



04 de octubre de 2024

## CON 23-2024 – LTA Consultor Paid Media

### AREA: PFP

#### 1. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACION DE LA CONTRATACIÓN

El Programa de Cooperación de UNICEF en Argentina para el período 2021-2025 tiene como objetivo central contribuir a la reducción de la pobreza y las desigualdades territoriales, promover el desarrollo integral de niñas y niños de 0 a 6 años, generar oportunidades equitativas para adolescentes, garantizar entornos libres de violencia y asegurar la protección y el acceso a la justicia para las víctimas. Además, busca fortalecer el compromiso de la sociedad para acelerar los resultados en favor de la infancia y adolescencia, asegurando que ningún niño o niña quede atrás.

Para alcanzar estas prioridades, la oficina de UNICEF Argentina despliega diversas estrategias de recaudación de fondos a lo largo del período. En este contexto, la ejecución eficaz de campañas de marketing digital en plataformas como Google Ads y Meta Ads resulta fundamental, ya que estas concentran más del 90% de los usuarios de redes sociales en Argentina, lo que maximiza el alcance y el impacto de nuestras iniciativas.

Por el contexto desafiante y el incremento constante en los costos de publicidad en estas plataformas, es imprescindible contar con un consultor especializado que apoye estratégicamente y eficientemente las iniciativas digitales de las áreas de recaudación de UNICEF Argentina. Este apoyo es clave para optimizar los recursos disponibles y asegurar el cumplimiento de los objetivos de captación de fondos.

#### 2. OBJETIVOS DE LA CONSULTORÍA

El objetivo de la presente licitación es firmar Acuerdos de Largo Plazo o Long Term Agreement (LTA). LTA es un acuerdo válido para un cierto período de tiempo entre un consultor/a y UNICEF, permitiendo la contratación de servicios contra los términos y referencias durante la validez del mismo, sin mínimos de compra y con base de no exclusividad.

El objetivo principal de esta consultoría es contar con expertos que proporcionen servicios integrales de gestión de campañas de pauta digital. Esto incluye la planificación estratégica, implementación, monitoreo, optimización continua y elaboración de reportes detallados de las campañas de Desarrollo de Fondos de UNICEF. El propósito central es generar y retener donantes, captar personas interesadas en dejar testamentos solidarios, e implementar acciones efectivas con empresas en medios digitales, asegurando un impacto significativo en nuestras iniciativas de recaudación de fondos.

#### 3. ACTIVIDADES

##### *Entregables Diarios*

- Monitoreo diario del rendimiento de las campañas: Realizar un seguimiento constante de las métricas clave de las campañas de performance, incluyendo impresiones, clics, conversiones, ROI, ROAS, entre otras. Garantizar la optimización continua para maximizar el rendimiento.
- Actualización de looker studio: Mantener actualizado el dashboard de Looker Studio con los datos de pauta, asegurando la precisión y coherencia de la información reportada.
- Optimización de calidad de los anuncios: Asegurar que los anuncios en Google Ads y Meta Ads mantengan un nivel de calidad del 100%, ajustando los elementos necesarios para maximizar el rendimiento y la relevancia.
- Comunicación fluida: Mantener una comunicación regular y efectiva con el equipo para discutir el rendimiento de las campañas y responder a cualquier consulta. Se requiere una reunión semanal de revisión para analizar los avances y ajustes necesarios.



#### *Entregables Mensuales deseables*

- Informe de rendimiento de campañas: Elaborar un informe mensual que detalle las métricas clave como impresiones, clics, conversiones, costo por clic (CPC) y costo por adquisición (CPA). Este informe debe compararse con los objetivos establecidos, proporcionando análisis detallados e insights sobre el rendimiento de las campañas.
- Reuniones de revisión: Participar en reuniones mensuales con cada uno de los equipos que tengan campañas activas durante el mes anterior, para revisar los resultados y planificar las acciones futuras.
- Recomendaciones de optimización: Proporcionar recomendaciones específicas para mejorar el rendimiento de las campañas, como ajustes en la segmentación, pujas, y creatividades de anuncios, basadas en el análisis de los resultados.
- Elaboración del media plan mensual: Desarrollar el plan de medios mensual en alineación con los objetivos esperados, asegurando una distribución estratégica y eficiente del presupuesto.
- Actualización de especificaciones de anuncios: Mantener actualizado el archivo de especificaciones de anuncios para cada estrategia en las plataformas, asegurando que todos los formatos y requisitos técnicos estén correctamente documentados.
- Soporte en formatos y creatividades: Responder a consultas relacionadas con formatos de anuncios, insumos creativos, y otros aspectos técnicos necesarios para la ejecución de las campañas.

#### *Configuración de Nuevas Campañas*

- Creación de Campañas en Google Ads y Meta Ads Manager: Configurar nuevas campañas, asegurando la correcta segmentación de audiencias, selección de ubicaciones, formatos de anuncios, distribución de presupuesto, y otros elementos clave para el éxito de las campañas.
- Configuración de Píxeles de seguimiento: Garantizar la instalación y configuración correcta de píxeles de seguimiento en sitios web, para asegurar un seguimiento efectivo de conversiones y eventos clave.
- Activación rápida de campañas: Tener la capacidad de activar campañas de performance en las plataformas dentro de un plazo de 24 horas, respondiendo rápidamente a las emergencias.

#### **4. PRODUCTOS ESPERADOS**

- Implementación y monitoreo de campañas en plataformas como Meta y Google ads.
- Reportes semanales y mensuales de la performance de la campaña.
- Recomendaciones para la concreción de los objetivos asignados.
- Media plan mensual

#### **5. ALCANCE DE LA CONSULTORÍA**

- La vigencia del acuerdo será por dos años, con posibilidad de extensión de 12 meses más.
- Se deberá disponer de espacio de trabajo propio.
- Se deberá contar con los insumos tecnológicos necesarios para poder desarrollar las actividades de manera on line.
- Disponibilidad para establecer reuniones periódicas con el staff de UNICEF.



Se informará al proveedor seleccionado con la debida antelación, que presente la documentación correspondiente con el fin de emitir la contratación de los servicios.

## 6. PARAMETROS PRESUPUESTARIOS

- Se solicita la presentación de una propuesta técnica (CV) y una propuesta económica para el logro de los productos esperados.
- El pago de honorarios se realizará contra entrega satisfactoria de productos establecidos.
- Deberá presentar factura tipo C o B de acuerdo con las normas vigentes en el país.
- Los honorarios serán abonados mediante transferencia bancaria exclusivamente, debiendo ser titular de una cuenta bancaria.
- Los honorarios deberán estar expresados en pesos argentinos y en montos brutos, siendo responsabilidad del consultor determinar la carga impositiva y/o el pago de cualquier tasa, en conformidad con lo exigido por las leyes locales aplicables a su profesión.
- Todo impuesto, tasa y/o cualquier tributo nacional, provincial y/o de cualquier jurisdicción vigente a la fecha y/o a establecerse en el futuro, así como todo aporte, contribución y/o cualquier obligación con los organismos previsionales que pudiera corresponder, derivados del ejercicio de la profesión y/o la prestación de los servicios profesionales aquí detallados, estarán a cargo exclusivamente del consultor, debiendo el mismo efectuar no sólo las presentaciones de cualquier declaración jurada y/o documentación correspondiente ante los respectivos organismos, sino también el pago de dichas obligaciones en tiempo y forma.
- Asimismo, cada consultor está obligado a mantener a su exclusivo costo una cobertura médica adecuada.
- UNICEF podrá en cualquier momento solicitar al consultor los comprobantes que acrediten el cumplimiento de las obligaciones precedentes.

## 7. DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR

La convocatoria está orientada a un/a consultor/a con experiencia comprobable en gestión de campañas de performance en Google Ad y Meta Ads.

El/la oferente, deberá enviar:

- **Propuesta técnica:** CV Actualizado, con toda la información detallada que responda a los criterios de evaluación del cuadro en punto 9.
- **Propuesta económica** El consultor deberá completar la tabla de tarifario, donde se definen rangos de inversión en campañas de paid media totales y por cada rango podrá ser un fee variable o fijo. Ver ANEXO 1.



## 8. SUPERVISIÓN

Julieta Rodriguez Seara- Fund Raising Officer

## 9. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Se entiende por consultor/a individual a toda persona física ajena al equipo de trabajo de la institución que requiere de sus servicios, contratado para realizar una tarea específica, con un entregable final que debe estar definido en los Términos de Referencia (TDR).

Después de abrir las Propuestas, UNICEF llevará a cabo los siguientes pasos en el siguiente orden:

- UNICEF evaluará la Propuesta Técnica para detectar el grado de cumplimiento con los requisitos técnicos establecidos en este término de referencia sobre los criterios que se detallan a continuación. LA PROPUESTA TÉCNICA NO DEBE CONTENER NINGUNA INFORMACIÓN SOBRE PRECIOS.
- En segundo lugar, UNICEF llevará a cabo una evaluación de la Propuesta Económica de aquellas las Propuestas técnicamente aptas sobre la base del enfoque de evaluación de propuestas que se detalla a continuación.

La matriz de evaluación combinará el puntaje técnico y comercial (propuesta de precio) de acuerdo a la siguiente ponderación: (a) TÉCNICO - 75% (b) ECONÓMICO - 25%.

Las propuestas enviadas deben incluir y se evaluará en relación con lo siguiente:

### Evaluación Técnica: 75 puntos como máximo.

#	Technical Evaluation Criteria	Description	Max. Points
<b>1</b>	<b>Años de trayectoria - Certificaciones</b>		<b>30</b>
1.1	Años de experiencia en gestión de campañas de performance en Google Ad y Meta Ads.	1 a 3 años (2 pts) 4 o más (hasta 10 pts) Presentar CV	10
1.2	Certificados de Google Ads y Meta Blueprint	Certificado Google Ads (hasta 5 pts) Certificado Meta Blueprint (hasta 5 pts) Presentar certificados.	10
1.3	Experiencia en plataformas como LinkedIn o tiktok	Si 2 pts No 0 Presentar CV	2
1.4	Cursos relacionados a Marketing Digital	Si hasta 8 pts No 0 Certificados	8
<b>2</b>	<b>Experiencia - Conocimiento Técnico</b>		<b>30</b>
2.1	<i>Embudo de conversion</i>		
2.1.1	Gestion de campañas de top of funnel - Awarness	Si 5 pts No 0 Certificados	5
2.1.2	Gestion de campañas de middel of funnel - Generacion de leads	Si 5 pts No 0	5
2.1.3	Gestion de campañas botton of funnel - compra-donaciones	Si 10 pts No 0	9



2.2	<i>Dominio de herramientas de análisis y reporting</i>		
2.2.1	Google Analytics, Tag Manager, Looker Studio	Si 10 ptos No 0	5
2.2.2	<i>Manejo de scripts y automatizaciones en Google Ads</i>		
2.2.3	Capacidad para crear scripts personalizados	Si 5 ptos No 0	3
2.2.4	Uso de API para integración de datos	Si 5 ptos No 0	3
<b>3</b>	<b>Referencias</b>		<b>5</b>
3.1	Presentación de 3 referencias	No presenta 0 presenta 1 o 2 - 3 puntos 3 o más 5 puntos	5
<b>4</b>	<b>Entrevista</b>		<b>10</b>
4.1	Presentación general Modalidad de trabajo Preguntas técnicas sobre las configuraciones en Meta y Google	n/a	10
<b>Total technical scores</b>			<b>75</b>

El/la candidato/a deberá obtener un mínimo de 45 puntos entre los criterios de evaluación 1 al 3 para llegar a la etapa de entrevista (punto 4). En total, en la instancia técnica completa, el/la candidata/a deberá obtener 50 puntos para avanzar en la evaluación de la propuesta económica.

La cantidad total de puntos asignados para el componente de precio (propuesta económica) es VEINTICINCO (25). El número máximo de puntos se asignará a la propuesta de precio más bajo que se abra y se compare entre los candidatos que obtienen los puntos de umbral en la evaluación del componente técnico. Todas las demás propuestas de precios recibirán puntos en proporción inversa al precio más bajo.

**Puntaje Máximo Total: 100 puntos.**

El/la proponente que logre el puntaje más alto (sujeto a cualquier negociación y los diversos otros derechos de UNICEF) será adjudicatario del Acuerdo a Largo Plazo.

**Aclaraciones Importantes:**

- ◆ La propuesta económica debe ser en pesos argentinos (ARS). Por default el formulario de aplicación incluye un pedido de fee diario y total en USD en el que deberán indicar "1" y no tendrá validez en la evaluación. El valor que se tendrá en cuenta es el que presente como adjunto en su propuesta económica.
- ◆ El sistema no permite adjuntar archivos excel (.xlsx) con lo cual la propuesta económica debe estar en archivo word o PDF.
- ◆ Todas las consultas referidas al proceso deberán ser enviadas a [contratacionesargentina@unicef.org](mailto:contratacionesargentina@unicef.org) con copia a [cfernandezsanders@unicef.org](mailto:cfernandezsanders@unicef.org) con el asunto: CON 23-2023 – Consultor Paid Media
- ◆ El pago de los honorarios profesionales se basará en la presentación de los entregables acordados. UNICEF se reserva el derecho de retener el pago en caso de que los entregables presentados no cumplan con el estándar requerido o en caso de retrasos en la entrega de los entregables por parte



del consultor.

- ◆ Las condiciones de servicio se regirán por su contrato y las Condiciones Generales de Contratación de Servicios de Consultores. Los consultores son responsables de determinar sus obligaciones tributarias y del pago de cualquier impuesto y/o derecho, de conformidad con las leyes locales u otras leyes aplicables.
- ◆ El/los candidatos seleccionados son los únicos responsables de garantizar el seguro de salud necesarios para desempeñar las funciones del contrato sean válidos durante todo el período del Acuerdo a Largo Plazo y contratos.
- ◆ Los candidatos seleccionados están sujetos a la confirmación del estado de vacunación completa contra el SARS-CoV-2 (Covid-19) con una vacuna respaldada por la Organización Mundial de la Salud (OMS), que debe cumplirse antes de asumir la asignación.
- ◆ Cualquier intento de influir indebidamente en el proceso de selección de UNICEF conllevará la descalificación automática del solicitante.
- ◆ No se aceptan solicitudes conjuntas de dos o más personas.
- ◆ Tenga en cuenta que UNICEF no cobra honorarios en ninguna fase del proceso.
- ◆ Se anima encarecidamente a las candidatas que cumplan los requisitos a que presenten su solicitud.
- ◆ UNICEF está comprometido con la diversidad y la inclusión y anima a los candidatos cualificados de todos los orígenes, incluidas las personas con discapacidad, a que presenten su candidatura.
- ◆ UNICEF no garantiza que se vaya a adquirir ninguna cantidad de servicios durante la vigencia del LTA, ya que ello dependerá de las necesidades futuras.
- ◆ CONTRATOS CREADOS VINCULADOS AL LTA: Siempre que se requieran los servicios, se presentarán al o los consultores del/los LTA los detalles de los requisitos/entregables, incluidas las cantidades y los plazos. Una vez recibida la confirmación de disponibilidad e interés en el encargo, se emitirá un contrato con los precios/tarifas acordados en la LTA. El consultor deberá firmar el contrato antes de comenzar el trabajo.



## ANEXO 1

### Modelo de presupuesto

#### Tarifario de gestión de campañas de Paid Media

ITEM	Inversión Mín Mensual(X)	Inversión Máx Mensual (X)	FEE
1	USD 0	USD 5,000	
1.1	USD 5,001	USD 7,000	
1.2	USD 7,001	USD 9,500	
1.3	USD 9,501	USD 12,500	
1.4	USD 12,501	USD 16,000	
1.5	USD 16,001	USD 20,000	
1.6	USD 20,001	USD 24,500	
1.7	USD 24,501	USD 30,000	
1.8	USD 30,001	+	

\*En el caso que sea un fee fijo se podrá expresar en moneda USD

\*Las inversiones son totales de plataformas