



ESTUDIO DE MERCADO

EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES DE BOGOTÁ S. A. E.S.P.

**ESTUDIO DE MERCADO
PARA CONOCER INFORMACIÓN TÉCNICA Y ECONÓMICA PARA PRESTACIÓN DE
SERVICIOS PARA LA ELABORACIÓN DE ESTUDIOS CUANTITATIVOS Y
CUALITATIVOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS QUE PERMITAN MEDIR EL NIVEL
DE SATISFACCIÓN Y RECOMENDACIÓN DE LOS USUARIOS DEL PORTAFOLIO DE
SERVICIOS DE ETB A NIVEL NACIONAL Y QUE APOYEN EL FORTALECIMIENTO DE
LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL CON UN MAYOR CONOCIMIENTO DEL MERCADO.**

BOGOTÁ D.C, NOVIEMBRE DE 2018



ESTUDIO DE MERCADO

ADVERTENCIA

Los presentes requerimientos de solicitud de cotización no constituyen una oferta mercantil para ninguna de las partes y no generan obligación comercial en la etapa precontractual o contractual en cualquiera de sus instancias; adicionalmente, en desarrollo de la lealtad y ética comercial, solicitamos y nos comprometemos a que la información entregada por nosotros y suministrada por cada uno de los interesados se mantenga en estricta confidencialidad.

Se entiende por Estudio de Mercado (RFQ) el procedimiento y/o trámite que permite a ETB revisar la estructura, las características y las tendencias del mercado de bienes y/o servicios, así como identificar los segmentos que representan la mejor opción y/o menor riesgo, conocer nuevos productos y/o servicios, y comprender las diferentes condiciones y/o limitaciones relacionadas con el abastecimiento de bienes y/o servicios, incluido el análisis de precios y/o tendencias de los mismos en el mercado y la evaluación de condiciones de capacidad de los posibles interesados.

De conformidad con el Manual de Contratación de ETB, la realización del presente estudio de mercado no obliga a ETB a iniciar una o varias contrataciones, igualmente, ETB podrá a su entera discreción, terminar el presente trámite de estudio de mercado en cualquier momento, sin que por ello se entienda que deba reconocer a los interesados o participantes en el mismo, cualquier indemnización o algún tipo reconocimiento.

El estudio de mercado no genera compromiso u obligación para ETB con los participantes, pues no corresponde a un proceso de selección; y en desarrollo del mismo se tendrán en cuenta los principios que orientan la contratación ETB.

ETB podrá solicitar a los participantes del RFQ las aclaraciones o informaciones que estime pertinente, a fin de despejar cualquier punto o aspecto dudoso o equivoco de la información suministrada. Con los resultados que se originen con ocasión de este RFQ, eventualmente se podrán desprender uno o varios procesos de selección.

ACLARACIONES O MODIFICACIONES AL PRESENTE ESTUDIO DE MERCADO

Podrá requerirse aclaraciones o modificaciones respecto del contenido de este documento, mediante solicitud escrita dirigida a la Gerencia de Abastecimiento de ETB, a la cuenta de correo electrónico yasmin.murciat@etb.com.co, dentro del día hábil siguiente a la fecha de publicación en la página Web www.etb.com.co.

CALENDARIO DE EVENTOS

A continuación, se establecen las fechas de los eventos más relevantes en relación con los presentes RFQ:



ESTUDIO DE MERCADO

- Publicación RFQ 19 de noviembre de 2018
- Última fecha para recepción preguntas interesados 21 de noviembre de 2018
- Última fecha para aclaración de Preguntas ETB 22 de noviembre de 2018
- Última fecha para la recepción de las propuestas 24 de noviembre de 2018

RESPUESTA

Para su respuesta, es necesario que tengan en cuenta las condiciones generales de contratación de ETB publicadas en la página web: www.etb.com.co.

ETB espera recibir la respuesta a este documento incluyendo la información técnica y el anexo financiero, por correo electrónico a yasmin.murciat@etb.com.co, hasta las 3pm de la fecha establecida en el calendario de eventos.

FORMA DE PAGO

El interesado debe tener en cuenta para su cotización que ETB paga los servicios a los 60 días después de radicar la cuenta de cobro en el equipo de cuentas por pagar.

PRECIOS

ETB solicita que los servicios que hacen parte del presente estudio de mercado sean cotizados bajo el sistema de precios fijos, en pesos colombianos y de conformidad con las especificaciones técnicas contenidas en el presente documento incluyendo como parte del precio, todos los recursos, insumos, entregables, impuestos, derechos, tasas y contribuciones de cualquier orden, vigentes en la fecha de presentación de la cotización.

Igualmente, para la estructuración de la propuesta de precios, el interesado debe saber que para la prestación del servicio ETB solicita amparar los siguientes riesgos como mínimo durante la vigencia del servicio. Estos porcentajes pueden variar según necesidad cuando opte por generar el documento de invitación para contratar: cumplimiento por 20% del valor del contrato; salarios, prestaciones sociales e indemnizaciones laborales por 5% del valor de los servicios; calidad del servicio por 10% del valor del contrato.

Para la presentación de la respuesta a este estudio de mercado, solicitamos al INTERESADO diligenciar en su totalidad el anexo financiero que se adjunta a la presente.

1. DESCRIPCION GENERAL

La EMPRESA DE TELECOMUNICACIONES DE BOGOTÁ S.A ESP., quien en adelante se denominará ETB SA ESP, está interesada en recibir información técnica y de precios para prestación de servicios para la elaboración de estudios cuantitativos, que permitan medir el nivel de satisfacción y recomendación de los usuarios del portafolio de servicios de ETB, a



ESTUDIO DE MERCADO

nivel nacional y que apoyen el fortalecimiento de la estrategia empresarial con un mayor conocimiento del mercado, de conformidad con las condiciones generales estipuladas en el presente documento y las incluidas en el Manual de Contratación de ETB, el cual puede ser consultado en la página www.etb.com.co.

2. ANTECEDENTES:

ETB es una empresa de telecomunicaciones con servicios fijos y móviles en Bogotá y a nivel nacional en ciudades como Barranquilla, Cali, Medellín, Cartagena, Santa Marta, Valledupar, Eje Cafetero, Popayán y Villavicencio; y dependiendo de la evolución podría extenderse a más ciudades.

Tiene usuarios en los segmentos Hogares, Negocios, Empresas y Movilidad, cada uno con diferentes subsegmentos, definidos según la estrategia de la compañía.

3. ALCANCE

Comprende la medición del nivel de satisfacción y recomendación de los usuarios de ETB de los segmentos Hogares, Negocios, Empresas, Móviles y cualquier otro que ETB defina. Se realizarán estudios para clientes de ETB y para sus competidores.

IMPORTANTE:

Si el interesado no presta la totalidad de los servicios, le agradecemos nos haga saber en la respuesta dicha condición y nos envíe la información detallada de cómo ejecuta los servicios que plantea en su respuesta.

Si dentro de los servicios que presta hay condiciones que ETB espera que ejecute y no las realiza, por favor manifestarlo en la respuesta y aclarar lo que sea pertinente, ya sea informando cómo ejecuta la actividad o cómo supliría la necesidad de ETB.

El interesado debe garantizar disponibilidad permanente para la prestación de los servicios. Para ETB es importante conocer cómo se prestan los servicios en el mercado por lo que puede enviar casos de éxito de temas específicos o de servicios específicos, en los que se pueda visualizar, resultados positivos.

4. ESPECIFICACIONES DE LOS SERVICIOS

4.1. DISEÑO DEL ESTUDIO

4.1.1. Grupo Objetivo

ETB (Negocio Fijo de Hogares, Negocios): Se entrevistará al titular del servicio o a la persona responsable de la decisión de contratación de los servicios en cada uno de los segmentos y la competencia.



ESTUDIO DE MERCADO

ETB (Negocio Móvil): Se entrevistará al usuario habitual de la línea celular de cada uno de los segmentos y la competencia.

Empresas (Fijo): Se entrevistará al contacto registrado en la base de datos entregada por ETB y se indagará por la persona responsable por la contratación de servicio de Comunicaciones).

4.1.2. Segmentación y subsegmentación

ETB (Fijo):

- Hogar: Usuarios de hogares cobre y fibra de Bogotá, Soacha y la Sabana. Esta distribuido en sub segmentos de acuerdo con el mix de productos y estrato.
- Negocios: Esta distribuido en sub segmentos de acuerdo con el mix de productos, ubicados en Bogotá, Soacha y la Sabana

ETB (Móvil):

- Postpago: Usuarios móviles con planes en el que todos los meses se les emite una factura para el pago del plan o del consumo. Se ubican en Bogotá y ciudades principales como Barranquilla, Cali, Medellín, Cartagena, Santa Marta, Valledupar, Eje Cafetero, Popayán y Villavicencio.
- Prepago: Utilizan recargas para acceder a los servicios móviles. Se ubican en Bogotá y ciudades principales como Barranquilla, Cali, Medellín, Cartagena, Santa Marta, Valledupar, Eje Cafetero, Popayán y Villavicencio.
- Las ciudades podrían cambiar según la dinámica de la empresa.

Empresas:

- Empresas: Bronce, Silver, Gold, Premium y Carriers. Cuentan con un catálogo de productos especiales y soluciones integrales contratados con ETB.
- Competencia: Se evaluará de forma independiente la competencia para los diferentes segmentos, de esta forma:
 - Hogares, Móviles y Negocios: El interesado proporcionará las bases de medición de la competencia. Es válido el uso de: Directorios telefónicos, rangos de numeración, Cámara de Comercio, Confecámaras, bases propias del proveedor, etc., siempre y cuando garanticen la aleatoriedad y ausencia de sesgo muestral de la medición.
 - Empresas: El interesado proporcionará las bases de medición de la competencia. Es válido el uso de: Directorios telefónicos, rangos de numeración, Cámara de Comercio, Confecámaras, bases propias del proveedor, etc.). El interesado garantizará la aleatoriedad y ausencia de sesgo muestral de la medición.

4.1.3. Recolección de Información

Encuestas telefónicas para: Hogares, Negocios, Móviles y Empresas:

Las llamadas telefónicas deben ser grabadas y entregadas a ETB en un formato de fácil reproducción.



ESTUDIO DE MERCADO

Encuestas presenciales para: Empresas. Los agendamientos son responsabilidad del interesado y en cerca del 60% de los casos se deben citar hasta dos contactos.

- Las encuestas presenciales pueden contar con el acompañamiento de personal de ETB. (En ningún caso los integrantes de ETB pueden interferir en el libre desarrollo de la encuesta, de lo contrario será anulada posterior a la entrevista con el cliente)
- Las encuestas presenciales serán grabadas en el 100% de los casos en los que el cliente lo autorice. El interesado es responsable por llevar un equipo que garantice excelente calidad para realizar esta grabación, por ejemplo, grabadora de periodista (No grabadora de celular u otros equipos de baja calidad).
- El interesado garantizará la transcripción de las verbalizaciones del cliente para incluirlas en la base de datos cuando la encuesta sea grabada, en caso contrario, las razones del cliente serán registradas por el encuestador durante la entrevista y serán incluidas en la base de datos
- En general el cliente puede contar con más de un interlocutor para dar respuesta al cuestionario.
- Es obligación del interesado llegar a estas citas con un mínimo 20 minutos de antelación. El supervisor (Coordinador) de campo debe asegurarse que el encuestador tenga clara la dirección a la que se dirige por lo menos un día antes de ejecutar la encuesta, así mismo deberá asegurar que el encuestador está en camino a la cita una hora antes de la encuesta, también debe asegurarse de la correcta presentación personal del encuestador, y en caso de presentarse alguna eventualidad debe existir un plan de contingencia (back up), para reemplazar al encuestador y de esta forma no incumplir la cita.

*Nota: Todas las encuestas de los competidores son telefónicas.

Los instrumentos serán proporcionados por ETB y la captura de la información debe realizarse por medio de CATI, donde se garantice aleatoriedad de las bases de datos por segmentos, por ciudades y de los entrevistadores que ejecutan las encuestas. Este CATI debe tener la opción de generar aleatoriedad en las baterías para rotarlas durante el trabajo de campo.

Nota: De existir necesidad de crear un nuevo instrumento, el interesado debe configurarlo y montarlo sobre el CATI, en un período no mayor a 7 días calendario desde la entrega por parte de ETB.

Para la realización de posteriores controles del trabajo de campo es imprescindible que las bases de resultados de las encuestas incluyan la duración de la entrevista, el código del operador que efectuó la entrevista y la fecha de realización de la entrevista, así como todas las respuestas a las preguntas del cuestionario.

4.1.4. Tiempo promedio de cuestionarios

- Hogares: 11', varianza 3,0"
- Móviles: 12,24', varianza 3,5"
- Negocios: 12', varianza 3,4"
- Empresas: 14', varianza 5,4"

4.1.5. Periodicidad Estudio

- Tracking Mensual con consolidación Trimestral para todos los segmentos, para clientes



ESTUDIO DE MERCADO

de ETB

- Consolidación de resultados todos los meses (Mes y Media móvil trimestral, semestral o según se requiera), Según metodología entregada por ETB.
- Competencia se medirá semestralmente.
- Tracking Mensual para foro digital para todos los segmentos, para clientes de ETB.

4.1.6. Ubicación Geográfica

- El universo de usuarios fijos se concentra en Bogotá, Soacha y la Sabana. Los usuarios móviles están distribuidos en el territorio nacional en Barranquilla, Cali, Medellín, Cartagena, Santa Marta, Valledupar, Eje Cafetero, Popayán y Villavicencio; y dependiendo de la evolución podría extenderse a más ciudades.
- Para cada segmento se debe cumplir cuotas de acuerdo a la muestra definida por ETB, las cuales serán ponderadas posteriormente para que reflejen la realidad del universo (el interesado debe estar en capacidad de ponderar y recalcular ponderadores en la medida en que no se cumpla el escenario planteado)
- Las encuestas presenciales se realizan en Bogotá.

4.1.7. Bases de datos clientes

- Para las encuestas de clientes de ETB, se suministrarán las bases de datos para la medición. Para la competencia, el interesado proporcionará las bases de la medición.
- En caso de que el interesado requiera bases de datos adicionales para poder cubrir el campo de clientes de ETB, deberá realizar la solicitud con diez (10) días hábiles de anticipación, para que internamente se realice el proceso correspondiente.
- Nota: Para encuestas de ETB se deben encuestar exclusivamente los clientes que se envían en las bases de datos proporcionadas por ETB. No pueden existir registros de otras fuentes. Así mismo, el interesado debe asegurar que usa las últimas bases proporcionadas para la medición, de esta forma, no deben existir registros en la medición del mes en curso, diferentes a los que se encuentran registrados en la última base, salvo previa aprobación de ETB.

4.1.8. Muestras

- El margen de error está dado por el escenario muestral entregado por ETB y será calculado de acuerdo a la fórmula entregada (Para cada periodo medido se calcula el margen de error para la muestra del mes y para la media móvil)
- Para facilitar los cálculos y comprobaciones se recomienda utilizar la aplicación estadística SPSS para efectuar los cálculos y análisis.
- En el siguiente ejemplo el error típico de la pregunta de satisfacción general es 0.065. Si asumimos un intervalo de confianza del 95% (y multiplicamos por lo tanto 1.96 al error), obtenemos 0.1274. A partir de ese valor es posible calcular el límite inferior (Media obtenida - 0.1274) y límite superior (Media obtenida +0.1274).



ESTUDIO DE MERCADO

Descriptivos

| | | | Estadístico | Error típ. |
|------|---|-----------------|-------------|------------|
| SG01 | Media | | 7,41 | ,065 |
| | Intervalo de confianza para la media al 95% | Límite inferior | 7,29 | |
| | | Límite superior | 7,54 | |
| | Media recortada al 5% | | 7,59 | |
| | Mediana | | 8,00 | |
| | Varianza | | 4,174 | |
| | Desv. típ. | | 2,043 | |
| | Mínimo | | 1 | |
| | Máximo | | 10 | |
| | Rango | | 9 | |
| | Amplitud intercuartil | | 2 | |
| | Asimetría | | -1,200 | ,077 |
| | Curtosis | | 1,382 | ,155 |

- Al no conocer a priori la dispersión (varianza) del resultado (Satisfacción Global) no podemos establecer un tamaño muestral universal, pero como referencia, suponiendo una media de la Satisfacción Global de 7 puntos, el intervalo de confianza de ± 0.35 puntos, para un nivel de significatividad del 95%, equivale a un error muestral del $\pm 5\%$.
- Se manejan medias móviles trimestrales para todos los segmentos excepto para Empresas donde es semestral y Carriers, donde se realizan tres mediciones al año.
- Se debe cumplir cuota por segmentos, sub segmentos, competidor de acuerdo a la muestra estructurada por ETB. El interesado deberá garantizar el 100% de las cuotas, salvo previa autorización de ETB.
- La muestra y su distribución para ETB está definida, sin embargo, la muestra puede sufrir modificaciones por cambios en la estructura de la empresa, u alguna otra novedad. Estos cambios serán consensuados con el interesado antes de ser aplicados.
- Para Hogares, Negocios, Prepago y Pospago, los clientes no deberán ser encuestados más de una vez cada 12 meses.
- Para Empresas, se permite entrevistar a clientes cada 6 meses.
- Antes de repetir entrevistas se debe haber intentado contactar a la totalidad de la BBDD.

4.2. DESARROLLO DEL ESTUDIO

4.2.1. Cronograma

El interesado debe asegurar que entregará el cronograma (en días calendario) del trabajo de campo mensual, al menos 5 días hábiles antes de dar inicio al trabajo de campo del mes siguiente, el cuál debe incluir:

- Las fechas de realización de encuestas y el cierre de cada segmento
- Fecha de entrega de bases de datos completa con verbatims, en Excel y SPSS
- Fecha de entrega de Tabulados de cada segmento con que incluyan el margen de error
- Fecha de entrega de casos críticos



ESTUDIO DE MERCADO

Cada estudio debe realizarse en un plazo máximo de 30 días, contemplando:

- Preparación de base de clientes a encuestar
- Capacitación encuestadores
- Ejecución de campo,
- Controles de calidad a las encuestas ejecutadas
- Entrega de resultados: bases de encuestas y reportes
- Y demás actividades que se requieran para la adecuada realización del estudio.

| Hitos de Medición | Periodicidad | Fecha de entrega |
|--|--------------|---|
| Cronograma | Mensual | Al menos cinco días antes del inicio del campo. |
| Trabajo de campo | Mensual | De acuerdo al cronograma mensual. |
| Casos críticos todos los segmentos (Insatisfechos) | Semanal | |
| Tabulados resultados de atributos y procesos (Mes y media móvil) | Mensual | |
| Bases de datos en SPSS y Excel (Mes y media móvil) | Mensual | |

4.2.2. Cuestionario:

Será entregado por ETB para cada segmento. Durante la ejecución del estudio se desea que el interesado esté en capacidad de realizar cambios en los instrumentos de medición en 48 horas luego de la solicitud realizada por ETB. Este tiempo no es negociable y debe cumplirse siempre.

4.2.3. Control de Calidad:

Se desea que el interesado garantice un alto nivel de rigurosidad en la calidad de la aplicación de los instrumentos de medición y en la manera como se registra la información. Lo anterior debe propiciarlo mediante procesos de Capacitación, Control y Retroalimentación, los cuales deben evidenciarse con respectivas actas y formatos de la aplicación de los procesos, y que ETB podrá solicitarlas en el momento en que las requiera.

Como principales revisiones para los estudios con encuestas se tiene:

1. Que no existan registros duplicados por teléfono o persona.
2. Los clientes deben encontrarse en la base original enviada por ETB para la medición (No aplica para competencia)
3. Cada encuesta debe encontrarse marcada con el segmento/subsegmento correcto.
4. Que no existan clientes encuestados en los últimos 6 o 12 meses (según el segmento, definición que entregará ETB al proveedor). Lo anterior es responsabilidad del proveedor. Para el segmento corporativo se aplicará la medida según disponibilidad de registros.
5. Correcta estructura de la encuesta. Totalidad de variables solicitadas, en el orden requerido y en el formato requerido (SPSS)
6. Correctos cálculos de Ponderadores y/o Índices
7. Coherencia entre los registros efectivos de la base de datos Vs. las respuestas de los clientes en las grabaciones, para este caso específico ETB realizará auditoria aleatoria del porcentaje de encuestas efectivas en cada segmento que estime conveniente.



ESTUDIO DE MERCADO

4.2.4. Inspección trabajo de campo

ETB podrá durante la ejecución del contrato, verificar de forma aleatoria la recolección de información. En caso de encontrar inconsistencia o que el perfil del cliente no corresponde ETB podrá exigir la realización de campo nuevamente, entendiéndose por realización de nuevas entrevistas o la técnica utilizada que no haya cumplido con los requerimientos establecidos previamente la investigación.

4.2.5. Reportes

Durante la ejecución de los estudios, se desea que el interesado entregue los siguientes reportes:

1. Reportes semanales de ejecución del campo
2. Reportes semanales Clientes Insatisfechos y detractores, cuya definición será entregada por el equipo de ETB. Debe enviarse de todos los segmentos de ETB evaluados.
3. Cuadro de mando mensual de resultados tabulados de todas las preguntas de los instrumentos del estudio.
4. Bases de datos semanal en Excel con ejecución parcial de encuestas (antes de finalizar el campo).
5. Bases de datos finales mensual al cierre de campo, en Excel y en SPSS con la totalidad de la información capturada y sus respectivas variables de identificación (nombre, teléfono, segmento, etc).
6. Entrega en medios digitales

Las entregas mensuales deberán realizarse a más tardar el último día hábil del mes de la medición.

4.2.6. ENTREGABLES DE LA INVESTIGACION

- **Cuadro de Mando.** mensual de resultados tabulados en Excel de todas las preguntas de los instrumentos del estudio, en estructura entregada por ETB. El interesado obtendrá los indicadores del estudio y las respuestas para cada una de las preguntas del cuestionario (atributos y procesos evaluados), los cuales deberán estar ponderados con los pesos que ETB indique. Este cálculo se realiza para el mes y para la media móvil, se debe calcular el margen de error debe ser entregado mensualmente, de acuerdo al cronograma definido con el proveedor. Competencia debe incluirse en la entrega del periodo evaluado con las mismas consideraciones
- ETB validará los resultados y en casos de requerir modificaciones, solicitará la respectiva corrección y/o ajuste, la cual deberá entregarse en un plazo no mayor a 5 días calendario a partir de la fecha de la solicitud
- **Base de datos completa:** ETB requiere la entrega de la Base de datos completa de los encuestados con sus respectivas respuestas. Se entregará en Excel y en SPSS tanto para el mes como para la media móvil con sus respectivas etiquetas de variables y respuestas según se identifiquen en el instrumento de medición, así como los debidos formatos numéricos y categóricos, según la naturaleza de la pregunta.



ESTUDIO DE MERCADO

- Se debe relacionar la identificación del cliente (nombre, teléfono y datos de identificación, además de los campos solicitados por ETB en el Datamap), cada una de las respuestas del cuestionario, el tiempo de duración de la encuesta, el código del encuestador y sus respectivos verbatims y sugerencias o/y observaciones (Sin codificar y codificadas), tanto para clientes propios como para la competencia, con base en el modelo que entregará ETB. Adicionalmente las bases deben contar con campos que permitan la actualización de datos de identificación (Data Cleaning), de acuerdo a la validación que realizan los encuestadores al momento de la encuesta, en ese orden de ideas, el interesado entregará los datos de identificación entregados inicialmente en la base de datos y los datos actualizados, cuando haya lugar a ello.
- El interesado debe hacer entrega semanal (reporte parcial, con las respuestas acumuladas para el periodo de medición) y mensual con la totalidad de encuestas de la muestra y sus respectivas respuestas por segmento y subsegmento con todo el control de Calidad y limpieza de datos.
- Las bases de encuestados deben contener la información original de la base de datos de clientes de ETB enviada para la medición y podrá ser modificada según la necesidad del negocio. No aplica para competencia.
- **Datamap**, con la estructura de la base de encuestas donde se pueda identificar las variables de clasificación y de cada pregunta del instrumento de medición. El interesado deberá entregar actualización del Datamap en el momento que surja algún ajuste en el estudio. La estructura será acordada con ETB.
- **Marco de códigos**, en donde se relacionen los códigos de las opciones de respuesta con su respectiva etiqueta. Este deberá ser actualizado con nuevas opciones de respuesta de cada medición ejecutada.
- **Casos críticos todos los segmentos:** El interesado entregará semanalmente el listado de clientes cuyas evaluaciones de satisfacción y recomendación, estén por debajo de 6, relacionando la información solicitada en la planilla proporcionada para tal fin. Este listado será entregado entre el segundo y tercer día hábil de cada semana.
- **Grabaciones.** El interesado deberá entregar cada semana (por medio de una carpeta compartida o FTP, dispuesta por el área técnica de ETB), los archivos de audio correspondientes a las encuestas aplicadas en cada uno de los estudios. La selección de dichas grabaciones se realizará de forma aleatoria por parte del equipo de ETB o por el proveedor. El interesado debe marcar el archivo con: la fecha de la encuesta, código de la encuesta, el código del encuestador, el segmento al cual pertenece, teléfono del cliente, operador (lo cual permite asociar la grabación a la base de datos con las respuestas). (Pueden presentarse eventualidades durante el trabajo de campo que impidan tener el 100% de las encuestas grabadas, en dichos casos el equipo de ETB decidirá si genera o no penalización de acuerdo a las razones que hayan causado este inconveniente). En las encuestas presenciales pueden presentarse excepciones donde el cliente no autorice a grabar la encuesta. Las grabaciones deben ser de encuestas efectivas y completas, no intentos de



ESTUDIO DE MERCADO

llamadas o grabaciones incompletas y deben ser almacenadas por lo menos durante 6 meses, al término de este tiempo el interesado enviará las grabaciones a ETB en algún dispositivo de almacenamiento digital, conservando una copia.

- **Verbatims:** El interesado debe entregar en la base de Excel y de SPSS la transcripción de las respuestas de los clientes de las preguntas abiertas del cuestionario con las siguientes características:
 - Transcripción total y literal de la verbalización del cliente (Sin errores de ortografía o redacción y completas)
 - Codificación de las verbalizaciones. El interesado debe contar con las herramientas tecnológicas y/o recurso para la codificación de las preguntas abiertas, y en conjunto con el área de mediciones, se validará el listado para que sea usado continuamente en el envío de las bases de datos.
 - El interesado debe entregar en las bases de datos estos dos campos: Verbalización original y codificado.

4.3. EXPERIENCIA DEL INTERESADO

ETB espera que el interesado informe que la experiencia que ha tenido en realización de estudios de satisfacción y recomendación de clientes en los últimos 3 años. Detallar en la propuesta información de la misma.

Así mismo, ETB espera conocer los nombres de algunos clientes actuales a los que les haya realizado servicios similares a los explicados en el presente documento. Por favor detallar el tipo de investigación realizada para ellos.

4.4. EQUIPO DE TRABAJO

ETB espera que el interesado asegure que dispondría de recursos con perfiles que cumplan con: experiencia en años (mínimo 3 años) en estudios realizados en el sector de Telecomunicaciones y niveles profesionales (títulos) alcanzados.

Los coordinadores del trabajo de campo sean profesionales con experiencia en manejo de call center, conocimientos en estadística e investigación de mercados.

4.5. CANALES DE COMUNICACIÓN.

Son canales de comunicación válidos para cualquier solicitud o aclaración los correos electrónicos corporativos o los comunicados suscritos, así como también designar al primer y segundo contactos un equipo celular activado desde el primer día de operación. Entendiendo que las personas de contacto y niveles de escalamiento para el manejo de comunicaciones que así lo requieran se espera de la siguiente forma y orden:

- a. Responsable de la Cuenta (Primer contacto)
- b. Responsable del Área Cuantitativa o Cualitativa (Segundo contacto)



ESTUDIO DE MERCADO

4.6. OBSERVACIONES AL SERVICIO.

Toda observación, sugerencia o queja sobre el servicio se debe asegurar que se realizará por escrito.

FIN DOCUMENTO.