



TÉRMINOS DE REFERENCIA

Título de la consultoría	Plan de comunicación y marketing para la difusión del vino certificado Fairtrade y creación de Landing Page
Unidad de dependencia	Unidad Comercial
Alcance	Argentina y Chile
Relaciones internas	Organizaciones de Pequeños(as) Productores(as) y Plantaciones National Fairtrade Organizations (NFOs) Coordinación de comunicaciones de CLAC Unidad de informática Coordinadoras Nacionales de Comercio Justo Dirección Regional Cono Sur Dirección Comercial Enlace Comercial de Producto Vino
Relaciones externas	Empresas comerciales, instituciones privadas y públicas, consultores, organismos cooperantes y partes interesadas en el Comercio Justo.
Reporta a	Dirección Comercial Enlace Comercial de Producto Vino

1- ANTECEDENTES

1.1 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) 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 (as) agrupa a las organizaciones de trabajadores(as) de los diferentes países, siendo miembro de FAIRTRADE y codueña del sello internacional FAIRTRADE.

La misión de CLAC es representar a las organizaciones democráticamente organizadas, y al mismo tiempo velar por su fortalecimiento y desarrollo, asimismo es facilitar asistencia a sus asociados(as), promocionar sus productos y valores, e incidir en instancias sociales, políticas y económicas.

1.2 Contexto de la consultoría

En su plan estratégico, CLAC contempla varios ejes de trabajo para el crecimiento y la vinculación con mercados existentes y nuevos. La estrategia comercial de comunicación y promoción de vino de Comercio Justo busca alcanzar dos objetivos estratégicos: 1) Generar crecimiento de demanda de vinos de Comercio Justo para las organizaciones de Latinoamérica y 2) La “premiumización” del vino Fairtrade, entendido como un proceso por medio del cual se le otorga un valor añadido al producto, ya sea por su calidad, origen o sus procesos.

Esta estrategia tiene un enfoque comercial hacia al mercado internacional por la cual se proponga generar un posicionamiento propio: el ambiente y la cultura generan vinos distintos. La zona productiva y la calidad de los vinos deben ser capitalizados. Para ello, se deberá construir identidad: ser de esta región es importante y trascendente. Por su parte, pertenecer a Comercio justo implica valores, creencias e ideas particulares y



garantía y compromiso con la salud. Ser comercio justo visibiliza y es garantía de beneficios concretos y prácticos para todos.

2- OBJETIVOS

2.1 Objetivo general

Elaborar un Plan de comunicación y marketing, y la creación de una landing page que permita posicionar el vino de Comercio Justo certificado FAIRTRADE de Latinoamérica en Reino Unido, Europa y Norte América y, a la vez, generar crecimiento en el interés por la búsqueda del producto.

2.2 Objetivos específicos

Para alcanzar el objetivo general propuesto será necesario definir las tres variables de la identidad del producto: lo que se es, lo que se desea ser y lo que el mercado demanda. En esa interacción, marcar el posicionamiento ideal pretendido. Para ello, será necesario investigar, proponer una estrategia, diseñar el arte y los mensajes de la campaña y, por último, materializar dichos productos en acciones tangibles e inclusivas.

2.2.1: Investigación

Se requiere realizar una investigación del mercado de vinos. Análisis de estudios de mercado, reportes y material existente con el fin de analizar la situación de mercado actual y evaluar otras experiencias. Adicionalmente, se requiere realizar una serie de entrevistas a actores clave del sistema Fairtrade incluyendo NFOs y retailers, con el fin de conocer con mejor perspectiva el mercado y contribuir para la elaboración de la estrategia del plan de comunicación y marketing. Desde CLAC se proveerán los contactos para dichas entrevistas.

Con este material se busca contar con un mapa de situación y potenciales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas específicas con las que se enfrentará desde la interacción con mercados internacionales.

2.2.2: Definir la estrategia

Interpretarán el mapa y el panorama actual para trazar las rutas alternativas para lograr el objetivo general. Presentar hipótesis de posicionamiento que involucren soluciones positivas y opciones comercialmente exitosas. Las propuestas presentadas serán debatidas y consensuadas con las partes intervinientes (productores/as y comerciantes). Como resultado, se definirán los atributos que los vinos Fairtrade de Latinoamérica deberán mostrar y promover, en función de optimizar la promesa de agregado de valor.

La estrategia debe estar alineada con las estrategias y planes de comunicación de CLAC y Fairtrade.

2.2.3: Creación de materiales

Diseñar respuestas a las hipótesis de posicionamiento y someter a la aprobación con los referentes, definidos y orientados por CLAC. Por tanto, en esta etapa se debe crear tres propuestas de marca alternativas (imagen gráfica) de cómo estará presentada la campaña y el cumplimiento de los propósitos del objetivo general y evaluar su impacto. Una vez aprobado y elegido el diseño, se diseñará la campaña y los mensajes.

El diseño de la línea gráfica y de los mensajes claves deben mejorar el posicionamiento del vino en los mercados europeos y norteamericanos, y promover su consumo. Por tanto, para el desarrollo de parte de los productos comunicacionales para que estén alineados con la campaña aprobada, será necesario dirigirse a un viñedo, orientado y definido por CLAC, para complementar las filmaciones, fotos y contenidos existentes en CLAC, para contar con materiales que estimulen el interés de degustar vinos de calidad, de disfrutar del entorno en que fueron producidos, y de los principios y valores del Comercio Justo de quienes lo produjeron.



Nota: La propuesta económica debe considerar visita a campo para Argentina (Mendoza) o Chile (Valle Central-Aconcagua) con la información desagregada por país.

3- PRODUCTOS ESPERADOS

Para cumplir con los objetivos, serán necesarios los siguientes productos:

Producto 1: Plan de comunicación y marketing que incluya el informe del diagnóstico realizado con análisis del mercado de vino y diagnóstico de tendencias y soluciones aplicables, objetivos y metas, estrategia de comunicación para posicionar el producto en los mercados de Norte América y Europa, pero con especial enfoque en Reino Unido; cronograma de ejecución, público objetivo, plan táctico e implementación, canales de comunicación/difusión, entre otros.

Producto 2: Presentar tres propuestas gráficas del logo de la campaña. Con el logo/marca que sea aprobada se debe desarrollar la campaña, mensajes, imagen gráfica (Manual de identidad visual), con el objetivo de generar crecimiento en la demanda de vino Fairtrade en el mercado internacional.

Producto 3: La campaña debe incluir la entrega de piezas de los materiales comunicacionales, según se establezca en la estrategia, con la línea gráfica de la campaña aprobada (imágenes, GIFs, fotos, vídeos, entre otros) para redes sociales (adaptados en formato -vertical, cuadro y horizontal- y estratégicamente para Instagram, Facebook y LinkedIn), con su respectiva calendarización estratégica de publicación en base a un período de mínimo 2 meses y considerando como mínimo 2 posts semanales en cada red social. Además del diseño de productos publicitarios como: posters, merchandising en punto de venta, artículos promocionales y elementos para stand.

Producto 4: Elaboración de un vídeo principal de 1 minuto para la campaña, 5 piezas en videos de 30 segundos y 50 fotos de alta calidad de productores(as) y sus familias en el campo, entre otras, alineadas con el concepto de la campaña y rescate los principios y valores del Comercio Justo de quienes lo produjeron que estén alineados con la campaña. **Nota: el concepto, storyboard y/o guión de los vídeos y fotos debe ser aprobado previamente antes de registros.**

Producto 5: Creación de una Landing Page en inglés, español y portugués en plataforma WordPress con la línea gráfica de la campaña aprobada (Manual de identidad visual). Adicionalmente, se requiere que dicho producto sea accesible y funcional en computadoras y dispositivos móviles (teléfonos inteligentes y tablets). **Nota:** la consultora contará con el apoyo del equipo comercial de CLAC, la Unidad de Comunicación Estratégica y la Unidad de informática, que proporcionarán la información general necesaria para crear la Landing Page. **Todo software o servicio deberá ser adquirido a nombre de CLAC.**

Producto 6: Un documento para comunicación BTB y un Catálogo de vinos incluyendo fichas técnicas (notas de cata, características, entre otros) de los vinos producidos por las 16 organizaciones certificadas Fairtrade de Argentina y Chile, tipo postales que sean funcionales para uso digital e impreso en ferias y reuniones estratégicas con interesados en el producto vino que debe seguir el mismo concepto de línea gráfica aprobado.

Importante: Todos los productos deben ser preparados en inglés, español y portugués. Los textos de cada material deben estar transcritos en los tres idiomas mencionados, para facilitar la traducción a otros idiomas. Ver **ANEXOS** de los requisitos técnicos de cada producto.

4- DURACIÓN Y CONDICIONES

- La consultoría se iniciará en el mes de septiembre de 2023.
- La duración se extenderá por 7 meses desde su fecha de inicio.

5- PERFIL PROFESIONAL Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN



El consultor/la o empresa consultora deberá tener un sólido perfil de especialista en comunicación y marketing, con experiencia demostrable a nivel internacional en el desarrollo de campañas de publicidad utilizando diferentes medios de comunicación, que contemplen la producción de materiales en diferentes formatos (gráficos, audiovisuales, textos).

N°	DESCRIPCIÓN	Indispensable	Deseable
1	Experiencia mínima comprobada de por lo menos cinco años en comunicación y marketing	X	
2	Título profesional: Comunicación, Diseño gráfico, Mercadeo o carreras afines.	X	
3	Experiencia de al menos cinco años de servicios brindados sobre desarrollo de identidad visual y/o marca institucional, para el sector público o privado.	X	
4	Experiencia en realización de estrategias de comunicación con enfoque de Comercio Justo.		X
5	Experiencia en campañas virtuales, desarrollo de marca y merchandising en punto de venta con enfoque al consumidor.	X	
6	Profesionalismo y experiencia comprobada en producción fotográfica y audiovisual.	X	
7	Manejo de idioma español, inglés y portugués, oral y escrito.	X	
8	Conocimientos sobre la producción y el negocio del vino		X
9	Experiencia de al menos cinco años de servicios brindados sobre el desarrollo de contenidos para páginas web	X	

La evaluación y selección del consultor(a) /empresa consultora se hará en base a los siguientes criterios:

- Perfil y experiencia demostrable.
- Propuesta técnica.
- Propuesta económica.

Responsabilidades de la agencia o consultor(a) y/o su equipo

1. Elaboración del **plan de entregas** donde se especifique: **cronograma de tiempos** esperados para la elaboración de los productos y su **cotización desagregada**. El plan debe estar ajustado a las exigencias de los Términos de Referencia, para el proceso de investigación, documentación visual, producción e implementación de este.
2. Seguir las especificaciones del Manual de Marca de CLAC.
3. Reuniones de trabajo con las organizaciones y el equipo operativo de CLAC y FAIRTRADE.
4. Revisión con el equipo de CLAC de los productos elaborados.
5. Preparación de los productos finales.
6. La agencia o consultor(a) seleccionado(a) 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.



7. Obtener las autorizaciones para el uso de la imagen de las personas entrevistadas, en caso de ser requerido.

Responsabilidades de CLAC:

1. Orientar a la agencia o al consultor(a) y/o su equipo en la elaboración de la estrategia y la campaña de marketing.
2. Entregar oportunamente la documentación pertinente a la agencia o al consultor(a) y/o su equipo, así como orientarle sobre su uso.
3. Retroalimentar a la agencia o al consultor(a) y/o su equipo sobre los productos de la consultoría.
4. Realizar los pagos correspondientes en los tiempos establecidos al recibir los productos acordados, así como todo el material obtenido durante la consultoría.
5. CLAC acompañará la gestión y brindará apoyo en lo que sea necesario para que la consultoría se desarrolle de la mejor manera.

6- PROPIEDAD INTELECTUAL

Queda establecido en los presentes Términos de Referencia, los mismos que serán parte indivisible del contrato que genere la contratación de la agencia o consultor(a) y/o su equipo, que todo el material visual o producción intelectual resultante del trabajo realizado y toda otra información complementaria será considerada, desde su elaboración, como propiedad de CLAC y Fairtrade International, que tendrán los derechos exclusivos para publicar o difundir los mismos.

7- PAGOS

Los pagos por la realización de esta consultoría incluirán los honorarios del consultor(a) y/o su equipo. Se establecen tres pagos, desglosados de la siguiente forma:

- 30% a la firma del contrato, entrega de informe de diagnóstico y cronograma del plan de entregas
- 30% a la entrega del Plano de comunicación y marketing, logo/marca de la campaña aprobadas y Landing Page creada y en desarrollo.
- 40% a la entrega y aprobación de CLAC de los productos finales de la consultoría.

CLAC realizará pagos al consultor(a) titular sin incurrir en retenciones de ningún tipo, por lo que las obligaciones fiscales que se generen como resultado de esta consultoría, estarán bajo la responsabilidad única del consultor(a) y/o su equipo, de acuerdo con lo establecido en la legislación del país respectivo o de residencia de éste(os/as).

8- RECEPCIÓN DE PROPUESTAS

Los(as) interesados(as) que cumplan con los requisitos descritos deben enviar los siguientes documentos a fin de ser considerados en el proceso de selección:

- CV/Reel/portafolio actualizado.
- Propuesta metodológica, cronograma de tiempos esperados para la elaboración de los productos y su cotización económica, con un período de validez de 60 días.
- Carta de motivación.

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.

Debida Diligencia: CLAC, al ser una organización regularizada por la legislación de El Salvador, debe de cumplir con los requisitos que establece la normativa en materia de prevención de lavado de dinero y activos. Para ello, se realizará un proceso de debida diligencia con el propósito de identificar a nuestros consultores(as) y proveedores(as). Este es un requisito obligatorio para poder participar en el presente proceso de consultoría.



Recibirá un correo de parte de la Unidad de Legal y Cumplimiento una vez finalizada la fecha límite para envío de propuestas.

9- DOCUMENTACIÓN DE DEBIDA DILIGENCIA

Será necesario adjuntar la siguiente documentación si el(la) aplicante no ha realizado aun el proceso de Debita Diligencia en CLAC:

- a) Tanto para el paquete de Adobe Premiere, como de cada plataforma que utilice, debe tener licencia comprobable del software.

10- FECHA LÍMITE DE RECEPCIÓN DE OFERTAS

El límite de recepción de ofertas será para el día **31 de AGOSTO de 2023**, deberán enviar su propuesta al correo adquisiciones@clac-comerciojusto.org, con copia a noe.h@clac-comerciojusto.org, indicando en el asunto del correo: **“Plan de comunicación y marketing para promoción de VINOS FAIRTRADE”**.

ANEXOS

- **REQUISITOS TÉCNICOS PARA EL MATERIAL AUDIOVISUAL**

N°	REQUISITOS
1	<p>Se entregará(n) video(s) editado(s) en su idioma nativo en los siguientes formatos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Calidad Full HD 1080P (1920x1080) utilizando el logo de CLAC y respetando las indicaciones del <u>Manual de Marca de CLAC</u> • Formato comprimido de alta calidad para su uso web: HD 720P (1280x720), 24 FPS, mp4, h.264, utilizando el logo de CLAC y respetando las indicaciones del <u>Manual de Marca de CLAC</u>
2	<p>Se entregarán todas las versiones del video(s) editado(s) en alta calidad/resolución para su uso en las diferentes plataformas/redes sociales (Instagram, Facebook, LinkedIn y WhatsApp) en el(los) respectivo(s) formato(s):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Horizontal 1920x1080 px • Vertical 1080x1920 px <p><i>En todos los respectivos formatos debe utilizar el logo de CLAC respetando las indicaciones del <u>Manual de Marca de CLAC</u>. Además, se debe garantizar que la entrega del(los) video(s) sea(n) en formatos utilizables en redes sociales/plataformas mencionadas.</i></p> <p><i>Nota: para cada formato de vídeo (horizontal y vertical), se entregará una portada correspondiente al vídeo.</i></p>



3	<p>Se entregará una copia de cada video editado en Full HD y HD (y en los respectivos formatos determinados en el requisito 2) con subtítulos integrados (hardcoded), en el(los) idioma(s) respectivo(s):</p> <ul style="list-style-type: none">• Inglés• Español• Portugués <p><i>Las respectivas copias deben utilizar el logo de CLAC y respetar las indicaciones del Manual de Marca de CLAC.</i></p> <p><i>Nota: la portada de cada video también debe estar en cada idioma.</i></p>
4	<p>Se entregará el proyecto editable de cada video en Full HD con subtítulos y con su correspondiente archivo .SRT para incorporarlo al canal de YouTube, en el(los) idioma(s) respectivo(s):</p> <ul style="list-style-type: none">• Español• Inglés• Portugués <p><i>Las respectivas copias deben utilizar el logo de CLAC y respetar las indicaciones del <u>Manual de Marca de CLAC</u>.</i></p>
5	<p>Se entregará una copia de cada video en su idioma nativo en Full HD y en todos los demás formatos (requisitos 1 y 2) en versión limpia (sin logo, texto y subtítulos).</p>
6	<p>Se entregará la transcripción de todos los videos editados (narración y testimonio) en un documento Word.</p>
7	<p>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.</p>
8	<p>La producción debe estar en audio estéreo digital.</p>

NOTAS IMPORTANTES:

La consultoría/agencia/contratada debe:

- b) Además de entregar los materiales audiovisuales profesionalmente editados, deberá entregar todo el material (tomas sin editar) que se haya filmado durante las visitas. Además, deberá entregar el proyecto editable en Adobe Premiere donde se haya realizado la postproducción.
- c) Tanto para el paquete de Adobe Premiere, como de cada plataforma que utilice, debe tener licencia comprobable del software.
- d) Todo material grabado (con o sin edición) 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.
- e) Entregar fotografía de todas las personas entrevistadas, debidamente identificadas, y con sus respectivas autorizaciones firmadas.



- f) La entrega de todo material audiovisual y documental se realizará de manera digital y físicamente en un disco duro externo a CLAC. Esta entrega se realizará de acuerdo con la Guía de entrega de materiales audiovisuales y fotográficos que CLAC le entregará a la consultora.
- g) Las autorizaciones de imágenes firmadas deben también entregar en su formato físico.
- h) En todo momento se deben seguir las especificaciones técnicas de Manual de Marca de CLAC.

- **REQUISITOS TÉCNICOS PARA LA FOTOGRAFÍA**

N°	REQUISITOS
1	Se entregarán las fotos en formato JPG de alta calidad y RAW sin editar.
2	Las fotos deberán ser ordenadas en carpetas por nombre de organización, acompañadas del formato de autorización de uso de imagen de CLAC y renombradas con el nombre de la persona retratada.
3	En el caso de las fotografías de grupo, pueden nombrarse como grupo y organización, pero deberán detallarse los nombres de todas las personas que aparecen en la foto (en orden de izquierda a derecha) en un archivo de Word. En estos casos se recomienda utilizar el formato de autorización de uso de imagen para grupos.
4	Cuando no aparezca una persona o personas, la foto ha de ser renombrada con el nombre de la organización y/o lugar donde ha sido tomada.
5	El paquete de material fotográfico debe incluir fotos de todas las personas entrevistadas y al menos 50 fotografías por cada organización identificadas y con sus respectivas autorizaciones firmadas.
6	La consultora/agencia/contratada deberá entregar las autorizaciones de uso de imagen de todas las personas que aparezcan en las fotografías, debidamente firmadas en formato pdf, ordenadas por organización.
7	La entrega de todo material fotográfico se realizará de manera digital y físicamente en un disco duro externo que debe ser enviado o entregado al personal de CLAC. Esta entrega se realizará de acuerdo con la <u>Guía de entrega de materiales audiovisuales y fotográficos</u> que CLAC le facilitará a la consultora.
8	En todo momento se seguirán las especificaciones técnicas de <u>Manual de Marca de CLAC</u> .



- **REQUISITOS TÉCNICOS PARA EL MATERIAL GRÁFICO**

N°	REQUISITOS
1	<p>Todos los productos gráficos deben elaborarse en los programas Adobe Illustrator, Adobe Photoshop o Adobe Indesign, según sea el caso.</p> <p>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).</p> <p>Todos los archivos vendrán empaquetados, contendrán todas las fuentes, fotos, imágenes, vínculos.</p>
2	<p>Todas las imágenes deben contener el logo de CLAC, utilizado como indica el <u>Manual de Marca de CLAC</u>, 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	Los productos deben ser diseñados respetando el <u>Manual de Marca de CLAC</u> .
4	Tanto para el paquete de Adobe Premiere, como de cada plataforma que utilice, debe tener licencia comprobable del software.

- **REQUISITOS TÉCNICOS PARA EL DESARROLLO DE LA LANDING PAGE**

N°	REQUISITOS
1	Especialista en Desarrollo Multimedia con experiencia en el diseño, desarrollo y programación para sitios web, accesibles desde distintos tipos de dispositivos (responsive)
2	Conocimiento en algún constructor para Wordpress (DIVI o Elementor).
3	Uso de tecnología multilinguaje
4	Uso de la plataforma WordPress
5	Profesional en Tecnología o Diseñador Programador de contenidos interactivos para páginas web.
6	Todo software o servicio deberá ser adquirido a nombre de CLAC.