

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

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

Título de la consultoría	Consultoría para la elaboración de productos de comunicación sobre acción climática de CLAC
Unidad de dependencia	Unidad de Gestión de Programas y Proyectos -UGPP-
Alcance	América Latina y el Caribe (con desplazamiento a Brasil)
Relaciones internas	Unidad de Comunicación Estratégica Dirección Regional Cono Sur Unidad de Producción Sostenible y Resiliente
Relaciones externas	Associação das Organizações de Produtores Fairtrade do Brasil - BRFAIR
Reporta a	Oficial de Proyecto El Futuro es Justo Coordinadora de Unidad de Comunicación Estratégica
Ubicación	Brasil o cualquier país de la región Cono Sur de CLAC.

- **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.

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

- **ACERCA DEL PROYECTO EL FUTURO ES JUSTO**

El proyecto "El Futuro es Justo" es una iniciativa colaborativa destinada para incrementar el número de organizaciones de productores/as y sus miembros—pequeños/as agricultores/as y trabajadores/as—que disfrutan de medios de vida seguros y sostenibles, y de políticas y prácticas comerciales más justas. A través de esta acción, se busca fortalecer la efectividad de la red Fairtrade para responder a las prioridades de sus organizaciones miembros, abordando las desigualdades en los sistemas de comercio global. Con un enfoque en la justicia social, la resiliencia climática y la sostenibilidad, el proyecto se alinea con las prioridades de la Unión Europea, promoviendo un desarrollo económico equitativo y prácticas comerciales justas que beneficien a los/as productores/as y trabajadores/as en países en desarrollo.

En América Latina y el Caribe, CLAC (Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños(as) Productores(as) y Trabajadores(as) de Comercio Justo) juega un rol central dentro de este esfuerzo, trabajando directamente con organizaciones de productores/as y trabajadores/as para mejorar sus capacidades de incidencia política, gestión organizacional y adopción de prácticas sostenibles. Además, CLAC se enfoca en asegurar que las voces de los pequeños/as productores/as y trabajadores/as, especialmente mujeres y jóvenes, sean representadas en los procesos de toma de decisiones a nivel regional y global, promoviendo así una mayor equidad y justicia en las cadenas de suministro.

- **CONTEXTO DE LA CONSULTORÍA**

En el marco de la campaña de posicionamiento de CLAC frente a la COP30 —que se celebrará en noviembre de 2025 en Belém de Pará, Brasil— y en consonancia con la conmemoración del Año Internacional de las Cooperativas declarado por las Naciones Unidas, esta consultoría busca fortalecer la estrategia comunicacional de CLAC visibilizando el rol clave de las cooperativas de Comercio Justo en la lucha contra la crisis climática y en la promoción de la sostenibilidad ambiental, económica y social. A través de productos audiovisuales y gráficos, se pretende resaltar las experiencias concretas de sostenibilidad, resiliencia, adaptación al cambio climático y participación política de las cooperativas agrícolas, demostrando su potencial como actores estratégicos en una transición justa y en la construcción de soluciones desde los territorios rurales.

- **OBJETIVOS DE LA CONSULTORÍA**

Desarrollar productos de comunicación creativos y estratégicos (videos, fotografías, textos, afiches) que visibilicen el rol de las cooperativas de Comercio Justo frente a la crisis climática, posicionando las acciones de promoción de la sostenibilidad, resiliencia, adaptación y mitigación impulsadas por CLAC:

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

- ✓ Difundir la postura oficial de CLAC en materia de justicia climática, promoviendo una transición justa con base en las propuestas de las cooperativas de comercio justo.
- ✓ Visibilizar experiencias y buenas prácticas de la membresía de CLAC que demuestran sostenibilidad, resiliencia y soluciones locales frente al cambio climático.

• **PRODUCTOS ESPERADOS**

Nº	PRODUCTO	TEMA/OBJETIVO	CANTIDAD	ESPECIFICACIÓN
1	Video resumen institucional	La posición y acciones de CLAC frente al cambio climático y desafíos socioambientales para los pequeños/as productores/as y trabajadores/as de comercio justo. Para ello, el video se enlaza con la declaración oficial de CLAC frente la COP 30 y refuerza el mensaje de las cooperativas como soluciones concretas para una transición justa.	1 video con audio en español y sus versiones en portugués e inglés	Video de 3 – 5 minutos
2	Videos y fotografías testimoniales	Grabación y edición de al menos 4 testimonios durante el <i>Encuentro de Jóvenes y mujeres</i> que realizará la Coordinadora Brasileña de Comercio Justo en el mes de agosto. Cada testimonio debe estar acompañado por al menos 5 fotografías en formato retrato de la persona entrevistada.	4 videos con audio en portugués y sus versiones con subtítulos en español e inglés	4 videos de 2 – 4 minutos cada uno y 20 fotografías (5 por persona entrevistada)
3	Materiales gráficos para redes sociales	Al menos 10 piezas gráficas para redes sociales con frases clave de la declaración de CLAC frente a la COP30, de los testimonios recopilados así como buenas prácticas y experiencias de las cooperativas de comercio justo en materia de resiliencia climática.	10	En formatos adaptables a Instagram, LinkedIn, Facebook y X
4	Propuesta de estrategia de difusión digital	Documento de sugerencias de segmentación, presupuesto estimado y duración de una campaña para posicionar los mensajes producidos.	1	Enfocada en el contexto previo y durante la COP 30.

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

• **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, y WhatsApp) en el(los) respectivo(s) formato(s):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Horizontal 1920x1080 px (x) • Vertical 1080x1920 px (x) <p><i>En todos los respectivos formatos debe utilizar el logo de CLAC respetando las indicaciones del Manual de Marca de CLAC. Además, se debe garantizar que la entrega del(los) video(s) sea(n) en formatos utilizables en redes sociales/plataformas mencionadas.</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"> • Español (x) • Inglés (x) • Portugués (x) <p><i>Las respectivas copias deben utilizar el logo de CLAC y respetar las indicaciones del Manual de Marca de CLAC.</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 (x) • Inglés (x) • Portugués (x) <p><i>Las respectivas copias deben utilizar el logo de CLAC y respetar las indicaciones del Manual de Marca de CLAC.</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>

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

6	Se entregará la transcripción de todos los videos editados (narración y testimonio) en un documento Word.
7	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.
8	La producción debe estar en audio estéreo digital.

NOTAS IMPORTANTES:

La consultoría/agencia/contratada debe:

- a) 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.
- b) 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.
- c) Entregar fotografía de todas las personas entrevistadas, debidamente identificadas, y con sus respectivas autorizaciones firmadas.
- d) 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.
- e) En todo momento se deben seguir las especificaciones técnicas de Manual de Marca de CLAC.

• **REQUISITOS TÉCNICOS PARA FOTOGRAFÍAS**

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 30 fotografías por cada organización identificadas y con sus respectivas autorizaciones firmadas.

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

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	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.
2	Todas las imágenes deben contener el logo de CLAC, utilizado como indica el <u>Manual de Marca de CLAC</u> , según sea el caso. 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
3	Los productos deben ser diseñados respetando el <u>Manual de Marca de CLAC</u> .

PRODUCTOS PARA DIFUSIÓN A TRAVÉS DE REDES SOCIALES O WEB:

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

	Facebook	Instagram	Twitter	Youtube	Spotify
Post	1080 X 1080 píxeles	Post cuadrado: 1080 X 1080 px Post rectangular: 1200 X 628 px	1024 X 512 px		
Carrusel		1080 X 1080 px			
Stories	1080 X 1920 píxeles	1080 X 1920 px			

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

Feed		Apaisada: 1080 x 566 px Vertical: 1080 x 1350 px Cuadrada: 1080 x 1080 px			
Portada	820 X 312 píxeles		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:

- 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) Reunión con el equipo CLAC para la definición de la hoja de ruta, desarrollo del guión y un cronograma de trabajo que se ajuste en tiempo y forma a los productos requeridos en esta consultoría. También se realizarán reuniones con el comité de trabajo de la COP30, el proyecto de la Unión Europea y la unidad de comunicación estratégica de CLAC.
- c) La consultoría/agencia contratada recogerá los testimonios y las tomas de apoyo en coordinación con el equipo técnico de CLAC.
- d) La consultoría/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 y de las fotos, siguiendo el formato establecido por CLAC.

- **PERFIL REQUERIDO PARA CONSULTORÍA/AGENCIA**

Nº	DESCRIPCIÓN	Indispensable	Deseable
1	Título universitario en Periodismo, 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 fotográfica.	X	
4	Formación profesional y experiencia comprobada en producción audiovisual.	X	

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

5	Facilidad de relacionamiento, empatía y capacidad de generar confianza con diferentes audiencias.	X	
6	Dominio avanzado del español y del portugués.		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	Experiencia mínima de 3 años trabajando en el área de Comunicación en proyectos rurales, documentación audiovisual o realización de al menos 3 consultorías similares.	x	
10	Conocimiento del contexto y realidad de los pequeños productores y trabajadores del Comercio Justo en Latinoamérica y el Caribe.		X
11	Alta capacidad para el diseño gráfico, comunicación institucional y creatividad.	X	
12	Disponibilidad para realizar viajes y facilidad en el manejo de herramientas de comunicación online.	X	

- **RESPONSABILIDADES**

De la consultoría/agencia contratada:

- Elaboración del cronograma y plan ajustado a las exigencias del TdR, para el proceso de documentación audiovisual, fotográfico, animación y/o documental.
- Reuniones de trabajo con el equipo de CLAC para las orientaciones sobre los guiones de los audiovisuales, revisión de documentos, realización de entrevistas y participación en actividades en el terreno.
- Elaboración de los productos comunicacionales solicitados.
- Revisión con el equipo de CLAC del material audiovisual elaborado.
- Preparación de los productos finales.
- Entrega a CLAC de los productos finales y de todo el material obtenido durante la filmación sin editar.
- 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.
- 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:

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

- 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: 4 meses (agosto – noviembre 2025)

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 consultora/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 los desembolsos distribuidos de la siguiente manera:

Producto	Porcentaje propuesto
Entrega del producto cronograma de trabajo, el producto 3 y validación por parte de CLAC	25%
Entrega de productos 1 y 2 y validación por parte de CLAC	35%
Entrega de producto 4 y de todos productos en sus versiones finales.	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 consultora/agencia contratada, de acuerdo con lo establecido en la legislación del país respectivo o de residencia de éste(os/as).

PROPIEDAD INTELECTUAL

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

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 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 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.

La música ambiental que acompañe el trabajo audiovisual debe estar libre de derechos de autor o disponer de la autorización escrita de su autor/es.

- **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 consultora/agencia contratada.
- c) El equipo operativo de CLAC brindará el acompañamiento necesario para los contactos y la coordinación de visitas con los(as) 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 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 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.

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

- **RECEPCION DE PROPUESTAS**

Con base en la revisión 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 el asunto: **“Acción climática de CLAC”**

Fecha última de recepción de propuestas completas, a más tardar el 8 de agosto de 2025.

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)

***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.*