



## TÉRMINOS DE REFERENCIA

### SERVICIOS DE ELABORACIÓN DE MATERIALES DE COMUNICACIÓN Y EJECUCIÓN DE ESTRATEGIA DIGITAL PARA CIUDADES Y UNIVERSIDADES POR EL COMERCIO JUSTO

<b>Título de la consultoría</b>	Servicios de elaboración de materiales gráficos y audiovisuales y ejecución de estrategia digital para la promoción y fortalecimiento de los programas de Ciudades y Universidades por el Comercio Justo
<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/Gestores País
<b>Relaciones externas</b>	Comités locales de las campañas 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, Oficial 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. Optimizar el acceso a mercados a través del impulso del comercio justo en el Norte, Sur y economías emergentes
2. Incrementar los niveles de empoderamiento, autogestión y desarrollo de la membresía mediante una oferta de servicios con un enfoque socialmente justo, ambientalmente responsable, y económicamente viable.
3. Implementar una estrategia integral de posicionamiento e incidencia de CLAC para promover un comercio más justo.



4. Incrementar las capacidades organizacionales de las estructuras y el equipo operativo de CLAC para mejorar su desempeño y fomentar su apropiación/participación.

### 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 19 ciudades declaradas y al menos 4 en proceso de declaración 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.**

Además, CLAC ha impulsado la campaña Universidades por el Comercio Justo, en la que participan de forma activa al menos 20 universidades de toda la región y la cual desde el nuevo plan estratégico de CLAC por medio del **“Programa de Universidades por el Comercio Justo”** busca que contribuyan de manera más activa a la promoción comercial y consumo local (universitario) de productos de Comercio Justo.

La consultoría deberá tener en cuenta la generación de contenido, gestión de redes y adicionalmente el diseño de materiales gráficos y audiovisuales que permitan fortalecer la comunicación y presencia digital de los componentes y líneas de acción de los programas de Ciudades y Universidades por el Comercio Justo.

#### Lineas de acción relevantes para esta consultoría son:

- Para 2026 se diseña y publica la guía de Escuelas por el Comercio Justo
- Al menos 20 escuelas y colegios son sensibilizados en temas de Comercio Justo a nivel regional
- Se establece un concurso a nivel regional, basado en principios y valores del Comercio Justo
- **Se fortalecen los canales digitales del programa de Ciudades y Universidades por el Comercio Justo**
- Se crea el folleto digital de productos Fairtrade y de la economía Social y solidaria en el marco de las campañas de Ciudades por el Comercio Justo
- Una campaña regional sobre consumo responsable universitario con énfasis en visibilizar a productos y productores(as)
- Eventos regionales de intercambio entre ciudades y universidades por el Comercio Justo

#### • OBJETIVOS DE LA CONSULTORÍA

Fortalecer la comunicación de los programas Ciudades por el Comercio Justo – Latinoamérica y el Caribe y Universidades por el Comercio Justo, **a través de la elaboración y ejecución de una estrategia digital, creación de contenidos gráficos y audiovisuales, y gestión de redes sociales**, la producción y publicación de contenidos para la página web, así como el diseño de materiales de promoción de ambos programas y de sus componentes para el año 2026.

## PRODUCTOS ESPERADOS

N°	PRODUCTO	TEMA/OBJETIVO	CANTIDAD	FORMATO
1	Elaboración de estrategia digital para las redes sociales del programa de Ciudades y Universidades por el Comercio Justo.	Diseñar y ejecutar una estrategia digital con un plan de difusión para un período de 10 meses y ajustar al actual enfoque de los programas de Ciudades y Universidades por el Comercio Justo.	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (1) Documento de Word</li> <li>• (1) Presentación de PPT</li> <li>• Idioma: Español</li> </ul>
2	Elaboración de parrilla mensual de contenido dividido en semanas del programa de Ciudades y Universidades por el Comercio Justo.	Crear, gestionar y ejecutar un calendario editorial de publicaciones para redes sociales, con planificación semanal organizada por cada mes, durante un periodo de 10 meses, como parte de la estrategia digital (Producto 1). La parrilla de contenidos deberá contemplar los copys correspondientes a cada publicación.	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (1) Archivo de Excel (por mes, durante un periodo de 10 meses)</li> <li>• Idioma: Español</li> </ul>
3	Elaboración de afiches digitales para diferentes usos (invitaciones, posts en redes sociales, actividades, entre otros)	Diseñar afiches en diferentes formatos de red social y de acuerdo con el contenido a promocionar con información sobre el programa y sus componentes	50 piezas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (50) Piezas en JPG.</li> <li><i>*se distribuirán en los idiomas español, portugués e inglés</i></li> <li><i>* El idioma de cada pieza se acordará previamente con el equipo de CLAC.</i></li> </ul>
4	Elaboración de videos cortos para redes sociales	<p>1. Producir videos informativos sobre los programas y sus componentes, en formato animado y adaptados a los distintos formatos de redes sociales.</p> <p>2. Editar videos testimoniales en formatos adecuados para</p>	<p>20 videos animados (cada video en versión español (10) y su respectiva versión en portugués (10))</p> <p>10 videos testimoniales editados y</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (10) Videos animados en español (en Motion Graphics) adaptados a los distintos formatos de redes sociales. Duración máxima de 1 minuto.</li> </ul>



		<p>las diferentes plataformas de redes sociales.</p> <p>* CLAC facilitará los contactos de las personas y la consultoría será responsable de la preparación - de manera remota- de las personas entrevistadas (guion y orientación para la grabación).</p>	subtitulados nos idiomas indicados	<ul style="list-style-type: none"><li>• (10) Videos editados con la identidad visual de los programas adaptados a los distintos formatos de redes sociales. Duración máxima de 1 minuto.</li></ul> <p>*(Las versiones producidas originalmente en español se entregarán con subtítulos en portugués. En el caso de los videos producidos originalmente en portugués, deberán contar con subtítulos en español). Más especificaciones de entregables en anexo (en requisitos técnicos de material audiovisual)</p>
5	Una campaña digital sobre consumo responsable y productos de Comercio Justo	Creación, diseño gráfico, identidad visual de campaña y ejecución de una campaña dentro del marco de la estrategia digital (producto 1).	11	<ul style="list-style-type: none"><li>• (1) Campaña (identidad visual, logo, concepto, objetivo, calendario editorial, entre otros) en modo presentación PPT, programas de edición y editables (en paquete de Adobe Premiere).</li><li>• (7) Piezas estáticas para redes sociales.</li><li>• (3) Videos animados (en Motion Graphics). Duración entre 30 segundos a 1 minuto cada.</li></ul> <p>*La campaña y las piezas deben estar en español y portugués, y entregar todo material editable.</p>
6	Materiales para uso digital e impreso sobre los componentes actuales del programa de ciudades y universidades por el	Diseñar materiales informativos con las informaciones actualizadas de los programas.	6 español 6 portugués	<ul style="list-style-type: none"><li>• (2) videos animados (en Motion Graphics) de explicación sobre cada programa. Duración de 1 minuto y 30 segundos.</li></ul>

	Comercio Justo (criterios, proceso de participación, etc)			<ul style="list-style-type: none"> <li>•(2) guías para cada programa, aproximadamente 10 páginas cada. En PDF e InDesign.</li> <li>•(2) material informativo en formato tríptico para cada programa.</li> </ul> <p>*Todos los productos serán entregados en español y portugués. Más especificaciones de entregables en anexo (en requisitos técnicos de material audiovisual)</p>
7	Elaboración de revista con contenido relacionado a Ciudades y Universidades por el Comercio Justo	Diseñar la próxima edición de la revista de máximo 20 páginas de contenido.	1 español 1 portugués	<p>(1) Revista con máximo 20 páginas de contenido en documento Word (contenido) y diagramación en In Design</p> <p><i>*El equipo de CLAC estará a cargo de entregar los contenidos (notas, imágenes y fotografías) para construcción de la nota con base a una estructura y mecanismo que defina la consultoría</i></p>
8	Elaboración de guías y presentación para Escuelas y Colegios por el Comercio Justo	Diseñar una guía informativa para uso digital (con hipervínculos que dirijan a materiales existentes) y una versión para uso impreso. De manera complementaria, se requiere una presentación introductoria para la sensibilización de uso y promoción de la guía.	1 guía informativa (cada guía en su respectivo idioma)  1 presentación (cada presentación en su respectivo idioma)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (1) Guía informativa de aproximadamente 6 páginas (para digital e impreso) y diagramación en In Design y PDF. En versión español y portugués.</li> <li>• (2) Presentación introductoria en Power Point. En versión español y portugués.</li> </ul>



9	Informe final de la consultoría	Presentación de un informe final que describa todo el trabajo realizado en el marco de la consultoría y que incluya los resultados de la implementación de la estrategia digital, con métricas de alcance, interacciones, crecimiento de seguidores y otros KPIs relevantes. Asimismo, se requiere la entrega de informes mensuales para comunicar a diferentes públicos sobre el impacto y avances de la estrategia digital.	2	<ul style="list-style-type: none"><li>• (1) Presentación del informe en formato Power Point y PDF</li><li>• (1) Entrega del mismo informe en Word.</li></ul>
---	---------------------------------	---	---	--

• **REQUISITOS TÉCNICOS PARA EL MATERIAL AUDIOVISUAL**

N°	REQUISITOS
1	<p>Los videos para las diferentes plataformas/redes sociales (Instagram, Facebook 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>• Horizontal 1920x1080 px</li><li>• Vertical 1080x1920 px / 1080x1350</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.</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.
5	Cuando requiera narración deberá ser en castellano latino neutro o en idioma neutro.
<b>NOTAS IMPORTANTES:</b>	



La consultoría/agencia/contratada debe:

- a) Además de entregar los materiales audiovisuales profesionalmente editados. Además, deberá entregar el proyecto editable en Adobe Premiere donde se haya realizado la postproducción.
- 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.
- 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.
- d) En todo momento se deben seguir las especificaciones técnicas de 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.

• **REQUISITOS TÉCNICOS PARA VIDEO ANIMADO**

N°	REQUISITOS
1	<p>Se entregará(n) video(s) con edición basada en técnica <b>Motion Graphics</b> y/o técnica <b>Whiteboard/Doodle</b> en español y <b>sin subtítulos</b>, en los siguientes formatos:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Calidad Full HD 1080P (1920x1080) utilizando el logo de CLAC y respetando las indicaciones del <u>Manual de Marca de CLAC</u>.</li><li>• 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>.</li></ul>
2	<p>Se entregarán todas las versiones de los videos editados <b>sin subtítulos</b> en alta calidad/resolución para su uso en las diferentes plataformas/redes sociales (Instagram, Facebook y WhatsApp) en los respectivos formatos:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Horizontal 1920x1080 px</li><li>• Vertical 1080x1920 px / 1080x1350</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.</i></p>
3	<p>Se entregará una copia de cada vídeo en calidad <b>Full HD</b> (y en los respectivos formatos determinados en el requisito 1 y 2), con subtítulos (hardcoded) y/o locución en español y/o portugués.</p>



4	<p>Se entregará una copia de cada video editado en Full HD con subtítulos 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"> <li>• Español ( x )</li> <li>• Inglés ( x )</li> <li>• Portugués ( x )</li> </ul>
5	Se debe entregar la transcripción de los videos finales.
6	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.
7	La producción debe estar en audio estéreo digital.
8	El audio de la narración deberá ser en castellano latino neutro o en idioma neutro (en caso de tener locución en otro idioma).
<b>NOTAS IMPORTANTES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todos los procesos serán revisados y aprobados por CLAC: realización de guion, presentación de story board, selección de las voces para la locución, montaje y postproducción.</li> <li>• La entrega de todo material (formatos, versiones y editables) por parte de la consultora/agencia/contratada se realizará de manera digital y físicamente en un disco duro externo a CLAC. En caso de utilizar personajes, entregar las versiones editables de los mismos (en Adobe Illustrator).</li> <li>• En todo momento, se seguirán las especificaciones técnicas de <u>Manual de Marca indicado</u>.</li> </ul>	

• **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> <p>Todos los materiales gráficos deberán respetar los tamaños y formatos de cada red social (Facebook, Instagram – stories, feed, reels –y WhatsApp)</p>
2	<p>Todas las imágenes deben contener el logo de CLAC y/o de la campaña correspondiente, utilizado como indica el <u>Manual de Marca de CLAC y/o Manual de Marca de la campaña de Ciudades por el Comercio Justo - LAC</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 (<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></p>
3	Los productos deben ser diseñados respetando el <u>Manual de Marca de CLAC y/o Manual de Marca de la campaña de Ciudades por el Comercio Justo - LAC</u> , según sea el caso.
4	Entregas de presentaciones en Power Point también se deberá entregar en editable.

## PRODUCTOS PARA DIFUSIÓN A TRAVÉS DE REDES SOCIALES:

Referencias de los productos gráficos elaborados para redes sociales deben tener las siguientes medidas:

	Facebook	Instagram	YouTube
Post/Feed	<b>Cuadrada:</b> 1080 X 1080 px <b>Vertical:</b> 1200 x 1800 px <b>Horizontal:</b> 1200 x 900 px	<b>Cuadrada:</b> 1080 x 1080 px; <b>Vertical:</b> 1080 x 1350 px; <b>Horizontal:</b> 1080 x 566 px.	x
Carrusel	x	<b>Cuadrada:</b> 1080 X 1080 px <b>Vertical:</b> 1080 x 1350 px;	x
Stories	1080 x 1920 px (9:16)	1080 x 1920 px (9:16)	x
Reels (+portada)	1080 x 1920 px (9:16)	1080 x 1920 px (9:16)	x
Portada	851 X 315 pixeles	x	1920x1080 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.
- 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.
- 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 y 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	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:**

- 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 revisión de parrillas de contenidos, documentos, realización de entrevistas y cobertura de actividades.
- Elaboración de los productos comunicacionales solicitados.
- Revisión con el equipo de CLAC del material gráfico, de texto y audiovisual elaborado para la parrilla de contenidos semanales para redes sociales.
- Preparación de informes mensuales sobre la gestión de redes sociales.
- 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.
- 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.
- 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: 10 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:

<b>Producto</b>	<b>Porcentaje</b>
Firma del contrato, cronograma de trabajo y estrategia digital aprobados.	30%
Entrega de reporte de los primeros 4 meses de trabajo.	30%
Entrega de reportes de los siguientes 6 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**

- 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 el/la consultor/a o agencia contratada.
- c) 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 de los términos de referencia podrán enviar su propuesta a la dirección electrónica [marlon.m@clac-comerciojusto.org](mailto:marlon.m@clac-comerciojusto.org) con copia a [adquisiciones@clac-comerciojusto.org](mailto:adquisiciones@clac-comerciojusto.org) con el asunto: **Estrategia digital de las campañas de ciudades y universidades por el Comercio Justo**. La fecha límite para realizar las consultas será hasta el 27 de marzo.

**Fecha última de recepción de propuestas completas, a más tardar el 1 de abril 2026.**

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.*