



Nuestra referencia: 2026.047.ITF

# SOLICITUD DE PROPUESTA (RFP)

## GESTIÓN DE REDES SOCIALES OMNICANAL

Número de referencia: ITF/RFP/2026/DIGITAL-001

Autoridad emisora: Federación Internacional de Taekwon-Do (ITF)

Fecha de emisión: 15 de junio de 2026

### 1. RESUMEN EJECUTIVO

La Federación Internacional de Taekwon-Do (ITF), dirigida por el presidente GM Paul Weiler, está lanzando una búsqueda global de una agencia digital líder a nivel mundial. Nuestro objetivo es llevar a cabo una transformación digital que conecte los valores tradicionales de las artes marciales con el consumo digital moderno. Buscamos un socio, no un proveedor: un equipo que comprenda el "Do" del Taekwon-Do y pueda plasmarlo en una presencia de marca global atractiva y prestigiosa.

### 2. ITF

- **Sitio web de registro y legal:** ITF es una asociación suiza registrada con domicilio social en Lausana, Suiza (la capital olímpica) y oficina en Lublin, Polonia.
- **Visión de ITF:** El Taekwon-Do es para todos.
- **Misión de ITF:** Siguiendo la misión de ITF de "crear el mejor entorno posible para la práctica del Taekwon-Do, garantizando inspiración, innovación, gestión y apoyo de alta calidad para todos los miembros, practicantes y simpatizantes del Taekwon-Do", ITF traslada su misión al mundo digital promoviendo el Taekwon-Do como un arte marcial que une los mundos de la tradición y la competición de élite, así como una herramienta para el desarrollo social y la salud.
- **Valores ITF:**
  - Responsables: respaldamos nuestro compromiso con nuestros miembros.
  - Transparencia: somos transparentes con nuestros miembros sobre lo que hacemos.
  - Confiables: cumplimos lo que prometemos y nuestros compromisos.
  - Leales: trabajamos para y con nuestros miembros.
  - Liderazgo: establecemos una dirección clara y desarrollamos a nuestros miembros.
  - Confiables: valoramos su confianza y no nos arriesgaremos a perderla.
  - Diversidad: valoramos la diversidad de nuestros orígenes, habilidades e ideas.Mientras que también se basa en los valores del Taekwon-Do de cortesía, integridad, perseverancia, autocontrol y espíritu indomable.
- **Público objetivo digital:** Público interno o afiliado a ITF (más de 100 naciones miembros, miles de clubes, atletas de élite y millones de practicantes en todo el mundo) y público externo a ITF (otros entusiastas de las artes marciales, atletas y potenciales nuevos practicantes).
- **Características actuales de los canales ITF:**
  - Página de Facebook con aproximadamente 125.000 seguidores (@ITFTaekwonDoFederation)



- La cuenta de Instagram (@itftaekwondofederation) tenía más de 50.000 seguidores; en la actualidad está bloqueada y posiblemente perdida. La comunidad espera un nuevo comienzo.
- Canal de YouTube (@ITFTaekwonDoFederation) con aproximadamente 43.000 suscriptores.
- Cuenta de LinkedIn en planificación; aún no está activa.

### 3. ALCANCE DEL TRABAJO

Buscamos un socio para el período hasta octubre de 2027, con opción a renovación tras las próximas elecciones.

Necesitamos una solución integral dividida en tres pilares estratégicos: (i) gestionar el ecosistema de redes sociales de ITF, incluyendo la moderación; (ii) producir contenido; y (iii) realizar auditorías de rendimiento. Las ideas principales para los cuatro pilares se detallan a continuación:

#### Pilar I: Gestión estratégica de ecosistemas

- **Presencia omnicanal:** Gestión principal de Facebook, Instagram, YouTube y LinkedIn, incluyendo la moderación de comentarios y mensajes directos (MD) para fomentar un "DoJang" seguro y respetuoso en línea.
- **Estrategia maestra de 12 meses:** Una hoja de ruta basada en datos que incluye la elaboración de perfiles de clientes, la planificación de campañas estacionales y un calendario global de contenidos.
- **Tono de voz (ToV):** Establecer un código lingüístico multilingüe que sea a la vez autoritario e inspirador, respetando la jerarquía del arte marcial.

#### Pilar II: Producción de contenido de alta fidelidad

- **Sistema de identidad visual:** Desarrollo de un "Manual de Marca Digital" para las redes sociales de ITF (tipografía, lenguaje de diseño de movimiento, teoría del color) basado en la Política de Marca de ITF (disponible en [https://itftkd.sport/wp-content/uploads/2024/01/20240128\\_Branding\\_Policy\\_approved.pdf](https://itftkd.sport/wp-content/uploads/2024/01/20240128_Branding_Policy_approved.pdf)).
- **Contenido multilingüe:** Redacción completa de textos y localización de recursos en inglés y español.

#### Pilar III: Crecimiento, análisis y comunidad

- **Auditorías de desempeño:** Informes mensuales completos de inteligencia empresarial (BI) con información práctica que abarca las diversas actividades en redes sociales.
- **Opcional:** Establecimiento de un programa de influencers / embajadores. Utilizar a los mejores atletas de ITF como embajadores de marca para ampliar el alcance.

### 4. REQUISITOS DE LOS SOCIOS

- **Escala:** Experiencia demostrada en la gestión de cuentas con más de 50.000 seguidores muy activos.
- **Experiencia en el sector:** Conocimiento profundo del Taekwon-Do ITF, por ejemplo, elementos clave del sistema de competición, incluyendo formas, combate, eventos por equipos, rompimientos, etc. Las propuestas que no tengan en cuenta el contexto de las artes marciales y su comunicación entre las jerarquías serán descalificadas.



- **Pila tecnológica:** Dominio de Adobe Creative Suite, Meta Business Suite y herramientas avanzadas de monitorización de redes sociales (por ejemplo, Brand24, Sprout Social).
- **Profundidad lingüística:** Dominio nativo o casi nativo del inglés y el español dentro del equipo creativo principal.

## 5. INDICADORES CLAVE DE RENDIMIENTO (KPI)

El éxito de la colaboración se evaluará en función de los indicadores clave de rendimiento (KPI) acordados conjuntamente. La propuesta deberá incluir sugerencias sobre los principales KPI, que se detallarán y definirán al inicio del contrato (es decir, durante el primer mes de vigencia).

## 6. ESTRUCTURA Y PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA

Para garantizar una evaluación justa, envíe su propuesta en formato PDF con un máximo de 10 páginas a la Oficina de ITF [itfoffice@itftkd.sport](mailto:itfoffice@itftkd.sport). Recomendamos las siguientes secciones:

1. **Resumen ejecutivo:** La pregunta "¿Por qué nosotros?" de su agencia.
2. **Visión estratégica:** Un avance de 3 diapositivas sobre tu estrategia para ITF 2026-2027.
3. **Portafolio creativo:** Ejemplos de campañas publicitarias de deportes / artes marciales (enlaces a vídeos/gráficos).
4. **Plan Operativo:** Estructura del equipo (¿quién será nuestro contacto diario?).
5. **Propuesta financiera:** Incluye la cuota anual del contrato / la cuota mensual.

ITF evaluará su propuesta en función de la visión estratégica y la creatividad (40%), la experiencia relevante (30%), las competencias técnicas y lingüísticas (10%) y los costes (20%).

## 7. CRONOGRAMA DE ADQUISICIONES

- **Distribución de RFP:** 15 de junio de 2026
- **Presentación de la propuesta final:** 15 de julio de 2026
- **Presentaciones de propuestas (agencias preseleccionadas):** Del 1 al 15 de agosto de 2026
- **Adjudicación del contrato:** 1 de septiembre de 2026

En nombre de la Junta Directiva de ITF,

Tuyo sinceramente,

  
Tadeusz Loboda  
Secretario General

