

BRIEF AGENCIA INTEGRAL CREATIVA 2025



PARA TENER EN CUENTA

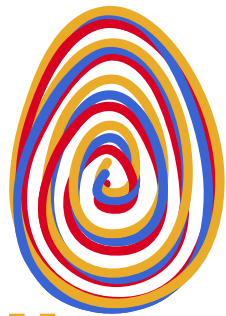
¿QUÉ HACEMOS?

El objetivo principal del Programa Huevo de FENAVI – FONAV, es fomentar el consumo de huevo en Colombia a través de campañas en medios masivos, redes sociales y profesionales de la salud tales como nutricionistas, médicos, pediatras, entre otros.

Trabajar conjuntamente con entidades públicas y privadas a través de alianzas educativas para garantizar un manejo adecuado del producto, dando un cubrimiento a nivel nacional con el fin de garantizar el consumo del producto dentro de los planes de alimentación y en las dietas de la población Colombiana.

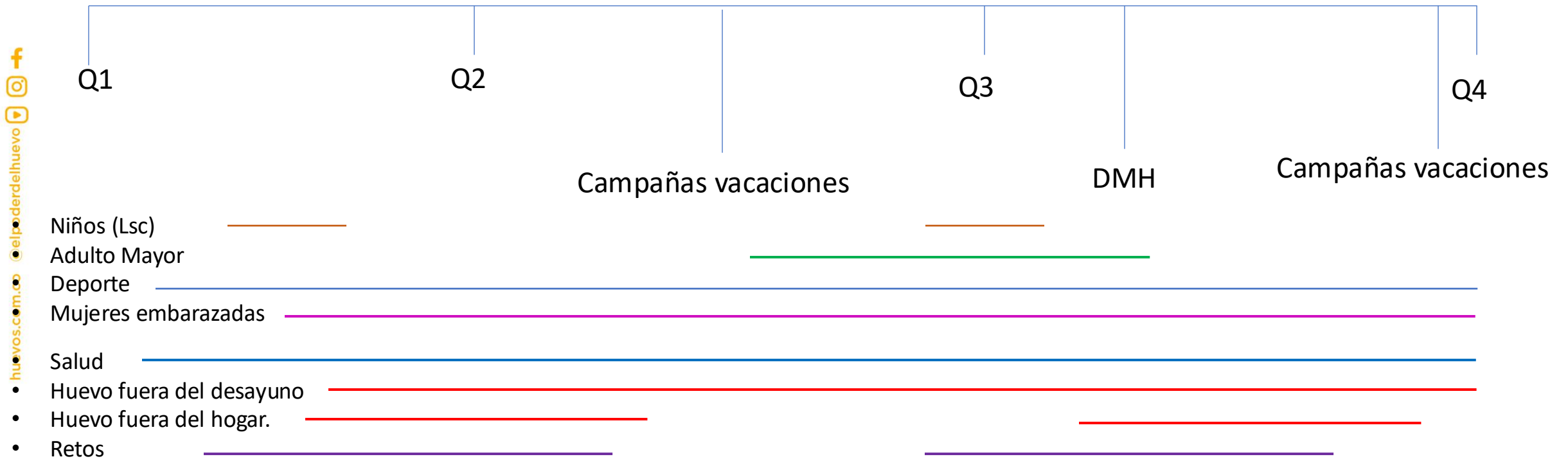
¿A QUIEN LE HABLAMOS?





Huevo
colombiano

Campaña always on



#elipoderdelhuevo
#huevo.colombiano



- Bajar estrategia de contenido de la liga super crack con el fin de llegar a mas niños. Y lograr un resultado contundente y es que los niños coman huevo.

- Asociaciones médicas.
- Línea Dorada o adulto mayor
- Hablemos con...
- Simposios / congresos
- FCC - Corazón
- ACE - Endocrinos
- ACMI – Internistas
- ACNC - Nutrición
- CECNI - Nutrición



Este año 2025 estaremos muy presentes en actividades que apelen a la colombianidad y las buenas practicas. Contar con un vocero o representante digno de la categoria.



Seguimos con nuestras alianzas con entidades gubernamentales (públicas o privadas) que nos ayudan a llevar nuestro mensaje de una forma más contundente.

- SENA
- ICBF
- PAES
- ABACO
- FUNDACIÓN SIN ANIMO DE LUCRO



Esta es una plataforma e-learning que debe tener un desarrollo en comunicación a nuestro cliente interno de forma continua y contundente.

Este año Huevopedia tendrá dos cursos nuevos.

- Principios de avicultura.
- Residuos de medicamentos



EGG SCHOOL parte práctica

- Seguimos en nuestra tarea de concientizar a la gente y a los tenderos sobre romper la cubeta.
- Acciones con pequeños avicultores
- Frontera: nuestro objetivo este año es fortalecer al huevo colombiano en frontera a través de campañas de fomento a consumo.
- Continuamos con la observación en frontera y las reuniones con entidades de control.

EXPORTACION DE HUEVO Y OVOPRODUCTOS



@elpoderdelhuevo



OBJETIVO CONTRATO

- Servicios ATL: Desarrollo y ejecución de campañas publicitarias en medios tradicionales, incluyendo televisión, radio, prensa y vallas publicitarias, con el objetivo de aumentar la visibilidad y reconocimiento de la marca del Cliente.
- Equipo encargado de manejo de endomarketing, enfoque e mail marketing: manejo de base de datos de 3 mil contactos, actualizar la base según segmento solicitado, y activar campañas internas relacionadas con capacitaciones a avicultores y capacitaciones en línea. Monitoreo, seguimiento, estrategia de remarketing, plataforma con archivos descargables.
- Servicios Digitales: Creación y gestión de campañas publicitarias en plataformas digitales, incluyendo redes sociales, motores de búsqueda y sitios web, así como la optimización de contenido digital para mejorar la presencia en línea del Cliente.
- Servicios de Medios: Planificación y compra de espacios publicitarios en diversos medios, tanto tradicionales como digitales, asegurando la mejor relación costo-beneficio y el alcance adecuado para las campañas del Cliente.
- La Agencia se compromete a proporcionar informes periódicos sobre el desempeño de las campañas y a realizar ajustes estratégicos según sea necesario para alcanzar los objetivos establecidos por el Cliente.

ENTREGABLES

1. Campaña sombrilla HUEVO COLOMBIANO
2. Bajo el concepto “ Huevo Colombiano” deben presentar ideas creativas de como darle continuidad y/o mejorar las diferentes tácticas que tenemos para cada frente de trabajo.
3. Presentación de aplicaciones al concepto basado en los activos actuales y los objetivos del programa.
4. Propuestas y/o ideas para mejorar y/o actualizar la línea gráfica
5. Propuesta creativa para la celebración del Día Mundial del Huevo (No aplica donaciones ni Records Guinness)
6. Mejoramiento y/o actualización a tácticas como La liga super crack, Línea Dorada, Huevopedia, Show prepáralo con Huevo
7. Estrategia de comunicación y capacitación de endomarketing (Avicultores)
8. Poner a disposición de EL CONTRATANTE un equipo de trabajo según el sugerido.

- Desarrollar, implementar y ejecutar una estrategia de marketing digital 360° para lograr conectar cada micro momento de la campaña teniendo en cuenta las estacionalidades implementadas en el año, teniendo en cuenta los objetivos del programa y los activos que tenemos, nos gustaría crear comunidad, enfocándonos en contenido relevante con el fin de buscar más allá de alcance interacciones.
- Página Web (creación, contenido, administración y optimización de recursos), Medición de analítica (Herramientas, Rol), SEO, Contenido, Social Media (YouTube, Facebook, Instagram, Tiktokr), SEM (Google Ads, Facebook Ads, Instagram Ads), Marketing Automation (Whatsapp, E-mail Marketing, SMS), KPI'S. (Debe estar incluido dentro de la propuesta de valor).

Actualmente contamos con:

1. Pagina huevos.com.co
2. Un canal de youtube del poder del huevo en donde se encuentran (Liga super crak, preparalo con huevo)
3. Un e learning que se llama huevopedia la cual a hoy solo se ha enfocado en cliente interno. Pero necesitamos que se enfoque a publico en general
4. Presencia en redes sociales Facebook, IG, Tiktok.

Realizar un informe mensual de resultados de los canales activados en el periodo con todos los indicadores relacionados con la exposición de la campaña. (Informe mensual, trimestral y anual).



1. Realizar y presentar la propuesta de optimización de pauta en los medios masivos de comunicación.
2. Realizar la compra de espacio en los medios masivos de comunicación tales como televisión, radio, impresos y OOH para la campaña de promoción de consumo de huevo Colombiano. (solo medios ATL)TERMINOS DE REFERENCIA

1.dentificamos a través del estudio de seguimiento que tenemos una oportunidad en mostrar no sólo al producto en primer plano sino su interacción con el consumidor primario y secundario.

3. Coordinar la realización de la campaña masiva en los medios anteriormente mencionados, a través de las piezas comerciales previamente definidas en cuanto a duración y creatividad.

Especificar el alcance total en el target establecido anteriormente en millones de personas y de manera porcentual; según la herramienta de medición CCS

PLANNER (o la herramienta que proponga la agencia seleccionada), en franjas horarias que tengan afinidad con el target de la campaña y con los consumidores en general.

4. Presentar y entregar los resultados según la periodicidad de cada herramienta de medición (EGM, ECAR y PLANVIEW, o la herramienta con la que cuente la agencia seleccionada) acerca de la efectividad de la pauta de medios.
5. Monitorear el comportamiento de los otros gremios en cuanto en términos de inversión publicitaria e indicadores de cada medio como televisión, radio y otros no tradicionales como vallas, y medios impresos.
6. Dar las recomendaciones con respecto a la pauta con el fin de optimizar los recursos invertidos o por invertir, antes, durante e inmediatamente después de la oleada.
7. Presentar los seguimientos e informes relacionados con el comportamiento de la pauta de manera mensual en formatos ajustados y con la información actualizada de manera que | sobre ello se pueda tomar decisiones.

Bienvenida la creatividad y la innovación de la presentación siempre y cuando cumpla con los criterios del presente documento.



**EQUIPO AL SERVICIO
DE LA CUENTA**

ESTRUCTURA CREATIVA

DIRECTOR DE CUENTA	80%
EJECUTIVO DE CUENTA	100%
DIRECTOR CREATIVO	70%
DIRECTOR DE ARTE	100%
COPY SENIOR	80%
ARTEFINALISTA	80%
PRODUCTOR EJECUTIVO	80%

ESTRUCTURA MEDIOS Y DIGITAL

DIRECTOR ESTRATEGICO	100%
PLANNER DE MEDIOS	60%
DISEÑO/DESARROLLO WEB	100%
PLANNER DIGITAL	80%
DIRECTOR DE CONTENIDOS	80%
COMMUNITY MANAGER	50%
ANALISTA DE DATA	50%
BUYER	40%
TRAFICKER	40%

Piezas a entregar: 150 aproximadamente por mes (ATL y Digital).

Inversión aproximada de medios:
\$2.000.000.000

***Solo enviar propuesta económica según los requerimientos del programa.**

TIEMPOS

Reservas durante el proceso de evaluación

Las partes se obligan a mantener bajo total y absoluta confidencialidad y reserva todos los datos, informaciones, procedimientos, ideas, que se comuniquen entre sí, en cualquier forma tangible o intangible, comprometiéndose a no utilizar dicha información para el beneficio directo, indirecto o por medio de terceras personas, empresa individual, entidad o compañía o país. Así mismo se obliga a buscar y mantener activo los mecanismos para evitar la divulgación de la información privilegiada y protegida como confidencial, entre sus empleados y contratistas que tengan o puedan llegar a tener la necesidad de conocerla o que la obtengan. Igualmente se obliga a mantener esta información con el mismo grado de cuidado que aplica a su propia información confidencial y que en ningún caso será inferior del que se espera de una persona prudente y diligente en la guarda y custodia de sus asuntos confidenciales. La obligación de mantener la confidencialidad tendrá una vigencia igual a la de este contrato y cinco (5) años más

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 (cerdo o res) y/o con marcas de la categoría huevo.

COMUNICACIÓN

- **Fecha de recepción de las propuestas y cotizaciones:** 7 y 8 de noviembre de 2024.

La propuesta y documentos (Rut, certificado de existencia y representación Legal y Cédula del representante legal, junto con credenciales de la empresa y experiencia como agencia integral) deben hacerse llegar por electrónico, a las siguientes direcciones: ocastillo@fenavi.org y yrojas@fenavi.org