



AOC N° 005275A  
Estado: APROBADA  
Responsable: JUAN DAVID SIERRA SALDARRIAGA

## 1. Información general

### Número estudio de mercado

005275E

### Objeto

Aplicación y procesamiento de los estudios del Nivel de Satisfacción del Cliente y la encuesta de Cultura Metro para el año 2022.

### Nombre del solicitante / Comprador

Juan David Sierra Saldarriaga

### Centro de costos

SEGURIDAD FÍSICA

### Fecha creación

2022-05-17 11:22:02

### Urgencia manifiesta/proceso especial

## 2. Justificación y Descripción

### Antecedentes

Desde el año 2000 La Empresa ha realizado la encuesta de medición del NSU (Nivel de Satisfacción del Usuario), cuyo objetivo es medir la satisfacción de los usuarios del Sistema frente al servicio ofrecido en cada uno de los medios de transporte operados por la Empresa, validación de su percepción frente a los atributos de servicio en algunos de los momentos de verdad del ciclo de servicio definido en su momento.

Por su parte, desde el año 2020 se ha realizado la medición para el área de la UEN Cívica, con el fin de tomar acciones para aumentar los niveles de satisfacción de los usuarios con respecto al servicio prestado por la Empresa y los servicios ofrecidos por el área de la UEN Cívica como ingresos no tarifarios.

Estos estudios han sido contratados con empresas reconocidas dedicadas a la investigación de mercados, lo cual deja transparencia respecto a los resultados obtenidos y para el área de la UEN Cívica la primera medición se realizó en el año 2020 que arrojó información clave para definir estrategias de mejora y se hace necesario continuar con este seguimiento para garantizar una calificación satisfactoria tanto para los clientes como para el área de Negocios.

### ¿Para qué la contratación?

La contratación se hace para contratar los estudios de medición de la satisfacción de los usuarios entorno al servicio, el componente de Cultura Metro y la satisfacción de los clientes de la UEN.

Esto se hace, con el fin de medir la experiencia del cliente frente al uso del Sistema de transporte masivo de pasajeros a través de la contratación del estudio de Nivel de Satisfacción del Cliente -NSC, así como el Nivel de Cultura Metro. El estudio NSC (Nivel de Satisfacción del Cliente), tiene por objetivo conocer la percepción de los clientes frente al servicio prestado por el Metro y sus medios con el fin de implementar acciones de mejora del servicio de manera continua, elevando su satisfacción. Por su parte, la encuesta de Cultura Metro pretende dar cuenta de la percepción que tienen los clientes sobre todo lo concerniente al modelo de Cultura Metro y sus componentes, así como los programas y actividades que se realizan en torno a la gestión social.

Adicionalmente, se hace necesario medir el nivel de satisfacción del servicio prestado a nuestros clientes de la Unidad Estratégica de Negocios, por lo tanto, se tiene la intención de identificar en los procesos internos la existencia de fortalezas y/o debilidades que puedan convertirse en planes de trabajo y garantizar la calidad en el portafolio de los productos ofrecidos por Metro de Medellín.

Estos estudios se convierten en un insumo para continuar con la consolidación del modelo de experiencia del cliente y mejorar los servicios prestados por la UEN Cívica, por parte de expertos que logren identificar, medir, recolectar información, y generar sugerencias que apoyen las futuras decisiones estratégicas de La Empresa.

### Justificación necesidad

A partir del año 2021, y en el marco de la iniciativa estratégica para el nuevo quinquenio 2021-2025, Gestión de la Experiencia del Cliente, el enfoque de la Empresa está basado en un pensamiento centrado en el cliente que ha implicado realizar ajustes en todo el marco filosófico de la estrategia de servicio, conllevando a la redefinición del ciclo de servicio por el nuevo ciclo de la experiencia del cliente, así como en la definición de la estrategia de medición de la experiencia del cliente y la creación del modelo de experiencia del cliente alineado totalmente por el modelo de Cultura Metro.

Por otra parte, en el Metro de Medellín, la Unidad Estratégica de Negocios (UEN) se encarga de la generación de negocios que representen ingresos no tarifarios para la Empresa. Dentro de estos negocios se abarca el componente de CÍVICA, como sistema completo de recaudo de las tarifas para las empresas transportadoras que son integradas a nuestro sistema de transporte, y de tarjetas para Empresas e Instituciones Educativas, a las cuales se les vende las tarjetas Cívica para acceder al sistema Metro y que al mismo tiempo son configuradas para el ingreso y validación a la sede o al campus universitario según corresponda.

En este sentido, para el año 2022 se hace necesario realizar la medición de la experiencia del cliente, por medio de la contratación de un estudio para evaluar la percepción de los clientes frente a la interacción con la Empresa en cada uno de los momentos de verdad del ciclo de la experiencia y de esta manera poder identificar brechas o puntos de dolor donde los clientes sienten que la promesa de marca está fallando y donde es necesario tomar medidas para la implementación de acciones de mejora y la medición de los servicios prestados por parte de la UEN Cívica explorando fortalezas y/o debilidades que puedan convertirse en planes de trabajo y garantizar la calidad en el portafolio de los productos ofrecidos por Metro de Medellín.

Del mismo modo, en aras de conocer la percepción de los clientes con relación a la Cultura Metro e identificar el impacto social generado por las estrategias educativas, culturales y de relacionamiento con los clientes y la ciudadanía, se hace necesario la aplicación de un estudio que permita determinar el nivel de Cultura Metro de los clientes y gestionar acciones prioritarias identificadas a partir del análisis de fortalezas y debilidades, igual aplica para los servicios prestados por La Empresa por medio de la UEN Cívica.

### Alcance (¿qué?)

#### 1. ALCANCE DEL ESTUDIO NIVEL SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DEL SERVICIO METRO Y SUS DIFERENTES MEDIOS.

1.1. Técnica para la obtención de datos: Aplicación de encuestas cara a cara con los clientes.

- Establecer el perfil demográfico de los clientes del Metro (edad, sexo, nivel educativo, actividad económica), sus motivos de viaje (trabajo, estudio, etc) y los medios de transporte que utiliza para sus desplazamientos.

- Determinar el nivel de satisfacción del cliente frente al servicio prestado por el Metro en los diferentes medios de transporte que opera (metro, cable, tranvía) o administra (rutas alimentadoras); debe ser medido por estación y parada, de acuerdo a la muestra definida; por día típico laboral (DTL) y en días sábado (DTS), domingo y festivo (DTDyF); diferenciándolo por horas pico y valle, tomando como eje los momentos de verdad del ciclo de la experiencia del cliente, de acuerdo con lo establecido en el estudio cuantitativo realizado en 2022 y los demás estudios realizados en años anteriores. Los días se deben trabajar en forma independiente, de acuerdo con la solicitud realizada, es decir, estudio de DTL, estudio de DTS y se puede agrupar para domingo y festivo, DTDyF.

Es importante tener en cuenta que la muestra definida para el estudio del nivel de satisfacción se determinó por línea (LA, LB, LJ, LK, LL, LM, LH, LTA) y aún no se tiene definida por paradas y horas pico y valle, tal como se indica en el numeral 3.6 de las Especificaciones Técnicas, Tamaño de la muestra. Deberá ser el CONTRATISTA, con su experiencia, el que determine como deberá ser la distribución más adecuada para la medición conforme a la información que le sea suministrada por LA EMPRESA.

No obstante, debe tenerse en cuenta la siguiente distribución para la aplicación de las encuestas:

Horas Pico 80%

Horas Valle 20%

Lunes a viernes 75%

Sábado y Domingo 25%

- Determinar los momentos (hace referencia a aquellos puntos de contacto, situaciones, componentes, elementos que sean identificados en las encuestas donde se requieren tomar acciones de manera priorizada porque en la evaluación se encontró insatisfacción) que requieren acciones prioritarias a través de un análisis de fortalezas y debilidades del servicio prestado, diferenciándolo por cada uno de los momentos de verdad del ciclo de la experiencia del cliente.
  - Comparar los resultados del estudio realizado 2021, frente a los obtenidos en 2022 y frente a los demás estudios de la Empresa (Percepción de Reputación – Encuestas temáticas Cultura Metro, Nivel satisfacción del usuario y PQRS).
  - Se debe realizar una medición en el presente año conforme al cronograma establecido por LA EMPRESA descrito en el numeral 7 de las Especificaciones Técnicas.
  - Tomando como base los resultados del estudio de Satisfacción, realizar sesiones de grupo (usuarios) para profundizar o conocer las causas que generaron dichos resultados.
  - Las encuestas de satisfacción se aplican abordando a los clientes en plataformas, plazoletas y paradas del Sistema Metro, entendiéndose por éste, férreo, cables, tranvía cuencas 3 y 6 de Buses.
  - En caso tal que por las condiciones actuales de la pandemia por el Covid 19 llegasen a cambiar y no sea posible realizar las encuestas cara a cara, se deberá garantizar la aplicación de las encuestas por otro medio, el cual deberá ser previamente acordado con LA EMPRESA. EL CONTRATISTA deberá garantizar en todo momento el cumplimiento de la normatividad expedida en esta materia y garantizar todos los protocolos de bioseguridad que sean requeridos.
- Se anexa formato de encuesta a aplicar como referencia, el cual podrá ajustarse conforme a la recomendación del experto.

## 1.2. Metodología

Debe incluir los siguientes elementos:

- Elaboración de instrumento de medición. Deberá tener en cuenta los estudios de satisfacción realizados en años anteriores para la definición del instrumento, el cual será concertado con LA EMPRESA.
- Toma de encuestas presenciales. Realizado por personal formado para la labor contratada; contar con un equipo de trabajo de apoyo, el cual debe incluir un líder de proyecto y un coordinador de campo, las personas que interactúan cara cara deben estar uniformadas y debidamente identificadas con su carnet. En caso tal que por las condiciones actuales de la pandemia por el Covid 19 hayan cambiado y no sea posible realizar las encuestas presenciales, se deberá garantizar la aplicación de estas por otro medio, el cual deberá ser previamente acordado con LA EMPRESA.
- Equipo de procesamiento y análisis de información. Debe estar conformado por psicólogos, sociólogos, especialistas en mercadeo, estadísticos y gerentes de sistemas de información.
- Plataforma informática para el procesamiento de datos de encuestas presenciales y para sesiones de grupo. Herramienta tecnológica que permita consolidar y entregar la información a la Empresa, de manera ágil, segura y completa, en el tiempo previsto.
- Además de los resultados de las mediciones deberá incluir indicadores de evolución y acumulados, análisis de comparación de años anteriores y cruce de variables, en un informe gráfico con conclusiones, recomendaciones y aspectos a priorizar conforme a las intervenciones que deben realizarse para mejorar la satisfacción conforme al ciclo de la experiencia del cliente.

## 1.3. Sesiones de Grupo

Complementar la medición con algunas sesiones de grupo (con entrevista personal previa y firma de consentimiento y acuerdo de confidencialidad de acuerdo con la normatividad de tratamiento de datos exigida por LA EMPRESA) con grupos de clientes en los que se aborde de manera libre el tema general de la percepción de Calidad del Servicio ofrecido por el Metro, alrededor de los temas que se plantean en el cuestionario, más otros que pueden salir espontáneamente. O bien tratar temas más específicos de interés para el Metro de manera anterior, paralela o posterior a las mediciones por encuesta.

Se realizarán 4 sesiones de grupo.

LA EMPRESA acordará con EL CONTRATISTA, la cantidad de personas por sesión, la cual no deberá superar el número de 12.

EL CONTRATISTA coordinará y reservará el espacio donde serán realizadas las sesiones de grupo.

EL CONTRATISTA abordará a los clientes en plataformas, plazoletas y paradas del Sistema Metro para invitarlos a participar en las sesiones de grupo.

En las sesiones de grupo del estudio de satisfacción del cliente deberán participar clientes no encuestados en el componente cuantitativo.

Preferiblemente las sesiones de grupo deberán ser presenciales; pero al momento de la aplicación de las encuestas y dada la normatividad expedida al respecto, podrán realizarse de manera virtual garantizando la grabación y todos los protocolos de bioseguridad que sean requeridos para la dinámica y participación de los asistentes.

EL CONTRATISTA deberá surtir todos los protocolos para el cumplimiento de la normatividad alusiva a la protección y tratamiento de datos personales de los clientes entrevistados, así como de aquellos que participen de las sesiones de grupo.

## 1.4. Escala de Evaluación

La calificación se obtiene del promedio ponderado de las siguientes calificaciones:

Escala de calificación NSC 2022 Y Puntuación

Totalmente satisfecho (Excelente) 5

Satisfecho (Bueno) 4

Ni satisfecho, ni insatisfecho (Regular) 3

Insatisfecho (Malo) 2

Totalmente insatisfecho (Pésimo) 1

Que permita realizar el comparativo y el análisis histórico de la información.

EL CONTRATISTA deberá hacer uso de equipos electrónicos para la captura de la información PDA (Personal Digital Assistant) u otra que permita una toma ágil, segura y completa de la información de los clientes.

## 1.5. Público objetivo

Clientes desde los 18 años de edad, que esperan abordar el medio de transporte y que se encuentren ubicados en los puntos definidos para las encuestas.

## 1.6. Tamaño de la muestra

Para el servicio Metro que incluye los diferentes medios (metro, cable, tranvía, cuenca 3 y 6 (alimentadoras), se van a aplicar 1.528 encuestas.

Nota: Para este estudio se entrega un anexo a este documento con el detalle de la cantidad de encuestas a realizar, el cual podrá ser modificado según recomendación del experto (Contratista), previo consentimiento por parte de LA EMPRESA.

## 2. ALCANCE ENCUESTA TEMÁTICA CULTURA METRO

2.1. Técnica para la obtención de datos: Aplicación de encuestas cara a cara con los clientes.

- Determinar el nivel de Cultura Metro de los clientes y ciudadanos encuestados en los diferentes medios de transporte que opera (metro, cable, tranvía) o administra (rutas alimentadoras) debe ser medido por estación y parada, así como en plazoletas del sistema Metro, de acuerdo con la muestra definida; por día típico laboral (DTL) y en días sábado (DTS), domingo y festivo (DTDyF); diferenciándolo por horas pico y valle. Los días se deben trabajar en forma independiente, de acuerdo con la solicitud realizada por la Empresa, es decir, estudio de DTL, estudio de DTS y se puede agrupar para domingo y festivo, DTDyF.

Es importante tener en cuenta que la muestra definida para el estudio de Cultura Metro aún no se tiene definida por paradas y horas pico y valle, tal como se indica en el numeral 4.6 de las Especificaciones Técnicas, Tamaño de la muestra. Deberá ser el CONTRATISTA, con su experiencia, el que determine como deberá ser la distribución más adecuada para la medición conforme a la información que le sea suministrada por LA EMPRESA.

No obstante, debe tenerse en cuenta la siguiente distribución para la aplicación de las encuestas:

Horas Pico 80%

Horas Valle 20%

Lunes a viernes 75%

Sábado y Domingo 25%

- Determinar los componentes de la Cultura Metro que requieren acciones prioritarias a través de un análisis de fortalezas y debilidades.
- Comparar los resultados del estudio realizado, frente a los obtenidos en 2020, teniendo en cuenta el contexto de pandemia de Covid 19.

- Se debe realizar una medición en el presente año conforme al cronograma establecido por LA EMPRESA.
- Tomando como base los resultados del estudio, realizar sesiones de grupo para profundizar o conocer las causas que generaron dichos resultados.
- Las encuestas de satisfacción se aplican abordando a los clientes en plataformas, plazoletas y paradas del Sistema Metro, entendiéndose por éste, férreo, cables, tranvía, y cuencas 3 y 6 (alimentadoras). En caso tal que por las condiciones actuales de la pandemia por el Covid 19 hayan cambiado y no sea posible realizar las encuestas presenciales, se deberá garantizar la aplicación de las encuestas por otro medio, el cual deberá ser previamente acordado con LA EMPRESA. EL CONTRATISTA deberá garantizar en todo momento el cumplimiento de la normatividad expedida en esta materia y garantizar todos los protocolos de bioseguridad que sean requeridos. Se anexa formato de encuesta a aplicar como referencia, el cual podrá ajustarse conforme a la recomendación del experto (Contratista).

## 2.2. Metodología

Debe incluir los siguientes elementos:

- Elaboración de instrumento de medición.
- Toma de encuestas presenciales. Realizado por personal formado para la labor contratada; contar con un equipo de trabajo de apoyo, el cual debe incluir un líder de proyecto y un coordinador de campo, las personas que interactúen cara cara deben estar uniformadas y debidamente identificadas. EL CONTRATISTA deberá garantizar en todo momento el cumplimiento de la normatividad expedida en esta materia y garantizar todos los protocolos de bioseguridad que sean requeridos.
- Equipo de procesamiento y análisis de información. Debe estar conformado por psicólogos, sociólogos, especialistas en mercadeo, estadísticos y gerentes de sistemas de información.
- Plataforma informática para el procesamiento de datos de encuestas presenciales y para sesiones de grupo. Herramienta tecnológica que permita consolidar y entregar la información, de manera ágil, segura y completa, en el tiempo previsto.
- Además de los resultados de las mediciones deberá incluir indicadores de evolución y acumulados, análisis de comparación, en un informe gráfico con conclusiones, recomendaciones y acciones a priorizar, discriminado por medio.

## 2.3. Sesiones de Grupo

Se utilizarán las mismas 4 sesiones de grupo definidas para el estudio de nivel de satisfacción del cliente para abordar el tema general el Nivel de Cultura Metro, alrededor de los temas que se plantean en el cuestionario que entrega La Empresa, más otros que pueden salir espontáneamente. O bien tratar temas más específicos de interés para el Metro de manera anterior, paralela o posterior a las mediciones por encuesta.

## 2.4. Escala de Evaluación

La calificación se obtiene del promedio ponderado de las siguientes calificaciones:

Escala de calificación y Puntuación

Excelente 5

Bueno 4

Regular 3

Malo 2

Pésimo 1

Que permita realizar el comparativo y el análisis histórico de la información.

Uso de equipos electrónicos para captura de la información PDA (Personal Digital Assistant) u otra que permita una toma ágil, segura y completa de la información de los clientes.

## 2.5. Público objetivo

Clientes desde los 18 años de edad, que esperan abordar el medio de transporte y que se encuentren ubicados en los puntos definidos para las encuestas.

## 2.6. Tamaño de la muestra

Con el fin de conocer la percepción de los clientes sobre el Nivel de Cultura Metro frente al impacto social generado por las estrategias educativas, culturales y de relacionamiento con la comunidad emprendidas por el Metro, se van a aplicar 385 encuestas.

La distribución de la muestra de las encuestas del estudio temático de Cultura Metro queda a libre propuesta del oferente teniendo en cuenta las siguientes estaciones del Sistema Metro priorizadas:

o La Estrella

o La Aurora

o Itagüí

o Vallejuelos

o Aguacatala

o Villa Sierra

o San Antonio

o Oriente

o Acevedo

o Niquía

o Bello

o El Pinal

o Santo Domingo

o Sena

Las encuestas del estudio temático de Cultura Metro deben realizarse a clientes diferentes que no hayan participado del estudio del nivel de satisfacción del cliente del servicio metro y sus diferentes medios.

Se anexa formato de encuesta a aplicar como referencia, el cual podrá ajustarse conforme a la recomendación del experto (Contratista).

## 5.1 Técnica para la obtención de datos: Aplicación encuestas telefónicas.

El cuestionario de preguntas o encuesta a aplicar será realizado en conjunto entre el contratista y La Empresa, según la metodología a utilizar para llevar a cabo el estudio de medición.

- Principales temas a tener en cuenta en la aplicación del cuestionario para las empresas:

Servicio:

? Equipo Humano de Cívica: Atención, disposición, presentación personal, conocimiento y contactabilidad.

? Cumplimiento a los tiempos de atención (ANS).

? Cercanía y articulación con autoridades, comunidad y demás grupos relacionados.

? Servicio Cívica Empresarial e Institucional: atención y agilidad en procesos de suscripción, facturación y recarga.

Operación:

? Requerimientos Técnicos: Instalaciones, desinstalaciones, revisiones, mantenimiento, seguimientos, etc.

? Equipos embarcados.

? Tecnología.

Comercial o Negocios:

? Cantidad de usuarios

? Ingresos recibidos

? Relación costo- beneficio (inversión vs beneficios generados)

? Pagos: Puntualidad, frecuencia, integridad y claridad en la información recibida.

? Fraudes/evasión: Percepción del nivel de evasión/fraude: Cívica VS otros métodos de recaudo.

Canales de Comunicación:

? Canales para informar al cliente

? Canales para que el cliente pueda contactarse con la empresa.

Información requerida para tener en cuenta en la aplicación del cuestionario, que serán concertados con el CONTRATISTA:

? Percepciones del cliente con la Empresa.

? Aspiraciones del cliente con el Metro.

? Definición de temas importantes para el cliente.

? Definición de puntos críticos a resolver.

? Nivel de satisfacción con el servicio en general prestado por el Metro.

? Niveles de satisfacción específicos en cada área principal. (Servicio, Operación, Comercial o Negocios y Canales de Comunicación) según aplique al cliente y previamente concertados con el experto.

#### 5.2 Población del estudio:

Para el estudio, se espera como resultado poder realizar un censo de los clientes, de no ser posible se conciliará entre la Empresa y el Contratista, una cantidad representativa que deberá ser definida por el contratista para definir las propiedades del universo a evaluar, garantizando un grado de confiabilidad de la información levantada y de los resultados de procesamiento que satisfaga las necesidades del Metro de Medellín, para este fin el Universo muestral con el que cuenta el Metro de Medellín es el siguiente: \*

31 empresas de transporte Público (Se requiere entrevistar a Gerentes, personal operativo y conductores)

15 empresas del Servicio Empresarial

5 instituciones Universitarias

3 personas pertenecientes a la Gerencias Social y de Servicio al cliente (Gerente, coordinador y personal operativo) del Metro de Medellín.

#### 5.3 ESCALA DE EVALUACIÓN

Encuesta presencial donde la calificación se obtiene del promedio ponderado de las siguientes calificaciones:

Escala de calificación y Puntuación

Excelente 5

Bueno 4

Regular 3

Malo 2

Pésimo 1

Esta calificación permitirá realizar el comparativo y el análisis histórico de la información.

#### 5.4 Tamaño de la muestra:

Empresas transportadoras: 62 encuestas

Empresas de servicio empresarial: 15 encuestas

Instituciones Universitarias: 5 encuestas

Gerencia Social y de Servicio al cliente: 5 encuestas

Para un total de: 87 encuestas

Nota: en total se harán 87 mediciones en una fecha y 87 en la otra como aparece en el cronograma de las Especificaciones Técnicas.

Para las empresas transportadoras se realizará un total de 62 encuestas, para las Instituciones Educativas 5 encuestas y para el Servicio Cívica Empresarial 15 encuestas.

Nota: Podrá ser modificado según recomendación del experto (Contratista), previo consentimiento por parte de la Empresa.

### 3. ALCANCE ENCUESTA DE MEDICIÓN DE SATISFACCIÓN CLIENTES UNIDAD ESTRATÉGICA DE NEGOCIOS (UEN)

#### 3.1. Estudio Nivel Satisfacción del Cliente

Se debe presentar un informe en documento impreso y en medio magnético, en formato manejable por LA EMPRESA, conforme a lo siguiente:

- Cada uno de los objetivos enunciados, con sus conclusiones y recomendaciones.
- La base de datos en Microsoft Excel y su respectiva tabulación.
- Presentación en Power Point de los resultados tanto de la medición cuantitativa como la cualitativa.
- Presentación de resultados a través de una infografía donde se plasmen los datos más relevantes obtenidos en la medición.
- Presentación de los resultados del estudio por parte del CONTRATISTA, ante el Comité de Gerencia, Comité Ampliado y la Gerencia Social y de Servicio al Cliente.
- Grabación en video de las sesiones de grupo.
- Construcción de una propuesta con la recomendación de los aspectos a priorizar para cerrar las brechas identificadas.
- Los resultados del estudio no se requieren presentar al nivel de la clasificación por tipo de día. Pero sí requiere hacer la distribución de la muestra de las encuestas por cada tipo de día y por hora valle y pico para su aplicación.

#### 3.2. Encuesta Temática del Nivel de Cultura Metro

Se debe presentar un informe independiente en un documento impreso y en medio magnético, en formato manejable por LA EMPRESA, conforme a lo siguiente:

- Cada uno de los objetivos enunciados, conclusiones y recomendaciones.
- Presentación en Power Point de los resultados tanto de la medición cuantitativa como la cualitativa.
- Presentación de resultados a través de una infografía donde se plasmen los datos más relevantes obtenidos.
- Grabación en video de las sesiones de grupo
- Presentación de los resultados del estudio por parte del contratista, ante el Comité de Gerencia, Comité Ampliado y la Gerencia Social y de Servicio al Cliente.
- Construcción de una propuesta para cerrar las brechas identificadas.

#### 3.3. Encuesta Medición Satisfacción Clientes Unidad Estratégica de Negocios.

- Cronograma, diseño muestral y metodología de encuesta
- Informe número uno con Tabulación de datos obtenidos.
- Informe número dos con procesamiento de datos y elaboración de conclusiones.
- Presentación en Power Point e infografía de los resultados tanto de la medición cuantitativa como la cualitativa, incluyendo las recomendaciones desde cada ámbito (financiero, comercial, técnico)

### 4. HERRAMIENTAS A APLICAR

El CONTRATISTA deberá realizar la revisión de las herramientas a aplicar en cada uno de los estudios definidos en el alcance y proponer acciones de mejora a los mismos conforme a su experiencia en la aplicación de estos.

Los cambios propuestos por el CONTRATISTA deberán ser acordados con LA EMPRESA.

Si la situación actual del Covid 19 ha cambiado y no es posible realizar la aplicación de las encuestas presenciales, el CONTRATISTA deberá realizarlas por el medio permitido según la normatividad vigente y siguiendo los protocolos de bioseguridad reglamentados.

#### Alternativas de ejecución

Recursos propios – la Empresa no cuenta con el personal especializado para dedicarse a este tipo de actividades, además de no contar con las herramientas y medios tecnológicos para su aplicación. Recursos externos – en el medio existen un número importante de empresas especializadas en Investigación de Mercados, con trayectoria y experiencia en la aplicación de este tipo de encuestas, su coordinación en campo y con las herramientas para el procesamiento y análisis de la información.

### 3. Presupuesto

Moneda	Valor sin IVA	IVA	Valor con IVA
--------	---------------	-----	---------------

COP	88,256,222.00	16,768,682.00	105,024,904.00
-----	---------------	---------------	----------------

TRM	Observación presupuesto
0.00	NA

Tipo Documento		
Tipo	Número	Posición
cdp	30014323	001
cdp	30014323	002

Proyecto	% Recursos FMPPLUS	Modalidad de selección
no	0	Solicitud privada de oferta

#### Fundamento normativo

La Resolución JD No. 151 del 2017, por medio de la cual se adopta el manual de contratación de La Empresa, en su artículo Decimoséptimo "Solicitud única de ofertas" indica que se realizará un procedimiento simplificado, con una sola oferta, en los contratos cuyo presupuesto oficial sea hasta ciento cincuenta (150) salarios mínimos legales vigentes, causal que aplicaría para el presente proceso toda vez que el presupuesto estimado definido es de (\$105,024,904) ciento cinco millones veinticuatro mil novecientos cuatro pesos, IVA incluido; sin embargo, dadas las restricciones aplicables durante el período de Ley de Garantías, no es posible para la Empresa realizar contrataciones directas, siendo necesario proceder de conformidad con la Instrucción Administrativa Temporal (IAT) 041 "Procesos contractuales con modalidad diferente a Solicitudes Públicas de Oferta durante Ley de Garantías", es decir, adelantar el proceso bajo la modalidad Solicitud Privada de Ofertas, con invitación a mínimo tres (3) personas naturales o jurídicas, para tales efectos se adelantó previamente estudio de mercado abierto al público que se publicó en la página web de la Empresa para que cualquier proveedor interesado pudiera participar.

#### 4. Descripción del objeto a contratar y sus especificaciones esenciales

País ejecución	Ciudad ejecución	Importación de tecnología
Colombia	MEDELLIN	NA

Plazo del contrato (Días)	Fecha fin	
170	2022-12-16	
Tipo de contrato	Tipo de inicio de contrato	Plazo de pago
PRESTACIÓN DE SERVICIOS	Orden de inicio	Pago a 45 días

#### Observaciones Forma de pago

LA EMPRESA realizarán los pagos al CONTRATISTA una vez recibidos los servicios contratados a entera satisfacción por parte de la supervisión designada por LA EMPRESA de la siguiente manera:

Un primer pago correspondiente a la primer fase de 87 encuestas del Item 3 "Servicio de recaudo y control de acceso en diferentes empresas del Valle de Aburrá" del Formato 2. Presentación de oferta económica.

Un segundo pago correspondiente a la segunda fase de 87 encuestas del Item 3 "Servicio de recaudo y control de acceso en diferentes empresas del Valle de Aburrá" del Formato 2. Presentación de oferta económica.

Un tercer y último pago correspondiente a los Items 1 y 2 "Estudio Nivel Satisfacción del Cliente -NSC y Sesiones de grupo" y "Encuesta temática Cultura Metro" de Formato 2. Presentación de oferta económica.

PARÁGRAFO 1: Los precios serán fijo y no habrá lugar a reajuste de los mismos durante la ejecución del contrato. Las cantidades de cada ítem o actividad son estimadas.

PARAGRAFO 2. Los pagos se efectuarán por parte de LA EMPRESA, previa presentación de la factura la que deberá cumplir con los requisitos del Estatuto Tributario, contener el número del contrato, estar debidamente soportada por EL CONTRATISTA y legalizada con el informe suscrito por el supervisor del contrato, donde conste el cumplimiento de las obligaciones contractuales.

PARÁGRAFO 3: LA EMPRESA, pagará a EL CONTRATISTA mediante abono en su cuenta, previa presentación de la factura.

PARÁGRAFO 4: De manera previa a la realización de los pagos, EL CONTRATISTA deberá acreditar el cumplimiento de sus obligaciones con el sistema de seguridad social integral y pagos parafiscales que le correspondan.

PARÁGRAFO 5: La aprobación del pago se hará dentro de los tres (03) días hábiles siguientes a la fecha de radicación de la factura, y el pago se hará dentro de los cuarenta y cinco (45) días calendario siguientes a la fecha de radicación de la factura aprobada. Si la factura tiene correcciones por parte de LA EMPRESA y debe ser devuelta, estos tiempos empezarán a contar a partir de la fecha de radicado de la nueva factura. Si LA EMPRESA glosare alguna de ellas, de todas maneras procederá a efectuar el pago de las sumas no discutidas, dentro de los plazos establecidos, sin que la aceptación de este pago implique renuncia de EL CONTRATISTA al saldo en discusión.

PARÁGRAFO 6 LA EMPRESA deducirá del valor del contrato, todos los impuestos y retenciones a que haya lugar en el momento de hacer el pago, de acuerdo con las disposiciones legales vigentes.

PARÁGRAFO 7: Una vez enviada la orden de inicio del contrato, El CONTRATISTA deberá entregar en Administración documental el certificado bancario (con fecha de expedición no mayor a 30 días calendario) de la cuenta donde se depositarán los pagos derivados del contrato. Si El CONTRATISTA requiere un cambio de su cuenta bancaria, deberá aportar el certificado de la nueva cuenta (con fecha de expedición no mayor a 30 días calendario), incluyendo una carta firmada por el representante legal autorizando el cambio.

PARÁGRAFO 8: Si de acuerdo con la normativa vigente, EL CONTRATISTA está obligado a facturar electrónicamente, deberá cumplir con las directrices establecidas por LA EMPRESA en cuanto a este tipo de facturación.

#### 5. Análisis de invitados

Proveedor	Nit	Representante legal	Correo	Razones técnicas
AC NIELSEN DE COLOMBIA LTDA	860079793	Diana Patricia Mejia Cuartas	notificaciones.colombia@smb.nielseniq.com	La firma cotizó el servicio en el estudio de mercado. Se busco
CONSENSO SAS	811012173	Carbrera Viveros Luz Stella	consenso@consenso.com.co	La firma cotizó el servicio en el estudio de mercado. Se identificó que la empresa es de tamaño Micro.

DATEXCO COMPANY SA	830012785	Valderrama Nicholls Cesar Ariosto	consultoria@datexco.com	La firma cotizó el servicio en el estudio de mercado. Se identificó que la empresa es de tamaño Pequeña.
INVESTIGACION ASESORIA MERCADEO SAS - INVAMER SAS	890909099	ANA CRISTINA DE LA CUESTA OZELIS	invamer@invamer.com.co	La firma cotizó el servicio en el estudio de mercado. Se identificó que la empresa es de tamaño Mediana.
SYNOPSIS RESEARCH SAS	900170183	Cascante Alfonso Javier	francisco.calixto@synopsis-rs.com	La firma cotizó el servicio en el estudio de mercado. Se identificó que la empresa es de tamaño Mediana.
YANHAAS SA	830000889	Acevedo Gomez Oswaldo	licitaciones@yanhaas.com	La firma cotizó el servicio en el estudio de mercado. Se identificó que la empresa es de tamaño Mediana.
CENTRO NACIONAL DE CONSULTORIA SA	800011951	Lemoine Arboleda Pablo David	mvallejo@cnccol.com	La firma envió la primera cotización, a pesar de no haber cotizado la segunda cotización, en una firma que ha participado en estos procesos de contratación pasados, y teniendo en cuenta su trayectoria y que este servicio hace parte de su portafolio, será tenido en cuenta para el RFP. Se identificó que la empresa es de tamaño Grande.

## 6. Evaluadores

Tipo Evaluador	Usuario
Evaluador de orden Legal	Jaiver Daniel Salazar Garcia
Evaluador técnico	Leidy Johanna Ramirez Bedoya
Evaluador técnico	Diego Arley Grajales Bedoya
Evaluador económico	Juan David Sierra Saldarriaga
Evaluador SST	Nora Patricia Garcia Pizarro

## 7. Supervisión / Interventoria

Tipo de supervisión
Supervisión conjunta

Supervisor	Descripción
Leidy Johanna Ramirez Bedoya	Supervisora Titular Profesional 1 Gerencia Social y Servicio Funciones supervisión principal o Velar por el cumplimiento de las obligaciones contractuales del estudio de satisfacción de clientes. o Acompañar al contratista en todo momento para el desarrollo a cabalidad de la aplicación de las encuestas de manera que permitan conocer el nivel de satisfacción de los clientes, tanto de manera cuantitativa como cualitativa. o Cumplir con los procedimientos corporativos para la correcta supervisión del contrato, dejando toda la trazabilidad requerida para la documentación del proceso. o Facilitar la aplicación del estudio y suministrar la información requerida para su desarrollo. o Permitir y acompañar las sesiones de grupo para la validación de la satisfacción de los clientes y validación del nivel de Cultura Metro. o Las demás que sean requeridas para el cumplimiento del alcance y objeto del contrato.
Diego Arley Grajales Bedoya	Supervisora Titular UEN Profesional 2 - UEN Cívica Funciones supervisión principal o Velar por el cumplimiento de las obligaciones contractuales del estudio de satisfacción de clientes. o Acompañar al contratista en todo momento para el desarrollo a cabalidad de la aplicación de las encuestas de manera que permitan conocer el nivel de satisfacción de los clientes, tanto de manera cuantitativa como cualitativa. o Cumplir con los procedimientos corporativos para la correcta supervisión del contrato, dejando toda la trazabilidad requerida para la documentación del proceso. o Facilitar la aplicación del estudio y suministrar la información requerida para su desarrollo. o Permitir y acompañar las sesiones de grupo para la validación de la satisfacción de los clientes. o Las demás que sean requeridas para el cumplimiento del alcance y objeto del contrato.
Carolina Montaña Millan	Supervisora Suplente UEN Profesional 1 UEN Cívica Funciones supervisión suplente o Las mismas descritas en el supervisor titular, cuando sea requerido por ausencias del supervisor principal, conforme a los procedimientos establecidos en la Empresa.
Valentina Henao Llano	Supervisora Suplente Profesional 1 Gestión Social y Cultural Funciones supervisión suplente o Las mismas descritas en el supervisor titular, cuando sea requerido por ausencias del supervisor principal, conforme a los procedimientos establecidos en la Empresa.

## 8. Anexos

Título	Archivo
Anexos encuestas	Disponible para descargar desde la página
Anexo SST	Disponible para descargar desde la página
Anexo Medio Ambiente	Disponible para descargar desde la página
Análisis de Riesgos	Disponible para descargar desde la página
Análisis Tributario	Disponible para descargar desde la página
CDP 30014323	Disponible para descargar desde la página
Distribución de las funciones Supervisores BS006	Disponible para descargar desde la página
Documentos publicados en la página web de la Empresa	Disponible para descargar desde la página
Requisitos Habilitantes y evaluación	Disponible para descargar desde la página
Anexo Especificaciones Técnicas	Disponible para descargar desde la página
Acuerdo de transmisión de datos	Disponible para descargar desde la página
Autorización Tratamiento de Datos Personales Usuarios Cívica	Disponible para descargar desde la página

## 9. Comité

Número de comité	fecha
	0000-00-00

## 10. Historial de aprobaciones

Usuario	Aprobación	Fecha
Andres Tamayo Bustamante	APROBADO	2022-06-22 09:22:48
Nestor Julian Gomez Vanegas	APROBADO	2022-06-21 18:41:28
Carlos David Agudelo Herron	APROBADO	2022-06-21 15:52:13

Carlos David Agudelo Herron	APROBADO	2022-06-21 15:51:57
Adriana Maria Sanchez Sanchez	APROBADO	2022-06-15 17:06:02
Maria Elena Restrepo Velez	APROBADO	2022-06-15 16:51:13
Andres Tamayo Bustamante	APROBADO	2022-06-15 10:46:46
Nestor Julian Gomez Vanegas	APROBADO	2022-06-14 15:43:33
Carlos David Agudelo Herron	APROBADO	2022-06-14 15:10:20
Carlos David Agudelo Herron	APROBADO	2022-06-14 15:10:06
Adriana Maria Sanchez Sanchez	APROBADO	2022-06-09 18:15:35