

**Oferta de contratación de
proveedores para:
Campaña Digital B2B de
Captación de Leads**

1. OBJETO DE LA OFERTA. DESCRIPCIÓN EMPRESAS OBJETIVO

- **Nombre del proyecto:** Campaña Digital B2B de captación de leads
- **Objetivo principal:** Diseñar e implementar una campaña digital de captación para grandes empresas (facturación >48M€) con el fin de generar leads cualificados y aumentar la base de empresas adheridas al Pacto Mundial de la ONU España, utilizando estrategias actualizadas y adaptadas al ecosistema digital en transformación (IA, SGE, automatización, cookies-less, etc.).
- **Empresas objetivo:**
 - Empresas con sede fiscal en España.
 - Facturación anual superior a 48 millones de euros.
 - Interés en sostenibilidad, cumplimiento normativo (CSRD), formación en sostenibilidad a grupos de interés (empleados, proveedores, clientes).
 - Decisores objetivo: director/a de sostenibilidad, compras, ESG, RSC, operaciones, medioambiente, calidad, CFO, dirección general.

2. ENFOQUE ESTRATÉGICO MULTICANAL

a) Google Ads (SEM)

- Campañas de búsqueda con intención alta (keywords transaccionales y consultivas).
- Adaptación de creatividades y estructura de campañas a Google Search Generative Experience (SGE).
- Display y YouTube (Shorts) con estrategia de visibilidad + remarketing con CTA directo a la landing.
- Inclusión de extensiones enriquecidas, estructuras por segmento y A/B testing de mensajes.

b) SEO & Search Experience Optimization

- Optimización técnica y semántica para indexación prioritaria en entornos IA (SGE).
- Contenidos de autoridad (páginas pilar) enfocados en:
 - CSRD para empresas grandes
 - Formación ESG en cadena de valor
 - Reporte empresarial sostenible
- Marcado estructurado (Schema.org), microdatos, velocidad web y datos enriquecidos.

c) LinkedIn Ads

- Segmentación avanzada por cargo, sector, tamaño de empresa, región y actividad en sostenibilidad.
- Creatividades en carrusel, vídeo corto y Sponsored InMail.
- Campañas Always-on y secuenciales según comportamiento del usuario (lead nurturing en red social).

d) Funnel de conversión y automatización

- Optimización de landing (UX y conversión) con formulario claro, seguimiento multicanal y mensajes adaptados.
- Integración con Salesforce y Account Engagement.
- Lead scoring por engagement + automatización de flujos de maduración.
- Alineación con workflows de seguimiento comercial.

3. DURACIÓN DE LA CAMPAÑA

- Inicio estimado: septiembre 2025.
- Cierre previsto: marzo 2026

4. KPIS Y RESULTADOS ESPERADOS

- CPL (coste por lead cualificado) ≤ 75 €. (Esta cifra se incluye como referencia orientativa). La agencia puede y debe proponer su CPL estimado en cada canal, considerando su enfoque y experiencia).
- Tasa de conversión (formulario): mínimo 1% SEM, 2% orgánico, 0.5% LinkedIn.
- CTR $> 4\%$ en búsquedas y $> 0.8\%$ en display.
- Calidad del lead (match empresa-cargo-interés): $\geq 80\%$.
- Alcance efectivo en LinkedIn: +100.000 impresiones segmentadas.
- % de leads convertidos en socios: métrica clave a consensuar.

5. AGENCIA – ALCANCE ESPERADO DE PROPUESTA

- Propuesta creativa y táctica para los 3 canales principales (SEM, SEO, LinkedIn).
- Desarrollo de piezas clave: anuncios (texto, imagen, video), FAQ generativas, adaptaciones para SGE.
- Optimización de la landing (UX y conversión).
- Reporting quincenal con análisis de performance, aprendizajes y acciones correctivas.
- Recomendación de inversión segmentada por canal.
- Propuesta económica en dos escenarios:
 - Escenario óptimo (todo el alcance)
 - Escenario ajustado (priorización de acciones de mayor ROI)

6. ACTIVOS Y MATERIALES A DESARROLLAR

- Creatividades para Google y LinkedIn (banners, carruseles, vídeos cortos, mensajes InMail).
- FAQs y copy adaptado a búsquedas IA (fragmentos destacados y prompts).
- Videos de 15s y 30s para awareness y remarketing.
- Piezas descargables opcionales: guía breve sobre la adhesión o beneficios del Pacto.
- Enlaces tracking y recomendaciones de dashboard (GA4 + Salesforce).

7. PLAZO DE ENTREGA DE PROPUESTAS

- Fecha límite para recibir propuesta: 14 de agosto 2025.

8. PRESUPUESTO

80.000€ IVA incluid.

9. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

Las propuestas ofertadas por parte de los proveedores serán valoradas de la siguiente forma:

- **Propuesta técnica:** 60%.
- **Oferta económica:** 30%.
- **Valor añadido:** (innovación, sostenibilidad, equipo de proyecto) 10%.

10. DOCUMENTACIÓN QUE DEBEN PRESENTAR LOS PROVEEDORES

- Propuesta técnica detallada.
- Propuesta económica desglosada.
- Currículum de la empresa y experiencia en proyectos similares (referencias o casos de éxito).
- Compromiso de cumplimiento de la Agenda 2030.
- Criterios de sostenibilidad y responsabilidad social. Evaluación de proveedores PMONUE. La entidad deberá superar la evaluación de proveedores de la organización.
- Certificados de cumplimiento legal (por ejemplo, estar al corriente en obligaciones tributarias y de Seguridad Social).
- Declaración responsable de no estar incurso en prohibiciones de contratar.

11. FORMA DE PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS Y FECHA LÍMITE

- Canal de envío: campanas@pactomundial.org
- Fecha límite para presentación de propuestas: 14 de agosto 2025

12. CONDICIONES CONTRACTUALES BÁSICAS

- Posibilidad de renovación o prórroga.
- Penalizaciones en caso de incumplimiento.

- Causas de resolución anticipada del contrato.
- Contrato encargo de tratamiento de datos personales.
- Compromiso de confidencialidad.

13. CONTACTO PACTO MUNDIAL ONU ESPAÑA

- Marta Tomás Hernando, Directora de Desarrollo Corporativo
- Dulce Sabanero, Coordinadora de Crecimiento Estratégico
- Mail: campanas@pactomundial.org
- Tlf: 917452414