



## **RESPUESTA A OBSERVACIONES**

FIDUPREVISORA S.A. en cumplimiento a las actividades del cronograma establecido en la invitación a cotizar No. 023 de 2020, se permite dar respuesta a cada una de las observaciones presentadas, en relación a (...) *"Fiduprevisora S.A., requiere recibir cotización para la realización de encuestas para medir la percepción de los clientes sobre la satisfacción y calidad de los servicios y productos ofrecidos por la entidad, a través de un sistema válido, cuantificable y objetivo, de manera telefónica y presencial."*

### **FIDUPREVISORA S.A. INVITACION A COTIZAR No. 023- 2020 RESPUESTA A OBSERVACIONES**

Fiduprevisora S.A. en respuesta a observaciones a la Invitación a cotizar número 023 - 2020 se procede a responder las observaciones, de la siguiente manera:

<b>N° DE OBSERVACIONES</b>	<b>FECHA DE RECIBO</b>	<b>MEDIO DE RECIBO</b>	<b>OBSERVANTE</b>
12	10 DE MARZO DE 2020	Correo Electrónico	<b>AMERICAS BPS</b>

1. Definir la volumetría mensual para gestionar.

**RESPUESTA DE FIDUPREVISORA:** 400 encuestas

2. Definir tiempo de conversación de encuesta efectiva.

**RESPUESTA DE FIDUPREVISORA:** 15 a 20 min aprox.

3. En el pliego hablan de 400 encuestas y el tiempo de duración del contrato es 3 meses, por favor aclarar son 400 encuestas mensuales o por la duración del contrato.

**RESPUESTA FIDUPREVISORA:** Estas hacen referencia a los tres meses de duración del contrato.

4. Indicar si enviarán una sola BD para los tres (3) meses o una (1) por mes.

**RESPUESTA FIDUPREVISORA:** Se enviarán tres bases de datos para la duración de los tres meses.

5. Cual es porcentaje de Contacto histórica de la BD que entregarán.

**RESPUESTA FIDUPREVISORA:** 100% efectividad.



6. En el pliego definen encuestas telefónicas y presenciales, por favor definir porcentaje de encuestas por cada segmento.

**RESPUESTA DE FIDUPREVISORA:** 80% presencial y 20% telefónico.

7. Definir horarios de gestión.

**RESPUESTA DE FIDUPREVISORA:** Lunes a viernes de 8:30 am a 5:00 pm

8. ¿Cuánto personal se requiere?

**RESPUESTA FIDUPREVISORA:** El oferente seleccionado deberá dimensionar el personal necesario para cumplir con lo solicitado en el objeto del estudio y los entregables.

9. ¿De qué forma se llevarán a cabo las encuestas de forma presencial? ¿Se visitará directamente a los CLIENTES?

**RESPUESTA FIDUPREVISORA:** Se realizara de manera presencial, el oferente seleccionado realizara previamente el agendamiento de la cita previa con el cliente, ya el oferente determinara si para obtener los resultados deberá aplicar de manera telefónica la encuesta a los clientes faltantes.

10. No se cuenta con minuta y se desconoce el régimen de responsabilidad aplicable, sanciones, etc.

**RESPUESTA FIDUPREVISORA:** Por el momento se está llevando a cabo un estudio de mercado, este no conlleva ninguna responsabilidad contractual, ya que la razón de ser es saber el costo del servicio y la forma de cómo se gestiona por parte de las empresas este servicio.

11. No se incluye Minuta del Contrato y se desconocen el alcance de la Responsabilidad Civil Contractual.

**RESPUESTA DE FIDUPREVISORA:** Por el momento se está llevando a cabo un estudio de mercado, este no conlleva ninguna responsabilidad contractual, ya que la razón de ser es saber el costo del servicio y la forma de cómo se gestiona por parte de las empresas este servicio.

12. Se requiere personal haciendo trabajo de campo.

**RESPUESTA DE FIDUPREVISORA:** Si.



N° DE OBSERVACIONES	FECHA DE RECIBO	MEDIO DE RECIBO	OBSERVANTE
4	09 DE MARZO DE 2020	Correo Electrónico	BRANDSTRAT

1. La encuestas se realizan solo en Bogotá o ¿en qué otras ciudades se aplicarían?

**RESPUESTA FIDUPREVISORA:** Se realizaran a nivel nacional en las ciudades principales del país como Bogotá, Manizales, Barranquilla, Medellín, Pereira, Neiva, Armenia, Bucaramanga, Montería, Floridablanca, Cartagena, Calarcá, Cúcuta, Ibagué, Popayán, Dosquebradas, Quibdó, Villa María, Riohacha, Soledad (Atl.), Pasto, Soacha, Santa Rosa Bolívar, Santo Domingo, Lórica, Córdoba, Buenaventura.

2. ¿Cuál es la duración de la encuesta a aplicar?

**RESPUESTA FIDUPREVISORA:** La duración de todo el proceso será de tres meses.

3. ¿Cuál es la cantidad de registros con los que se contarían para lograr las 400 encuestas?

**RESPUESTA FIDUPREVISORA:** Se suministrarán las bases de datos de los 400 clientes a los cuales se les debe aplicar las encuestas.

4. En las mediciones anteriores ¿cuál es el porcentaje de aplicación presencial y cual el de aplicación telefónica?

**RESPUESTA DE FIDUPREVISORA:** 80% presencial y 20% telefónico.

N° DE OBSERVACIONES	FECHA DE RECIBO	MEDIO DE RECIBO	OBSERVANTE
5	10 DE MARZO DE 2020	Correo Electrónico	AD-HOC BRANDSTRAT

1. En la Pagina 3 se menciona que se debe *“Recolectar la información de forma presencial y telefónica con los datos suministrados en las bases de datos”*. ¿Qué proporción de las 400 encuestas debe hacerse presencial y que proporción debe hacerse telefónicamente?

**RESPUESTA DE FIDUPREVISORA:** 80% presencial y 20% telefónico.

2. Por favor aclarar la cantidad de clientes (universo) y en que ciudades/municipios están ubicados, esto es de particular importancia para la cotización de las encuestas presenciales.



**RESPUESTA FIDUPREVISORA:** La cantidad de clientes es de 400 y se encuentran distribuidos a nivel nacional en ciudades como Bogotá, Manizales, Barranquilla, Medellín, Pereira, Neiva, Armenia, Bucaramanga, Montería, Floridablanca, Cartagena, Calarcá, Cúcuta, Ibagué, Popayán, Dosquebradas, Quibdó, Villa María, Riohacha, Soledad (Atl.), Pasto, Soacha, Santa Rosa Bolívar, Santo Domingo, Lórica, Córdoba, Buenaventura.

3. En la Página 3 se menciona que se debe “*presentar comparaciones del sector e internacionales con la industria y matriz de prioridades*”. Por favor aclarar a que hace referencia esto, teniendo en cuenta que los estudios de satisfacción por lo general se contratan privadamente y es muy difícil encontrar información pública de estos. ¿Qué significa la matriz de prioridades y como se debe calcular?

**RESPUESTA FIDUPREVISORA:** Se debe realizar la comparación del sector basados en la red de mediciones Walker Global Network (WIGN) y el análisis estratégico de prioridades identifica prioridades claves basándose en los efectos totales sobre la lealtad de los clientes y el desempeño. En este análisis se clasifican en tres categorías todos los procesos y los atributos que tienen impacto sobre la lealtad (Máximas oportunidades de mejora, Prioridades Secundarias y Fortalezas de apalancamiento).

4. Favor especificar detalladamente al grupo objetivo. ¿Son personas naturales, empresas, entidades de gobierno? En caso de que sea un mix de estos, aclarar el porcentaje que se debe encuestar de cada uno de los diferentes segmentos.

**RESPUESTA FIDUPREVISORA:** Los clientes potenciales de la entidad se encuentran distribuidos en público con un 15%, privada con un 81% y mixta con un 4%.

5. Por favor especificar la duración de la encuesta, dado que es una variable con alta incidencia en los costos.

**RESPUESTA DE FIDUPREVISORA:** La duración de la encuesta como bien se indica en la invitación del estudio tiene una duración aproximada de tres (3) meses.

Nº DE OBSERVACIONES	FECHA DE RECIBO	MEDIO DE RECIBO	OBSERVANTE
6	10 DE MARZO DE 2020	Correo Electrónico	IPSOS

1. ¿Existe alguna segmentación de los clientes por las cuales esperan tener análisis de los resultados o esperan los análisis a total de la muestra? De tener alguna segmentación de los clientes por la cual esperan análisis, por favor enviar la distribución que esperan de la muestra o bien los universos (en números o porcentajes) para poder recomendar la distribución muestra por segmentos.

**RESPUESTA DE FIDUPREVISORA:** El objetivo de la encuesta es obtener resultados generales e individuales por cada segmento que maneja la entidad (Fondos de Inversión Colectiva, Fiducia Estructurada, negocios Fiduciarios y procesos jurídicos).

2. Por favor indicar las ciudades en las cuales se realizarán las encuestas presenciales y el número de encuestas por cada ciudad, si no cuentan con esta distribución, por favor enviar los universos de clientes (en número o en porcentajes) por ciudad para poder recomendar una distribución muestra adecuada.

**RESPUESTA FIDUPREVISORA:** La cantidad de clientes es de 400 y se encuentran distribuidos a nivel nacional en ciudades como Bogotá, Manizales, Barranquilla, Medellín, Pereira, Neiva, Armenia, Bucaramanga, Montería, Floridablanca, Cartagena, Calarcá, Cúcuta, Ibagué, Popayán, Dosquebradas, Quibdó, Villa María, Riohacha, Soledad (Atl.), Pasto, Soacha, Santa Rosa Bolívar, Santo Domingo, Lórica, Córdoba, Buenaventura.

3. En cuanto a la técnica del campo: ¿Se debe presentar una opción para la realización de las 400 de manera telefónica y otra opción para la realización de las 400 encuestas de manera presencial? o ¿una combinación de 200 encuestas telefónica más 200 encuestas de manera presencial?

**RESPUESTA FIDUPREVISORA:** Se debe presentar una encuesta teniendo en cuenta que el 80% se realiza de manera presencial y el 20% telefónico, el total de clientes es de 400 y se encuentran distribuidos a nivel nacional en ciudades como Bogotá, Manizales, Barranquilla, Medellín, Pereira, Neiva, Armenia, Bucaramanga, Montería, Floridablanca, Cartagena, Calarcá, Cúcuta, Ibagué, Popayán, Dosquebradas, Quibdó, Villa María, Riohacha, Soledad (Atl.), Pasto, Soacha, Santa Rosa Bolívar, Santo Domingo, Lórica, Córdoba, Buenaventura.

4. ¿El cuestionario ya existe en Fiduprevisora o es necesario construirlo de cero?

**RESPUESTA FIDUPREVISORA:** Es necesario construir los cuestionarios por cada segmento.

5. Si el cuestionario ya se encuentra existe, ¿qué duración tiene y cuántas preguntas abiertas?

**RESPUESTA DE FIDUPREVISORA:** Es necesario construir los cuestionarios por cada segmento.

6. ¿Podrían por favor ampliar más el alcance de: “se deberá informar a la entidad atributos, posición competitiva, fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas; al igual que presentar comparaciones del sector e internacionales con la industria y matriz de prioridades”

**RESPUESTA DE FIDUPREVISORA:** El propósito de la encuesta de satisfacción es identificar oportunidades de mejora en los procesos que se ven involucrados cada uno de los clientes de la entidad, con una medición internacional que permita establecer planes de acción y toma de decisiones enfocadas a mejorar la experiencia y satisfacción del cliente.



Nº DE OBSERVACIONES	FECHA DE RECIBO	MEDIO DE RECIBO	OBSERVANTE
4	10 DE MARZO DE 2020	Correo Electrónico	CUSTOMER INDEX VALUE

1. Cuando se habla de 400 encuestas en donde se mida la percepción de los clientes sobre la satisfacción, calidad de los servicios y productos ofrecidos por la entidad, a través de un sistema valido, cuantificable y objetivo, de manera telefónica y presencial. Se refieren a una muestra estadística o a un censo.

**RESPUESTA FIDUPREVISORA:** En el contexto de lo solicitado por la entidad se hablaría de un censo teniendo en cuenta que se aplicaría la encuesta a todos los clientes de la entidad.

2. Tienen definida una muestra telefónica y/o presencial especificar detalladamente (¿existe una proporción definida por Fiduprevisora entre este tipo de encuestas?).

**RESPUESTA FIDUPREVISORA:** En estudios anteriormente realizados se ha evidenciado que el 80% se realiza de manera presencial y el 20% telefónico

3. Tienen en Fiduprevisora, un diseño muestral ya definido (tamaño de muestra, número de encuestas a realizar), o el proveedor debe hacer el diseño correspondiente; de caso de ser así, nos podrían indicar:

- a) Si el proveedor debe hacerlo, por favor indicarnos el Universo y tipo de segmentación para aplicar el diseño estadístico

**RESPUESTA FIDUPREVISORA:** En la invitación a cotizar se informa que la cantidad de encuestas a realizar es de 400 correspondientes a los clientes potenciales de la entidad, el oferente deberá estructurar los cuestionarios de preguntas a realizar, agendar las citas con los clientes, recopilar la información, tabular y consolidar la información, realizar los entregables solicitados en la invitación a cotizar junto con una metodología de comparación a nivel internacional.

- b) Cuál es el alcance que Fiduprevisora requiere de los resultados del estudio ej.: Desgloses por ciudad, región, tipos de clientes etc. esto es requisito para un adecuado diseño muestral.



**RESPUESTA FIDUPREVISORA:** Se espera una discriminación mínima de la información por ciudad y por cliente, las estructuras de los entregables serán definidas una vez este seleccionado el oferente más favorable para la entidad.

4. ¿Tiene Fiduprevisora un presupuesto definido para esta invitación?

**RESPUESTA DE FIDUPREVISORA:** La realización del estudio de mercado, es para conocer el valor del mercado, en cuanto a la necesidad del servicio.

Nº DE OBSERVACIONES	FECHA DE RECIBO	MEDIO DE RECIBO	OBSERVANTE
4	10 DE MARZO DE 2020	Correo Electrónico	CIFRAS & CONCEPTOS S.A.

1. ¿Quién es la unidad informantes?, es decir el perfil idóneo para responder la encuesta.

**RESPUESTA DE FIDUPREVISORA:** Las encuestas deben aplicarse a los clientes relacionados en las bases de datos suministradas por la entidad, los perfiles varían teniendo en cuenta la actividad económica de la empresa y los cargos establecidos.

2. ¿Qué proporción del total de las 400 encuestas es presencial y telefónica?.

**RESPUESTA FIDUPREVISORA:** En estudios anteriormente realizados se ha evidenciado que el 80% se realiza de manera presencial y el 20% telefónico

3. En el alcance se indica: ...presentar comparaciones del sector e internacionales con la industria y matriz de prioridades ¿esta información es pública? ¿qué fuentes se deben utilizar?

**RESPUESTA FIDUPREVISORA:** Se debe realizar la comparación del sector basados en la red de mediciones Walker Global Network (WIGN) y el análisis estratégico de prioridades identifica prioridades claves basándose en los efectos totales sobre la lealtad de los clientes y el desempeño. En este análisis se clasifican en tres categorías todos los procesos y los atributos que tienen impacto sobre la lealtad (Máximas oportunidades de mejora, Prioridades Secundarias y Fortalezas de apalancamiento).

4. ¿La medición se ha realizado previamente?

**RESPUESTA FIDUPREVISORA:** Si.



N° DE OBSERVACIONES	FECHA DE RECIBO	MEDIO DE RECIBO	OBSERVANTE
1	09 DE MARZO DE 2020	Correo Electrónico	PROYECTOS Y ENCUESTAS

1. En el objeto "Fiduprevisora S.A., requiere recibir cotización para la realización de encuestas en donde se mida la percepción de los clientes sobre la satisfacción y calidad de los servicios y productos ofrecidos por la entidad, a través de un sistema valido, cuantificable y objetivo, de manera telefónica y presencial". No es claro en qué ciudad o ciudades se deben realizar las encuestas presenciales, que cantidades son presenciales y qué cantidades telefónicas. La claridad en el tema es de vital importancia para definir los costos y alcances del contrato.

**RESPUESTA DE FIDUPREVISORA:** Se debe presentar una encuesta teniendo en cuenta que el 80% se realiza de manera presencial y el 20% telefónico, el total de clientes es de 400 y se encuentran distribuidos a nivel nacional en ciudades como Bogotá, Manizales, Barranquilla, Medellín, Pereira, Neiva, Armenia, Bucaramanga, Montería, Floridablanca, Cartagena, Calarcá, Cúcuta, Ibagué, Popayán, Dosquebradas, Quibdó, Villa María, Riohacha, Soledad (Atl.), Pasto, Soacha, Santa Rosa Bolívar, Santo Domingo, Loricá, Córdoba, Buenaventura.

N° DE OBSERVACIONES	FECHA DE RECIBO	MEDIO DE RECIBO	OBSERVANTE
3	10 DE MARZO DE 2020	Correo Electrónico	COLOMBIAN OUTSOURCING SOLUTIONS SAS

1. En el numeral 4 Condiciones del Servicio Requerido / Recolectar la información de forma presencial y telefónica, nos podían indicar, cual es el número de encuestas presenciales requerido.

**RESPUESTA DE FIDUPREVISORA:** Se debe presentar una encuesta teniendo en cuenta que el 80% se realiza de manera presencial y el 20% telefónico.

2. En el numeral 4 Condiciones del Servicio Requerido, nos podrían indicar, ¿Cuál es la cantidad total de registros en la base de datos?

**RESPUESTA FIDUPREVISORA:** El total de clientes es de 400.





3. En el numeral 4 Condiciones del Servicio Requerido, nos podrían indicar, ¿Se tiene definido algún marco de muestreo para las encuestas presenciales y telefónicas?,

**RESPUESTA FIDUPREVISORA:** Si, el marco de muestreo son los clientes potenciales actuales de la entidad.

- a) ¿De ser así se tiene definido el cálculo de los factores de expansión?

**RESPUESTA FIDUPREVISORA:** No, porque los clientes están previamente identificados por la entidad.

- b) Mencionar el perfil del personal idóneo para las visitas presenciales

**RESPUESTA FIDUPREVISORA:** Profesionales con conocimiento en los negocios fiduciarios de la entidad con experiencia en servicio al cliente y realización de encuestas.

- c)Cuál es el perfil del usuario final que responde la encuesta

**RESPUESTA DE FIDUPREVISORA:** Las encuestas deben aplicarse a los clientes relacionados en las bases de datos suministradas por la entidad, los perfiles varían teniendo en cuenta la actividad económica de la empresa y los cargos establecidos.

- d) Se tiene establecido algún método específico que verifique la veracidad de la información recolectada

**RESPUESTA DE FIDUPREVISORA:** Si, desde la entidad se adelantan comunicaciones aleatorias con los clientes con el objetivo de validar la veracidad de la información.

- e) ¿Necesitan desarrollo de software para que la recolección de los datos en las encuestas de campo y telefónicas se realicen en pc, móviles o tabletas?

**RESPUESTA DE FIDUPREVISORA:** La herramienta tecnológica debe ser suministrada por el oferente.

- f) ¿El instrumento para las encuestas lo construye el oferente?

**RESPUESTA DE FIDUPREVISORA:** Los cuestionarios de preguntas deben ser estructurados por el oferente.

- g) ¿Quién dispone de los canales de voz para las encuestas telefónicas?

**RESPUESTA DE FIDUPREVISORA:** El oferente seleccionado.

- h) ¿Se llevará algún aplicativo de monitoreo tanto en campo como telefónico?

**RESPUESTA DE FIDUPREVISORA:** Se deja a potestad del oferente, la entidad es clara con los entregables que solicita.



i) ¿Requieren de un aplicativo de georreferenciación para las encuestas en campo?

**RESPUESTA DE FIDUPREVISORA:** No.

j) ¿tienen resultados históricos para definir la distribución de las muestras de forma probabilística?

**RESPUESTA DE FIDUPREVISORA:** Si.

#### FONDOS DE INVERSIÓN COLECTIVA

<b>Bogotá</b>	<b>45%</b>
<b>Manizales</b>	<b>18%</b>
<b>Barranquilla</b>	<b>7%</b>
<b>Medellín</b>	<b>7%</b>
<b>Pereira</b>	<b>3%</b>
<b>Neiva</b>	<b>3%</b>
<b>Armenia</b>	<b>2%</b>
<b>Bucaramanga</b>	<b>2%</b>
<b>Montería</b>	<b>2%</b>
<b>Floridablanca</b>	<b>2%</b>
<b>Cartagena</b>	<b>1%</b>
<b>Calarca</b>	<b>1%</b>
<b>Cúcuta</b>	<b>1%</b>
<b>Ibagué</b>	<b>1%</b>
<b>Popayán</b>	<b>1%</b>
	<b>1%</b>
<b>Dosquebradas</b>	
<b>Quibdó</b>	<b>1%</b>
<b>Villamaría</b>	<b>1%</b>

#### NEGOCIOS FIDUCIARIOS

<b>Bogotá</b>	<b>53%</b>
<b>Cali</b>	<b>9%</b>
<b>Medellín</b>	<b>7%</b>
<b>Barranquilla</b>	<b>5%</b>
<b>Cartagena</b>	<b>4%</b>
<b>Ibagué</b>	<b>3%</b>
<b>Riohacha</b>	<b>3%</b>
<b>Soledad (Atl.)</b>	<b>2%</b>
<b>Quibdó</b>	<b>2%</b>
<b>Dosquebradas</b>	<b>1%</b>
<b>Pasto</b>	<b>1%</b>
<b>Montería</b>	<b>1%</b>
<b>Soacha</b>	<b>1%</b>
<b>Santa Rosa</b>	<b>1%</b>
<b>Bolívar</b>	
<b>Santo Domingo</b>	<b>1%</b>
<b>Lorica Córdoba</b>	<b>1%</b>
<b>Buenaventura</b>	<b>1%</b>

k) ¿Cuál es mínimo de personal a contratar para los dos tipos de encuestas?

**RESPUESTA DE FIDUPREVISORA:** El oferente determina la cantidad de personal necesaria para la ejecución de la encuesta teniendo en cuenta la fecha de entrega de los resultados.

Nº DE OBSERVACIONES	FECHA DE RECIBO	MEDIO DE RECIBO	OBSERVANTE
9	09 DE MARZO DE 2020	Correo Electrónico	CONSENSO INVESTIGACIONES

1. ¿Cuál es el criterio para precisar que se realicen encuestas telefónicas o presenciales?



**RESPUESTA DE FIDUPREVISORA:** El criterio lo determina el cliente teniendo en cuenta que el oferente seleccionado estará encargado de pactar con el cliente la cita o medio para la realización de la encuesta.

2. ¿En caso de realizarse encuestas presenciales, cuál es la proporción esperada para la distribución de la muestra telefónica y presencial?

**RESPUESTA FIDUPREVISORA:** Se debe presentar una encuesta teniendo en cuenta que el 80% se realiza de manera presencial y el 20% telefónico.

3. ¿En la distribución de muestra del total de encuestas mencionadas hay alguna cuota a cumplir por ciudad o por servicio o por área?

**RESPUESTA FIDUPREVISORA:** No, se deben encuestar a todos los clientes que se relacionaran en las bases de datos de los clientes de la entidad.

4. ¿Fiduprevisora tiene un instrumento diseñado o el proveedor debe hacer el diseño del mismo?

**RESPUESTA FIDUPREVISORA:** La estructuración de los formularios estará a cargo del oferente seleccionado.

5. ¿Qué porcentaje de actualización y efectividad tiene la base de datos suministrada?

**RESPUESTA DE FIDUPREVISORA:** Tiene un porcentaje de efectividad del 100%.

6. ¿Aproximadamente con cuántos registros disponibles se cuenta?

**RESPUESTA DE FIDUPREVISORA:** El total de clientes es de 400.

7. ¿Para el análisis cualitativo que debe ser incluido en los entregables el proveedor puede proponer la aplicación adicional de técnicas de este tipo que le permitan obtener información de este componente? O Este componente Cualitativo hace referencia a la profundización sobre las respuestas.

**RESPUESTA FIDUPREVISORA:** El análisis cualitativo hace referencia a la presentación de los resultados obtenidos de la encuesta sobre un marco internacional que permita a la entidad conocer el nivel de experiencia y satisfacción de los clientes, con el objetivo de tomar decisiones y adoptar planes de mejora enfocados en el aumento de los criterios anteriormente mencionados.

8. ¿Para el resumen ejecutivo cuáles son las áreas de Fiduprevisora a considerar?

**RESPUESTA FIDUPREVISORA:** El resumen ejecutivo deberá ser presentado a la alta dirección de la entidad.



9. ¿Cuáles son los criterios de evaluación de la propuesta?

**RESPUESTA FIDUPREVISORA:** Es preciso indicar que hasta el momento por parte de la Entidad se requiere saber costos y procesos como tal que cumplan con la necesidad de Fiduprevisora, por lo cual en esta etapa no se tendrán en cuenta criterios de evaluación.

Nº DE OBSERVACIONES	FECHA DE RECIBO	MEDIO DE RECIBO	OBSERVANTE
5	09 DE MARZO DE 2020	Correo Electrónico	<b>BIS CONSULTING GROUP</b>

1. Hablan de entrevistas telefónicas y presenciales, ¿quisiéramos consultarles por qué esa combinación?, hay algún perfil particular que requiera que se realicen entrevistas presenciales con ellos?, si es así, qué características tiene ese perfil?, es un perfil complejo para acceder a él?, en qué ciudades o territorios se encuentra ese perfil que tiene que ser abordado con entrevistas presenciales?

**RESPUESTA DE FIDUPREVISORA:** Las encuestas deben aplicarse a los clientes relacionados en las bases de datos suministradas por la entidad, los perfiles varían teniendo en cuenta la actividad económica de la empresa y los cargos establecidos.

2. Los encuestados son personas naturales, jurídicas, una combinación, si es una combinación, cuál es la proporción?

**RESPUESTA DE FIDUPREVISORA:** Los clientes potenciales de la entidad se encuentran distribuidos en público con un 15%, privada con un 81% y mixta con un 4%.

3. Ya tienen el cuestionario definido? O debe realizarlo la agencia una vez esté aprobado el proyecto.

**RESPUESTA FIDUPREVISORA:** El cuestionario de preguntas debe ser proporcionado por el oferente seleccionado.

4. Si tienen el cuestionario definido, ¿qué duración tiene la entrevista?, ¿Cuántas preguntas abiertas tiene?

**RESPUESTA FIDUPREVISORA:** El cuestionario de preguntas debe ser proporcionado por el oferente seleccionado.

5. ¿A cuántas áreas hay que presentarles los resultados?, ¿cuántas presentaciones se tendrán que realizar al final?

**RESPUESTA FIDUPREVISORA:** Se debe presentar una presentación general, una por línea de negocio encuestada y una ejecutiva.



## Fiduprevisora S.A

**"Defensoría del Consumidor Financiero:** Dr. JOSÉ FEDERICO USTÁRIZ GÓNZALEZ. Carrera 11 A No 96-51 - Oficina 203, Edificio Oficity en la ciudad de Bogotá D.C. PBX 6108161 / 6108164, Fax: Ext. 500. E-mail: [defensoriafiduprevisora@ustarizabogados.com](mailto:defensoriafiduprevisora@ustarizabogados.com) de 8:00 am - 6:00 pm, lunes a viernes en jornada continua".

Las funciones del Defensor del Consumidor son: Dar trámite a las quejas contra las entidades vigiladas en forma objetiva y gratuita. Ser vocero de los consumidores financieros ante la institución. Usted puede formular sus quejas contra la entidad con destino al Defensor del Consumidor en cualquiera agencia, sucursal, oficina de corresponsalia u oficina de atención al público de la entidad, asimismo tiene la posibilidad de dirigirse al Defensor con el ánimo de que éste formule recomendaciones y propuestas en aquellos aspectos que puedan favorecer las buenas relaciones entre la Fiduciaria y sus Consumidores. Para la presentación de quejas ante el Defensor del Consumidor no se exige ninguna formalidad, se sugiere que la misma contenga como mínimo los siguientes datos del reclamante: 1. Nombres y apellidos completos 2. Identificación 3. Domicilio (dirección y ciudad) 4. Descripción de los hechos y/o derechos que considere que le han sido vulnerados. De igual forma puede hacer uso del App "Defensoría del Consumidor Financiero" disponible para su descarga desde cualquier smartphone, por Play Store o por App Store.