



TÉRMINOS DE REFERENCIA

SERVICIOS DE COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS PARA CAMPAÑAS DE CIUDADES POR EL COMERCIO JUSTO Y OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Título de la consultoría	Servicios de compra de espacios publicitarios para la campaña de Ciudades por el Comercio Justo – Latinoamérica y el Caribe y la campaña de Objetivos de Desarrollo Sostenible
Unidad de dependencia	Comunicación Estratégica
Alcance	América Latina y el Caribe
Relaciones internas	Especialista de Incidencia
Reporta a	Coordinadora de Comunicación Estratégica
Coordina con	Coordinadora de Comunicación Estratégica, Gestora de comunicación – redes sociales, Especialista de Incidencia

- **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.

El propósito inspirador de CLAC es: En CLAC somos la red de organizaciones de productores(as) y trabajadores(as) que lidera la promoción de los principios y valores del Comercio Justo en América Latina y el Caribe, y actuamos como agentes de cambio de nuestra propia realidad, contribuyendo a la construcción de un mundo más justo, equitativo y sostenible.

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.



CONTEXTO DE LA CONSULTORÍA

La Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños(as) Productores(as) y Trabajadores(as) de Comercio Justo (CLAC) estará desarrollando en los próximos meses dos campañas de comunicación sobre la iniciativa Ciudades por el Comercio Justo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible para las cuales planea una inversión en compra de espacios publicitarios en redes sociales y/o medios de comunicación. Asimismo, se tiene previsto publicar una serie de materiales relacionados a la estrategia de incidencia que requieren promoción a través de pauta publicitaria, por ello se requiere la contratación de una empresa con experiencia en la contratación de espacios publicitarios a nivel de América Latina y el caribe.

Desde el 2014, promueve y acompaña la campaña de Ciudades por el Comercio Justo, una red de trece ciudades 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 con los valores del comercio justo, políticas públicas, y trabajo permanente con instituciones educativas. En octubre de 2022 se realizará por primera vez el Encuentro Mundial de Ciudades y Pueblos por el Comercio Justo (Fair Trade Towns) en América Latina, siendo Quito la ciudad sede.

Además, cada año CLAC realiza una campaña sobre cómo el Comercio Justo contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), un tema fundamental para mostrar el impacto del Comercio Justo. En esta ocasión se busca promocionar los materiales desarrollados para esta campaña a través de la compra de espacios publicitarios en redes sociales y en medios de comunicación en la región.

- **OBJETIVOS DE LA CONSULTORÍA**

Posicionar las diferentes fases de las campañas de Ciudades por el Comercio Justo y de Comercio Justo y ODS a través de la compra de espacios publicitarios en medios de comunicación y en redes sociales en diferentes países de América Latina y el Caribe, así como algunos países de interés en el norte global.

- **PRODUCTOS ESPERADOS**

N°	PRODUCTO	TEMA/OBJETIVO	CANTIDAD	FORMATO
1	Plan de medios de la campaña Ciudades por el Comercio Justo	Presentar un plan para la inversión de pauta publicitaria en medios de comunicación y redes sociales	1	Documento de Word y presentación de PPT
2	Plan de medios de la campaña Comercio Justo y ODS	Presentar un plan para la inversión de pauta publicitaria en redes sociales	1	Documento de Word y presentación de PPT



3	Plan de medios para difundir materiales de incidencia	Presentar un plan para la inversión de pauta publicitaria en medios de comunicación y redes sociales	1	Documento de Word y presentación de PPT
4	Elaboración de informe de resultados de la campaña de Ciudades por el Comercio Justo	Presentar los resultados del alcance de la inversión de pauta publicitaria en medios de comunicación y redes sociales	1	Documento de Word y presentación de PPT
5	Elaboración de informe de resultados de la campaña Comercio Justo y ODS	Presentar los resultados del alcance de la inversión de pauta publicitaria en redes sociales	1	Documento de Word y presentación de PPT
6	Elaboración de informe de resultados de difusión de materiales de incidencia	Presentar los resultados del alcance de la inversión de pauta publicitaria en medios de comunicación y redes sociales	1	Documento de Word y presentación de PPT

- **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 de un cronograma de trabajo que se ajuste en tiempo y forma a los productos requeridos en esta consultoría.
- c) Reuniones periódicas con el equipo de comunicación estratégica de CLAC para dar seguimiento a los avances de las campañas de Ciudades por el Comercio Justo y Comercio Justo y ODS, así como la publicación de materiales de incidencia y hacer los ajustes que sean requeridos para optimizar su impacto.



- **PERFIL REQUERIDO PARA CONSULTORÍA/AGENCIA**

N°	DESCRIPCIÓN	Indispensable	Deseable
1	Título universitario en Periodismo, Comunicación, Mercadeo o carreras afines.	X	
2	Experiencia en la compra de espacios publicitarios para campañas de comunicación social.	x	
3	Formación profesional y experiencia comprobada en la difusión de materiales en redes sociales.	x	
4	Facilidad de relacionamiento, empatía y capacidad de generar confianza con diferentes audiencias.		x
5	Conocimientos técnicos en plataformas de manejo publicitario de redes sociales (FB e Instagram business suite, creative studios, Twitter ads and analytics, plataformas de medición de métricas como Metricool, entre otras).	x	
6	Conocimiento del contexto y realidad de los pequeños productores y trabajadores del Comercio Justo en Latinoamérica y el Caribe.		x

- **RESPONSABILIDADES**

Del consultor/a contratada:

- a) Elaboración del cronograma y plan ajustado a las exigencias del TdR, para el proceso de elaboración y ejecución de un plan de medios para la campaña de Ciudades por el Comercio Justo, Comercio Justo y ODS y para la promoción de materiales de incidencia.
- b) Reuniones de trabajo con el equipo de CLAC para las orientaciones sobre revisión de parrillas de contenidos semanales para redes sociales.
- c) Preparación de informes sobre los resultados de cada una de las campañas.
- d) El consultora/a 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.

De CLAC:

- a) Orientar a el/la consultor/a 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 y materiales pertinentes a el/la consultor/a contratada, así como orientarlo sobre su uso.
- c) Retroalimentar a el/la consultor/a 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: 5 Meses

Para agilizar y facilitar la realización de las actividades, el/la consultor/a contratada 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.

PRESENTACIÓN DE LA OFERTA ECONÓMICA

La oferta económica debe detallar la oferta económica por los servicios que brindará la consultoría, independientemente de la inversión publicitaria. Se puede incluir una propuesta de inversión publicitaria, pero debe quedar muy claro cuál es la oferta específica por los servicios que la empresa consultora brindará de ser contratada.

PAGOS (cronograma de desembolsos):

Los pagos por la realización de esta consultoría incluirán tanto los honorarios de la consultoría/agencia contratada, como los pagos a los medios de comunicación y la inversión en redes sociales, de acuerdo con lo establecido en el plan de medios aprobado por la unidad de comunicación estratégica de CLAC. Se harán tres desembolsos distribuidos de la siguiente manera:

Producto	Porcentaje
Firma del contrato y cronograma de trabajo aprobado	30%
Entrega de plan de medios de la campaña de Ciudades por el Comercio Justo aprobado por la unidad de comunicaciones de CLAC y la especialista en incidencia.	20%
Entrega del plan de medios de la campaña Comercio Justo y ODS y del plan para la promoción de materiales de incidencia.	20%
Entrega del plan de medios de la campaña Comercio Justo y ODS y del plan para la promoción de materiales de incidencia.	30%

NOTA: CLAC realizará pagos a el/la consultor/a 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 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 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**, quienes tendrán los derechos exclusivos para publicarlos o divulgarlos. Del mismo modo el/la consultor/a 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 cualquier 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) Toda la información y todos los materiales de texto, fotográficos, gráficos y videos desarrollados en el marco de la consultoría deberán ser entregados a CLAC al final de la consultoría.
- d) El/la consultor/a o agencia contratada se sujetará al marco Legal y Fiscal del lugar de suscripción del contrato.
- e) 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.
- f) 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.

- **RECEPCION 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 con copia a Marlon.m@clac-comerciojusto.org el asunto: **“Servicios de compra de espacios publicitarios para campañas de Ciudades por el Comercio Justo y Objetivos de Desarrollo Sostenible”**.

Fecha última de recepción de propuestas completas, a más tardar el 23 de agosto de 2022

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, en este caso ejemplos de cuentas de redes sociales que han manejado para campañas publicitarias.
- 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.*