

UNICEF VENEZUELA

Contratación de agencia digital para el desarrollo de la estrategia digital de la campaña de UNICEF Venezuela #HuellasDeBuenTrato

TÉRMINOS DE REFERENCIA (TdR) Consultoría

1. Justificación

La oficina de UNICEF en Venezuela lanzó a finales de 2017 su campaña #HuellasDeBuenTrato para contribuir a la prevención de la violencia a través de la promoción del buen trato hacia los niños, niñas y adolescentes.

Para lograr alcanzar a públicos masivos e impulsar cambios de comportamiento hacia el buen trato, UNICEF requiere del apoyo de una agencia especializada que elabore e implemente la estrategia digital de la campaña.

2. Resultado Esperado

UNICEF Venezuela cuenta con una estrategia digital de alcance masivo e influencia demostrada para impulsar la campaña #HuellasDeBuenTrato.

3. Productos Esperados*

- 3.1 Propuesta de la estrategia digital de la campaña #HuellasDeBuenTrato con base en el concepto de campaña ya existente, e incluyendo:
 - 3.1.1. Actividades/dinámicas a realizar y su presupuesto;
 - 3.1.2. Productos a desarrollar y su presupuesto;
 - 3.1.3. Metas de audiencia e influencia;
 - 3.1.4. Calendario de implementación 2018-2019;
- 3.2 Adaptación de los mensajes clave de la campaña al lenguaje y formato digital.
- 3.3 Coordinación de las actividades aprobadas por UNICEF, en los tiempos establecidos y con la calidad estándar de UNICEF.
- 3.3 Producción de piezas con sus copy y mensajes aprobados por UNICEF -incluye banners, covers e imágenes para publicaciones en redes sociales y otros sitios web según lineamientos de marca de UNICEF.

* Ningún producto será difundido parcial ni totalmente sin la autorización previa de UNICEF.

3.4 Presentar reportes mensuales con los resultados de campaña, incluyendo:

- 3.4.1. Audiencia alcanzada por canal y actividad;
- 3.4.2. Número de interacciones por canal y actividad;
- 3.4.3. Reporte de influencia;
- 3.4.4. Reporte de reacciones negativas si las hubiere.

4. Responsabilidades

4.1 Responsabilidades de la agencia:

- 4.1.1. Entregar los productos esperados en los tiempos acordados y con la calidad requerida por UNICEF;
- 4.1.2. No representar a UNICEF con cualquier persona o institución.

4.2 Responsabilidades de UNICEF:

- 4.2.1. Proveer orientaciones técnicas sobre el trabajo a desarrollar, así como revisar y aprobar cada producto final;
- 4.2.2. Suministrar los contenidos y apoyo necesarios para el desarrollo de las actividades y los productos;
- 4.2.3. Ejercer la representación institucional de UNICEF es exclusivamente responsabilidad de funcionarios/as autorizados/as de UNICEF.

5. Supervisión

La consultoría estará bajo la supervisión de la Oficial de Comunicación de UNICEF Venezuela.

La supervisión será permanente vía e-mail y eventualmente vía telefónica o videoconferencia u otros medios electrónicos disponibles.

En la revisión del producto, además de su contenido técnico, se considerará especialmente la entrega en los tiempos acordados. En caso de que UNICEF considere la pertinencia de ajustes, estos serán sometidos a la agencia para corrección.

Los siguientes criterios serán utilizados para la evaluación final de la consultoría:

- Calidad del producto;
- Puntualidad en la entrega del producto.

Además del producto entregado, la evaluación de la consultoría tomará en consideración otros elementos como el desempeño y competencia técnica y profesional de la agencia.

6. Perfil

Agencias especializadas en comunicación digital con mínimo 5 años de experiencia demostrada con marcas nacionales o internacionales, manejando páginas, contenidos y redes sociales.

Se valorará experiencia previa en producción de contenido para campañas digitales lideradas por organismos de carácter social.

7. Honoraria, Forma de Pago y Duración

Honoraria: Será determinado en el contrato entre UNICEF y la agencia seleccionada. La agencia deberá presentar su propuesta honoraria y técnica en sobre cerrado.

Forma de pago: La modalidad de pago será acordada con la agencia seleccionada.

Sin excepción, el pago se realizará mediante transferencia bancaria a una cuenta a nombre de la persona contratada. En caso de no tener cuenta bancaria, la misma debe abrirse antes de comenzar el trabajo con UNICEF.

Duración: La consultoría se estima será iniciada en febrero 2018, con entrega de los productos según se acuerde en el cronograma de trabajo tomando en cuenta que la contratación se realizará por todo el año 2018.

9. Derecho de Propiedad Intelectual

UNICEF se reserva el derecho de propiedad de la documentación producida a través de esta consultoría. La agencia seleccionada no tendrá derecho de autor sobre los productos entregados.

Todos los productos desarrollados en virtud de este contrato son propiedad de UNICEF y no podrán ser utilizadas para otros fines que no estén estipulados dentro de los objetivos de la organización sin previa autorización de la misma.

10. Confidencialidad

Cualquier información relacionada a UNICEF, sus aliados, sus donantes, sus programas, proyectos y actividades que no sea pública y el consultor consigue a través de esta consultoría debe permanecer estrictamente confidencial.

11. Inmunidades y Privilegios

UNICEF declara expresamente que, como Organismo Internacional perteneciente al sistema de las Naciones Unidas, está amparado por la Convención sobre Privilegios e Inmunidades aprobada por la Asamblea General de las Naciones Unidas, el 13 de febrero de 1946 y conforme con la ley aprobatoria del “Convenio entre el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia y el Gobierno de Venezuela”, firmada en Caracas el 25 de octubre de 1967 y registrado en Gaceta Oficial No. 28.757 de fecha 18 de octubre de 1968.

12. Condiciones para aplicar

- La agencia enviará por separado su propuesta económica y técnica antes del 5 de febrero de 2018 al correo caracas@unicef.org con el asunto “Estrategia digital de la campaña de Buen Trato”, incluyendo la siguiente documentación:
 - Propuesta técnica
 - Propuesta económica
 - Carta de presentación
 - Documentación vigente que verifique existencia y naturaleza de la empresa.
 - Planilla de registro de proveedor (documento anexo)

 - La agencia que esté registrada en el país deberá presentar la propuesta económica en bolívares (moneda local). Agencias registradas en otros países podrán presentar la propuesta en otras monedas.

 - La agencia deberá tomar en cuenta en su propuesta económica todas las variables que puedan afectar el presupuesto para el momento de la implementación. En caso de producirse costos imprevistos posterior a la aprobación del presupuesto, la agencia deberá informar oportunamente a UNICEF y someter los nuevos costos a aprobación. UNICEF no reconocerá incrementos de presupuestos que no hayan sido aprobados previamente y que no cuenten con el justificativo y los soportes administrativos correspondientes.

 - Teniendo en cuenta que UNICEF proveerá el material audiovisual, tales como videos, fotografías y demás insumos necesarios para el desarrollo de los productos, y que se firmará un contrato, la agencia deberá incluir en su propuesta el fee de la agencia por cada producto indicado en estos TdR sobre la base de:
 - Campaña con difusión diaria en redes sociales;
 - Variedad de contenidos web;
 - Dinámicas/actividades que impulsen y reimpulsen el impacto de la campaña.

Como referencia, una campaña tipo de UNICEF incluye:

 - Set de banner animados para todos los canales en social media y web con copy adaptado a cada canal;
 - Diseño de html para e-mail con variaciones para A/B testing y personalización de campos dirigido a SociosUNICEF.
 - Mensajes clave y uso de marca fielmente alineados con las guías y manuales proporcionados por UNICEF.
-

Fecha límite de aplicación: 05/02/2018