



CONVOCATORIA CONTRATACION AGENCIA DE PUBLICIDAD

Sobre IESC:

IESC - el International Executive Service Corps - es una organización sin fines de lucro con sede en Estados Unidos que busca soluciones a los problemas del sector privado en países en desarrollo. Al proporcionar una mezcla de asistencia técnica y el apoyo de expertos voluntarios, IESC trabaja con industrias emergentes, instituciones financieras y gobiernos para estabilizar el entorno económico, incrementar las oportunidades, así como promover el crecimiento.

El Programa Exporta Calidad es un programa de cuatro años financiado por el Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA) y ejecutado en República Dominicana por IESC. Exporta Calidad promueve las buenas prácticas agrícolas y los estándares internacionales de inocuidad y calidad con el objetivo de aumentar las ventas locales y exportaciones de aguacate, piña, vegetales orientales, vegetales de invernadero y cacao.

Objetivo:

Planificar, diseñar y lanzar una plataforma web con informaciones sobre la marca Dom Tropical Avocados de la República Dominicana dirigidas a los minoristas y los consumidores estadounidenses.

Antecedentes y justificación:

El programa Exporta Calidad (PEC), administrado por IESC, desarrolló una estrategia de marketing para aumentar las ventas y el consumo de aguacates cáscara verde en el mercado estadounidense, incluyendo un nuevo nombre, un logo, así como artes y mensajes claves para una clientela acostumbrada a consumir aguacate tipo Hass (para consultar la estrategia, por favor pulsar [AQUÍ](#)). Una parte fundamental de la estrategia de marketing es cambiar el nombre y reconocimiento del consumidor de “aguacate cáscara verde” a “aguacate tropical”. Los aguacates tropicales se producen en la República Dominicana y la Florida, y representan menos del 10 por ciento del mercado de aguacates en los EE. UU., principalmente en la costa este. Una parte significativa de la estrategia de marketing incluía la educación de consumidores, minoristas y distribuidores quienes están familiarizados con el aguacate Hass, y necesitan información sobre las diferencias entre los aguacates Hass y los tropicales, y sobre el manejo, uso y almacenamiento adecuado de los aguacates tropicales.

Bajo estas condiciones, el programa Exporta Calidad inició un proceso para crear una marca colectiva que sería propiedad de una entidad legal cuyos miembros podrían usarla para



comercializar sus aguacates. Se diseñó un reglamento de uso de la marca Dom Tropical Avocado y se acordó que la Asociación Dominicana de Exportación, Inc. (ADOEXPO) se convirtiera en la entidad rectora de la marca colectiva. El PEC brindó apoyo a ADOEXPO para desarrollar y registrar la marca colectiva.

Para apoyar aún más a ADOEXPO en la promoción de esta marca, PEC contratará una agencia de marketing para crear una plataforma web. La plataforma tendrá una sección orientada al consumidor operada por ADOEXPO. Esta sección educará a los consumidores sobre la fruta y sus usos culinarios. La plataforma también incluirá un portal para minoristas. Este portal proveerá informaciones de interés y contenido marketing para apoyar la estrategia de comercialización de los minoristas. La agencia de marketing seleccionada creará la página web, creará y manejará las redes sociales relacionadas con la marca, desarrollará propuestas creativas digitales para generar tráfico y desarrollará un plan sostenible para el mantenimiento de la página web, así como de las redes sociales en el corto, mediano y largo plazo.

RESPONSABILIDADES:

1. **Desarrollar una plataforma web** que incluya dos secciones distintas pero relacionadas: una sección para el consumidor y un portal de recursos para minoristas y distribuidores estadounidenses. El sitio web puede ser independiente, vinculado y administrado por ADOEXPO o puede estar integrado en el sitio web de ADOEXPO. El contratista sugeriría la mejor solución y la presentará en su propuesta. La solución deberá determinarse con ADOEXPO durante el diseño inicial.
 - a. **Crear una sección para consumidores**
 - ✓ Diseñar y desarrollar una sección para consumidores que incluya como mínimo las siguientes especificaciones: 6 pestañas, un chat integrado, una adaptación a todo tipo de dispositivos móviles, un formulario de contacto y un blog.
 - ✓ Las asociaciones con personas influyentes, que formen parte de la estrategia de marketing general, también deben aparecer en el sitio web.
 - ✓ La sección debe ofrecer una versión en inglés y en español.
 - b. **Crear un portal de recursos para minoristas y distribuidores**
 - ✓ Diseñar y desarrollar un portal de acceso restringido para los minoristas y los distribuidores que necesitan contenido marketing para apoyar su estrategia de comunicación del aguacate tropical.
 - ✓ Publicar en el portal lo siguiente: logo, línea gráfica, artes, materiales promocionales, guías e instructivos, calendario de disponibilidad del aguacate, investigaciones sobre las preferencias del consumidor.



- ✓ Desarrollar, dar formato y colocar a un calendario de actividades (si se prosigue con las campañas promocionales de temporada).
 - ✓ Desarrollar información organizada derivada de la investigación del consumidor previamente realizada.
 - ✓ Actualizar el sitio web con cronogramas de promociones de las estaciones relevantes para minoristas.
- c. Generar contenido sobre un período de 6 meses**
- ✓ Generar propuestas creativas digitales e impresas a colocar en la sección para consumidores y el portal de recursos para minoristas y distribuidores como (pero no limitado a): recetas, guías de manejo y uso, instructivos, recomendaciones, datos nutricionales, puntos de comercialización, etc., a partir de los insumos técnicos entregados por parte del consultor principal, el PEC, ADOEXPO y los exportadores.
 - ✓ Según sea necesario, formatear cualquier producto inicial de investigación del consumidor de manera que se cargue en el portal para minoristas.
- 2. Desarrollar un plan de traspaso de beneficiarios sostenible.** Un plan de traspaso de cinco años incluirá estimaciones de costos a largo plazo y recomendaciones de gestión. Deben considerar las limitaciones de recursos y/o fluctuaciones del beneficiario:
- ✓ Desarrollar un plan que calcule la mano de obra, los servicios y otros costos directos a largo plazo del mantenimiento y actualización de la plataforma de marketing virtual.
 - ✓ Hacer recomendaciones para el mantenimiento diario, futuras evaluaciones de usuarios y actualizaciones.

ENTREGABLES:

1. Plataforma de marketing virtual

- ✓ **Layout del sitio web del consumidor.** Entregar un guión gráfico con propuestas creativas de contenido para el sitio web. Debe incluir consideraciones y recomendaciones para los costos de mantenimiento a largo plazo para la plataforma propuesta, las actualizaciones y el mantenimiento.
- ✓ **Revisión de la versión del sitio web del consumidor.** Entregar la versión beta del sitio web que incorpore los comentarios iniciales del guión gráfico y los comentarios internos de las partes interesadas.
- ✓ **Actualizaciones del sitio web del consumidor.** Entregar un plan de actualización del sitio web del consumidor para un periodo de seis (6) meses, que incluya un calendario de publicaciones.
- ✓ **Creación de contenido.** Entregar los contenidos desarrollados sobre el período de seis (6) meses para el sitio web del consumidor, es decir, publicaciones de blog (6 publicaciones), nuevas recetas (4 recetas),



promociones destacadas para consumidores (12 promociones), promociones para captar nuevos minoristas (6), etc.

- ✓ **Guión gráfico del portal de recursos del minorista.** Entregar un guión gráfico con propuestas creativas de contenido para el sitio web. Debe incluir consideraciones y recomendaciones para los costos de mantenimiento a largo plazo para la plataforma propuesta, las actualizaciones y el mantenimiento.
- ✓ **Revisión de la versión del portal de recursos del minorista.** Entregar la versión beta del portal de recursos que incorpore los comentarios iniciales del guión gráfico y los comentarios internos de las partes interesadas.
- ✓ **Actualización del portal de recursos para minoristas.** Entregar un plan de actualización de portal para un periodo de seis (6) meses.
- ✓ Lanzamiento del sitio web para consumidores y minorista, incluso de la retroalimentación del programa resultando de la versión beta.

2. Plan de traspaso de beneficiarios sostenible

- ✓ Plan borrador de traspaso de beneficiarios, incluso los requisitos denominadas bajo la sección Responsabilidades (2).
- ✓ Plan final de traspaso de beneficiarios, incorporando retroalimentación.

CALIFICACIONES Y REQUISITOS:

- ✓ Agencia de marketing con por lo menos 5 años de experiencia en desarrollo web, comunicación y marketing.
- ✓ Experiencia en diseñar planes de promoción para productos agrícolas.
- ✓ Enfoque claro para desarrollar cada uno de los entregables descritos dentro de un plazo razonable.
- ✓ Uso apropiado de la tecnología para que los beneficiarios puedan navegar mejor y mantener los productos entregados.
- ✓ Portafolio profesional.
- ✓ Personas orientadas al equipo de trabajo con buen manejo de las relaciones interpersonales e interculturales.

Interesados favor remitir: 1) carta de intención, 2) propuesta económica para realizar los objetivos denominados, 3) propuesta de tipo y cantidad de contenido a sostener seis meses de actualizaciones al sitio consumidor, y 4) propuesta de plan de trabajo con tareas y fechas de entrega, al correo electrónico recursoshumanos@iesc.org con el asunto “Agencia de Publicidad”. Las aplicaciones incompletas no serán consideradas. Las aplicaciones serán recibidas hasta el 23 de Noviembre, 2020.