:

- a) la empresa que tenga en su portafolio obras desarrolladas en relación con el Comercio Justo y/o obras similares que estén en consonancia con los fines del comercio justo y/o economía solidaria.
- b) el nivel de creatividad que orientará el formato de la propuesta técnico-financiera a ser presentada por las empresas.

Será objeto de este proceso de selección el análisis de los siguientes elementos, en relación con las personas jurídicas y sus respectivos trabajadores:

- Certificados de la empresa candidata, que acrediten su experiencia en este segmento;
- Portafolio de empresas candidatas.

VII) Condiciones de Contratación

El tiempo estipulado para esta consultoría es de 1 año. La entrega de los productos se realizará de acuerdo con el cronograma preestablecido y aprobado por CLAC.

Nota: Para agilizar y facilitar la realización de las actividades, la consultoría contará con el apoyo del equipo operativo del Proyecto Mercado Sur Sur Brasil y de la Unidad de Comunicación Estratégica, quienes le brindarán la información general necesaria y la apoyarán en relación con el definición del horario general.

VIII) Principales responsabilidades de la empresa contratada:

1. Preparar un plan de entrega, especificando: cronograma esperado para el desarrollo del Plan de Comunicación y Marketing del Proyecto, que abarque todos los productos mencionados anteriormente;
2. Seguir las especificaciones del manual de marca proporcionado por CLAC;
3. Participar en las reuniones de trabajo con el equipo operativo de CLAC, coordinado por la Unidad de Comunicación Estratégica;
4. Presentar los productos para revisión del equipo CLAC, para la aprobación formal final de los productos elaborados;
5. Contactar a los medios seleccionados para cotizar los valores de los espacios publicitarios;
6. Elaborar la versión final de los productos a ser entregados a CLAC;
7. Manejar de manera adecuada y ética los elementos visuales, así como los documentos e informaciones que se les proporcionen en el marco de la consultoría;
8. Obtener autorizaciones para el uso de la imagen de las personas que serán entrevistadas, en caso de requerirse;
9. Administrar el contenido del sitio web del Proyecto Mercado Sur Sur Brasil, de acuerdo con el Plan de Comunicación y Marketing;
10. Gestionar el contenido de las redes sociales de acuerdo con el Plan de Comunicación y Marketing;
11. Asegurar que las herramientas, redes sociales, plataformas y servicios que se utilicen durante la ejecución del plan y que se requieran para la operación futura sean adquiridos bajo el nombre de CLAC.

IX) Principales responsabilidades de CLAC:

1. Orientar a la empresa contratada en la elaboración y desarrollo del Plan de Comunicación y Marketing del Proyecto y de todos los productos en él contemplados, objeto del presente TDR;
2. Retroalimentar a la empresa ya su equipo de profesionales sobre los productos de la consultoría;
3. Efectuar los pagos correspondientes, de conformidad con las condiciones preestablecidas en el TDR y en el contrato a suscribir.

X) Propiedad intelectual

Se establece en este Término de Referencia, siendo parte indivisible del contrato que gestiona la contratación de la empresa y su respectivo equipo, que se considerará todo material visual o producción intelectual resultante del trabajo realizado y cualquier otra información complementaria, desde su elaboración, como propiedad de CLAC y Fairtrade International, quienes tendrán los derechos exclusivos para publicarlos o difundirlos.

XI) Duración y condiciones del contrato

- La empresa consultora contratada no deberá exceder un plazo de 1 año, contado a partir de la fecha de firma del contrato, para la realización de los trabajos y entrega de todos los productos solicitados;
- Todos los productos a ser entregados deben ser desarrollados en portugués. Se deben entregar dos (2) presentaciones con el trabajo desarrollado, teniendo como contenido el resultado de la evaluación del Plan de Comunicación y Marketing (una con todo el contenido y otra de forma más sintética, en portugués y español). Todo el material que surja del desarrollo de este estudio será analizado por el equipo técnico responsable del Proyecto, en un plazo de hasta 20 (veinte) días hábiles, contados a partir de la fecha de entrega de este material. Es cierto que se podrán exigir ajustes a la empresa contratada para que estos materiales puedan ser efectivamente aceptados;
- Se debe estructurar un cronograma detallado para el inicio efectivo de los trabajos y se deben contemplar por lo menos 02 (dos) reuniones de trabajo mensuales, entre la empresa contratada y CLAC,
- Es cierto que, a medida que avance la obra y se generen los productos, estos deberán ser presentados a CLAC, para su conocimiento, aprobación y en su caso, ajustes que deberán ser realizados por el contratista en un plazo acordado con la CLAC. Estos productos deberán ser reenviados a CLAC para una nueva evaluación y posicionamiento de la organización al respecto, dado que CLAC aprobará y/o recomendará posibles ajustes a los materiales a desarrollar.

XII) Criterios de selección

La evaluación se llevará a cabo en los siguientes pasos:

- a) Acreditación de la experiencia de la empresa candidata, en relación con trabajos similares realizados con anterioridad;

Documento	Tipo	Observación
Certificados de capacidad técnica	Copia sencilla	<ul style="list-style-type: none"> • Empresa de Comunicación y Marketing con al menos 5 (cinco) años de experiencia en el desarrollo de Planes de Comunicación y Marketing para el lanzamiento de grandes marcas, con foco en mercados B2B y B2C; • Empresa de Comunicación y Marketing, con experiencia de al menos 5 (cinco) años, que preste servicios en el desarrollo de identidad visual y/o marca institucional para el sector público o privado; • Empresa de Comunicación y Marketing, con experiencia en Comunicación y Marketing, con experiencia de al menos 5 (cinco) años en la elaboración de planes de medios y en la contratación de espacios publicitarios (compra de agenda) en medios y redes sociales; • Empatía con la causa del Comercio Justo. <p>Todas las pruebas de experiencia y prestación de servicios mencionadas en este TDR se refieren única y exclusivamente al mercado brasileño.</p>

- a) Acreditación de la experiencia de la empresa candidata, en relación con el equipo implicado en esta prestación de servicios;

Perfil	Experiencia	Prueba
Contar con profesional(es) con experiencia en el desarrollo de Planes de Comunicación y Marketing para el lanzamiento	Experiencia mínima de cinco años	Declaraciones de servicios prestados con curriculum vitae Portafolio de Proyectos

de grandes marcas, con foco en los mercados B2B y B2C;		
Contar con profesional(es) con experiencia en servicios prestados en el desarrollo de identidad visual y/o marca institucional para el sector público o privado;	Experiencia mínima de cinco años	Declaraciones de servicios prestados con curriculum vitae Portafolio de Proyectos
Contar con profesional (es) con experiencia en Comunicación y Marketing, en la elaboración de planes de medios y en la contratación de espacios publicitarios (compra de agenda) en medios y redes sociales;	Experiencia mínima de cinco años	Declaraciones de servicios prestados con curriculum vitae Portafolio de Proyectos

XIII) Diferencial

Puntos	Prueba	Observación
a) la empresa que tiene en su cartera obras desarrolladas en relación con el Comercio Justo y/o obras similares que se alineen con los fines del comercio justo y/o economía solidaria.	Portafolio	
b) el nivel de creatividad que guiará el formato de la propuesta técnico-financiera a ser presentada por las empresas.		

Presentación de los siguientes documentos, por parte de la empresa candidata, relativos a la calificación jurídica y fiscal:

Documento	Tipo	Observación
Acta constitutiva, estatuto, escritura de constitución en vigor (con las respectivas modificaciones o consolidación contractual), debidamente registrados ante el órgano competente (Junta Mercantil, Escribano Público, OAB).	Copia sencilla	El objeto social de la empresa debe ser compatible con la prestación de servicios objeto de este TDR, explicando la naturaleza de la prestación de servicios de consultoría servicios de consultoría en las áreas relacionadas con este TDR.

Comprobante de inscripción en el Registro Nacional de Personas Jurídicas - CNPJ.	Copia sencilla emitida electrónicamente y con fecha actualizada	
Pruebas de regularidad: 1) Tesorería de la Federación (impuestos federales y deuda federal activa), 2) Tesorería del Estado, 3) Tesorería Municipal del domicilio o casa matriz de la casa matriz/sucursal, de conformidad con la ley.	Copia sencilla, emitida electrónicamente	Deberá figurar el encabezado y pie de página del sitio web donde se emitieron estos bonos, indicando la fecha de emisión y la dirección electrónica. Incluso las empresas libres de Registro Estatal deben enviar el correspondiente recibo/documento que acredite esta condición.
Prueba de regularidad relacionada con el Fondo de Indemnización por Cesantía (FGTS), en el cumplimiento de los cargos establecidos en la ley.	Copia sencilla, emitida electrónicamente	Deberá figurar el encabezado y pie de página de la página web donde se emitió, indicando la fecha de emisión y la dirección.
*Plazo de Confidencialidad (al momento de la firma del contrato)	Documento original, firmado por el representante legal, en papel membretado de la empresa.	
*Declaración sobre la Política de Protección vigente en CLAC (al momento de la firma del contrato)	Documento original, firmado por el representante legal, en papel membretado de la empresa.	

Presentación de la Propuesta Técnica y Económica

Documento	Tipo	Nota
Propuesta detallada de productos y servicios y	Documento original,	

<p>respectivos valores, que serán ofrecidos a través de esta consultoría, con sus respectivos valores.</p>	<p>firmado por el representante legal, en papel membretado de la empresa.</p>	
--	---	--

XIV) Recepción de propuestas

Las empresas interesadas que cumplan con los requisitos descritos deberán presentar los siguientes documentos para ser consideradas para el proceso de selección:

- Portafolio actualizado;
- Cartas de referencia, con prueba de experiencia;
- Cronograma de tiempos previstos para la elaboración de productos, con propuesta técnico-financiera;
- Carta de motivación;
- Propuesta detallada del Plan de Comunicación y Marketing, con productos y servicios a ofrecer a CLAC.
- Otros documentos citados en el cuerpo de este TDR.

Importante:

El envío de estos documentos por correo electrónico no debe superar los 50 MB, en caso contrario se recomienda enviarlos a través de OneDrive, Google Drive, WeTransfer o similar.

La fecha máxima de presentación de propuestas **es el 31/10/2022**. Las propuestas que estén incompletas o que no hayan considerado las indicaciones contenidas en este TDR serán automáticamente descartadas.

Con base en la revisión detallada de este Término de Referencia, los interesados podrán enviar su propuesta técnico-económica y los demás documentos solicitados en este TDR, a la dirección electrónica: adquisiciones@clac-comerciojusto.org con copia a noe.h@clac-comerciojusto.org con el asunto: **“Plan de Comunicación y Marketing – Proyecto Mercado Sur Sur de Brasil”**.

Los oferentes son responsables de asegurarse de que sus ofertas cumplan con los requisitos técnicos especificados en este documento.

CLAC se reserva el derecho de dar por terminado este Término de Referencia o modificar los requisitos de notificación a los postores.