

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


**TÉRMINOS DE REFERENCIA
MATERIAL COMUNICACIONAL (VIDEOS Y FOTOGRAFÍAS)**

Título de la consultoría	Desarrollo de productos comunicacionales para organizaciones productoras de azúcar en Paraguay
Unidad de dependencia	Dirección Comercial
Alcance	Paraguay
Relaciones internas	Unidad de Comunicación Estratégica Enlace comercial azúcar Gestor país de Paraguay
Relaciones externas	Red azúcar de CLAC, coordinadora paraguaya de comercio justo
Reporta a	Enlace comercial azúcar / Coordinadora de Comunicación Estratégica
Coordina con	Oficial 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) (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.

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

CONTEXTO DE LA CONSULTORÍA


Como parte de la promoción a los diferentes productos certificados Fairtrade, se requiere elaborar materiales comunicacionales de organizaciones productoras de caña de azúcar en Paraguay, que incluyan historias de impacto sobre el uso de la prima Fairtrade.

OBJETIVOS DE LA CONSULTORÍA

Desarrollar productos comunicacionales (fotografías, videos y textos) de cuatro organizaciones productoras de caña de azúcar en Paraguay.


PRODUCTOS ESPERADOS

N°	PRODUCTO	TEMA/OBJETIVO	CANTIDAD	FORMATO Y DURACIÓN
1	40 fotografías profesionales en alta resolución, 5 fotografías por cada productor(a) entrevistado. 8 entrevistados en total - 2 por cada organización.	Acompañar a las historias sobre el impacto del comercio justo a través de sus protagonistas. Ejemplo: fotografías de productores(as) en sus labores de siembra, fertilización, cosecha y procesamiento de la caña de azúcar.	40	Las fotografías deben entregarse en formato JPG y RAW. Al menos 2 fotografías de cada productor en formato vertical
2	08 videos de 08 productores(as), 2 por cada organización.	Recopilar testimonios de productores(as) donde cuenten su experiencia y su involucramiento en los proyectos financiados por la prima Fairtrade.	08	Videos sin edición, tiempo de duración de cada video 5 minutos. Los videos deben entregarse en formato Full HD y vertical.
3	200 fotografías profesionales en alta resolución, 50 fotografías por organización.	Documentar fotográficamente el impacto del comercio justo en las organizaciones de pequeños(as) productores(as). Debe incluir al menos 10 fotos de un proyecto financiado con la prima Fairtrade.	200	Las fotografías deben entregarse en formato JPG y RAW. Deben incluir fotografías en formato horizontal y vertical.
4	4 videos editados – 1 por organización sobre un proyecto financiado con la prima Fairtrade.	Visibilizar el impacto de la prima Fairtrade en las organizaciones de productores(as).	4	Videos editados en formato Full HD y con su versión en vertical, en español y con subtítulos en inglés.
5	4 textos en formato reportaje sobre un proyecto de prima Fairtrade.	Visibilizar el impacto de la prima Fairtrade en las organizaciones de productores(as).	4	Textos en español de 2 páginas de extensión, con su traducción al inglés.

 	TÉRMINOS DE REFERENCIA MATERIAL COMUNICACIONAL	Versión: 1
		Fecha de emisión: 10/08/2021
		Ultima 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, Twitter 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 <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>
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) <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>
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) <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>

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

NOTAS IMPORTANTES:
<p>La consultoría/agencia/contratada debe:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 <u>Guía de entrega de materiales audiovisuales y fotográficos</u> que CLAC le entregará a la consultora. e) En todo momento se deben seguir las especificaciones técnicas de <u>Manual de Marca de CLAC</u>.

- **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> .

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

- **REQUISITOS PARA LOS TEXTOS/REPORTAJES ESCRITOS**

N°	REQUISITOS
1	Textos en formato reportaje acompañadas con fotografías representativas de las historias (<i>Ver requisito de fotografía</i>)
2	Se entregarán reportajes con extensión entre 600 a 800 palabras por texto en documento Word
3	Los textos deben incluir testimonios y frases de los entrevistados(as).
4	Entrega de los textos en el idioma original (español) y traducido al: <ul style="list-style-type: none"> • Inglés (x)
5	La consultoría/agencia contratada deberá entregar las autorizaciones de uso de imagen y de entrevista de todas las personas que aparezcan en el texto y en las fotografías, debidamente firmados.

- **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) La consultoría/agencia contratada recogerá los testimonios y planos de apoyo en coordinación con el equipo del proyecto.
- c) 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**

N°	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	

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

4	Formación profesional y experiencia comprobada en producción audiovisual.	x	
7	Facilidad de relacionamiento, empatía y capacidad de generar confianza con diferentes audiencias.	X	
8	Dominio nativo del español y avanzado de inglés.		X
9	Conocimiento del enfoque de género, participación ciudadana, procesos inclusivos y Comercio Justo.		X
10	Experiencia de trabajo con comunidades rurales, pequeños productores (as), trabajadores(as) agrícolas.	X	
12	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	
14	Conocimiento del contexto y realidad de los pequeños productores y trabajadores del Comercio Justo en Latinoamérica y el Caribe.		x
16	Alta capacidad para el diseño gráfico, comunicación institucional y creatividad.	X	
17	Disponibilidad para realizar viajes y facilidad en el manejo de herramientas de comunicación online.	X	
18	Conocimiento de los principios y del enfoque de desarrollo y del Comercio Justo.		X
19	Que la consultora/agencia/contratada esté radicada en uno de los países de la consultoría	X	

- **RESPONSABILIDADES**

De la consultoría/agencia contratada:

- a) Elaboración del cronograma y plan ajustado a las exigencias del TdR, para el proceso de documentación audiovisual y fotográfico.
- b) Reuniones de trabajo con el equipo de CLAC para las orientaciones sobre la realización de entrevistas y participación en actividades en el terreno, así como el seguimiento al avance en la entrega de los productos.
- c) Elaboración de los productos comunicacionales solicitados.
- d) Revisión con el equipo de CLAC del material audiovisual elaborado.
- e) Preparación de los productos finales.
- f) Entrega a CLAC de los productos finales y de todo el material obtenido durante la filmación sin editar.
- g) 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.

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

- h) 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:

- 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:


Esta consultoría está prevista realizarse en 6 meses contados a partir de la firma del contrato (en la primera reunión con la contraparte técnica se establecerá el cronograma de trabajo detallado). Sin embargo, las intervenciones serán de manera puntual de manera tal, que permita a la(s) persona(s) seleccionada(s) desarrollar los productos comunicacionales solicitados.

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 cuatro pagos contra entrega de los productos, previamente validados por el equipo que corresponda de CLAC:

N°	Producto	Porcentaje
1	Tras la entrega del plan de trabajo y de las fotografías de la primera organización visitada.	25%
2	Tras la entrega de los productos 1 y 2 indicados en el presente TdR	25%
3	Tras la entrega de los productos 3 y 4 indicados en el presente TdR	25%
4	Tras la entrega de todos los productos en sus versiones finales, con la correspondiente aprobación del equipo de CLAC.	25%

NOTA: CLAC realizará pagos a la consultoría/agencia contratada que sea seleccionada sin incurrir en retenciones de ningún tipo. Las obligaciones fiscales que se generen como resultado de esta

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

consultoría, estarán bajo la responsabilidad única de la consultoría/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 consultoría/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 (y Coordinadora Nacional si aplica)**, quienes tendrán los derechos exclusivos para publicarlos o divulgarlos. Del mismo modo la consultoría/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 ha de estar libre de derechos de autor o disponer de la autorización escrita.

- **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 consultoría/agencia contratada.
- c) El equipo operativo de CLAC, relacionado al proyecto, brindará el acompañamiento necesario para los contactos y la coordinación de visitas con los 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 consultoría/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 consultoría/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.

- **RECEPCION DE PROPUESTAS**

Con base en la revisión exhaustiva de los términos de referencia podrán enviar su propuesta a la dirección electrónica marlon.m@clac-comerciojusto.org y adquisiciones@clac-comerciojusto.org con el asunto: “**Productos comunicacionales para productoras de azúcar en Paraguay**”.

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

Fecha última de recepción de propuestas completas, a más tardar el 29 de septiembre 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)
- 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*