	<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  
LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN PARA INVENTARIO DE CUENTAS DE REDES SOCIALES Y  
PÁGINAS WEB DE LA MEMBRESÍA DE CLAC**

<b>Título de la consultoría</b>	Levantamiento de información para inventario de cuentas de redes sociales y páginas web de la membresía de CLAC
<b>Unidad de dependencia</b>	Unidad de Comunicación Estratégica
<b>Alcance</b>	América Latina y el Caribe
<b>Relaciones internas</b>	Direcciones Regionales, Dirección de Operaciones, Unidad PMEL
<b>Relaciones externas</b>	Organizaciones certificadas Fairtrade en América Latina y el Caribe
<b>Reporta a</b>	Coordinación de Comunicación Estratégica
<b>Coordina con</b>	Gestora de Comunicación Estratégica

- **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”, “Redes de Producto” y la “Red de Trabajadores(as)”; 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.

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>	Versión: 1
		Fecha de emisión: 10/08/2021
		Ultima revisión: 10/08/2021
<b>Unidad de Comunicación Estratégica</b>		

- **CONTEXTO DE LA CONSULTORÍA**

CLAC está buscando obtener más información e insumos sobre las capacidades en materia de comunicación y marketing digital de las cerca de 1,000 organizaciones que forman parte de su membresía. Para ello, busca el apoyo de una persona consultora/agencia para levantar dicha información sobre las cuentas de redes sociales y páginas web de las organizaciones, a través de la elaboración de un inventario, la identificación de mejores prácticas en términos de uso de herramientas multimedia o indicadores de redes sociales (número de seguidores), así como identificar el estado de actualización (activa, inactiva o inexistente, y sus respectivas fechas de última actualización) de cada red social y página web de cada organización, con la presentación de un informe para conocer el nivel de operatividad digital de dichas organizaciones.

Para la elaboración del inventario, CLAC brindará a la persona consultora un listado de las organizaciones de su membresía, así como el formato de un documento en blanco, en el que deberá detallar para cada organización la dirección de página web y su estado de actualización, cada una de las cuentas de redes sociales (usuario), su número de seguidores, su última fecha de actualización, así como los números de teléfono y correos de contacto que aparecen en la página web o redes sociales, entre otros.

La investigación, obtención de los datos y llenado de los mismos en el formato de documento brindado por CLAC, será responsabilidad de la persona/agencia consultora.

- **OBJETIVOS DE LA CONSULTORÍA**

Elaborar un inventario con la información de las cuentas de redes sociales y páginas web de las organizaciones que forman parte de la membresía de CLAC, que permita tener un panorama sobre sus capacidades digitales.

- **PRODUCTOS ESPERADOS**

N°	PRODUCTO	TEMA/OBJETIVO	CANTIDAD	TIPO DE DOCUMENTO
1	Inventario de redes sociales y páginas web de las organizaciones de la membresía de CLAC, con su respectivo estado de actualización	Elaborar un inventario de redes sociales y páginas web de la membresía de CLAC	1	Documento de Excel con formato brindado por CLAC
2	Informe con gráficos para conocer el nivel de operatividad y estado de actualización digital de dichas organizaciones.	Elaborar un informe con gráficos que resuma el nivel de operatividad y estado de actualización digital, en base al inventario realizado.	1	Presentación de PPT con gráficos

	<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>3</b>	Documento de Word que contenga un informe descriptivo y con cifras de respaldo con los principales hallazgos del ejercicio, así como casos de mejores prácticas identificadas.	Presentar los resultados y hallazgos destacados del inventario y la identificación de mejores prácticas en América Latina y el Caribe	1	Documento de Word con gráficos
<b>4</b>	Presentación que resuma los principales hallazgos por región (Andina, Caribe, Centroamérica y México, y Cono Sur), así como algunos casos de mejores prácticas identificadas.	Presentar los resultados y hallazgos destacados del inventario y la identificación de mejores prácticas por regiones	1	Presentación de PPT con gráficos e imágenes de las mejores prácticas identificadas
<b>5</b>	Resultados de un grupo focal elaborado para destacar las buenas prácticas en materia de comunicación y marketing	Documento de informe de resultados del grupo focal con las organizaciones que realizan buenas prácticas en materia de comunicación y marketing.	1	Documento de Word, grabación de video de la reunión en Zoom, lista de asistencia.

- **METODOLOGÍA SUGERIDA**

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

- a) 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.
- b) Reuniones de seguimiento sobre el desarrollo de los productos estipulados en la consultoría, así como de la identificación de buenas prácticas destacadas.
- c) Entrega de informe y base de datos preliminar como avance de la consultoría, así como presentación de buenas prácticas.
- d) Realizar un webinar – grupo focal con organizaciones que se ha identificado que tienen buenas prácticas en materia de comunicación y marketing.
- e) Entrega de productos finales y presentación de hallazgos al equipo de CLAC.

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

- PERFIL REQUERIDO PARA CONSULTORÍA/AGENCIA**

N°	DESCRIPCIÓN	Indispensable	Deseable
1	Título universitario en Periodismo, Comunicación, Mercadeo o carreras afines.	X	
2	Experiencia comprobada en manejo de redes sociales y de bases de datos	X	
3	Experiencia de trabajo con comunidades rurales, pequeños productores (as), trabajadores(as) agrícolas		X
4	Conocimientos técnicos en medición de indicadores de redes sociales y en búsqueda de información en internet	X	
5	Conocimiento del contexto y realidad de los pequeños(as) productores(as) y trabajadores(as) del Comercio Justo en Latinoamérica y el Caribe		X
6	Capacidad para elaborar presentaciones y documentos atractivos con mediciones de métricas de redes sociales	X	
7	Conocimiento de los principios y del enfoque de desarrollo y del Comercio Justo		X
8	Que la persona consultora esté radicada en uno de los países de la consultoría	X	
9	Experiencia en recopilación y sistematización de la información en informes y gráficos	X	

- RESPONSABILIDADES**

**Del consultor(a) contratada:**

- Elaboración del cronograma y plan ajustado a las exigencias de los TDR, para el proceso de elaboración de base de datos para el inventario de páginas web y redes sociales de las organizaciones que forman parte de la membresía de CLAC.
- Reuniones de trabajo con el equipo de CLAC para las orientaciones sobre el levantamiento de información para el inventario de redes sociales y páginas web de la membresía de CLAC.
- Revisión con el equipo de CLAC de los documentos y presentaciones enviados.
- Preparación y entrega a CLAC de los productos finales.
- La consultora/agencia contratada seleccionada será responsable del manejo adecuado y ético de los documentos e informaciones que les sean facilitados en el marco de la consultoría.

**De CLAC:**

- Orientar la persona consultora/agencia contratada y/o su equipo en la elaboración de su ruta de trabajo para la realización de los productos.

	<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) Entregar oportunamente la documentación pertinente a la persona consultora/agencia contratada, así como orientarlo sobre su uso.
- c) Retroalimentar a la persona consultora 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: 3 meses

Para agilizar y facilitar la realización de las actividades en el terreno, la consultora/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 persona consultora/agencia contratada debe encargarse de realizar el contacto directo con las organizaciones para definir un plan detallado de reuniones virtuales.

### PAGOS (cronograma de desembolsos):

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

Producto	Porcentaje propuesto
Firma del contrato, entrega del inventario preliminar de redes sociales y páginas web y validación por parte de CLAC	30%
Realización del grupo focal sobre buenas prácticas y entrega de informe sobre buenas prácticas en comunicación y marketing.	30%
Entrega final de todos los productos aprobados (inventario de redes sociales y página web, documento de hallazgos, presentación de hallazgos por regiones e informe de grupo focal sobre buenas prácticas.	40%

**NOTA:** CLAC realizará pagos a la consultora/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 persona 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 de la consultora/agencia, que todo **material audiovisual, fotográfico, comunicacional o producción intelectual** resultante del trabajo realizado y todas otras

	<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>		

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, la persona consultora/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 persona consultora/agencia contratada.
- c) El equipo operativo de CLAC brindará el acompañamiento necesario para la obtención de la información requerida y la coordinación de reuniones con las organizaciones seleccionadas, así como los formatos y las líneas directrices para la recolección de información.
- d) Toda la información deberá ser entregada a CLAC al final de la consultoría.
- e) La persona consultora/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 persona consultora/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.

- **DEBIDA DILIGENCIA**

Al ser una organización regularizada por la legislación de El Salvador, CLAC 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 y proveedores (identificarse si son personas naturales o personas jurídicas). Este es un requisito obligatorio para poder participar en el presente proceso de consultoría. Recibirá un correo de parte de CLAC una vez finalizada la fecha límite para envío de propuestas.

- **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 [noe.h@clac-comerciojusto.org](mailto:noe.h@clac-comerciojusto.org), con el asunto: **“Levantamiento de información para inventario de cuentas de redes sociales y páginas web de la membresía de CLAC”**.

**Fecha última de recepción de propuestas completas, a más tardar el 10 de noviembre de 2023.**

	<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>		

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

- Hoja de vida del consultor(a) / equipo
- Propuesta metodológica, técnica y económica detallada
- Muestras de trabajos anteriores\* (reportes de campañas de redes sociales)
- 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.*