

CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE UNA AGENCIA DE COMUNICACIÓN

Para la creación, producción y difusión de una campaña para concienciar y sensibilizar a la sociedad española sobre la necesidad de que los entornos, bienes, y servicios sean accesibles para todas las personas con discapacidad.

Introducción

La dirección de accesibilidad e innovación de la Fundación ONCE ha planificado una serie de acciones que tienen por objeto seguir avanzando en la plena inclusión de las personas con discapacidad a todos los ámbitos de la sociedad, contribuyendo a alcanzar un acceso igualitario a todos los entornos, tanto físicos como digitales; a los bienes, productos, servicios que ponen a disposición de la sociedad las distintas organizaciones y empresas, así como a los servicios de la Administración general del Estado, entre otras.

En un momento en el que la innovación está presente en todos los ámbitos de una sociedad avanzada se hace necesario concienciar a todos los agentes (económicos, sociales, tecnológicos...) para que tengan siempre presente a las personas con discapacidad con el fin de garantizar que pueden acceder a bienes, productos, servicios y entornos en igualdad de condiciones que el resto de personas sin discapacidad.

Objeto de contratación

Realización de una campaña de comunicación (audiovisual y publicación en canales digitales) cuyo objetivo principal es concienciar y sensibilizar a la sociedad española sobre la necesidad de que todos los entornos, bienes, productos y servicios sean accesibles para todas las personas, independientemente de sus capacidades físicas, sensoriales, intelectuales o mentales, asegurando un acceso en igualdad de condiciones a los mismos en el ámbito español.

Público Objetivo

- Responsables de empresas productoras de bienes, productos y servicios.
- Asociaciones profesionales.
- Medios de comunicación.
- Responsables de la Administración a nivel nacional, europeo, de Comunidades Autónomas y locales.
- Juventud española y europea.
- Representantes de la Universidad y centros formativos.
- Líderes de opinión e influencers del ámbito deportivo, cine, televisión, y artes en general.
- Movimiento asociativo de personas con discapacidad.
- Sociedad en general.

Descripción de las especificaciones del servicio

Estrategia creativa:

- La agencia será la encargada de desarrollar la idea creativa de la campaña en la que se destaquen historias reales y potencien la empatía, mostrando los desafíos y soluciones en torno a la accesibilidad.
- Propondrá una narrativa para alcanzar de manera atractiva y emocionalmente impactante el objetivo de la acción de comunicación
- Utilización de un tono impactante y un mensaje movilizador e innovador, que presente a las personas con discapacidad de manera positiva y optimista, evitando la sobreprotección o la condescendencia.
- Deberá seleccionar y describir los conceptos visuales que resalten las características del tema respetando el tono y territorio de la marca Fundación ONCE y otras entidades públicas o privadas con las que Fundación ONCE se alinee en este proyecto.

Producción audiovisual

- La agencia contratada será responsable de la producción de un audiovisual principal de al menos 30 " de duración; con calidad broadcast y varias piezas más cortas en los formatos propios de cada red social, que se publicarán en Google; y las redes sociales: Instagram; X; Youtube; Facebook y TikTok.
- El audiovisual principal será producido para ser emitido potencialmente en televisión y en plataformas de redes sociales, así como en los medios propios de la entidad y, en su caso, de las entidades colaboradoras por un periodo de tiempo ilimitado.
- La agencia será la encargada de la producción audiovisual de todos los materiales de la campaña (gráfica, artes finales, mockups, etc.)
- El formato y calidad de video tendrá una resolución mínima de 1080p (Full HD), preferentemente en 4K para una mejor calidad en diversas plataformas.
- Formato de aspecto 16:9 para TV y adaptaciones en formatos adecuados para redes sociales (por ejemplo, 1:1 para Instagram, 9:16 para historias de Instagram y Snapchat).
- Codificación en formatos compatibles con la mayoría de los dispositivos de reproducción y plataformas digitales (por ejemplo, H.264, MP4).
- La calidad de sonido estéreo de alta fidelidad.
- Cumplimiento de las normativas de volumen y mezcla para emisión en TV.
- Uso de música libre de derechos o licenciada específicamente para este propósito.
- En su caso se emplearán gráficos y animaciones modernas y atractivas, acordes con la imagen de marca de la Fundación ONCE, y otras entidades públicas o privadas con las que Fundación ONCE establezca

alianzas.

- Inclusión de subtítulos en español y en inglés; e interpretación en lengua de signos para asegurar la accesibilidad.
- Fotografía y composición visual de alta calidad, utilizando equipos y técnicas profesionales (como iluminación adecuada, tomas estables, composición equilibrada).
- El proceso de producción debe incluir preproducción (planificación, guion, storytelling, storyboard, casting, solicitud de permisos para rodaje, en su caso), producción (identificación de imágenes de recurso, rodaje) y postproducción (edición, etalonaje, efectos visuales, mezcla de sonido, subtitulación en español y en inglés, grabación y mezcla del intérprete de lengua de signos).
- La agencia será la encargada del pago de honorarios relacionados con el casting o las localizaciones.
- Entrega de versiones de prueba y finales (offline) con oportunidades de revisión y ajustes por parte del cliente. Se trabajará en estrecha y eficiente coordinación con los profesionales adscritos al proyecto.
- Compatibilidad y entrega:
 - Entrega de los audiovisuales en formatos compatibles para emisión en televisión y publicación en redes sociales.
 - Incluir metadatos adecuados para cada plataforma (por ejemplo, etiquetas, descripciones).

Ejecución de campañas de publicidad pagada en plataformas digitales:

La agencia será la encargada de la planificación de espacios en Google Ads; Meta Ads, Youtube; X y Tiktok; junto a la publicación de contenidos; monitorización y optimización de la campaña.

En concreto, la agencia llevará a cabo las siguientes tareas:

- **Google Ads**

Diseño de la estrategia de puja y segmentación

Análisis de palabras clave: identificar términos relevantes asociados a la accesibilidad y los mensajes de la campaña para captar tráfico cualificado a la web de Fundación ONCE, Accessibilitas y otras de entidades públicas o privadas con las que Fundación ONCE establezca alianzas, donde habrá un espacio para alojar el video principal de la campaña.

Segmentación geográfica y demográfica: enfocarse en áreas y grupos demográficos específicos dentro del público objetivo de la campaña.

Configuración de campaña: crear campañas de búsqueda y display en Google Ads, ajustando pujas según rendimiento.

Creación de Anuncios de texto y display: diseñar anuncios que resalten el mensaje de la campaña y la importancia de la accesibilidad a entornos, bienes y servicios, utilizando las creatividades de la campaña para los

anuncios de display.

Monitorización y Optimización: ajuste Continuo de pujas y presupuestos para optimizar la asignación del presupuesto y mejorar el ROI.

- Meta (Instagram y Facebook)

Estrategia de contenido y anuncios, seleccionar los formatos que mejor se adapten al target como Stories, anuncios en feed y videos.

Targeting preciso: segmentar audiencias basadas en intereses, comportamiento en la plataforma y datos demográficos para maximizar el impacto.

Creación y gestión de campañas así como monitorización y ajustes

Analítica y reportes: Utilizar Facebook Insights y herramientas de análisis para evaluar el desempeño y ajustar estrategias en tiempo real.

- X (Anteriormente Twitter)

Estrategia de Anuncios: Tweets promocionados: seleccionar mensajes clave de la campaña para promocionar a un público más amplio.

Segmentación: Focalizar en usuarios basados en intereses específicos, seguidores de cuentas relevantes y palabras clave.

Optimización e interacción: monitorizar la interacción para ajustar el mensaje y maximizar el engagement.

- YouTube

Producción de piezas cortas para pre-roll, mid-roll y otros formatos disponibles en YouTube.

Segmentación de Audiencia: utilizar herramientas de segmentación de YouTube para dirigir los anuncios al target de la campaña y usuarios interesados en temas relacionados con la accesibilidad.

Monitorización y Optimización: supervisar el rendimiento de las piezas y evaluar métricas clave como vistas, duración media de visualización y acciones del usuario.

Ajustes en tiempo real: reasignar presupuesto y ajustar creatividades basándose en el rendimiento.

- TikTok

Estrategia creativa para llegar a la juventud: desarrollar versiones de la pieza principal de la campaña que capten la esencia de TikTok, utilizando formatos nativos de la plataforma como videos cortos, desafíos o hashtags.

Influencers: colaborar con influencers de TikTok para ampliar el alcance y la resonancia del mensaje de la campaña.

Ejecución y Análisis

Análisis de Tendencias: identificar y aprovechar las tendencias de TikTok para aumentar la visibilidad de la campaña.

Seguimiento y optimización: Utilizar TikTok Analytics para monitorizar el

desempeño y realizar ajustes estratégicos.

Análisis global de la ejecución de las distintas acciones de la campaña y optimización:

- La agencia será la encargada de monitorizar el rendimiento de la campaña en tiempo real para ajustar tácticas y estrategias, asegurando el mejor retorno de la inversión.
- Se encargará de la identificación de indicadores de consecución y reporting semanal (Indicadores clave de la campaña (KPIs)):

Indicadores de impacto de la campaña:

- Alcance: número total de personas alcanzadas en cada plataforma.
- Engagement: medido a través de interacciones como likes, comentarios y compartidos.
- CTR (Click-Through Rate): porcentaje de clics en anuncios respecto a impresiones totales.
- Menciones de medios de comunicación y de influencers: artículos, noticias, reportajes en torno a la campaña o solicitudes de más información.
- ROAS (Retorno de Inversión en publicidad): evaluación del impacto económico de la campaña respecto al presupuesto invertido

Calendario de ejecución de la campaña:

- Producción audiovisual: Junio-Julio
- Publicación en los canales y optimización: Septiembre (4 semanas).

Presupuesto:

Este servicio ofertado tiene un precio máximo de contratación de **35.000€** (IVA incluido).

Expectativas de la Agencia:

La agencia seleccionada deberá tener experiencia en creatividad y producción audiovisual de alta calidad, así como en la gestión de campañas de publicidad tanto pagada como orgánica en redes sociales. Esperamos propuestas que reflejen un entendimiento profundo del objetivo y el público de la campaña, mostrando capacidad para generar un impacto significativo y medible en la conciencia social y la sensibilización sobre la accesibilidad universal.

Propuesta a presentar por parte de la agencia:

El proveedor debe presentar una propuesta enfocada a la consecución de los objetivos señalados que incluya las siguientes cuestiones y apartados:

1. Resumen ejecutivo

- Un resumen claro y conciso de la propuesta, incluyendo los objetivos

principales, la estrategia global de la campaña, y cómo esta se alinea con los objetivos de sensibilización y concienciación sobre la accesibilidad.

- Detalles sobre el enfoque estratégico global, incluyendo cómo planea la agencia alcanzar a los diversos públicos objetivo a través de las diferentes plataformas (Google, Meta, X, YouTube, y TikTok).
- Breve presentación de la agencia y su experiencia relevante en proyectos similares.
- Análisis del alcance y objetivos de los servicios solicitados.
- Interpretación de las necesidades específicas de la Fundación ONCE y otras entidades públicas o privadas con las que Fundación ONCE establezca alianzas para este proyecto.

2. Estrategia Creativa

- Descripción del enfoque creativo global que guiará la producción del audiovisual principal, y de las micro piezas restantes.
- Explicación de cómo esta estrategia se alinea con la imagen y objetivos de campaña de la Fundación ONCE y otras entidades públicas o privadas con las que Fundación ONCE se alinee para este proyecto.
- Guion técnico y creativo de las piezas (Copy y/o maqueta del audiovisual principal).
- El tipo de contenido que se creará para cada plataforma, asegurando que esté alineado con el target, el tono y estilo de la campaña.

3. Detalle de la propuesta para la producción de los audiovisuales

- Abordaje detallado de cómo se planea la preproducción, incluyendo guion, storyboard/maqueta y planteamiento de casting (tipos de discapacidad).
- Explicación de cómo se cumplirán los requisitos de resolución, formato, sonido y estilo.
- Descripción de equipos (cámaras) y técnicas profesionales a utilizar.
- Detalle del enfoque para la producción (rodaje, identificación de imágenes de recurso) y postproducción (edición, etalonaje, efectos visuales, etc.).
- Plan para la inclusión de subtítulos y lengua de signos.

4. Detalle de la propuesta para la estrategia de marketing digital:

- Estrategias de segmentación y puja para Google Ads, incluyendo análisis de palabras clave y segmentación geográfica y demográfica.

Planes para la creación y gestión de anuncios en Meta (Facebook e Instagram), X, YouTube, y TikTok, incluyendo formatos de anuncios, targeting,

y estrategias de optimización. Plan de medios y canales por cada público objetivo especificando los formatos y mock ups de los mismos.

- Estrategia de Influencers (si aplicable) incluyendo información sobre cómo se seleccionarán y colaborará con influencers en TikTok (y otras plataformas pertinentes), incluyendo un plan para integrar estas colaboraciones de manera efectiva en la campaña general.
- Distribución del presupuesto entre canales.

5. Monitorización, Optimización y Reporting.

- Las herramientas y métodos que se utilizarán para monitorizar el rendimiento de la campaña en tiempo real.
- Cómo se planea ajustar las estrategias basadas en el análisis de datos.
- La frecuencia y el detalle de los reportes que se proporcionarán a la Fundación ONCE.
- Proceso para la entrega de versiones de prueba y finales.
- Estrategia para la coordinación eficiente con los profesionales adscritos al proyecto (Fundación ONCE-Agencia)
- Una lista de los KPIs específicos que se utilizarán para medir el éxito de la campaña en todas las plataformas, incluyendo expectativas de alcance, engagement, CTR, y ROI.

6. Calendario y entregables

- Un calendario detallado que muestre la línea de tiempo de producción, lanzamiento y duración de la campaña en todas las plataformas, asegurando que los esfuerzos estén bien coordinados para maximizar el impacto (óptico de campaña).
- Listado de entregables, incluyendo fechas clave y formatos de entrega.
- Al finalizar el proyecto, se debe entregar un informe final de acciones realizadas, impactos, propuestas de mejora y resultados obtenidos.

7. Presupuesto detallado

Desglose completo del presupuesto, incluyendo la inversión para la producción audiovisual, estrategia de publicidad pagada en cada plataforma, gestión de influencers (si aplica), y cualquier otro gasto asociado a la ejecución de la campaña.

Acreditación de experiencia y solvencia técnica:

Porfolio Creativo (reel) de la agencia:

- Presentación de ejemplos anteriores de trabajos audiovisuales que demuestren innovación y creatividad.
- Casos y/o audiovisuales de proyectos relevantes que reflejen la capacidad de la agencia para captar la atención del público objetivo.

Experiencia del Equipo:

- Se requiere una experiencia previa del equipo involucrado en el proyecto mínimo de dos años en producción audiovisual, en los últimos cinco años, con titulación en educación superior acreditable (Grado o postgrado en Comunicación audiovisual).
- Se requiere una experiencia previa del equipo involucrado en el proyecto en el diseño e implementación de planes de marketing; y comunicación mínimo de dos años, en los últimos cinco años, con titulación en educación superior acreditable (Grado o postgrado en Comunicación, Publicidad y RR.PP).
- Presentación de los CVs y credenciales de los miembros clave del equipo que estarán involucrados en el proyecto incluyendo el detalle de la experiencia específica de estos profesionales en proyectos similares, enfatizando su conocimiento en innovación y producción audiovisual.

Condiciones de los entregables:

- Todos los entregables del proyecto deben de ser accesibles (contar con subtítulos en español y en inglés; y contar con una versión que incluya interprete de lengua de signos)
- Los entregables del proyecto serán propiedad de Fundación ONCE, pudiendo explotarlas a futuro para acciones fuera del marco de este contrato.

Plazos y procedimiento de presentación de las ofertas

- El plazo establecido para la presentación de las propuestas será de: **14 días** naturales contados a partir de la fecha de publicación de esta carta de invitación.
- Para la presentación de la propuesta, esta se deberá enviar a la cuenta de correo de Santiago Ruiz, sruiz@fundaciononce.es Las propuestas deben ir debidamente fechadas y firmadas.
- El plazo de ejecución de los servicios anteriormente descritos no podrá finalizar después del 31 de diciembre de 2024

Criterios de valoración de las ofertas

1. Compromiso con la accesibilidad de los entregables, y representación correcta de la discapacidad y la inclusión, tanto en los contenidos como en las imágenes: 10%
2. Creatividad e innovación del contenido de los audiovisuales: 30%
3. Potencial alcance de los medios de comunicación y canales propuestos 30%
4. Propuesta económica: 30%

Documentación requerida en caso de ser adjudicatario

Posteriormente, tras la selección de una entidad para su subcontratación, se deberán tener los contratos y adendas (si existieran) debidamente firmados en los que se incluirán todos aquellos aspectos que el servicio jurídico de Fundación ONCE considere oportunos.

Entre ellos se podrán incluir cláusulas relativas a: No causar perjuicio significativo a los seis objetivos medioambientales del [artículo 17 del Reglamento \(UE\) 2020/852 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de junio de 2020](#).

- No estar incurso en alguna de las prohibiciones del artículo 71 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, sin perjuicio de lo previsto en el artículo 72.5 de la citada ley.

Se solicitarán, entre otros, los siguientes documentos:

- Certificación acreditativa de que dicha entidad se halla al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones:
 - Certificado de estar al corriente de pago en la Seguridad Social.
 - Certificado de estar al corriente de pago en la Hacienda Pública.
- Certificado de titularidad bancaria de la cuenta donde se realizaría el pago, sellado por el banco.

Asimismo, es importante tener en cuenta que de cara a justificación se requerirán las facturas de la actividad subcontratada, en las cuales se indicará el concepto de la actividad que se lleva a cabo.

Fundación ONCE cumplirá la *Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales* y del Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos