

TÉRMINOS DE REFERENCIA

AGENCIA DE MARKETING DE APOYO A LOS PROGRAMAS DE ACCIÓN SOCIAL EN ESPAÑA

1. CONTEXTO

Desde Acción contra el Hambre deseamos contratar los servicios de una agencia de marketing y publicidad on y off line para dar visibilidad y lograr participantes para los programas de acción social que desarrollamos en diversos municipios de España. Estos programas ayudan, en líneas generales, a encontrar un empleo o emprender un negocio (más información en el punto 11).

Tras una primera consulta al sector para conocer si existía en el mercado una agencia que pudiera cubrir nuestra demanda y una vez que contamos con una planificación realista de los programas que vamos a tener en marcha durante el año (y por tanto, de las necesidades a cubrir y los productos esperados), sacamos a licitación la contratación de una agencia de marketing que cubra los objetivos que detallamos a lo largo de este documento.

2. OBJETIVOS

Los objetivos que buscamos con acciones de marketing son:

- Dar a conocer los programas de acción social que la ONG realiza en España
- Conseguir que se inscriban participantes en estos programas

La agencia nos prestará soporte durante todo un año y se encargará de la estrategia, diseño y adaptación de campañas de SEO, marketing y publicidad para los programas con más necesidad de posicionarse y lograr participantes.

Las campañas abarcarán uno o varios de estos canales, según la estrategia propuesta por el proveedor seleccionado: medios de comunicación digitales, redes sociales (Facebook, Twitter, Youtube...), plataformas colaborativas, Google (Adwords, SEO, SEM...) y podrán recurrir a estrategias de branded content, publicidad tradicional...

La selección se hará siempre buscando los canales y actividades más adecuados para cada caso: qué acciones funcionan mejor con cada público objetivo, en qué plataformas se halla el target de cada programa y qué opciones hay en cada territorio (por ejemplo, si hubiera una publicación especializada en empleo o formación).

Para lograr los objetivos, la agencia deberá proponer acciones tanto de publicidad como de branded content que favorezca el posicionamiento natural de las páginas web que contienen la información sobre estos programas.

Además, la agencia será la responsable de crear y hacer las versiones correspondientes de materiales de apoyo como folletos, carteles o roll up, entre otros, para los programas concretos que se le indiquen.

Resumen de las actividades a desarrollar por la agencia:

- Proponer una estrategia de marketing (incluyendo acciones de branded content) y publicidad que incluya canales, temporalización, mensajes, creatividades...
- Diseñar creatividades y copias
- Adaptar anuncios y contenidos para cada soporte
- Elaborar las versiones de anuncios para cada programa concreto
- Publicar y gestionar directamente los anuncios en Google, Facebook...
- Producir landing pages /formularios en FB para la inscripción de los participantes
- Desarrollar acciones de SEO básico de posicionamiento
- Redactar los contenidos de la estrategia de branded content
- Realizar analítica web
- Crear, diseñar y hacer las adaptaciones correspondientes de materiales de visibilidad off line: como folletos, carteles o roll up

3. INICIO Y FIN DEL SERVICIO

Los servicios se prestarán desde el 1 de abril de 2018 al 31 de marzo de 2019.

4. ACTIVIDADES A DESARROLLAR

ACTIVIDADES A DESARROLLAR	ACCIONES MÍNIMAS A DESARROLLAR. SE PIDE PRESUPUESTO INDIVIDUAL	POSIBLES EXTRAS. SE PIDE PRESUPUESTO
1. DISEÑO DE ESTRATEGIA GENERAL DE MARKETING PARA LA LÍNEA DE ACCIÓN SOCIAL DE ACCIÓN CONTRA EL HAMBRE	1.1. Análisis de la marca respecto a la competencia y análisis del público 1.2. Definición de mensajes y línea creativa 1.3. Plan de acciones incluyendo branded content, social media, SEM, remarketing...	
2. DISEÑO Y EJECUCIÓN DE 7 CAMPAÑAS DE MARKETING ON Y OFF LINE:	2.1. Análisis del punto de partida: oferta similar y público concreto del programa 2.2. Definición y planificación de acciones a desarrollar en cada municipio donde se desarrolle el programa 2.3. Definición de mensajes (copies) y línea creativa	2.9. Presupuesto por campaña extra

	<p>2.4. Elaboración de las piezas gráficas para cada acción de marketing/publicidad off line (mupis, vallas, folletos, banners, cuñas de radio...)</p> <p>2.5. Compra de medios, Google Ads, Google Display, FB Ads... u otros espacios publicitarios ¹</p> <p>2.6. Diseño y programación de landing page con formulario para inscripción</p> <p>2.7. Gestión y administración de los anuncios</p> <p>2.8. Medición de los KPI's previamente fijados y realización de informes mensuales y al fin de cada campaña</p>	
<p>3. DISEÑO Y CREACIÓN DE MATERIALES DE VISIBILIDAD PARA PROGRAMAS²</p>	<p>3.1. Diseño de 10 modelos de cartel DIN A3 y un total de 150 adaptaciones³</p> <p>3.2. Diseño de 10 modelos de folleto y un total de 150 adaptaciones⁴</p> <p>3.3. Diseño de 10 roll up/traseras</p>	<p>3.4. Diseño extra de modelo de cartel</p> <p>3.5. Adaptación extra de modelo de cartel</p> <p>3.6. Diseño extra de modelo de folleto</p> <p>3.7. Adaptación extra de modelo de folleto</p> <p>3.8. Diseño extra de roll up/trasera</p>
<p>4. POSIBLES MEJORAS. Se valorará la inclusión por parte de la agencia de mejoras: actividades y acciones de marketing no contempladas aquí y que contribuyan a alcanzar los objetivos del presente contrato.</p>		

¹ Corresponderá a la agencia asesorar sobre la cuantía a invertir en terceros (medios, Google, FB, vallas exteriores...) para la obtención de buenos resultados. Esta inversión se facturará aparte, no siendo necesario estimarse ahora en esta propuesta. Tampoco se pide incluir aquí los costes de producción: imprenta, compra de dominios web, hosting...

² Se pide cotizar por separado diseño, impresión/producción y distribución

³ Por adaptación consideramos modificar únicamente la información concreta de cada programa: localidad, nombre y datos de contacto del responsable y logotipos de los financiadores y colaboradores

⁴ Ídem



5. PLANIFICACIÓN ANUAL DE LAS ACTIVIDADES

	2018										2019		
	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	
DISEÑO DE ESTRATEGIA GENERAL DE MARKETING PARA LA LÍNEA DE ACCIÓN SOCIAL													
DISEÑO Y EJECUCIÓN DE 6 CAMPAÑAS DE MARKETING ON Y OFF LINE													
DISEÑO Y CREACIÓN DE MATERIALES DE VISIBILIDAD PARA PROGRAMAS													

6. MÉTODO DE TRABAJO

La agencia tendrá como interlocutores principales a dos personas del departamento de Comunicación de Acción contra el Hambre, radicadas en la sede de Madrid. Ellas determinarán con la agencia la estrategia de marketing general y actividades concretas a desarrollar, velarán por la correcta realización de los trabajos y decidirán la aceptación de posibles modificaciones.

Para la supervisión de los trabajos, el departamento de Comunicación de Acción contra el Hambre establecerá las normas de procedimiento que estime conveniente entre ellas:

- Tantas reuniones de trabajo con la agencia como sean necesarias.
- Informes trimestrales sobre la marcha del trabajo.

Adicionalmente, la organización podrá fijar interlocutores regionales (hasta 11, uno por cada Comunidad Autónoma en la que trabajamos, siendo dos en el caso de Andalucía). Esta interlocución tendrá el objetivo exclusivamente de agilizar la petición de adaptaciones, siempre previa consulta, en coordinación y con la necesaria aprobación y supervisión del departamento de Comunicación de Acción contra el Hambre de la sede central.

7. CONDICIONES DE PAGO

El precio total pactado se dividirá en 12 pagos de idéntica cuantía que serán abonados cada mes durante el tiempo de vigencia del contrato y tras la recepción de

la factura en forma y según las fechas de pago establecidas por el Departamento de Contabilidad de Acción contra el Hambre en Madrid.

Las inversiones en terceros que tuviera que realizar la agencia para el correcto desarrollo de las actividades y campañas, tales como compra de medios u otros espacios publicitarios –vallas, mupis...-, acciones de SEM, publicidad en redes sociales, grabación de cuñas de radio, etc, serán facturadas a parte y se abonarán a la agencia al mes siguiente de su compra tras la emisión de la factura correspondiente.

8. PROPUESTA A PRESENTAR

- Propuesta económica: formada por un presupuesto que incluya el coste desglosado por cada una de las actividades a desarrollar en el apartado 4 así como posibles costes extras de elementos que no hayan sido desglosados en él.
- Propuesta técnica, que consistirá en:
 - Una presentación resumida que muestre la capacidad de la empresa para cubrir las necesidades aquí descritas:
 - por servicios que presta
 - por volumen y perfil multidisciplinar de su plantilla
 - por conocimiento del mercado publicitario en el ámbito local y regional de España
 - por implantación en los mismos territorios en los que Acción contra el Hambre trabaja en España, bien con oficinas propias, bien trabajando en red con colaboradores
 - Portfolio de la agencia que documente su experiencia previa en actividades similares a las que se desea contratar y una muestra de su cartera de clientes

9. PROCESO DE SELECCIÓN Y CRONOGRAMA

Cada proveedor deberá presentar la oferta desglosada según los requisitos descritos en el apartado anterior de los términos de referencia.

Acción contra el hambre se reserva el derecho de aceptar las propuestas parcialmente o en su totalidad.

Los criterios para la selección serán:

- Valoración económica
- Capacidad de cumplir con los requisitos del servicio
- Experiencia demostrable en actividades similares

Las propuestas se enviarán a: licitaciones@achesp.org con copia a btejada@accioncontraelhambre.org y baznar@achesp.org

La fecha límite para presentar las propuestas completas es el próximo **jueves día 8 marzo de 2018** (hora local de Madrid).

Fecha estimada de selección de la propuesta: 15/03/2018

Fecha estimada de firma del contrato y arranque del proyecto: 01/04/2018

10. RESUMEN PROGRAMAS DE ACCIÓN SOCIAL EN ESPAÑA

Desde Acción contra el Hambre empezamos a trabajar en 2013 en España por la inclusión sociolaboral de las personas vulnerables. A través de los programas de este eje de intervención dotamos a las personas de las competencias necesarias para acceder al mercado de trabajo ya sea mediante el empleo por cuenta ajena, ya sea mediante el emprendimiento.

Los programas se dividen por tanto en dos ejes:

- Los de empleo: ayudan a personas que buscan un trabajo pero necesitan mejorar sus competencias y habilidades para el empleo (hacer un CV, crear una red de contactos, mejorar su autoestima, crear su marca personal...)
- Los de emprendimiento: ayudan a personas que tienen una idea de negocio pero necesitan apoyo para ponerlo en marcha (formación, mejora de las competencias, financiación...)

En definitiva, generamos oportunidades que alejan a los colectivos más vulnerables de la sombra de la exclusión y la pobreza. Apoyamos a personas paradas de larga duración, mujeres, jóvenes, mayores de 45 años o personas inmigrantes, entre otras.

En 2018 ponemos en marcha 192 proyectos en 10 Comunidades Autónomas (Galicia, Principado de Asturias, Navarra, Cataluña, Comunidad Valenciana, Región de Murcia, Castilla- La Mancha, Comunidad de Madrid, Extremadura y Andalucía). La previsión es llegar a cerca de 7000 personas. En 2017, apoyamos a 3400 personas mediante estos proyectos.

Los proyectos de inserción sociolaboral de Acción contra el Hambre en España están financiados por el Fondo Social Europeo a través del Programa Operativo de Inclusión Social y Economía Social 2014-2020, diversas administraciones públicas de ámbito estatal, regional y local y otras fundaciones privadas.

Más información sobre nuestro trabajo por el empleo y contra la exclusión:

- [Vídeo institucional](#)
- [Página web](#)
- En el anexo Briefing ASE 2018

11. ESTRUCTURA DE DELEGACIONES Y ACCIÓN SOCIAL ESPAÑA

Acción contra el Hambre contamos en España con una sede central, en Madrid capital, desde donde, otras cuestiones, se dirigen y diseñan los programas de acción social y de ayuda humanitaria.

Tenemos cuatro delegaciones:

- Navarra y Euskadi (con sede en Pamplona y Vitoria),
- Comunidad Valenciana, Región de Murcia y Baleares (con sede en Castellón)
- Cataluña, Canarias y Aragón (con sede en Barcelona)
- Andalucía y Extremadura (con sede en Sevilla)

Y contamos con oficinas exclusivamente de acción social en:

- Santiago de Compostela, para gestionar los programas de Galicia
- Oviedo, para Principado de Asturias.
- Madrid, para Comunidad de Madrid
- Toledo, para Castilla-La Mancha
- Cáceres, para Extremadura
- Málaga, para Andalucía oriental
- Murcia, para Región de Murcia

Por cada territorio existe la figura del gestor o gestora de acción social, quienes como el nombre indica, gestionan estos programas, coordinan a los equipos técnicos, llevan la relación con financiadores, etc...

12. CONSULTAS

Todos los proveedores que se presenten al proceso pueden resolver sus dudas de forma telemática escribiendo a: licitaciones@achesp.org con copia a btejada@accioncontraelhambre.org y baznar@achesp.org

Más información sobre Acción contra el Hambre en: www.accioncontraelhambre.org