

ACLARACIONES AL CONCURSO RFP 9164709 -UNICEF

Fecha: 12/02/2021

DOCUMENTO: Convocatoria a licitación RFP 9164709

SECCIÓN: 1.1. INFORMACIÓN ESENCIAL Y CONDICIONES DE ENTREGA DE OFERTAS.

PAGINA: 3

PREGUNTAS:

- 1) ¿Las cartas que se solicita enviar (Anexos A, B y D) deben tener el membrete de la empresa oferente o es necesario usar el mismo formato presente en el archivo PDF enviado? En este último caso, el anexo A no contiene el espacio para la firma. Favor de enviarlas en membrete y firmadas.
- 2) ¿Para la presentación de la oferta técnica, UNICEF solicita diligenciarla según algún formato específico o cada oferente podrá presentarla con un formato propio?
 - a. ¿El formato propio deberá respetar algún tipo de estructura? El formato de la oferta es libre. Recuerde incluir todos los puntos necesarios para la presentación de esta.
 - b. ¿Se necesita incluir en la oferta diagramas de flujo, planes de trabajo o la oferta técnica debe ser solamente descriptiva? Es ideal presentar un plan de trabajo descriptivo, donde se incluyan diagramas de flujo y planes de trabajo.

SECCIÓN: 1.2. CALENDARIO Y CONTACTOS

PAGINA: 3

PREGUNTAS:

- 1) En el punto 1.1 se especifica el lunes 22 de febrero a las 10:00 hora local de la Ciudad de Mexico como fecha límite para el envío de las propuestas, pero en la tabla del punto 1.2 se pone el viernes 19 de febrero como fecha límite. ¿Cuál fecha se debe tener en cuenta? 22 de febrero de 2021.
- 2) Según el punto 1.2, el proceso de análisis y evaluación por parte de UNICEF Mexico terminará el 19/03 pero la adjudicación y notificación tiene la fecha del 30 de abril, es un error o finalmente en caso de ser seleccionados, la operación tendrá inicio a partir del mes de mayo de 2021? Las fechas son informativas. Puede ser que, de ser aprobada la adjudicación, el contrato pueda iniciar antes de la fecha indicada.

SECCIÓN: ANEXO D

PAGINA: 13

PREGUNTAS:

- 1) En el anexo D se solicita el número de RFC (cédula de registro fiscal en México) si su empresa no está constituida en México favor de indicar el número de identificación fiscal válido en el país de registro.

SECCIÓN: CARACTERÍSTICAS OFERTA ECONÓMICA

PAGINA: 8

PREGUNTAS:

- 1) Por ser facturas enviadas por un proveedor con sede en otro país, que tipo de impuestos/retenciones aplicaría UNICEF Mexico a las facturas enviadas? No se retendría el impuesto al valor agregado (IVA) o el impuesto sobre la renta (ISR).

SECCIÓN: Anexo 1, Evaluación

PAGINA: 15

PREGUNTAS:

- 1) Se solicita indicar el número de donantes producidos (captados/upgrade/contactados/etc.), pero este dato se puede calcular con los datos suministrados (cantidad de registros, porcentaje de contacto general y porcentaje de conversión sobre contacto general). ¿Qué dato se tiene que indicar? Teniendo en cuenta que, para lograr realizar una proyección más acertada, se debe tener un cálculo de número de operadores y tiempos de ejecución o gestión de registros. El número de socios y los objetivos en conversión dependerán de las propuestas que se desarrollen, con los datos proporcionados el concursante deberá estimar número de estaciones de trabajo para esto UNICEF proporciona en los ejercicios número de registros por operador y el volumen de la base de datos, el tiempo de ejecución se deberá calcular teniendo en cuenta el número de vueltas o el volumen de la base.

SECCIÓN: **Anexo 1, Opción 1, Propuesta técnica**

PAGINA: **15**

PREGUNTAS:

- 1) Respecto al punto “Capacidades multicanales”, ¿UNICEF Mexico está pensando tercerizar la gestión multicanal? (chat, redes sociales, SMS, etc.) El concursante deberá compartir las estrategias multicanal que el mismo desarrolle para complementar los esfuerzos de telemarketing y como es la integración de estas.
- 2) ¿Se requiere el envío de una oferta al respecto? (pero sería necesario conocer el alcance) No es necesario enviar una oferta al respecto, solo mencionar que estrategias multicanal se implementarían para alcanzar los objetivos y los costos que pudieran agregar a la operación.
- 3) En caso afirmativo, el interés sería sobre servicios entrantes, ¿salientes o ambos?

SECCIÓN: **Anexo 1, Opción 1, Propuesta económica**

PAGINA: **16**

PREGUNTAS:

- 1) Debido a que se solicita especificar la composición del equipo de trabajo dentro de la propuesta económica, ¿dónde se tendrá que escribir? ¿En un documento distinto respecto al Anexo 2? ¿Se tendrá que proponer un numero sugerido de asesores para cada campaña? Dentro de la misma propuesta, y el número de asesores deberá ser calculado tomando en cuenta los indicadores de cada ejercicio.

SECCIÓN: **Anexo 1, Opción 1, Propuesta económica**

PAGINA: **16**

PREGUNTAS:

Campaña 1

- 1) Se especifica tener en cuenta 700 registros por operador por mes para el cálculo de la telefonía, pero también se especifica tener en cuenta una base de 15.000 registros al mes, ¿es decir que se deberán tener en cuenta 21 operadores? (este número es el resultado del caso expuesto) Es correcto, el concursante deberá calcular el número de asesores teniendo en cuenta el número de registros por operador y el volumen de la base a trabajar.
- 2) ¿Según los datos suministrados se tiene que estimar una duración promedio de las llamadas para los dos escenarios? Es correcto, el concursante deberá calcular la duración de la base de datos considerando el volumen de esta y el número de vueltas.
- 3) ¿Los escenarios mínimo y máximo se tienen que calcular teniendo en cuenta una base de 700 registros mensuales por operador o una base de 15.000 registros al mes (y por ende más de un operador)? Se deberán considerar todos los indicadores mencionados en los escenarios y calcular

tomando la referencia de los indicadores para cada escenario. En este caso en específico deberán de calcular una base de 700 registros por operador para obtener el volumen de base para cada uno de ellos, y una base de 15,000 registros para calcular el número de operadores y el tiempo de ejecución.

- 4) ¿Esta y las otras campañas se ejecutarán de forma simultánea? Es importante saberlo por el número de operadores activos al mismo tiempo. En los escenarios el concursante deberá calcular tomada referencia en los indicadores proporcionados por UNICEF, no se espera que los operadores sean multi campaña al contrario que sean exclusivo para el proyecto en cuestión.

Campaña 2

- 1) ¿Esta campaña requiere de un asesor tiempo completo o que podrá ser compartido con otra campaña? Se contesta en la pregunta 4) arriba.

Campañas 3-4

- 1) ¿La campaña de comunicación a socios es una campaña de fidelización con socios activos? ¿Qué tipo de comunicación sería? Es una campaña de fidelización pueden ser llamadas de bienvenida o llamados para dar a conocer alguna noticia sobre UNICEF México. Este tipo de campañas son consideradas como atención a clientes.
- 2) En el caso de ser socios activos, ¿qué quiere decir “conversión sobre contacto general”? Se considera el porcentaje de cumplimiento sobre el contacto general, ejemplo: El número de llamadas efectivas (por llamadas efectivas consideramos aquellas que cumplan con el objetivo de la llamada; si es dar una bienvenida que se cumpla si es dar un agradecimiento que se cumpla) a la base con contactación general.
- 3) Para la telefonía se especifica una base de 1000 registros, pero luego se pide considerar una base de 1200 registros que se tendrán que gestionar en 1 mes, ¿qué número se debe tener en cuenta? Se deberá considerar una base de 1200 registros para el volumen de la base y 1000 para el número de registros que generen una interacción y por ende generen un consumo de minutos de telefonía.

Campaña 6

- 1) Debido a que se considera una base de 55.000 registros y debido a que la campaña debe completarse en 3 meses, serán necesarios varios operadores: ¿se tiene que proponer el costo por operador por mes o el costo de la campaña? Se debe proponer el costo por campaña y desglosar el costo, es decir mencionar que incluye si está calculado costo por hora o costo por estación de trabajo.

Campaña 7

- 1) ¿La campaña de optimización de donativo extra es una campaña con socios activos a los cuales se le ofrece hacer un donativo único extra o es una campaña de donativos únicos general a personas que puede que no sean socios activos? Es solicitar donativos únicos a socios activos

Campaña 8

- 1) ¿La campaña de cobranza es una campaña de reactivación de donantes que se han inactivado en el tiempo? ¿O que tipo de campaña sería? Sí, es una campaña de personas que donaron, pero por diferentes circunstancias ya no lo hacen, puede ser tiempo o problemas con el método de pago.

SECCIÓN: Anexo 1, Opción 2, Propuesta técnica

PAGINA: 18

PREGUNTAS:

- 1) ¿Siendo una empresa extranjera, UNICEF Mexico estaría interesada en esta opción o se debe contar con un espacio físico en Mexico? Se debe contar con un espacio físico en México.
- 2) ¿UNICEF no gestiona un CRM propio para la gestión de los donantes? ¿Es necesario contar con otro CRM? ¿Este CRM tiene que contar también con temas de fidelización? ¿Y también con la posibilidad de gestionar la cobranza? UNICEF tiene un CRM para la gestión de donantes, sin embargo, el proveedor no tendrá acceso a ese CRM, solo a las bases de datos proporcionadas por UNICEF. El CRM puede ser una propuesta hecha por el concursante.

DOCUMENTO: ANEXO 2 – ARCHIVO COTIZACION OFERTA ECONOMICA RFP 9164709

SECCIÓN: Hoja Opción 1

PAGINA: 1

PREGUNTAS:

- 1) ¿Se solicita el número de socios captados o el número de socios cobrados en cada campaña de nuevos donantes? En el caso de ser cobrados, esto no depende solo del proveedor sino también del sistema y proceso establecido de cobranza y no contamos con los datos del porcentaje promedio de cobranza por parte de UNICEF Mexico, por lo que es importante entender mejor y conocer si existe alguna indicación o dato adicional que debamos tener en cuenta para brindar esta respuesta. Actualmente UNICEF apoya con una plataforma para el cobro en tiempo real, esta herramienta ha demostrado tener una cobranza del 70% al 75%, los registros que no sean aprobados en la plataforma se intentarán procesar a través de los métodos de cobro que tiene UNICEF México los cuales pueden ser TPV, EFT.
- 2) ¿Con “costo telefonía” se entiende el costo de los minutos de telefonía? ¿Este costo es por campaña o por puesto de trabajo por mes? El ideal es que sea por puesto de trabajo al mes, el ejercicio deberá tener desglosados los costos.
- 3) Por favor aclarar porque el costo del supervisor se tiene que desglosar respecto al costo operativo y que se necesita especificar como costo. Se debe desglosar siempre y cuando no lo incluya, Se deberá incluir el equipo de trabajo con el que se cuenta, supervisor, team leader, persona de calidad, etc.
- 4) ¿Con “Costo operativo” se solicita el costo fijo de la operación sin incluir la telefonía? ¿Se requiere por puesto de trabajo o por la totalidad de la campaña? Por puesto de trabajo y por total de campaña y desglosarlo.
- 5) ¿Dónde se puede indicar el costo variable en el caso de proponer un modelo mixto (costo fijo + costo variable)? En la propuesta económica podrá incluir el ejercicio de operación con costo mixto.
- 6) ¿Debido a que nuestra empresa no aplicará IVA, en donde se tiene que especificar? En la propuesta económica.