



1. OBJETIVOS

El objetivo de este brief es seleccionar la agencia digital con la que se desarrollaría y ejecutaría la estrategia de comunicación de la categoría huevo para el 2022 y hasta el 2025. Para creación de contenidos digitales y canal de Youtube + Creación y administración Sitio Web y Redes sociales+ Fee de agencia + Herramientas digitales (Link)

La pauta digital se contratará y estará a cargo de la agencia Digital seleccionada, quien actuará a manera de gratuidad para ordenar la pauta.

Es posible que se contrate por separado la agencia de creatividad y la agencia digital, por tal razón los proponentes que estén en capacidad de ofrecer los 2 servicios integrados, dentro de su oferta deben diferenciar los valores de cada una de las opciones.

**RÓMPELA CON
EL PODER DEL HUEVO**





2. DESCRIPCION DEL SERVICIO

OBJETIVO DE NEGOCIO (¿Qué se quiere lograr?):

- Promover el consumo de huevo en Colombia incrementando el valor percibido de la categoría.

CUÁL ES LA OPORTUNIDAD O EL RETO (¿De qué manera puedo lograr el objetivo de negocio?):

Aunque la categoría tiene una penetración alta, existen muchos mitos y desconocimiento alrededor de su consumo. Es por esto que es necesario seguir posicionando el huevo como la proteína más importante en la mesa a través de sus beneficios, nutrientes y cómo estos contribuyen con su salud y bienestar.

La oportunidad está en materializar el buen posicionamiento del huevo en el hogar para que cobre más significado y relevancia.

**EL HUEVO TE DA CONCENTRACIÓN
PARA ROMPERLA CADA DÍA**





- El huevo es el **segundo alimento más completo después de la leche materna** en su primer año de vida y después del año es técnicamente un referente nutricional para la industria de alimentos así mismo referente de alimentación el hogar.
- Más allá de ser una gran proteína, es el **único alimento que contiene 5 de los 6 nutrientes esenciales** (Proteína, carbohidratos, Vitaminas, Grasas esenciales, y Minerales)
- Para el 2022 tenemos una noticia que esperamos por más de 30 años, hoy el huevo tiene el aval de la fundación colombiana de corazón que certifica que el **huevo es un alimento cardioprotector**. Consideramos que este es un mensaje vital relevante y diferencial.
- Rómpela todos los días con el poder del huevo ha sido la compañía que hemos trabajado durante los últimos 3 años, de acuerdo con el indicador de recordación es una campaña madura y con kilometraje aún.

Mensajes o
insumos
disponibles
para
construir

EL HUEVO TE DA VITALIDAD
PARA ROMPÉRLA CADA DÍA

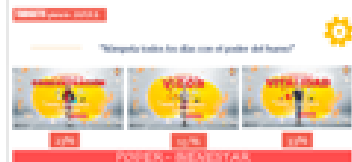
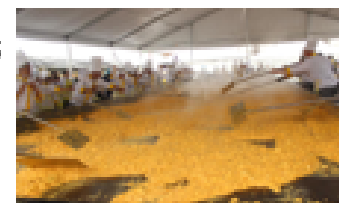
Algunos Datos Relevantes



334 unidades de consumo per capita, segundo país en Latinoamérica.

Golden Egg 2019 por la mejor campaña de fomento al consumo de huevo en el mundo IEC.

Somos el **GWR** de los **huevos revueltos mas grandes del mundo**



Hablamos al 70% de la población desde 3 Públicos niños, Mujeres y adulto mayores.

Recordación de la campaña del **83,7%**

Alcance en medios + 18 del 71% en 2021

Generamos **lealtad** con nuestras audiencias **digitales**.

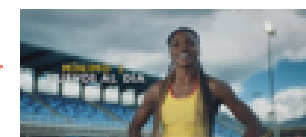
- 118.746 seguidores
- Engagement 2,93 %
- Alcance: 54.150.000



@elpoderdelhuevo



Nuestra imagen: Caterine Ibarguen. Mínimo 2 huevos al día



Programas hechos a la media con impacto en nutrición, salud y tejido social que dejan huella.



Talk Show de cocina: Rómpela cocina Show con Carlos Calero



Generación de mas de 10 Alianzas que promueven el poder del huevo

Investigación y generación de conocimiento





3. MATERIALES DISPONIBLES

- Adjunto encontrarán un video que condensa la ejecución y logros de los últimos 3 años del programa.
- Todos los videos, comerciales disponibles en nuestros canales digitales.
- Si requieren algún tipo de material por favor nos informan.
- Acceso a los dominios del programa:
- @elpoderdelhuevo (redes sociales)
- www.huevos.com.co
- Canal de Youtube (El poder del huevo, La liga Super crack)

**EL HUEVO TE DA VIGOR
PARA ROMPERLA CADA DÍA**

4. ENTREGABLES / OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA



- **Presentar un informe "el tema que usted desee" con cifras, gráficas, análisis y conclusiones. (Este informe será tomado como base para los criterios de selección.)**

DENTRO DE LA PROPUESTA DEBE INCLUIR Y PRESENTAR LOS SIGUIENTES ENTREGABLES:

- Desarrollar, implementar y ejecutar una estrategia de marketing digital 360° para lograr conectar cada micromomento de la campaña del programa huevo con la oportunidad de impactar a los diferentes targets a través de:
 - Página Web (creación, contenido, administración y optimización de recursos), Medición de analítica (Herramientas, Rol), SEO, Contenido, Social Media (YouTube, Facebook, Instagram, Twitter), SEM (Google Ads, Facebook Ads, Instagram Ads), Marketing Automation (Whatsapp, E-mail Marketing, SMS), KPI'S.
- Realizar un informe mensual de resultados de los canales activados en el periodo con todos los indicadores relacionados con la exposición de la campaña.
- Entregar a EL CONTRATANTE, un informe mensual de resultados de todos los indicadores relacionados con la exposición de la campaña.
- Efectuar entregables con valor agregado que no solo se limiten a presentar los resultados tangibles, sino que efectúen un análisis diferencial.
- Acompañar de manera permanente EL CONTRATANTE para el desarrollo y ejecución de la estrategia de comunicación.
- Alinearse con la estrategia de comunicación definida para el 2022 con la agencia creativa.
- Acompañar de forma mensual a EL CONTRATANTE a las reuniones que serán adelantadas con los principales representantes avícolas del subsector huevo de FENAVI – FONAV, en la que presentará los resultados acumulados a la fecha. Si alguna de estas reuniones se llega a realizar fuera de Bogotá, FENAVI-FONAV asumirá el costo de tiquetes de 2 personas de la agencia por reunión.
- Desarrollar y crear el contenido web, la administración mensual y las herramientas de monitoreo de desempeño de las páginas web que sean definidas por EL CONTRATANTE, los cuales se entenderán incluidos como parte esencial de la estrategia digital.
- Desarrollar la estrategia de social media, para la categoría. Esta obligación incluye todo el desarrollo de piezas de comunicación para el objetivo planteado.
- Monitorear y gestionar de manera permanente los PQRS que se presenten en los sitios web: Asistencia a peticiones quejas y reclamos.
- Realizar el análisis de medios de comunicación de la competencia en Colombia con comentarios y accionables para la categoría.
- Hacer seguimiento a las tendencias de comunicación de la categoría en el mundo, para ser ejemplo de buenas prácticas o casos para ser explorados,
- Planear, ordenar y utilizar todos los medios requeridos para el adecuado desarrollo de la estrategia de comunicación

**EL HUEVO TE DA FUERZA
PARA ROMPERLA CADA DÍA**

4. ENTREGABLES / OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA



- Contar con herramientas de investigación sindicada y propietaria (Por ejemplo, base de IBOPE, para realizar análisis de la campaña de huevo y competencia).
- Presentar resultados de herramientas de escuchas digitales y todas la posibles que permitan tomar decisiones estratégicas.
- Poner a disposición de EL CONTRATANTE la totalidad de su banco de imágenes y video, sin ningún tipo de limitación, las cuales podrán ser usadas en todos los medios de comunicación de la estrategia objeto del contrato, cediendo la propiedad de éstas a favor de EL CONTRATANTE.
- Proponer una herramienta para el análisis de competencia en medios digitales.
- Adelantar la campaña durante todo el término del contrato segmentandola en: Expectativa, lanzamiento y sostenimiento. (Social media, Influencer marketing, Canal de YouTube y Sitio Web).
- Crear y administrar el contenido del sitio web denominado “HuevoPedia”, en el cual se brindará información personalizada, de acuerdo a los públicos objetivos y sus filtros en el sitio, publicando de manera permanente artículos, entradas de blog y toda la información importante con respecto al consumo de huevo, contenido seleccionado para cada público, de manera personalizada y desarrollando una experiencia de uso para cada segmento o target.
- Desarrollar en el sitio web “huevopedia” un portal de e-learning ajustado a las necesidades del programa huevo.
- Desarrollar y ejecutar toda la estrategia digital, cumpliendo las metas de los KPI’s que sean establecidos por EL CONTRATANTE.
- Dar soporte y mantenimiento de la página web del programa huevo durante la vigencia de la campaña.
- Desarrollar cada mes cuatro (4) videos de treinta (30) segundos por mes, enfocados a lograr los objetivos del contrato.
- Desarrollar la estrategia digital, en el marco de social media, conforme la participación que sea definida por EL CONTRATANTE
- Garantizar que todas las producciones, diseños, imágenes, publicidad, o cualquier otro medio para el desarrollo del contrato, son originales creados por EL CONTRATISTA o sus subordinados o que, en su defecto, cuenta con todos los permisos de propiedad intelectual que permiten su difusión.
- Mantener indemne a EL CONTRATANTE de cualquier reclamación efectuada por terceros que se consideren con derechos sobre las pèzas, producciones, diseños o cualquier otro material presentado por EL CONTRATISTA. En caso de cualquier reclamación en contra de EL CONTRATANTE por vulneración de derechos de propiedad intelectual, EL CONTRATISTA deberá asumir la defensa de FENAVI –FONAVI.
- Guardar confidencialidad sobre la información de EL CONTRATANTE que sea de su conocimiento como consecuencia de la ejecución del contrato.

**EL HUEVO TE DA FUERZA
PARA ROMPERLA CADA DÍA**

5. CRITERIOS PARA EVALUAR



Fenavi – Fonav adjudicará la contratación al proponente que cumpla con los requisitos exigidos y de acuerdo a la siguiente evaluación:

| Variables | Puntaje Mayor | Puntaje Intermedio | Puntaje Menor |
|--------------------------|---------------|--------------------|---------------|
| Cumplimiento al Brief | 31 | 23 | 20 |
| Evaluación de la campaña | 45 | 34 | 30 |
| Calificación de agencias | 24 | 18 | 16 |

Las anteriores variables estarán detalladas en un formato de evaluación que será entregado a cada una de las personas calificadoras del proceso. Y que será de uso confidencial, para garantizar la objetividad y eficiencia del proceso.

Una vez calificados todas las empresas se consolidarán los resultados para posteriormente comunicar el o los ganadores.

A continuación, presentamos una tabla resumen de los criterios adicionales que se tendrán en cuenta solo de guía, porque todo el detalle y criterios están en este documento. Dentro de los criterios de evaluación de las ofertas no está contemplado el precio como variable de selección, puesto que se determinó un presupuesto para cada una de las categorías buscando la mayor eficiencia del mismo

| Categoría | Descripción |
|-----------|--|
| Digital | Incluye: Desarrollo de estrategia digital 360°. Pauta y producción de comunicación Digital. Administración de la pagina web del programa (actualización grafica por demanda) social media. Todo con Kpis . |

**EL HUEVO TE DA VITALIDAD
PARA ROMPÉRLA CADA DÍA**



6. TIEMPOS (general)

| Proceso | FEBRERO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | MARZO | | | | | | | |
|---|---------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-----|-----|-----|-----|-----|--|--|
| | Mar | Mie | Jue | Vie | Sáb | Dom | Lun | Mar | Mie | Jue | Vie | Sáb | Dom | Lun | Mar | Mie | Jue | Vie | Sáb | Dom | Lun | Mar | Mie | Jue | Vie | Sáb | Dom | Lun | Mar | Mie | Jue | Vie | Sáb | Dom | | |
| Publicación y envío Brief | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Recepción de propuestas y documentos | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Preselección de Agencias | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Presentación en Comité. Se hará de forma presencial en la ciudad de Bogotá | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Confirmación Agencia(s) seleccionada(s) para la categoría Digital y Creativa | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Inicio proceso administrativo para firma de Contrato | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Inicio de Contrato | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Reunión de alineación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

**RÓMPELA CON
EL PODER DEL HUEVO**



7. VALOR AGREGADO

En este punto se debe mencionar si usted fuera la empresa seleccionada adicional a cumplir con los criterios de entrega que valores agregados nos pueden entregar. Tenga en cuenta capacitaciones, más piezas, menos tiempos, todo lo que usted considere.

8. EXPERIENCIA Y TRAYECTORIA

Hacer un resumen de su experiencia y trayectoria en proyectos relacionados con el proyecto.

**EL HUEVO TE DA VIGOR
PARA ROMPÉRLA CADA DÍA**



9. PRESUPUESTO ASIGNADO

El valor para el desarrollo del contrato será hasta por **\$100.000.000 IVA incluido para Digital***.

** El presupuesto de pauta digital está por fuera de este presupuesto*

**EL HUEVO TE DA FUERZA
PARA ROMPÉRLA CADA DÍA**

10. RECOMENDACIONES



Nuestra Razón de ser: Fomentar el consumo de huevo en Colombia a través de campañas en medios masivos, profesionales de la salud, entidades públicas y privadas, alianzas educativas, promoviendo los mejores estándares de calidad e inocuidad para el consumo y dando a conocer los beneficios del huevo en la vida diaria.

Los **objetivos estratégicos** con los que debemos continuar para el 2022 son:

- **Posicionamiento:** Lograr que los colombianos tengan claridad de las bondades del huevo en sus vidas. Con una campaña masiva creativa, novedosa con un mensaje contundente. ROMPELA TODOS LOS DIAS, con el poder del huevo.
- **Comunicación:** Activar canales de comunicación diferenciados para cada uno de los público, pero con un mensaje Único. Mayor enganche emocional a través de razones para creer.
- **Conocimiento:** Construcción de conocimiento a través de programas de formación para los avicultores, con mayor cobertura, actualización de contenidos y plataforma digital de entrenamientos.
- **Innovación:** Promover la innovación y el crecimiento en sector a través del fortalecimiento del subsector de los ovoproductos.
- **Digital:** Desarrollo y posicionamiento de una estrategia digital para la categoría y el sector. Que en la situación de pandemia cobra más relevancia.
- **Aval de FCC (Fundación Colombiana del Corazón)** como alimento cardio protector

**EL HUEVO TE DA VITALIDAD
PARA ROMPÉRLA CADA DÍA**



COMUNICACIÓN

- **La fecha máxima de recepción de la propuesta** será el lunes 14 de febrero del 2022 hasta las 3:30 pm
- La propuesta, presupuesto y los documentos relacionados a este proceso de contratación (RUT, Certificado de existencia y Representación Legal, Cédula del representante legal) deben hacerse llegar por electrónico, a las siguientes direcciones de **correo electrónico**: avargas@fenavi.org, ctibaduiza@fenavi.org y yrojas@fenavi.org
- Por favor escribir en el **asunto del mail**: “Propuesta licitación agencia digital” + Nombre de la empresa.
- Se comunicará la recepción del mismo, vía correo electrónico dentro de las dos (2) horas siguientes a su recepción.
- Los documentos y las comunicaciones enviadas por los proponentes deben ser presentadas en el idioma castellano.
- El presupuesto debe estar detallado y debe tener el IVA incluido.

**RÓMPELA CON
EL PODER DEL HUEVO**



RECHAZO DE LAS OFERTAS

Fenavi – Fonav rechazará las ofertas presentadas por los proponentes por las siguientes razones:

1. Después de vencido el plazo establecido de acuerdo al cronograma.
2. Cuando las ofertas estén incompletas por información o por algún documento necesario para la comparación.
3. Trabajar con la competencia

**EL HUEVO TE DA VIGOR
PARA ROMPÉLA CADA DÍA**



GARANTIAS

- El contratista deberá constituir a favor de **FENAVI** una garantía consistente en Póliza única de seguro expedida por una Compañía de Seguros autorizada para funcionar en Colombia por la Superintendencia Financiera de Colombia, con los amparos de:
- Cumplimiento del contrato: El cumplimiento general del contrato en cuantía equivalente al veinte (20%) por ciento del valor del mismo, con una vigencia igual a la del plazo de ejecución y tres (3) meses más.
- De salarios, prestaciones sociales e indemnizaciones laborales: Para garantizar el pago de los salarios, prestaciones sociales e indemnizaciones del personal que haya de utilizarse para la ejecución de este contrato, por el valor equivalente al diez por ciento (10%) del valor del contrato y con una vigencia igual a la de este contrato y tres años más.
- Estas garantías deberán constituirse a favor de **FENAVI** y presentársele una vez legalizado el contrato, junto con el recibo de caja original que demuestre el pago de las primas que por dichas expediciones se hayan causado.
- Dichas garantías se adicionarán y prorrogarán cada vez que se adicione en valor o se prorrogue el plazo y en los eventos de suspensión del plazo del trabajo o por modificaciones unilaterales del mismo a costa de el contratista.

EL HUEVO TE DA CONCENTRACIÓN
PARA ROMPERLA CADA DÍA



GRACIAS