

10 de octubre de 2024

## **RFP 08-2024- 9193541 “Acuerdo a largo plazo para servicios de CRO (Conversion Rate Optimization) y Analítica Web para UNICEF en Uruguay”**

### **ANEXO D - TÉRMINOS DE REFERENCIA**

UNICEF es la organización de Naciones Unidas dedicada a la infancia y la adolescencia, y su misión es promover y asegurar el ejercicio permanente de los derechos de los niños, niñas y adolescentes para que se desarrollen plenamente.

La base de su trabajo es la Convención sobre los Derechos del Niño (CDN), un tratado internacional que establece los derechos de la infancia y la adolescencia y las responsabilidades que tienen el Estado y la sociedad para que éstos se cumplan.

#### **1. OBJETIVO DE LA SOLICITUD DE PROPUESTAS**

Los equipos digitales de UNICEF deben responder a desafíos cada vez más demandantes que ponen al canal digital como pilar clave para el crecimiento de los fondos. Hay un enorme compromiso de sostener el crecimiento de los últimos años y lograr los objetivos anuales de recaudación de fondos digitales. En este marco, es necesario continuar profesionalizado la estrategia digital de UNICEF Uruguay sumando socios estratégicos que aporten su capacidad para lograr los objetivos de la organización.

En consecuencia, se busca una empresa que pueda brindar apoyo al equipo digital de recaudación de fondos de UNICEF Uruguay, para llevar adelante la estrategia de CRO (Conversion Rate Optimization) y Analítica Web con el objetivo de identificar oportunidades mediante el análisis, testing y constante optimización UX & UI, buscando maximizar los ingresos y resultados del área.

En base a los resultados del proceso de licitación, se firmará un Acuerdo a Largo Plazo con el o los proveedores adjudicados por un plazo de 3 años, con opción a 2 años adicionales.

#### **2. SERVICIO A COTIZAR**

La empresa especialista en CRO y Analítica deberá centrar su enfoque en la generación de resultados a través de la identificación, proactiva y creativa, de oportunidades de mejora mediante el análisis de datos, para ayudar a desarrollar soluciones orientadas a la optimización de la conversión, de las estrategias digitales, del contenido, de UX y UI, y otras áreas necesarias que se traduzcan en oportunidades de crecimiento y mayor generación de ingresos.

## Generales:

- Desarrollar un profundo entendimiento y conocimiento de la estrategia de recaudación de fondos digital que permita integrar una cultura de mejora continua e innovación de la estrategia digital para identificar e impulsar oportunidades de crecimiento para la recaudación de fondos manteniendo la máxima eficiencia de los esfuerzos del área.
- Apoyar las necesidades operativas y estratégicas del área de recaudación de fondos digital con fuerte foco en el análisis de resultados para optimizar el ROI.

## Estrategia, implementación y optimización:

- Apoyo en la definición e implementación de la estrategia de Conversion Rate Optimization: desarrollar hipótesis, definir audiencias y segmentos, realizar la activación, seguimiento, análisis e implementación final.
- Apoyo en el desarrollo e implementación de la estrategia de analítica digital, modelos de atribución y soluciones mediante AB/MVT testing según se requiera con el objetivo de incrementar y optimizar la conversión en el sitio web así como mejorar la experiencia del usuario (UX, UI).
- Analizar y medir de forma diaria los principales KPIs del área, realizar su correspondiente análisis y encontrar desviaciones e insights que permitan optimizar los esfuerzos del canal digital para maximizar el ROI y encontrar oportunidades que contribuyan a incrementar los ingresos.
- Realizar la documentación de los testeos y aprendizajes.
- Apoyar en la planificación, desarrollo y el seguimiento de una hoja de ruta de mejoras y experimentos futuros.
- Establecer y desarrollar la estandarización de los tags, tracking, métricas e implementaciones necesarias para generar y capturar datos consistentes y pertinentes que habiliten el análisis y toma decisiones.
- Desarrollar y brindar los mecanismos necesarios para compartir información de los análisis a través de informes y cuadros de mando que ayuden al equipo digital a tomar decisiones y mejorar sus resultados.

## Entregables:

**Estrategia digital:**

- ✓ Análisis cualitativo, descriptivo y prescriptivo que permitan generar recomendaciones para maximizar la rentabilidad del canal digital.
- ✓ Modelos de atribución de conversiones que permitan comprender el aporte de los esfuerzos digitales.
- ✓ Instancias de seguimiento, identificación de oportunidades de mejora y plan de acción con resultados esperados.

**Optimización constante:**

- ✓ Hoja de ruta con mejoras y experimentos basados en research e hipótesis que contribuyan a rentabilizar el canal y el CR del sitio web.
- ✓ Instancias semanales de análisis del rendimiento de las estrategias digitales.
- ✓ Implementación de AB/MVT testing. Implementación, seguimiento y sistematización de los tests.
- ✓ Documentación detallada y estructurada para el seguimiento y repositorio de tests y learnings.

**Implementación técnica:**

- ✓ Implementación y seguimiento de la estructura analítica.
- ✓ Control, QA y optimización de la estructura de analítica web para asegurar la calidad del dato y una correcta alineación con las estrategias y objetivos del canal.
- ✓ Instancias de control y seguimiento de procesos de recolección y almacenamiento de datos.
- ✓ Gestión de herramientas de análisis y testing.
- ✓ Documentación de procesos, reglas, herramientas.

**Reportes y Dashboard:**

- ✓ Recogida y análisis de datos web.
- ✓ Elaboración de informes y tableros de información del canal digital según demanda del área.
- ✓ Capacitaciones a los usuarios finales sobre nuevos informes y paneles

**Perfil de la empresa:**

Será requisito excluyente que la empresa pueda dedicar un perfil especializado en CRO y Analítica destinado exclusivamente para brindar servicio a UNICEF Uruguay.

Este recurso deberá contar con los siguientes requisitos:

- ✓ Contar con más de 3 años de experiencia en la generación de resultados a través de la identificación de oportunidades de mejora mediante el análisis de datos.
- ✓ Persona analítica, creativa y orientada a resultados.
- ✓ Experiencia utilizando herramientas de análisis, optimización y personalización digital.

Optimizely, Hotjar, VWO y otros.

- ✓ Experiencia utilizando herramientas de gestión y analítica web. Google Analytics y Tag Manager (excluyente).
- ✓ Experiencia utilizando herramientas de análisis, optimización y personalización digital. Hotjar, Figma u otros.
- ✓ Manejo de herramientas de BI como Power BI, Looker Studio, Google sheets, Big Query u otros que permitan procesar los datos y visualizar la información de forma fácil, comprensible y útil para el equipo.
- ✓ Manejo de Excel avanzado.
- ✓ Conocimiento de técnicas de análisis cualitativos y cuantitativos para crear soluciones basadas en datos.
- ✓ Conocimiento básico de HTML, Javascript y CSS.
- ✓ CMS: Wordpress, Drupal o similar.

### 3. PROPUESTA DE TRABAJO

La propuesta enviada por los interesados deberá incluir **una propuesta técnica y una propuesta económica**, las cuales deberán ser presentadas en archivos independientes de acuerdo con el detalle a continuación:

#### A. PROPUESTA TÉCNICA:

La propuesta técnica debe incluir los siguientes aspectos:

- Presentación de la **empresa**, definición del **equipo de trabajo** incluyendo CV de cada uno.
- Portfolio que presente **antecedentes de trabajo**, incluyendo específicamente al menos 3 ejemplos en la línea de los productos solicitados.
- Referencias de la empresa **con proyectos y clientes verificables**, que podrán ser contactados por UNICEF. Se valorará la experiencia en trabajo con organizaciones sin fines de lucro, ONGs u organismos internacionales.

#### B. PROPUESTA ECONÓMICA:

Se deberá presentar una propuesta financiera estableciendo la tarifa por hora de servicio (detallando los impuestos aplicables en caso de corresponder) para los servicios definidos en este llamado.

En el marco del Acuerdo a Largo Plazo, para el primer año de contratación se estima un requerimiento de 40 horas semanales (con posibilidad de variar +/- 20% según las necesidades de UNICEF de acuerdo con su plan de trabajo).

El pago se realizará de forma mensual en base a las horas de servicio efectivo, y de acuerdo con el plan de trabajo y los productos establecidos en el contrato de servicios.

En caso de aplicar ajuste de precios durante el período de vigencia del Acuerdo a Largo Plazo, la propuesta deberá **detallar la paramétrica de cálculo** correspondiente y mes o meses en que se aplica. No podrán realizarse ajustes en los precios por fuera de dicha paramétrica.

Manteniendo los requisitos de trabajo, los oferentes podrán presentar en su cotización propuestas generales que mejoren las condiciones de compra de UNICEF de cara a apoyar la misión de UNICEF por los niños de Uruguay y del mundo. Por ejemplo, escala de descuento por importes globales de compra, donación parcial o total de los productos y/o servicios como parte de su proyecto de Responsabilidad Social Empresarial, entre otros.

#### 4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

##### a) Evaluación técnica

UNICEF considera en la evaluación de las propuestas tanto aspectos técnicos como económicos. El equipo evaluador asignado evaluará primero la propuesta técnica y, de cumplir con los requerimientos técnicos en forma satisfactoria, procederá a evaluar la propuesta económica.

La matriz de evaluación combinará el puntaje técnico y económico de acuerdo con la siguiente ponderación: **TÉCNICO 70 / ECONÓMICO 30**.

Las propuestas presentadas deben incluir y serán evaluadas en relación a lo siguiente:

# Criterios de evaluación técnica		Puntaje Máximo
1	<b>Presentación de la empresa y equipo</b>	25
	→ Antecedentes y expertise de la empresa en CRO y Analítica	
	→ Competencias y perfil del recurso especializado y dedicado a UNICEF Uruguay	
2	<b>Experiencia y referencias:</b>	30
	→ Experiencia de la empresa en los servicios requeridos	
	→ 3 casos en los que hayan implementado servicios similares a los solicitados	
	→ Se valorará especialmente experiencia en fundraising	
3	<b>Propuesta de trabajo</b>	15
	→ Metodología de trabajo y condiciones del servicio	
<b>Puntaje Máximo</b>		<b>70</b>



Sólo las propuestas que reciban 45 puntos o más en la evaluación técnica serán consideradas.

b) Evaluación económica (propuesta de precios)

El máximo puntaje asignado al componente de propuesta de precio es 30 puntos. Una vez abiertas las propuestas, se realizará una comparación entre todas las que obtengan el puntaje fijado como umbral mínimo en la evaluación del componente técnico, y la que ofrezca el precio más bajo recibirá el puntaje máximo. Las demás propuestas de precio recibirán puntaje en proporción inversa al precio más bajo, es decir:

$$\text{Puntaje de la propuesta } X = 30 * \text{Precio de la propuesta de menor precio} / \text{Precio de la propuesta } X$$

El puntaje máximo combinado (propuesta técnica y económica) es 100 puntos.

## 5. CRONOGRAMA

A continuación, se presenta el cronograma a seguir en referencia a la presente solicitud de propuestas. Este cronograma podrá ser alterado a criterio de UNICEF, en cuyo caso se notificará a todos los oferentes vía correo electrónico.

- **Fecha de envío del llamado: 10 de octubre de 2024.**
- **Fecha límite para el envío de consultas: 21 de octubre a las 23.59hs.**
- **Fecha límite para la presentación de las propuestas: 31 de octubre de 2024 a las 23:59hs.**

**¡IMPORTANTE!**

## 6. PRESENTACIÓN DE LAS PROPUESTAS:

El Licitador deberá enviar dos emails según el siguiente detalle:

- a) **EI PRIMER EMAIL** deberá enviarse a [licitaciones.uruguay@unicef.org](mailto:licitaciones.uruguay@unicef.org). El mismo debe contener DOS (2) archivos independientes: uno con la Propuesta Técnica y otro con la Propuesta Económica.

Ambos archivos deben guardarse en formato no editable (PDF o JPG), y estar protegidos con contraseña de apertura. En caso de no poder encriptar los archivos con contraseña, se aceptan en formato ZIP o RAR, pero éstos deberán estar obligatoriamente con contraseña de apertura.

Los archivos deben nombrarse indicando el número de referencia del RFP y el nombre del oferente, por ejemplo:

*Archivo 1: RFP ##-####-#####-NOMBREDELOFERENTE-Propuesta Técnica.pdf*

*Archivo 2: RFP ##-####-#####-NOMBREDELOFERENTE-Propuesta Económica.pdf*

En el nombre del archivo deben evitarse los caracteres especiales, acentos, barras, etc.

- b) El **SEGUNDO EMAIL** deberá incluir las contraseñas (una por cada archivo) en el cuerpo de un correo electrónico dirigido a [urg-claves@unicef.org](mailto:urg-claves@unicef.org) el mismo día de presentación de las propuestas e indicando en el asunto del email el número de referencia del RFP.

TENGA EN CUENTA: se ruega que el correo electrónico no exceda los 10MB. Si la propuesta es superior a 10 MB, comprima los archivos, divídalos en archivos separados y/o envíe múltiples correos electrónicos.

**El incumplimiento de las formalidades de presentación es causal de rechazo de la propuesta.**