



**TÉRMINOS DE REFERENCIA**  
**SERVICIOS DE ELABORACIÓN Y EJECUCIÓN DE ESTRATEGIA DIGITAL**

<b>Título de la consultoría</b>	Servicios de elaboración y ejecución de estrategia digital de las campañas de Ciudades y Universidades por el Comercio Justo Fase II
<b>Unidad de dependencia</b>	Especialista en Incidencia
<b>Alcance</b>	América Latina y el Caribe
<b>Relaciones internas</b>	Unidad de Comunicación Estratégica Direcciones Regionales
<b>Relaciones externas</b>	Comités locales de la campaña de Ciudades por el Comercio Justo y enlaces de Universidades por el Comercio Justo
<b>Reporta a</b>	Especialista de Incidencia
<b>Coordina con</b>	Coordinadora de Comunicación Estratégica, Gestora de comunicación – redes sociales

• **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.

La misión de CLAC es no solamente representar a las organizaciones democráticamente organizadas, sino también velar por su fortalecimiento y desarrollo, asimismo facilitar asistencia a sus asociados, promocionar sus productos y valores, e incidir en instancias sociales, políticas y económicas. Las líneas estratégicas de trabajo de CLAC son: 1) Fortalecimiento Organizacional y Operativo de CLAC, 2) Promoción del Comercio Justo, sus valores y principios, 3) Fortalecimiento y Desarrollo de nuestras organizaciones miembro, 4) Crecimiento y vinculación con mercados existentes y nuevos, 5) Incidencia, 6) Ejes Transversales y Derechos Humanos: Género, Cambio Climático, Soberanía Alimentaria, Protección Infantil, Inclusión de jóvenes, Sostenibilidad Ambiental y Buenas Prácticas Laborales.

• **CONTEXTO DE LA CONSULTORÍA**

La Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños(as) Productores(as) y Trabajadores(as) de Comercio Justo (CLAC) desde el 2014, promueve y acompaña la campaña de Ciudades por el Comercio Justo, una red de trece ciudades que a través de un grupo local de trabajo implementan acciones que buscan fortalecer el comercio local, la educación de consumidores con un enfoque de consumo responsable, involucramiento de autoridades locales, comunicación con impacto en relación a los valores del Comercio Justo, políticas públicas, y trabajo permanente con instituciones



educativas. En octubre de 2022 se realizó por primera vez el Encuentro Mundial de Ciudades y Pueblos por el Comercio Justo (Fair Trade Towns) en América Latina, siendo Quito la ciudad sede, este evento permitió generar un mejor posicionamiento digital ya que además se integró el componente de compra de espacios publicitarios, el cual ha generado un crecimiento importante especialmente en la comunidad de Facebook.

Además, CLAC ha impulsado la campaña Universidades por el Comercio Justo, en la que participan de forma activa 18 universidades de toda la región y la cual se busca posicionar mejor como una alianza estratégica para generar información de valor agregado sobre el impacto del Comercio Justo a través de mesas de trabajo para fomentar la investigación académica en temáticas de interés para las organizaciones de pequeños(as) productores(as) y trabajadores(as).

De agosto de 2022 a abril de 2023 CLAC ha implementado y concluido una estrategia digital de posicionamiento cuyos objetivos estuvieron basados especialmente en las etapas de visibilidad y exposición. Ahora se requiere contratar servicios que contribuyan a avanzar en el posicionamiento de las campañas para que logren llegar a las fases de atención y referencia con especial énfasis en identificar y distinguir debidamente los públicos meta de las campañas.

La consultoría deberá tener en cuenta la generación de contenido, gestión de redes y adicionalmente la dinamización de las páginas webs con informaciones relevantes y de valor con el enfoque de generar noticias desde las plataformas webs, dinamizando en las distintas plataformas de redes sociales la información.

Además, con el objetivo de generar capacidades de generación de contenido y presencia digital, se deberá incluir una propuesta concreta para crear y articular un comité de comunicaciones de ambas campañas, que permita:

1. Mapear los medios locales de las Ciudades y Universidades por el Comercio Justo y construir una base de datos con contactos directos de periodistas.
2. Un programa de formación para quienes integren el comité de comunicaciones enfocado en la creación de contenidos digitales (incluyendo copy, foto y video), notas y para páginas web.
3. Un diagnóstico de las redes sociales actuales de las Ciudades y Universidades por el Comercio Justo como insumo para el espacio de formación con los enlaces de comunicación.
4. Formación en habilidades de corresponsales locales para generar noticias y contenido de interés.
5. Identificar capacidades y brindar una serie de recomendaciones para continuar con el esfuerzo una vez termine la consultoría.

- **OBJETIVOS DE LA CONSULTORÍA**

Fortalecer la comunicación de las campañas Ciudades por el Comercio Justo – Latinoamérica y el Caribe y Universidades por el Comercio Justo a través de la gestión de redes sociales, generación de contenido para página web y fortalecimiento de capacidades para el comité de comunicaciones.

## PRODUCTOS ESPERADOS

N°	PRODUCTO	TEMA/OBJETIVO	CANTIDAD	FORMATO
1	Elaboración de estrategia digital para las redes sociales de las campañas	Avances de las campañas	1	Documento de Word y presentación de PPT
2	Parrilla mensual de contenido dividido en semanas	Avances de las campañas	7	Archivo de Excel
3	Elaboración noticias para página web (Ciudades y Universidades)	Avances de las campañas	40	Documento de Word posteo en web
4	Elaboración de videos cortos para RRSS	Avances de las campañas	30	Vídeos en diferentes formatos de acuerdo con la red social
5	Elaboración de afiches para RRSS en español, portugués e inglés	Avances de las campañas	50	Afiches en diferentes formatos de acuerdo con la red social
6	Elaboración de una revista de máximo 20 páginas con la memoria de gestión 2018-2023 de las campañas de ciudades y Universidades por el Comercio Justo	Avances de las campañas	1	Documento de Word y documento diagramado en Adobe Illustrator o In Design de 20 páginas
7	Informes mensuales de resultados	Avances de las campañas	7	Un informe mensual de los resultados de la gestión de redes sociales de las campañas en Word y presentación PPT
8	Programa de formación en habilidades de generación de contenidos y presencia digital		1	Formato PPT y documento de Word
9	Al menos cinco talleres de formación para el comité de comunicaciones basado en el programa de formación		5	Presentaciones PPT de contenidos y grabaciones de webinars
10	Plan de trabajo del comité de comunicaciones de las campañas de ciudades y universidades		1	Documento con el plan de trabajo y mecanismos de funcionamiento del comité de comunicaciones de ambas campañas
11	Informe final de la consultoría		1	Documento de Word y presentación PPT en el que se describe todo el trabajo realizado en el marco de la consultoría



- **REQUISITOS TÉCNICOS PARA EL MATERIAL AUDIOVISUAL**

N°	REQUISITOS
1	<p>Los videos para las diferentes plataformas/redes sociales (Instagram, Facebook, Twitter y WhatsApp) se desarrollarán a partir del material entregado por CLAC en los respectivos idiomas y formatos acordados según la planificación semanal:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Cuadrado 1080x1080 px ( x )</li><li>• Horizontal 1920x1080 px ( x )</li><li>• Vertical 1080x1920 px ( x )</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 y/o del Manual de Marca de la campaña de Ciudades por el Comercio Justo – LAC, según sea el caso</u>. Además, se debe garantizar que la entrega del(los) video(s) sea(n) en formatos utilizables en redes sociales/plataformas mencionadas. Nota: En caso de los videos en inglés y portugués, CLAC proveerá los textos de la traducción o revisará los textos desarrollados por el/la community manager.</i></p>
2	Se entregará un documento con los copys (texto) que acompañarán la publicación de los videos para redes sociales en un documento Word o Excel.
3	La música ambiente que acompañe los audiovisuales debe estar libre de derechos de autoría o la empresa consultora debe contar con la autorización por escrito, la cual también debe ser entregada. CLAC compartirá con el/la consultor/a los archivos de música cuyos derechos son propiedad de la asociación.
4	La producción debe estar en audio estéreo digital.
<b>NOTAS IMPORTANTES:</b>	
La consultoría/agencia/contratada debe: <ul style="list-style-type: none"><li>a) Además de entregar los materiales audiovisuales profesionalmente editados. Además, deberá entregar el proyecto editable en Adobe Premiere donde se haya realizado la postproducción.</li><li>b) En caso de grabar material, este debe ser entregado junto con las autorizaciones de uso de imagen de cada persona que aparezca en el video(s), debidamente identificadas y firmadas. La empresa o personas consultoras deberán encargarse de la recolección de los permisos de uso de imagen firmados por parte de las personas que participarán en los videos, entrevistas y/o fotos, siguiendo el formato establecido por CLAC.</li><li>c) En caso de que el/la consultora realice tomas de fotografías, todas las personas en las fotografías deben estar debidamente identificadas, y con sus respectivas autorizaciones firmadas.</li><li>d) En todo momento se deben seguir las especificaciones técnicas de <u>Manual de Marca de CLAC y/o del Manual de Marca de la campaña de Ciudades por el Comercio Justo – LAC, según sea el caso</u>.</li></ul>	

- **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. Todos los materiales gráficos deberán respetar los tamaños y formatos de cada red social (Facebook, Instagram – stories, feed, reels –, Twitter y WhatsApp)
2	Todas las imágenes deben contener el logo de CLAC y/o de la campaña correspondiente, utilizado como indica el <i>Manual de Marca de CLAC y/o Manual de Marca de la campaña de Ciudades por el Comercio Justo - LAC</i> , según sea el caso. Además, si se diseña un boletín, brochure, catálogo, revista o afiche debe contener siempre el sitio web de CLAC ( <a href="http://www.clac-comerciojusto.org">www.clac-comerciojusto.org</a> ) y el correo institucional: <a href="mailto:info@clac-comerciojusto.org">info@clac-comerciojusto.org</a>
3	Los productos deben ser diseñados respetando el <i>Manual de Marca de CLAC y/o Manual de Marca de la campaña de Ciudades por el Comercio Justo - LAC</i> , según sea el caso.

**PRODUCTOS PARA DIFUSIÓN A TRAVÉS DE REDES SOCIALES:**

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

	Facebook	Instagram	Twitter	YouTube	Spotify
Post/Feed	Cuadrada: 1080 X 1080 px Vertical: 1200 x 1800 px Horizontal: 1200 x 900 px	Cuadrada: 1080 x 1080 px; Vertical: 1080 x 1350 px; Horizontal: 1080 x 566 px.	Cuadrada: 1080 X 1080 px Horizontal: 1024 X 512 px	x	x
Carrusel	x	Cuadrada: 1080 X 1080 px Vertical: 1080 x 1350 px;	x	x	x
Stories	1080 x 1920 px (9:16)	1080 x 1920 px (9:16)	x	x	x
Reels (+portada)	1080 x 1920 px (9:16)	1080 x 1920 px (9:16)	x	x	x
Portada	851 X 315 pixeles	x	1500 x 500 px	1920x1080 px	1450 x 1450 px

- **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.
- Reunión con el equipo CLAC para la definición de la hoja de ruta, desarrollo de un cronograma de trabajo que se ajuste en tiempo y forma a los productos requeridos en esta consultoría.

- c) Reuniones periódicas con los comités locales de la campaña de Ciudades por el Comercio Justo y con los representantes de la campaña de Universidades por el Comercio Justo para obtener información de relevancia para las publicaciones semanales.
- d) Reuniones periódicas con el equipo de incidencia y comunicaciones de CLAC para dar seguimiento a los avances de la consultoría y revisar los materiales comunicacionales producidos.

• **PERFIL REQUERIDO PARA CONSULTORÍA/AGENCIA**

N°	DESCRIPCIÓN	Indispensable	Deseable
1	Título universitario en Periodismo, Comunicación, Mercadeo o carreras afines.	x	
2	Experiencia comprobada en la gestión de cuentas de redes sociales institucionales, comerciales, o para campañas de comunicación social.	x	
3	Experiencia comprobada en producción de artículos, reportajes y entrevistas.	x	
4	Formación profesional y experiencia comprobada en producción gráfica y audiovisual para materiales para redes sociales.	x	
5	Facilidad de relacionamiento, empatía y capacidad de generar confianza con diferentes audiencias.		x
6	Dominio nativo del español y avanzado de inglés.	x	
7	Conocimiento del enfoque de género, participación ciudadana, procesos inclusivos y Comercio Justo.		x
8	Experiencia de trabajo con comunidades rurales, pequeños productores (as), trabajadores(as) agrícolas.		x
9	Conocimientos técnicos en plataformas de manejo de redes sociales para community managers (FB e Instagram business suite, creative studios, Twitter ads and analytics, plataformas de medición de métricas como Metricool, entre otras).	x	
10	Conocimiento del contexto y realidad de los pequeños productores y trabajadores del Comercio Justo en Latinoamérica y el Caribe.		x
16	Conocimientos de diseño gráfico, comunicación institucional y creatividad.	x	



- **RESPONSABILIDADES**

**Del equipo consultor contratado:**

- 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 revisión de parrillas de contenidos, documentos, realización de entrevistas y cobertura de actividades.
- c) Elaboración de los productos comunicacionales solicitados.
- d) Revisión con el equipo de CLAC del material gráfico, de texto y audiovisual elaborado para la parrilla de contenidos semanales para redes sociales.
- e) Preparación de informes mensuales sobre la gestión de redes sociales.
- f) El equipo consultor 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.
- g) El equipo consultor seleccionado deberá respetar la política de confidencialidad de CLAC, sobre todo en relación con el manejo de las cuentas de redes sociales de las campañas de Ciudades y Universidades por el Comercio Justo.
- h) El equipo consultor contratado 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 realizadas directamente, 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 y materiales pertinentes al equipo consultor contratado, así como orientarlo sobre su uso.
- c) Retroalimentar al equipo consultor contratado 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: 7 Meses**

Para agilizar y facilitar la realización de las actividades, el equipo consultor contratado recibirá el apoyo del equipo de CLAC, quien facilitará los contactos, la información y los materiales generales necesarios y apoyará en la definición del cronograma general. Además, si se requiere el equipo consultor deberá encargarse de realizar el contacto directo con las organizaciones, comités locales de la campaña de Ciudades por el Comercio Justo o representantes de la campaña de Universidades por el Comercio Justo para definir espacios de entrevista o solicitar información complementaria para realizar las funciones detalladas en este TDR.

### PAGOS (cronograma de desembolsos):

Los pagos por la realización de esta consultoría incluirán tanto los honorarios del equipo consultor/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 tres desembolsos distribuidos de la siguiente manera:

Producto	Porcentaje
Estrategia digital aprobados.	30%
Entrega de reporte de los primeros 4 meses de trabajo. Entrega de plan de trabajo con el comité de comunicaciones y plan de formación.	30%
Entrega de reportes de los siguientes 4 meses de trabajo y reporte final.	40%

**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 de la empresa consultora/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 del consultor/a, 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 las campañas de Ciudades y Universidades por el Comercio Justo**, 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**

- 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.
- Los costos de comunicación, de transferencias y cualquier otro en que se incurra, correrán por cuenta de el/la consultor/a o agencia contratada.
- El equipo operativo de CLAC brindará el acompañamiento necesario para los contactos y coordinación de entrevistas con representantes de las campañas de ciudades y universidades por el Comercio Justo, así como los formatos y las líneas directrices para la recolección de información.





- d) Toda la información y todos los materiales de texto, fotográficos, gráficos y videos desarrollados deberán ser entregados a CLAC al final de la consultoría.
- e) El/la consultor/a o 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, el/la consultor/a o 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.

- **RECEPCIÓN 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 [marlon.m@clac-comerciojusto.org](mailto:marlon.m@clac-comerciojusto.org) con el asunto: “Estrategia digital de las campañas de ciudades y universidades por el Comercio Justo”.

**Fecha última de recepción de propuestas completas, a más tardar el 15 de junio de 2023.**

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

- Hoja de vida del equipo consultor
- Carta de motivación
- Propuesta metodológica, técnica y económica detallada
- Portafolio de trabajos realizados
- Muestras de trabajos anteriores, en este caso ejemplos de cuentas de redes sociales que han manejado.
- 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.*