

PROCEDIMIENTO DE LICITACIÓN DE PROVEEDOR PARA AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL ÁREA DE COMUNICACIÓN Y FUNDRAISING

12 abril 2024

CONTEXTO

Acción contra el Hambre es una organización internacional sin ánimo de lucro que lucha contra las causas y consecuencias del hambre en más de 50 países desde hace 45 años.

Desde el área de Comunicación y Fundraising desarrollamos acciones de comunicación y publicidad para contribuir a la sostenibilidad de la organización a través de la captación de fondos privados de individuos y empresas.

Dentro de nuestras funciones está el desarrollo de campañas y acciones de marketing y comunicación en el entorno digital (en redes sociales, página web o buscadores) y offline (como telemarketing, F2F, publicidad exterior) y con distintos stakeholders como empresas, colegios y otras instituciones.

TÉRMINOS DE REFERENCIA

Acción contra el Hambre busca la contratación de una agencia que de servicio de Publicidad 360.

Ésta será su agencia de cabecera en campañas en entornos multicanal, siempre en coordinación con el equipo inhouse y teniendo en cuenta una estrategia amplia que cuente con los distintos puntos del funnel de conversión (awareness, consideración, performance) y los canales orgánicos que le afectan, en coordinación con los de pago.

Los requerimientos generales de este servicio se describen a continuación:

1. Asesoramiento estratégico
Para alcanzar los objetivos de comunicación (off/on) relacionados con la notoriedad y la captación del departamento.
2. Diseño creativo de campañas
Propuesta específica o adaptación de las principales campañas de la organización y otras propias que puedan ser relevantes para el departamento. Esto incluiría tanto el concepto creativo y el planteamiento estratégico de la campaña, como la producción de contenidos.
3. Producción de contenidos.



Adaptación de contenidos generales de la organización a los distintos stakeholders y creación de contenidos (piezas y/o copias) nuevos.

4. Compra / gestión de espacios en medios.
5. Gestión de algunas herramientas y canales de Marketing Digital
La agencia gestionará directamente los canales de Display y Programática, SEM (Google Adwords, Google Grants y Bing Ads), y puntualmente en campañas en Meta y LinkedIn Ads, de Acción contra el Hambre, siempre con la supervisión y el acuerdo de la persona encargada de la gestión con la agencia.
Estos canales podrán ampliarse a otros recomendados por la agencia, o pararse, en búsqueda constante de un rendimiento óptimo del presupuesto.
6. Análisis y business inteligent:
La agencia dará soporte en la medición de las acciones y preparará reportes de calidad enfocados a la recogida de datos, análisis y propuesta de mejora.
Se definirá la periodicidad de estos informes y reuniones en el procedimiento de contratación.
7. Apoyo en la identificación y gestión de perfiles influyentes para nuestro programa de Embajadores.
8. Auditoría inicial de nuestras herramientas
Para ser capaces de llevar una estrategia a largo plazo de mejora de los canales digitales requerimos una auditoría previa al comienzo de las campañas de:
 - **Meta:** revisión de cuenta, audiencias y píxel de medición.
 - **Web:** revisión de píxeles de medición, estrategia de impactos a través de la web.
 - **Google Tag Manager:** revisión de píxeles configurados.
 - **Google Adwords y Google Grants:** estrategia de las cuentas hasta ahora para, al respecto del histórico plantear cambios o mejoras y la nueva estrategia.
 - **Google Analytics 4:** revisemos que se recogen datos de campañas correctamente.
 - **Campaign Manager:** se trabajará desde la cuenta de la organización.

El trabajo de la agencia se verá reflejado en la conceptualización y gestión de las siguientes acciones:

1. Adaptación de campaña de la Red Internacional de Action against Hunger.
2. Generación de una campaña propia con bajadas para individuos y empresas.
3. Generación y gestión de *campañas always on*.
4. Generación y gestión de campañas de “*emergencias*” cuando se de el caso.

PROCESO DE SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN

Se espera de la agencia proactividad a la hora de identificar y conocer tendencias y proponer pruebas en nuevos canales, nuevas formas de publicidad, etc. para poner en práctica y en test las novedades del sector de publicidad digital.



Se valorará experiencia con clientes del Tercer Sector, aunque se realizará una formación al equipo a cargo.

Se valorará que, en la medida de lo posible, exista una mínima estabilidad del equipo a cargo de la cuenta para aprovechar la formación, el *expertise* que se vaya alcanzando, y la gestión óptima de la cuenta.

Los entregables en esta primera fase del proceso son:

1. Breve dossier del proveedor en el que cuente su experiencia, sus valores y fortalezas profesionales, y en el que se incluyan una selección de sus servicios en Marketing relacionados con las necesidades expuestas en este documento.
2. Ofertas técnicas y económica.

Deben enviarse a Miguel Ángel Pérez González maperez@accioncontraelhambre.org y a Laura Escolano Casado lescolano@accioncontraelhambre.org La fecha límite para el envío de las ofertas es el viernes, 13 de mayo a las 23:59 (hora local de Madrid).

El proceso de selección será el siguiente:

1. Recepción de propuestas. Hasta el 13 de mayo.
2. Análisis de propuestas y preselección. Hasta el 20 de mayo.
3. Reunión, de preferencia presencial, con las 3 agencias preseleccionadas para presentar las propuestas. Del 21 al 24 de mayo.

MODELO DE CONTRATO

Se valorarán varias opciones, como Fee mensual o Porcentual con respecto a objetivos/gasto. En todas las opciones tendremos un compromiso de objetivos y un bonnus si se superan.

COMPROMISOS DEL PROCEDIMIENTO DE LICITACIÓN

El procedimiento de licitación que aquí se abre, tiene como objetivo la firma de uno o varios acuerdos marco para todos los servicios solicitados o para una parte de ellos, con una duración de un año, que puede ser renovado si las dos partes así lo estiman así oportuno.

El proveedor aceptará que cede con carácter exclusivo a Acción contra el Hambre los derechos de reproducción, distribución, transformación y comunicación pública, en todas las posibles modalidades, de la obra resultante de la ejecución de los proyectos que se le encarguen, a fin de ejercer estos derechos en todo el mundo, por la duración máxima actualmente prevista en la ley y con derecho de cesión a terceros.

Esta cesión de derechos sobre la obra incluye a título enunciativo pero no exhaustivo, la autorización para su puesta a disposición del público (en su integridad, fragmentada o



resumida) por medios inalámbricos o de cualquier otra clase, para su publicación en medios impresos, ya sean periódicos o revistas, para su inclusión en obras audiovisuales y para su integración y utilización en bases de datos, declarando el autor de la obra que ninguna otra persona o entidad tiene derechos de propiedad intelectual sobre la misma y garantizando expresamente a Acción contra el Hambre frente a cualquier eventual reclamación de terceros, derivada del ejercicio de los derechos de propiedad intelectual sobre la obra objeto de la presente cesión. Todo ello sin perjuicio de los derechos morales del autor.

En virtud de la cesión anteriormente verificada, y en atención además a la cláusula de confidencialidad que se establece más adelante, el proveedor no podrá utilizar la obra resultante de la ejecución del presente Acuerdo (ni en su integridad, ni fragmentada o resumida), ni las fotos, presentaciones o cualquier otro tipo de material, sin autorización previa, expresa y por escrito de Acción contra el Hambre.

En caso de que Acción contra el Hambre diera esta autorización previa, expresa y por escrito a esa publicación de la obra, en dicha publicación tendrían que aparecer los logos de Acción contra el Hambre y del donante.

OBLIGACIÓN DE CONFIDENCIALIDAD

Los términos y condiciones que integran el presente procedimiento de licitación así como el posible Acuerdo y la información que las partes adquieran en virtud del mismo, son de naturaleza confidencial y no podrá ser revelada, comunicada, difundida, distribuida, almacenada, transformada, ni en todo ni en parte, ni aplicada a ningún fin distinto de los contemplados en este procedimiento o futuro Acuerdo, a tercero alguno sin el previo consentimiento de la otra, con excepción de las comunicaciones a los asesores financieros y/o jurídicos de cada una de las partes y de aquellas efectuadas dentro del cumplimiento de obligaciones legales o demandas de información efectuadas por las autoridades administrativas o judiciales competentes.

Asimismo, las partes serán responsables de que sus directivos, empleados, subcontratistas, proveedores, proveedores y, en general, todas las personas que tengan acceso a la información confidencial respeten la confidencialidad de la información, así como de los daños y perjuicios causados por el mal uso o revelación de dicha información

Cada parte asume la obligación de comunicar a la otra parte toda filtración de información de la que tenga o pueda llegar a tener conocimiento producida por la infidelidad de las personas que hayan accedido a la información confidencial, bien entendido que esa comunicación no exime a la parte que haya incumplido el presente compromiso de confidencialidad de la responsabilidad que se derive de dicha omisión en particular.