

UNICEF
Oficina de País en México
Paseo de la Reforma 645,
Colonia Lomas de Chapultepec
Ciudad de México

RFP 9164709 | Convocatoria a licitación

Contrato largo plazo agencias de servicios de atención telefónica o *call center* para estrategias de comunicación y recaudación de fondos.

Ciudad de México a 2 de febrero de 2021

CONTENIDO

1. INSTRUCCIONES E INFORMACIÓN GENERAL	2
INFORMACIÓN ESENCIAL Y CONDICIONES DE ENTREGA DE OFERTAS	2
CALENDARIO Y CONTACTOS	3
PREGUNTAS Y RESPUESTAS AL LICITACIÓN	4
2. TÉRMINOS Y CONDICIONES IMPORTANTES	4
CONFIDENCIALIDAD	4
PROPIEDAD DE INFORMACIÓN	5
REGISTRO EN UNGM	5
PROCESO DE SELECCIÓN	5
PROCESO ACEPTACIÓN / RECHAZO	6
CRITERIOS DE SELECCIÓN	6
COSTOS DE PREPARACIÓN DE OFERTA	6
MODIFICACIONES / CANCELACIÓN	6
SISTEMA DE NACIONES UNIDAS	6
CÓDIGO DE CONDUCTA	6
RESTRICCIONES	7
SANCIONES O SUSPENSIÓN TEMPORAL	7
USO DE LA MARCA UNICEF	7
3. CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA ECONÓMICA Y OTROS	7
CONDICIONES GENERALES ADICIONALES DE COTIZACIÓN	7
CARACTERÍSTICAS OFERTA ECONÓMICA	8
FORMA DE PAGO	8
AUDITORÍA	9
ANEXO A – CARTA DE CONFIDENCIALIDAD	10
ANEXO B – CARTA DE ACEPTACIÓN DE LICITACIÓN	11
ANEXO C – AVISO DE DECLINACIÓN	12
ANEXO D – CARTA RESPONSIVA OFERENTES	13
ANEXO 1 – TÉRMINOS DE REFERENCIA / ALCANCES	14

1. INSTRUCCIONES E INFORMACIÓN GENERAL

1.1. INFORMACIÓN ESENCIAL Y CONDICIONES DE ENTREGA DE OFERTAS.

El Fondo de la Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) convoca a licitación para establecer un contrato de largo plazo para servicios de atención telefónica o *call center* para estrategias de comunicación y recaudación de fondos.

Definiciones

“*Request For Proposal*” (RFP, por sus siglas en inglés), y que se identifica en este caso como RFP, es una convocatoria para adquisiciones de servicios requeridos, dónde se espera que el oferente proponga una solución a la problemática expuesta en el pliego de las bases. RFP se emite para recibir propuestas que, al evaluarse, contengan una solución integral, dentro del e las instrucciones establecidas, como son: (i) objetivo y alcance, (ii) enumeración de los requisitos que deben incluirse en la propuesta, (iii) criterios de selección, (iv) forma de entrega de las propuestas.

“Long Term Agreement” o *Contrato Abierto a Largo Plazo (LTA* por sus siglas en inglés) se establece con el objetivo de asegurar la provisión de un servicio y establecer un marco de trabajo de términos, precios y condiciones en cuanto sea requerido por UNICEF. UNICEF utiliza este tipo de acuerdos contractuales según las necesidades y no representa exclusividad u obligatoriedad de adquirir los servicios establecidos. Este mecanismo de adquisiciones se usa para lograr un proceso mucho más efectivo y rápido que permita una respuesta rápida y solución integral al requerimiento para cumplir con el mandato de UNICEF.

La fecha límite para recibir las respuestas al presente LICITACIÓN es el día 22 de febrero de 2021 a las 10:00 hora local de la Ciudad de México. Recomendamos leer y cumplir con los requerimientos mínimos que aquí se estipulan.

Las ofertas deberán ser enviadas al siguiente correo electrónico: supplymexico@unicef.org, Cualquier oferta enviada o entregada a otras direcciones o por otros medios diferentes de los estipulados serán descartadas.

El título del correo deberá empezar con el número de referencia de esta convocatoria, es decir, RFP 9164709 -UNICEF por ejemplo: RFP 9164709 -UNICEF – atención telefónica o call center para estrategias de comunicación y recaudación de fondos

Considere los siguientes aspectos previo al envío de su oferta:

1. El concurso se ha publicado en UNGM LIGA: <https://www.ungm.org/Public/Notice/121536>, donde podrá consultar todos los documentos relativos a la licitación.
2. Se deberá enviar la carta de aceptación y conformidad de participación en el RFP firmada por el representante legal o apoderado de su empresa, en el día indicado en el calendario del presente, al correo previamente indicado.
3. De igual forma, se deberá enviar la carta de confidencialidad firmada por los oferentes, en el día indicado en el calendario del presente, al correo previamente indicado.
4. La referencia RFP 9164709 -UNICEF deberá indicarse en el asunto, la carátula y cada una de las hojas que contengan las ofertas.
5. Los oferentes están en libertad de adjuntar cualquier información adicional, valor agregado, etc. que consideren necesaria en su oferta técnica, bajo la condición de no hacer referencia a costos en dicho archivo, la oferta técnica NO debe incluir costos de ningún tipo.
6. En aquellos casos en donde la solicitud de oferta incluya algún formulario, deberá llenarse conforme a las instrucciones a tal efecto y enviarse al correo designado.
7. Es importante leer detenidamente cada una de las condiciones previstas por UNICEF en la presente convocatoria y asegurarse de que su oferta sea consistente con los requerimientos mencionados en este documento. Cualquier falla o falta detectada en la presentación, recepción u omisión de los términos requeridos llevará a una invalidación absoluta de la oferta, sin proceder cualquier evaluación técnica y/o económica.
8. En caso de que el oferente decida modificar su oferta deben ser recibidos antes de la fecha y hora de cierre. Se debe indicar claramente que es una modificación y sustituye a la oferta anterior.

1.2. CALENDARIO Y CONTACTOS

El proceso de selección deberá cumplir con el siguiente calendario:

Fecha	Actividad	Responsable(s)
2 de febrero 2021	1. Publicación del proceso y/o envío a oferentes	UNICEF
2 al 16 de febrero 2021	2. Recepción de preguntas o dudas por parte de los Oferentes (Vía e-Mail)	Oferentes
19 de febrero de 2021	3. Fecha límite de recepción de Ofertas o Carta de Declinación (Vía e-Mail) (ANEXO C). Recepción de Carta de Confidencialidad, Carta de Aceptación y Conformidad y Carta responsiva de proveedor todas firmadas por los Oferentes (Vía e-mail en PDF) ANEXO A, B Y D.	Oferentes
19 de febrero al 19 de	4. Análisis y evaluación de Ofertas por parte de UNICEF	UNICEF

marzo de 2021		
30 de abril de 2021	5. Adjudicación y notificación a los participantes	UNICEF y Oferentes Seleccionados

De acuerdo con las fechas previstas en este documento NO podrá existir ninguna solicitud de extensión del tiempo de entrega de información o de muestras por parte de los oferentes. No obstante, lo anterior, UNICEF se reserva el derecho de modificar en cualquier momento el calendario aquí estipulado de acuerdo con sus necesidades, en el entendido de que todo cambio a las fechas se notificará vía correo electrónico a cada uno de los Oferentes y si publicará en las páginas de UNICEF Y UNGM. LIGA: <https://www.ungm.org/Public/Notice/121536>

1.3 PREGUNTAS Y RESPUESTAS AL RFP

Para aclarar las dudas que se deriven del presente documento, cada proveedor deberá enviar sus preguntas en la fecha indicada en el calendario previo, vía correo electrónico a las direcciones previamente mencionadas y en atención del coordinador del proceso, según se especifica más adelante.

Concurso RFP 9164709 -UNICEF

Fecha:

Nombre de la empresa participante:

Documento	Sección	Página	Pregunta

Las respuestas a sus preguntas o dudas serán compartidas entre todos los participantes e incluidas en la LIGA: <https://www.ungm.org/Public/Notice/121536>

ara mantener un principio de equidad y transparencia, hayan o no tenido dudas.

Las preguntas deberán ser enviadas por correo electrónico a: saranda@unicef.org, con copia a supplymexico@unicef.org

NO SE DEBERAN ENVIAR OFERTAS A ESTOS CORREOS BAJO CONSECUENCIA DE DESCALIFICACIÓN. Las preguntas o dudas enviadas después de la fecha límite antes mencionada, las enviadas en otro formato diferente al señalado, enviados a otra persona que no sea la indicada, así como las enviadas o entregadas a través de otro medio que no sea el correo electrónico o, que no correspondan al presente documento serán consideradas como no presentadas.

También se espera que los oferentes notifiquen inmediatamente a UNICEF por escrito sobre ambigüedades, errores, omisiones, discrepancias, inconsistencias u otras fallas en cualquier parte del presente documento. Los oferentes no se beneficiarán de tales ambigüedades, errores, omisiones, discrepancias, inconsistencias u otras fallas.

2. TÉRMINOS Y CONDICIONES IMPORTANTES

En esta sección se enuncian los términos y condiciones para responder el presente incluyendo el proceso y criterio de selección.

CONFIDENCIALIDAD

La información descrita en el presente documento es propiedad de UNICEF y no deberá hacerse mal uso de ella. Dicha información se comparte en el entendido de que se mantendrá en estricta confidencialidad y no será duplicada o usada, toda o en parte, con otro propósito que no sea la evaluación del presente LICITACIÓN.

Toda la información y los documentos proporcionados a los oferentes por parte de UNICEF ("Materiales del Documento de licitación") serán tratados como confidenciales por los oferentes. Si algún proveedor se niega a participar en este proceso, o si la cotización es rechazada o no tiene éxito, el proveedor devolverá

prontamente todos los Documentos de esta la licitación a UNICEF, o los destruirá o eliminará. Los oferentes no deberán usar la información de la licitación para ningún otro propósito que no sea el propósito de preparar una oferta y no deberán divulgar información a ningún tercero, excepto: (a) con el consentimiento previo por escrito de UNICEF; (b) cuando el tercero asiste al proveedor en la preparación de la oferta, siempre que el proveedor haya garantizado previamente el cumplimiento por parte del tercer en temas de confidencialidad; (c) si así lo requiere la ley, y siempre que el proveedor haya informado previamente a UNICEF por escrito de su obligación de divulgar la información; o (e) si los Materiales del documento de licitación son de disponibilidad general y pública pero no del resultado del abuso de confianza por parte de la persona que recibe los Materiales del documento de solicitud.

PROPIEDAD DE INFORMACIÓN

Es intención de UNICEF que todas las descripciones del producto o servicio, especificaciones, reportes, datos, ideas, descubrimientos, inventos y sistemas que sean desarrollados, modificados y creados por el concursante que resulten de este LICITACIÓN serán propiedad de UNICEF, y UNICEF tendrá derechos exclusivos de propiedad sobre ellos.

REGISTRO EN UNGM

UNITED NATIONS GLOBAL MARKETPLACE (UNGM) es el portal global para los oferentes del sistema de las Naciones Unidas. UNGM reúne al personal de adquisiciones de las Naciones Unidas y a la comunidad de oferentes a nivel mundial. UNGM actúa como una ventana única a través de la cual actuales y posibles oferentes se pueden registrar para prestar servicios y/o concursar con los organismos de las Naciones Unidas que utilicen UNGM para la licitación de bienes y/o servicios requeridos, incluyendo a UNICEF.

Es obligatorio el registro básico en dicho portal para poder participar en las licitaciones de UNICEF, este portal es el equivalente en el sector público a la página de COMPRANET o en el sector privado a software de licitaciones como ARIBA, SYCUS, JDE, SAP, ETC.

Para nuevos oferentes, los pasos para registrarse son:

- 1- Ingrese a la página www.ungm.org, por default se abre en inglés, en la parte superior derecha puede dar click en ENGLISH y seleccionar el idioma español.
- 2- Dar click en el recuadro de INICIO DE SESION Y NUEVOS REGISTROS y en la nueva página dar click en CREAR UNA CUENTA.
- 3- Favor de completar todos los campos con la información requerida.
- 4- Para activar la cuenta, una vez ingresados datos iniciales, el sistema le informará que recibirá un correo electrónico de la dirección UNGM no-reply@ungm.org con un enlace para activar su registro.
- 5- Posterior a la activación de la cuenta, recibirá su número de registro UNGM, que consta de 6 dígitos.
- 6- Es indispensable que continúe con la segunda parte del proceso de registro, una vez activada la cuenta, completando DE MANERA OBLIGATORIA el Registro Básico.
- 7- Usted siempre podrá consultar la sección “Ayuda” en la parte abajo derecha de su pantalla.

PROCESO DE SELECCIÓN

- i. UNICEF se reservan el derecho de descalificar a cualquiera que entregue la oferta después de la fecha y hora marcadas como límite o que entregue información incompleta, contradictoria o falsa.
- ii. UNICEF no asumen ninguna responsabilidad al recibir su oferta, el presente documento no representa un compromiso de compra.
- iii. UNICEF se reserva el derecho de aceptar todas, alguna o ninguna de las ofertas entregadas; asimismo se reservan el derecho de aceptar las ofertas total o parcialmente según sus necesidades.
- iv. UNICEF se reserva el derecho de negociar a su discreción, cualquiera de los detalles, condiciones o especificaciones propuestos por El Proveedor, ya sean operativos, técnicos, contractuales o comerciales.
- v. UNICEF se reserva el derecho de seleccionar a su entera discreción a los oferentes que considere calificados.
- vi. UNICEF se reservan el derecho de cancelar o suspender en cualquier momento, el proceso de selección derivado del presente LICITACIÓN sin que ello implique responsabilidad alguna para UNICEF.

- vii. UNICEF se reservan el derecho de modificar, ampliar o disminuir en cualquier momento, las condiciones que se contienen en el presente LICITACIÓN, durante la vigencia del concurso, y en su caso se comunicará a todos los participantes. Una vez concluido el periodo de licitación, no habrá cambios, a menos que se vuelva a lanzar el concurso.
- viii. En su caso, el hecho de ser un proveedor actual de UNICEF no implicará ni favorecerá que el Proveedor pudiera ser considerado para futuros proyectos.

PROCESO ACEPTACIÓN / RECHAZO

- I. UNICEF se reserva el derecho de hacer una selección a su juicio sin verse obligado a explicar los motivos de la decisión, ni anunciar la identidad del ganador.
- II. Después de recibidas las respuestas se podrán entablar discusiones si es necesario, a criterio de UNICEF, para aclarar elementos de su oferta. Cada concursante deberá estar listo para aclarar por escrito las posibles dudas que surjan de la misma oferta.
- III. Las respuestas serán evaluadas por su competitividad, su realismo y lo sustancial de su contenido. La selección se basará de acuerdo con como UNICEF determine que las respuestas cumplen con los requerimientos señalados en el LICITACIÓN.

CRITERIOS DE SELECCIÓN

Los criterios para evaluación y selección del ganador serán los siguientes, en el mismo orden de importancia:

- 1. Calidad de los servicios requeridos en su oferta técnica;
- 2. "ANEXO 2 – ARCHIVO COTIZACION OFERTA ECONOMICA RFP 9164709".

COSTOS DE PREPARACIÓN DE OFERTA

UNICEF no aceptará obligación alguna por costos en los que incurran los concursantes para responder el LICITACIÓN. Los costos de desarrollar y entregar una respuesta serán responsabilidad completa del Concursante. Todas las respuestas serán propiedad de UNICEFE.

MODIFICACIONES / CANCELACIÓN

UNICEF se reservan el derecho de modificar este LICITACIÓN, incluso antes de la fecha de recepción de ofertas. Si ese fuese el caso, la modificación se hará llegar a todos los concursantes potenciales. UNICEF se reservan el derecho de cancelar este LICITACIÓN, a su discreción, para uno o todos los concursantes en cualquier momento. La cancelación será efectiva con la sola comunicación de esto.

SISTEMA DE NACIONES UNIDAS

- a) Todos los Organismos del Sistema de Naciones Unidas, que, aunque no se mencione expresamente, están incluidas en el presente y podrán hacer uso del proceso de licitación con el oferente que haya resultado ganador del concurso. Lo anterior, siempre y cuando el alcance sea el mismo.
- b) UNICEF es un organismo del Sistema de Naciones Unidas, es decir una organización internacional e intergubernamental, que fue creada el día 11 de diciembre de 1946 como organismo subsidiario de Naciones Unidas, con sede en Nueva York y oficinas en más de 160 países y 260 estaciones de servicio a nivel mundial.
- c) UNICEF trabaja con gobiernos, sociedad civil y otras organizaciones a nivel mundial para potenciar los derechos de la niñez a supervivencia, protección, salud y desarrollo.
- d) UNICEF se guía por la convención de los derechos de la Infancia.

CÓDIGO DE CONDUCTA

- a) UNICEF refuerza la "tolerancia cero" incluyendo sin excluir cualquier tipo de conducta, no ética, no profesional y fraudulenta.
- b) UNICEF exige que sus oferentes observen la más alta moral y ética profesional, así como respeto a los principios que rigen el mandato de la ONU y de UNICEF.

- c) Queda de manifiesto que los empleados de UNICEF tienen prohibido aceptar regalos de cualquier tipo por parte de los oferentes, durante el concurso y/o la vigencia de un contrato.

RESTRICCIONES

- a) El sistema de Naciones Unidas (ONU) ha establecido restricciones sobre el empleo de exfuncionarios que participen en proceso de compras según el boletín ST/SGB/2006/15.
- b) Durante un año después de su separación de servicio, se prohíbe a exfuncionarios buscar o aceptar empleo, remuneración o cualquier tipo de beneficio con algún proveedor o contratista de la ONU, independientemente de su ubicación geográfica.
- c) Durante un período de dos años después de su separación de servicio, cualquier exfuncionario que haya participado en el proceso de adquisiciones de la ONU queda restringido para entablar contacto con cualquier miembro del personal activo por persona interpósita sobre cualquier materia relacionada con adquisiciones.
- d) ONU solicita el cumplimiento y apego a esta indicación y normativa.
- e) Cualquier oferente que contrate, emplee o compense a algún miembro del personal de la Organización de las Naciones Unidas "ONU", se encuentra en flagrante violación de las disposiciones del boletín mencionado en el punto 12.1.y quedará sujeto a suspender su registro o darse por terminado, de acuerdo con procedimientos y políticas de adquisiciones del Sistema.

SANCIONES O SUSPENSIÓN TEMPORAL.

- a) Sólo oferentes que respeten los más altos principios éticos y de transparencia financiera serán considerados elegibles para adjudicación de contratos por parte de UNICEF. Esto quiere decir que, para considerarse un proveedor aceptable, con el que UNICEF sostendrá una relación comercial, el proveedor no debe haber sido suspendido, inhabilitado o identificado como inelegibles por cualquier organismo de la ONU, o el grupo del Banco Mundial, etc.
- b) La lista de ilegitimidad de oferentes puede consultarse en <https://www.ungm.org/Admin/IneligibleVendors> deberá estar registrado en UNGM para poder ver el listado.
- c) Los oferentes están obligados a revelar a UNICEF si están sujetos a alguna sanción o suspensión temporal impuesta por el grupo del Banco Mundial o cualquier internacional o la organización de las Naciones Unidas.

USO DE LA MARCA UNICEF

Queda prohibido a todos los oferentes utilizar la marca, el logotipo, los colores, etc. de UNICEF en cualquier tipo de oferta, material impreso, tarjetas de visita, productos promocionales u otros que puedan considerarse derechos de autor de UNICEF, sin autorización previa y por escrito de UNICEF.

3. CARACTERÍSTICAS DE LA PROPUESTA ECONÓMICA Y OTROS

CONDICIONES GENERALES ADICIONALES DE COTIZACIÓN

Adicional a lo establecido en la sección 1 de este documento, considere también:

- a) El oferente deberá estar de acuerdo en que su oferta constituye una oferta formal de prestación de servicios y/o bienes a UNICEF y que dicha oferta permanecerá vigente por un plazo mínimo de 90 (noventa) días a partir de la fecha de su recepción por parte de UNICEF.
- b) UNICEF no será responsable de ningún costo o gasto incurrido por el oferente para la producción, entrega, explicación, desarrollo o cualquier aspecto relacionado con demostraciones para la oferta solicitada.
- c) Los precios que se presenten en la oferta económica deberán incluir el costo total de los servicios y/o bienes objeto de esta. La contraprestación deberá contener todos los recursos humanos y materiales, así como los costos directos e indirectos que se deriven por dichos servicios y/o bienes.
- d) Los valores agregados juegan un papel importante en la evaluación de la oferta, por lo que el Proveedor deberá cuantificarlos en su oferta comprobando que sean efectivamente puntos adicionales y sin costo a la oferta solicitada.

- e) Toda la documentación presentada electrónicamente debe indicar claramente el número de referencia de la presente convocatoria.
- f) Los documentos deberán presentarse en español, a menos que se especifique lo contrario.
- g) Deberán enviarse firmados por el representante legal y/o apoderado y en formato PDF Adobe Acrobat.
- h) Se hará siempre referencia a la presente convocatoria, apareciendo en el asunto del correo electrónico el desglose de lo enviado y la referencia en el asunto de este. Por ejemplo: “ANEXO 2 – ARCHIVO COTIZACION OFERTA ECONOMICA RFP 9164709”
- i) Los oferentes deberán asegurarse de la integridad de los archivos adjuntos, es decir que se encuentran libres de virus, o de alguna forma corruptos. Que sean legibles y claros. Que se encuentren bien organizados y si se trata de documentos escaneados, que se encuentren en el orden correcto. Si se incumple esta condición, la oferta será descalificada.
- j) Cualquier oferta recibida de cualquier otro modo se invalida.
- k) Los documentos pueden ser enviados por lotes, sin embargo, no debe exceder la cuota de tamaño de correo electrónico de UNICEF de 10 (diez) megabytes.
- l) Todas las referencias a materiales descriptivos deben incluirse en la respuesta, aunque pueden suministrarse el material/documentos como anexos a la oferta/respuesta.

CARACTERÍSTICAS OFERTA ECONÓMICA

- a. Los costos ofertados deberán contemplar todos los elementos y erogaciones necesarias para la prestación del Servicio, de acuerdo con lo indicado en el presente documentos y sus Anexos, no aceptándose reclamos a futuro por erogaciones que debieran realizarse y no estuvieran incluidas en la Oferta.
- b. Muy deseable que los precios se puedan sostener por, AL MENOS, un periodo de 36 meses, lo cual equivale a la duración del contrato.
- c. Su oferta económica deberá ser enviada en el formato “ANEXO 2 – ARCHIVO COTIZACION OFERTA ECONOMICA RFP 9164709”.
- d. UNICEF no realizará anticipos o adelantos de pago de proforma o prefactura y/o similares. Se espera que el proveedor tenga la solvencia económica para esto.
- e. Todos los costos estarán expresados en pesos mexicanos y sin impuestos.

FORMA DE PAGO

- a. Los pagos por el servicio se efectuarán, previa verificación de cumplimiento por área de UNICEF que se designe al momento de la adjudicación.
- b. Se deberán adjuntar los soportes de entregas de todos los envíos para el pago de sus facturas.
- c. Los pagos se realizarán a los 30 (treinta) días (mes vencido) de la presentación de la factura correspondiente sin reconocimiento por reajustes de precios, costos financieros ni intereses.
- d. La factura deberá incluir toda la información oficial necesaria para considerarse como tal, dentro de los parámetros fijados por la autoridad de Administración Tributaria.
- e. No se acepta ningún otro documento para trámite de pago, que no sea la factura desglosada incluyendo el IVA.

TÉRMINOS Y CONDICIONES DEL CONTRATO A LARGO PLAZO

- a) UNICEF desea celebrar un acuerdo (o acuerdos) a largo plazo (LTA) para la adquisición de los artículos con las especificaciones descritas en este documento de licitación, según sea necesario durante la vigencia del contrato. Será una disposición de dicho acuerdo, que UNICEF no se comprometerá a comprar una cantidad mínima de estos artículos, solo se solicitarán para situaciones de emergencia o cuando UNICEF así lo requiera.
- b) Las compras se realizarán y/o confirmarán vía órdenes de compra emitidas por UNICEF de conformidad con los términos y condiciones del contrato resultante de este concurso. Las cantidades reales que se comprarán variarán de una orden de compra a otra.
- c) Las cantidades descritas en este documento de licitación son un pronóstico estimado del requisito total para la duración del contrato o, si así se especifica, un pronóstico estimado de consumo anual. Cualquier estimación se proporciona de buena fe y no debe considerarse de ningún modo como un compromiso por parte de UNICEF con respecto a cualquier cantidad para futuras compras.

- d) El LTA propuesto será válido por un período inicial de 24 meses, con una posible renovación por un período adicional de 12 meses.
- e) Cualquier contrato resultante de la presente convocatoria se apegará a los términos y condiciones generales de los contratos de UNICEF y las condiciones específicas que se detallan en esta convocatoria.
- f) Los proyectos y recursos, y sus contratos, se podrán asignar a uno o varios oferentes, según la decisión de UNICEF, una vez evaluadas las ofertas técnicas y económicas.
- g) UNICEF NO INCURRIRÁ en ningún gasto antes de la firma del contrato que emane de esta convocatoria o gastos antes de recibir un contrato firmado.
- h) El presente documento de licitación se ha realizado con fines de facilitar la participación en este concurso a los oferentes, sin embargo, prevalecen los términos y condiciones generales establecidos que rigen a los contratos de UNICEF.
- i) Anexo E Términos y Condiciones Generales Contratos UNICEF (ver archivo PDF)

AUDITORÍA

Ocasionalmente, UNICEF puede realizar auditorías o investigaciones relacionadas con cualquier aspecto del contrato de largo plazo (LTA) resultante de esta licitación y / o una Orden de compra adjudicada vinculada con el contrato y/o esta licitación. El proveedor brindará su cooperación plena y oportuna con dichas auditorías o investigaciones, que incluyen (entre otras cosas) la disponibilidad de su personal y cualquier información y documentación relacionada con el contrato y/o servicio resultante de esta licitación.

Sección de Suministro
 Área de Operaciones
 UNICEF México

ANEXO A – CARTA DE CONFIDENCIALIDAD

Licitación RFP 9164709 -UNICEF

Con la firma de la Presente Carta, el PARTICIPANTE manifiesta conocer y aceptar que toda información que le sea proporcionada por virtud del presente LICITACIÓN, así como la que se derive del mismo es y será en todo momento propiedad exclusiva UNICEF y por tanto su uso está protegido y absolutamente restringido a la participación del Proveedor en el presente LICITACIÓN y en su caso a la negociación y posible formalización de la adquisición de los bienes y/o servicios objeto del mismo y en beneficio exclusivo de UNICEF.

El OFERENTE reconoce y acepta la obligación de guardar y mantener total secrecía y confidencialidad respecto de todos aquellos datos e información, de cualquier clase, que UNICEF le entregue, revele o proporcione, ya sea en forma verbal, escrita o contenida en algún otro tipo de soporte material, electrónico ó digital, tangible o intangible, enunciando sin limitar: disquetes, cintas magnéticas, discos compactos, discos digitales de video, microfilmaciones, grabaciones o cualquier otro medio conocido o por conocer, así como cualquier documentación, análisis o resultados obtenidos o inferidos de dicha Información, que se relacionen con el objeto del presente LICITACIÓN (en adelante la “Información Confidencial”).

El OFERENTE deberá abstenerse de revelar, directa o indirectamente, en todo o en parte, por medio alguno, el contenido de la Información Confidencial a ninguna persona o entidad, nacional o extranjera, ya sea o no, con el fin de obtener beneficios propios o para terceros, de cualquier índole o clase, independientemente del uso que a éstos se haya dado. El OFERENTE se obliga a implementar y mantener todas aquellas medidas de seguridad físicas y/o tecnológicas que sean necesarias para garantizar la debida custodia y protección de la Información Confidencial.

El Proveedor reconoce y acepta que la Información Confidencial es y seguirá siendo considerada, en todo momento y para todos los efectos, propiedad exclusiva de UNICEF durante y con posterioridad al presente LICITACIÓN, sin que pueda o deba considerarse, en virtud de este, que se ha efectuado transmisión de derecho alguno por el simple hecho de haber revelado, entregado o proporcionado al OFERENTE.

El OFERENTE reconoce y acepta que las obligaciones de guardar secrecía y confidencialidad, asumidas por él y sus relativos, no cesarán con la conclusión del proceso del presente LICITACIÓN, por lo que con independencia de la formalización o no de un contrato de compra o servicios, se obliga a respetar dichas obligaciones de manera indefinida.

El OFERENTE reconoce y acepta la facultad de UNICEF de solicitarle, en cualquier momento, que le sea devuelta o que se destruya la Información Confidencial, así como toda información, de cualquier naturaleza, que haya elaborado para UNICEF, incluyendo resúmenes, hojas de trabajo, extractos, análisis, reportes, entregables y las copias que de ella existan, así como todos los medios de soporte en que se encuentre contenida. A efecto de verificar lo anterior, UNICEF podrá solicitar en cualquier tiempo a El OFERENTE, le acredite fehacientemente ya sea por escrito o por cualquier otro medio, que la Información Confidencial ha sido destruida en los términos instruidos por UNICEF, particularmente si su compañía no resultará elegida, la misma se obliga a destruir el presente documento con todos sus anexos, a no retener copia alguna, a no divulgar su contenido, ni a usarlo para propósito distinto al del presente LICITACIÓN, por lo que su divulgación será absoluta responsabilidad del Proveedor.

El término “Información Confidencial” no comprenderá cualquier información que se ubique en alguno de los supuestos siguientes:

- a) La que ha sido desarrollada de forma independiente por El Proveedor,
- b) La que resulte evidente para un técnico en la materia, con base en información de dominio público, previamente disponible,
- c) La que siempre ha sido del dominio público, o ha pasado a formar parte de él, sin que ello implique el incumplimiento de la presente Cláusula o la violación de alguna disposición legal o reglamentaria.
- d) La que deba ser divulgada por disposición legal o por orden judicial. En caso de que El Proveedor reciba una orden de autoridad competente para revelar todo o parte de la Información Confidencial, se obliga a notificar inmediatamente dicha circunstancia a UNICEF.

ANEXO B – CARTA DE ACEPTACIÓN DE LICITACIÓN

Con la firma de la presente Carta, el Proveedor invitado se hace conocedor de los requerimientos, términos y condiciones establecidos en el LICITACIÓN RFP 9164709 -UNICEF, para intervenciones de UNICEF en emergencia y manifiesta su entera conformidad de participar en dicho proceso, atendiendo en todo momento a dichos requerimientos, términos y condiciones.

Asimismo, El OFERENTE manifiesta:

1. Que ha leído y comprendido las especificaciones técnicas y económicas de los bienes y/o servicios requeridos en el LICITACIÓN, así como los términos y condiciones adicionales bajo los cuales se analizarán las ofertas, por lo que manifiesta su entera conformidad de participar en el mismo al amparo de lo expuesto.
2. Que conoce la fecha en que deberá entregar la presente Carta, así como la fecha de entrega de la Oferta y cotización de los servicios y/o productos requeridos, en el entendido de que ni el LICITACIÓN ni la presente Carta, ni las ofertas presentadas constituyen en si mismas obligación de compra alguna para UNICEF.
3. Que cuenta con la capacidad técnica, financiera y humana suficiente para cumplir en tiempo y calidad con el requerimiento objeto de este LICITACIÓN.
4. Que en caso de tener vínculos familiares y/o comerciales con personal interno o externo de UNICEF y por tanto posibles conflictos de interés, declara en este documento los nombres completos y cargos de dichas personas. Tratándose de Oferentes Personas Morales, el vínculo mencionado se limita a los existentes entre sus principales accionistas, administrador o consejo de administración y Director General.
5. Que cuenta con principios de negocio básicos estipulados en un Código de Normas de Negocio y/o de Conducta para ayudar a prevenir el soborno, la corrupción, y el lavado de dinero
6. Que acepta los términos de pago los cuales serán 30 días naturales a mes vencido y una vez que UNICEF haya recibido la factura con todos los requisitos fiscales necesarios.
7. Que acepta la entrega de las fianzas y/o seguros estipuladas en el LICITACIÓN.
8. Que acepta y reconoce que será responsabilidad única y exclusiva del proveedor asegurar que su oferta es enviada al correo electrónico del coordinador del proceso antes de la fecha de cierre de la licitación. Las ofertas que se reciban por teléfono, fax o impresas serán consideradas como inválidas.

**En caso de tener vínculos familiares y/o comerciales con personal interno o externo de UNICEF, favor de informar por cada persona:

Nombre completo y cargo del funcionario de UNICEF	Tipo de vínculo (familiar / de negocios)	Nombre completo del empleado, accionista o miembro del consejo Proveedor que mantiene el vínculo

Firma de Aceptación y Conformidad con participación en el proceso.

Nombre del Representante legal

Razón social del proveedor

Fecha

Firma

ANEXO C – AVISO DE DECLINACIÓN

AVISO DE DECLINACION

Nombre del Proveedor:

Teléfono:

Fecha:

Motivo de declinación:

- ☐ () Nosotros no suministramos los productos y servicios solicitados.
- ☐ () En este momento, no podemos presentar una oferta competitiva para los productos solicitados.
- ☐ () En este momento, no disponemos de los productos solicitados.
- ☐ () No podemos cumplir las especificaciones solicitadas.
- ☐ () No podemos ofrecer el tipo de embalaje solicitado.
- ☐ () Solo podemos ofrecer precios FCA.
- ☐ () La información suministrada es insuficiente para presentar una cotización.
- ☐ () La Convocatoria a Licitación es demasiado complicada.
- ☐ () Para preparar una cotización necesitaríamos un plazo más prolongado.
- ☐ () No podemos cumplir los requisitos de entrega.
- ☐ () No podemos aceptar sus términos y condiciones (por favor, aclare: términos de pago, solicitud de garantía de cumplimiento, etc.)
- ☐ () No somos exportadores.
- ☐ () Actualmente no tenemos capacidad de producción disponible.
- ☐ () Nuestra empresa permanece cerrada durante las vacaciones.
- ☐ () Debemos dar prioridad a las solicitudes de otros clientes.
- ☐ () No realizamos ventas directas; solamente trabajamos a través de distribuidores.
- ☐ () No contamos con servicios postventa en el país receptor.
- ☐ () La persona encargada de las licitaciones

Nombre y Firma del representante legal

ANEXO D – CARTA RESPONSIVA OFERENTES

CARTA RESPONSIVA OFERENTES

Lugar y fecha

El que suscribe, declara que ha leído los términos y condiciones de la presente licitación y ofrece ejecutar los servicios especificados conforme a esta convocatoria. Así mismo hago constar la veracidad de la siguiente información:

Razón social de la empresa o nombre persona física: _____

Nombre del representante legal: _____

Número de Registro Básico del Mercado Global (¹UNGM): _____

RFC: _____

Tipo identificación representante legal y número: _____

Dirección fiscal: _____

Teléfono contacto: _____

E-mail contacto: _____

Página web (si aplica): _____

Nombre y Firma del representante legal

¹ Mercado Global

El Mercado Global permite el registro con los organismos de las Naciones Unidas que utilicen el Mercado Global como base de datos de proveedores. Asimismo, el Mercado Global también permite a proveedores estar al día de los próximos anuncios de licitaciones. Puede obtenerse mayores informes en <https://www.ungm.org/> y proceder con su registro básico.

Contexto

UNICEF México es la agencia de Naciones Unidas cuyo mandato es la promoción de los derechos de los niños, niñas y adolescentes. El trabajo de UNICEF se realiza, en gran medida, por el ingreso generado por las donaciones de individuos (personas físicas) que mes a mes donan a la organización una cantidad determinada.

La estrategia de donantes individuales está enfocada en sumar a más personas físicas, con un perfil específico, a que se unan a UNICEF con un donativo mensual por medio de su tarjeta bancaria (mínimo 30% tarjetas de crédito) a través de diversos canales, los cuales pueden ser online, offline o una combinación de ambos.

Se entiende por "donante individual" una persona que realiza una donación mensual por medio de su tarjeta de crédito o débito ya que no se aceptan donativos en efectivo.

El call center deberá tener la capacidad de producir entre 100 y 800 nuevos donantes al mes, esto tendría que representar un incremento de por lo menos del 20% de producción vs el año anterior, y respecto a optimización con socios actuales y que se incremente entre 20% y 30% en los resultados por campaña. Además de mantener una comunicación continua con los donantes existentes por medio de campañas de optimización.

Se espera que se implementen campañas de optimización de donantes actuales y prospección para generar donantes recurrentes para UNICEF, así mismo dentro de la operación deben proporcionar reportes semanales, mensuales y semestrales por campaña, así como evaluaciones constantes con recomendaciones y estrategias para alcanzar los objetivos mensuales.

UNICEF recibirá:

- Reportes semanales y mensuales de los resultados
- Juntas mensuales para revisión de resultados
- Implementación con los estándares de calidad sugeridos por UNICEF para campañas de optimización de donantes actuales y prospección de nuevos donantes

Contenido de las propuestas

Las propuestas deberán incluir todos los puntos mencionados como mandatorios, además de las propuestas de valor que cada oferente integre en la oferta para el presente concurso.

1. **Mandatorio:** Realizar una propuesta técnica y económica para campañas de comunicación con donantes actuales y prospección de nuevos donantes de acuerdo con las especificaciones.
2. **Mandatorio:** La agencia deberá enumerar y detallar todas sus responsabilidades y su gestión interna para establecer políticas y procedimientos adecuados como son entrenamiento del staff asignado, manejo de quejas y conflictos, conformidad con la guía de preguntas y respuestas o scripts proporcionadas por UNICEF, etc.
3. **Mandatorio:** La agencia deberá indicar los indicadores para medir su desempeño para la implementación del contrato, en cuanto a la métrica que se elija para efectos de la evaluación y gestión del contrato. Los indicadores deberán incluir la calidad esperada, el costo, la puntualidad en la entrega y el servicio a proporcionar.
4. **Mandatorio:** La propuesta económica deberá contener el precio cotizado, indicando los componentes de costo, como son: margen de operación, ganancia, etc. Dichos componentes serán analizados de manera confidencial para lograr una evaluación más transparente de la oferta.
5. **Mandatorio:** Para la proveeduría de los servicios, aplicará el marco legal vigente en México y toda la reglamentación pertinente que deberá cumplir el proveedor. Enumerando sin excluir todas las instancias como IMSS, INFONAVIT, AFORE, así como cualquier otra disposición fiscal aplicable. Será responsabilidad del proveedor efectuar las retenciones, enteros y pagos correspondientes sobre: impuesto sobre la renta que establece la Ley del Impuesto sobre la Renta, así como cualquier otra disposición fiscal aplicable en tiempo y forma.

Compromisos

Los compromisos de UNICEF serán:

- Aprobar y supervisar el plan de trabajo y cronograma de operación para el call center en base a los KPI (acordados con el proveedor)
- Proporcionar capacitaciones constantes sobre temas programáticos de UNICEF que sirvan para desarrollar campañas y conocimiento enfocados en recaudación de fondos.
- Revisar los scripts (inicio y final) de cada campaña y hacer llegar los comentarios que resulten, a fin de que sean incorporados y/o modificados por el proveedor.
- Realizar monitoreos específicos sobre el éxito de campañas y realizar los ajustes necesarios para mejoras/innovación.

Los compromisos del Proveedor serán además del cumplimiento de los presentes términos de referencia:

- Llevar a cabo los ajustes técnicos y operativos con base en los comentarios recibidos por UNICEF y realizar todos los cambios correspondientes.
- Cumplir con el número de estaciones de trabajo considerando operadores y administrativos (gerentes, supervisores, analistas de calidad etc.) acordadas con UNICEF, no dejando pasar más de 3 días hábiles para cubrir las posiciones de trabajo que hubieran sido bajas, incapacidades etc.
- Responder por escrito sobre aquellos comentarios emitidos por UNICEF.
- Participar en las distintas actividades y las reuniones que solicite UNICEF.
- Cumplir con el plan de trabajo y organigrama propuesto en las propuestas técnicas y económicas.
- Cumplir con el layout propuesto y no realizar cambios sin previo aviso y autorización de UNICEF.

Evaluación

Esta licitación está conformada por dos opciones, el participante podrá elegir aplicar a cualquier de las dos o ambas en caso de que sea de su interés. Hay que aclarar que el participante NO está obligado a participar forzosamente para ambas partes, sino que es de su elección en que formato participar.

1. Se requiere especificar claramente en la propuesta técnica las acciones de mitigación de riesgos que se proponen en caso de no alcanzar las metas del escenario mínimo, esto considerando que la campaña está enfocada a cumplir por lo menos el mínimo de metas y las acciones en caso de que esto no suceda serán consideradas para la elección de los call centers.
2. En cada escenario (mínimo y máximo) se deberá indicar claramente el número de socios que se producirán.

Opción 1: Modelo Centro de Atención Telefónica o Call Center tradicional (todos los servicios incluidos)

Esta opción se refiere a un plan de trabajo que considere el costo por hora o estación, de una estación de trabajo. Se necesita especificar cuantas horas se considera en la estación de trabajo.

60% Propuesta Técnica

- 15% Layout y proceso de reclutamiento y capacitación. Presentar un plan preliminar tanto de reclutamiento como de capacitación y desarrollo continuo en términos de tiempo, estrategia, procesos, etc. La propuesta deberá incluir una presentación del layout de call center y organigrama de operación.
- 15% Experiencia en campañas de ventas/performance: Presentar casos/proyectos de éxito (de preferencia 2 ejemplos) donde se muestre la experiencia en campañas de recaudación de fondos, o ventas, o conversión con un enfoque en resultados. Es importante señalar que se deberá presentar información que no sea confidencial para indicar claramente el porcentaje de éxito conforme a las metas alcanzadas.
- 10% Capacidades multicanales: Indicar las estrategias multicanal (chat, redes sociales, SMS, etc.) que desarrollan para complementar los esfuerzos de telemarketing, así como su integración de estas.
- 10% Calidad y monitoreo: Indicar el proceso de calidad y monitoreo para asegurar una calidad de las llamadas. Menciona el que sistema de gestión telefónica que utilizan e indicar el plazo necesario para subir la base y activar una campaña
- 10% Perfil recaudador: describir el perfil propuesto del recaudador de fondos considerando, edad, escolaridad, experiencia, intereses, etc. Importante contemplar que el trabajo de recaudación de fondos requiere tolerancia a la frustración, energía, pasión por la causa, automotivación, etc.

La propuesta técnica debe tener como mínimo 40 puntos de los 60 para ser considerada válida.

40% Propuesta económica

Presentar propuesta económica donde se defina el costo por hora o por estación, especificar si se incluye o no el IVA. Solamente se solicita especificar el costo por hora o por estación, sin hacer un cálculo de cuantas estaciones se necesitan para completar una base de datos en específico.

Considerar lo siguiente:

- El costo deberá incluir todos los gastos fijos y variables que el programa a demande, incluyendo telefonía a fijo y celular.
- El costo de las llamadas entrantes y salientes.
- Se deberá incluir la propuesta para la composición del equipo de trabajo como son: supervisor, team leader, responsable del aseguramiento de calidad, etc.
- Desglosar los costos de telefonía y de operación por separado para campañas de prospección de nuevos donantes y para campañas de optimización de donantes actuales.
- Considerar los siguientes diferentes tipos de campañas y cotizar costos por separado de cada campaña tanto en propuesta económica como en el "ANEXO 2 – ARCHIVO COTIZACION OFERTA ECONOMICA RFP 9164709":

1. Para campañas de nuevos donantes (llamadas salientes):

- ☐ Para el cálculo de telefonía considerar una base de datos por operador mensual de 700 registros, con 12 vueltas, 95% celular, todos teléfonos nacionales (25% CDMX y el resto en otros estados).
- ☐ Considerar una base de datos de 15,000 registros al mes, con 30% contacto general con 12 vueltas, 6% conversión a socios sobre contacto general, de los socios 80% son con tarjeta de débito y 20% con tarjeta de crédito.
- ☐ Considerar costos y productividad de dos escenarios, mínimo y máximo:
 - 1) Escenario mínimo: con 25% contacto general con 12 vueltas, 2% conversión a socios cobrado sobre contacto general, de los socios 80% son con tarjeta de débito y 20% con tarjeta de crédito, promedio de donación de \$270 pesos.
 - 2) Escenario máximo: con 30% contacto general con 12 vueltas, 11% conversión a socios cobrado sobre contacto general, de los socios 80% son con tarjeta de débito y 20% con tarjeta de crédito, promedio de donación de \$350 pesos.

2. Para campañas de nuevos donantes (llamadas entrantes):

- ☐ Este tipo de campañas son por ejemplo la de DRTV.
- ☐ Para el cálculo de telefonía considerar entre 100 y más de 400 llamadas entrantes al mes, 60% celular y 40% teléfono fijo, y 100 llamadas salientes 60% celular y 40% teléfono fijo de las entrantes que no se pudieron contestar y se les tiene que regresar la llamada. Todos teléfonos nacionales (30% CDMX y el resto en otros estados).
- ☐ Considerar costos y productividad de dos escenarios, mínimo y máximo:
 - 1) Escenario mínimo: 100 llamadas entrantes, con 75% contacto general 20% conversión a socios cobrado sobre contacto general, de los socios 80% son con tarjeta de débito y 20% con tarjeta de crédito, promedio de donación de \$300 pesos. Y en las llamadas salientes de recuperación (25% del total llamadas, contacto general de 25% y conversión a socio cobrado del 6%.
 - 2) Escenario máximo: más de 400 llamadas entrantes, con 95% contacto general 40% conversión a socios cobrado sobre contacto general, de los socios 60% son con tarjeta de débito y 40% con tarjeta de crédito, promedio de donación de \$400 pesos. Y en las llamadas salientes de recuperación (5% del total llamadas, contacto general de 30% y conversión a socio cobrado del 15%.

3. Para campañas de comunicación a socios 1:

Considerar costos y productividad de dos escenarios, mínimo y máximo:

- 1) Escenario mínimo: con 67% contacto general con 10 vueltas, 70% conversión sobre contacto general,
 - 2) Escenario máximo: con 90% contacto general con 10 vueltas, 95% conversión sobre contacto general,
- ☐ Para el cálculo de telefonía considerar una base de datos de 1000 registros, con 8 vueltas, 90% celular, todos teléfonos nacionales (25% CDMX y el resto en otros estados). Importante considerar telefonía en los costos.
 - ☐ Considerar una base de datos de 1200 registros mensuales
 - ☐ La campaña debe completarse en un periodo de 1 mes.

- ☐ Calcular el costo mensual.
 - ☐ En cada escenario (mínimo y máximo) indicar claramente el número de socios que se producirán.
4. Para campañas de comunicación a socios 2:
Considerar costos y productividad de dos escenarios, mínimo y máximo:
- 1) Escenario mínimo: con 60% contacto general con 10 vueltas, 70% conversión sobre contacto general,
 - 2) Escenario máximo: con 70% contacto general con 10 vueltas, 95% conversión sobre contacto general,
- ☐ Para el cálculo de telefonía considerar una base de datos de 5000 registros, con 8 vueltas, 90% celular, todos teléfonos nacionales (25% CDMX y el resto en otros estados). Importante considerar telefonía en los costos.
 - ☐ Considerar una base de datos de 5000 registros mensuales
 - ☐ La campaña debe completarse en un periodo de 1 mes.
 - ☐ Calcular el costo mensual.
5. Para campañas de optimización Upgrade 1:
Considerar costos y productividad de dos escenarios, mínimo y máximo:
- ☐ Escenario mínimo: con 35% contacto general con 10 vueltas, 30% conversión sobre contacto general,
 - ☐ Escenario máximo: con 52% contacto general con 10 vueltas, 50% conversión sobre contacto general.
- ☐ Para el cálculo de telefonía considerar una base de datos por operador mensual de 700 registros, con 10 vueltas, 90% celular, todos teléfonos nacionales (25% CDMX y el resto en otros estados). Importante considerar telefonía en los costos.
 - ☐ La campaña debe completarse en un periodo de 1 mes.
 - ☐ Calcular el costo mensual sin IVA
 - ☐ En cada escenario (mínimo y máximo) indicar claramente el número de socios que se producirán.
6. Para campañas de optimización Upgrade 2:
Considerar costos y productividad de dos escenarios, mínimo y máximo:
- ☐ Escenario mínimo: con 30% contacto general con 10 vueltas, 30% conversión sobre contacto general,
 - ☐ Escenario máximo: con 50% contacto general con 10 vueltas, 50% conversión sobre contacto general.
- ☐ Para el cálculo de telefonía considerar una base de datos al de 55,000 registros, con 10 vueltas, 90% celular, todos teléfonos nacionales (25% CDMX y el resto en otros estados). Importante considerar telefonía en los costos.
 - ☐ La campaña debe completarse en un periodo de 3 meses.
 - ☐ Calcular el costo mensual sin IVA
 - ☐ En cada escenario (mínimo y máximo) indicar claramente el número de socios que se producirán
7. Para campañas de optimización donativo extra:
Considerar costos y productividad de dos escenarios, mínimo y máximo:
- ☐ Escenario mínimo: con 30% contacto general con 10 vueltas, 30% conversión sobre contacto general,
 - ☐ Escenario máximo: con 50% contacto general con 10 vueltas, 50% conversión sobre contacto general.
- ☐ Para el cálculo de telefonía considerar una base de datos de 55,000 registros, con 10 vueltas, 90% celular, todos teléfonos nacionales (25% CDMX y el resto en otros estados). Importante considerar telefonía en los costos.
 - ☐ La campaña debe completarse en un periodo de 2 meses.
 - ☐ Calcular el costo mensual sin IVA.
 - ☐ En cada escenario (mínimo y máximo) indicar claramente el número de socios que se producirán
8. Para campañas de cobranza:
Considerar costos y productividad de dos escenarios, mínimo y máximo:
- ☐ Escenario mínimo: con 25% contacto general con 10 vueltas, 10% conversión sobre contacto general,
 - ☐ Escenario máximo: con 55% contacto general con 10 vueltas, 36% conversión sobre contacto general.
 - ☐ Para el cálculo de telefonía considerar una base de datos de 700 registros, con 10 vueltas, 90% celular, todos teléfonos nacionales (25% CDMX y el resto en otros estados). Importante considerar telefonía en los costos.
 - ☐ La campaña debe completarse en un periodo de 1 mes.
 - ☐ Donativo promedio de \$320.00 pesos mexicanos.
 - ☐ En cada escenario (mínimo y máximo) indicar claramente el número de socios que se producirán

Opción 2: Renta de espacio de trabajo en call centers

Esta opción se refiere a un plan de trabajo que considere un modelo de renta de espacio dentro de un centro de atención telefónica que proporcione todos los servicios para implementar campaña de telemarketing, aclarando que es solo la renta del espacio y software, como: sistema operativo. La gestión de personal será por parte de UNICEF.

70% Propuesta Técnica:

- 20% Servicio de Hosting de operación.
Presentar una propuesta que incluya servicios básicos como son la operación, soporte, servicios avanzados y todo lo que requiera el Hosting.
 - Soporte técnico, limpieza de áreas comunes, mantenimiento en áreas comunes, vigilancia, planta eléctrica de emergencia, aire acondicionado, lockers para los agentes telefónicos, acceso a cafetería y salas de capacitación.
 - Servicios avanzados, licencias de software, telefonía in y out-bound que incluya costo por minuto, enlace dedicado a Internet en estaciones de trabajo. Descripción a detalle del CRM a usar, incluyendo la carga de bases de datos y análisis de información generada por el propio CRM, consumo de energía eléctrica adicionales, almacenamiento de información digital para almacenamiento de bases de datos y grabaciones entre otros, control de horarios de ejecutivos telefónicos.
- 20% Plan de Recuperación de desastres: Describir el plan de recuperación de desastres debe incluir por desastres naturales como tormentas, inundaciones, entre otros imprevistos, describiendo las respuestas. Y el plan en el lado técnico como fallas en el software, cortes de suministros de energía o internet y telefonía.
- 20% Capacidades de espacio: Compartir el número máximo de renta de estaciones y las diferentes oficinas/sucursales disponibles y el tiempo necesario para arrancar en una ubicación diferente al contratado (en caso de contingencia), muy importante mencionar los lineamientos de seguridad del lugar de trabajo.
- 10% Ubicación/Fácil acceso: Descripción de la ubicación y de acceso, considerar zonas de riesgo y de transporte público.

Cada propuesta técnica debe alcanzar como mínimo 50 puntos de los 70 especificados para ser considerada válida y pasar a la evaluación económica.

30% Propuesta económica

1. Se solicita utilizar todos los costos y número de socios/upgrade en cada escenario en el "ANEXO 2 – ARCHIVO COTIZACION OFERTA ECONOMICA RFP 9164709".
 3. Solo se considerarán los costos en el "ANEXO 2 – ARCHIVO COTIZACION OFERTA ECONOMICA RFP 9164709".
 4. Importante considerar telefonía en los costos, y detallar por separado el costo por minuto a celular y a fijo.
 5. La propuesta económica deberá indicar el costo por renta espacio por estación.
 6. UNICEF requiere que se desglosen todos los costos directos e indirectos que conforman el precio cotizado.
 7. Todos los costos cotizados serán plasmados sin IVA.
8. Costos
El costo deberá incluir lo siguiente por separado y de manera mensual:
- a. Renta espacio (incluyendo hardware e inmuebles);
 - b. Renta sistema operativo CRM;
 - c. Renta sistema de almacenamiento CRM;
 - d. Renta de paquete internet;
 - e. Incluir cualquier otro costo relacionado a la renta de espacios que no esté detallado en los puntos anteriores.

Aclaraciones:

- Además de lo establecido en el numeral "1.3 PREGUNTAS Y RESPUESTAS AL RFP" del presente. Se realizará una sesión de preguntas con una fecha estipulada después de haber recibido esta licitación con el objetivo de aclarar cualquier duda relacionada a las especificaciones y solicitudes en la propuesta económica y técnica.

- La fecha será comunicada por la Sección de Suministro, Área de Operaciones, UNICEF México por medio de la liga <https://www.ungm.org/Public/Notice/121536>.
- Es posible que los costos y productividad en cualquiera de las opciones de las campañas de la opción 1, estuviera fuera de los rangos mínimos o máximo que se plantean debido a situaciones extraordinarias como pandemias, desastres naturales, problemas internos operativos, temporalidad, situación económica del país, entre otros. En este caso se requerirá una revisión detallada por parte de UNICEF para continuar con el servicio.

Anexos Adicionales

ANEXO 2 – ARCHIVO COTIZACION OFERTA ECONOMICA RFP 9164709
ANEXO E – TERMINOS Y CONDICIONES GENERALES
