

ACTA DE ABSOLUCIÓN DE CONSULTAS Y OBSERVACIONES


**ADQUISICION NIVEL N° II N° 003- 2015- AGROBANCO
"SERVICIO DE EVALUACION DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE AGROBANCO"**


En San Isidro, a los 08 días del mes de Junio de 2015, siendo las 11:00 horas, se reunieron los miembros del Comité de Adquisiciones, con el objeto de llevar a cabo el Acto referido a la absolución de observaciones de la Adjudicación Nivel II N° 003-2015-AGROBANCO - "**SERVICIO DE EVALUACION DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE AGROBANCO**"


Iniciado el acto, el señor Presidente del Comité de Adquisiciones Nivel II- Temas Administrativos, informó a los demás miembros que se recibió un (01) pliego de observación formulada por el participante **BDO CONSULTING SAC.** por lo que puso en consideración del Comité la absolución de la observación.

Después de revisarlo y puesto a debate la absolución de la observación, se acordó por unanimidad, aprobarla y publicarla en la página web, cuyo pliego forma parte de la presente acta.

Siendo las 12:35 horas de la misma fecha y no habiendo otro asunto que tratar se dio por terminada la sesión, firmándose la presente acta en señal de aceptación y conformidad.


AGROBANCO
BANCO AGROPECUARIO
CARLOS CÓRDOVA LOSTAUNAU
Gerente de Administración


AGROBANCO
BANCO AGROPECUARIO
CARLOS ALBERTO GINOCCHIO CELI
Gerente de Desarrollo


AGROBANCO
BANCO AGROPECUARIO
ERICH BUITRON BOZA
Gerente Legal

EL COMITÉ DE ADQUISICIONES NIVEL II- TEMAS ADMINISTRATIVOS

**PLIEGO DE ABSOLUCION DE CONSULTAS Y OBSERVACIONES
ADQUISICION NIVEL II N°003-2015-AGROBANCO
"SERVICIO DE EVALUACION DE LA CALIDAD DE SERVICIO DE AGROBANCO"**

POSTOR – BDO CONSULTING SAC

1. En relación a los OBJETIVOS ESPECÍFICOS se solicita aclarar lo siguiente:

En el punto II.3 Sensibilización al Personal se señala: *"Implementar un programa de sensibilización al personal directivo y de apoyo / asesoría de planta, para contar con una política de calidad en la atención al cliente, la misma que pueda ser monitoreada en el tiempo"*.

Consulta:

Entendemos el concepto de programa de sensibilización como el desarrollo de por lo menos un (01) taller de sensibilización o de capacitación en temas que permitan fortalecer las relaciones interpersonales, el trabajo en equipo y su disposición de servicio al cliente o algún otro tema que pueda ser identificado durante el desarrollo del Estudio. Agradeceremos precisar la cantidad de horas del taller y el número de participantes.

RESPUESTA

ES CORRECTO. EL PROGRAMA DE SENSIBILIZACIÓN SE ENTIENDE QUE COMPRENDE COMO MÍNIMO UN (01) TALLER DE SENSIBILIZACIÓN O CAPACITACIÓN. EL TALLER SERÁ DE 03 HORAS COMO MÍNIMO Y COMO MÁXIMO 25 PARTICIPANTES.

2. En relación a la DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO se solicita aclarar lo siguiente:

En la Primera y Segunda Etapa se señala:

Primera Etapa

- *"Definir las variables a analizar para la medición de la "línea base" correspondiente al nivel de satisfacción y herramientas, así como el tamaño de la muestra.*
- *Visita al menos tres sedes del Banco en provincias (Selva Central, Chíncha y Puno) en adición a la sede principal.*
- *Entrevistas con personal del Banco, Grupos de Interés con clientes, a definir en forma conjunta con el Banco. Se debe establecer sobre la base del itinerario o mapa de puntos de contacto del cliente, identificación de la imagen del banco de la imagen pública"*.

Segunda Etapa

- *"Elaboración del diagnóstico o estudio interno o línea base que permita la medición del nivel de calidad del servicio (NCS) de AGROBANCO, utilizando metodologías probadas y aceptadas, de común acuerdo..."*.

Consulta:

¿Podrían dar más detalles de las Técnicas o Tipos de Estudios de Investigación de Mercado con los que esperarían contar para lograr estos objetivos?; así como la cobertura o tamaño de muestra de los mismos?

Es necesario contar con esta información dado que es un factor importante al momento de determinar los tiempos y costos para el desarrollo del servicio.

De nuestra parte podemos indicar que para cumplir los objetivos podríamos proponer los siguientes Estudios:



- Estudio Cualitativo de Satisfacción del Cliente Externo con Entrevistas en Profundidad, para conocer el nivel de satisfacción con el servicio y producto de Agrobanco, profundizando en las experiencias que tienen los clientes, y además, acompañarlos en su día a día para así indagar sobre el uso y efectividad del producto.
- Estudio Cuantitativo de Satisfacción del Cliente con Encuestas Telefónicas a clientes de Agrobanco, para identificar oportunidades de mejora y/o tomar acciones correctivas inmediatas.
- Estudio Cualitativo de Satisfacción del Cliente Interno con Entrevistas en Profundidad, para evaluar los procesos críticos de Agrobanco mediante la satisfacción del cliente interno respecto al servicio que recibe de las diferentes áreas con las que interactúan.

Sin embargo, precisamos que nos los validen y/o nos indiquen su requerimiento, así como la cobertura y tamaño de muestra aproximada para cada uno de ellos.

RESPUESTA

SE ACOGE LA PROPUESTA HECHA POR LA EMPRESA POR CONSIDERARLA VÁLIDA PARA ALCANZAR LOS OBJETIVOS PROPUESTOS. SIN EMBARGO, TAMBIÉN SE PODRÁ ADMITIR OTRAS METODOLOGÍAS QUE RESULTEN EQUIVALENTES Y QUE CONLLEVEN A ALCANZAR LOS OBJETIVOS DEL PRESENTE SERVICIO, ESTÁS DE COMÚN ACUERDO CON LA EMPRESA GANADORA DEL PROCESO.

RESPECTO A LA COBERTURA Y TAMAÑO DE MUESTRA DE LOS ESTUDIOS EL REQUERIMIENTO ES EL SIGUIENTE:

ESTUDIO AL CLIENTE EXTERNO

ESTUDIO CUALITATIVO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

POBLACIÓN OBJETIVO: CLIENTES DE AGROBANCO.

INSTRUMENTO: ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD.

MUESTRA: PROMEDIO DE 25 CLIENTES. DETALLES DE LA MUESTRA COMO POR EJEMPLO LA UBICACIÓN U OTROS SERÁN DEFINIDOS EN CONJUNTO CON AGROBANCO.

ESTUDIO CUANTITATIVO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

POBLACIÓN OBJETIVO: CLIENTES DE AGROBANCO.

INSTRUMENTO: ENCUESTAS TELEFÓNICAS.

MUESTRA: SE REALIZARÁ UN PROMEDIO DE 10 ENCUESTAS EN 60 OFICINAS A NIVEL NACIONAL PRIORIZADAS EN CONJUNTO CON AGROBANCO; LO QUE DA UN TOTAL DE 600 ENCUESTAS.

ESTUDIO AL CLIENTE INTERNO

ESTUDIO CUALITATIVO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

POBLACIÓN OBJETIVO: CLIENTES INTERNOS DE AGROBANCO; PROCESOS CRÍTICOS.

INSTRUMENTO: ENCUESTAS TELEFÓNICAS Y/O PRESENCIALES.

MUESTRA: PROMEDIO DE 115 CLIENTES INTERNOS. DETALLES DE LA MUESTRA COMO POR EJEMPLO LA UBICACIÓN U OTROS SERÁN DEFINIDOS EN CONJUNTO CON AGROBANCO.

ESTE REQUERIMIENTO PODRÁ SER SUJETO A PEQUEÑOS CAMBIOS EN LA DISTRIBUCIÓN A PARTIR DE LA ETAPA DE REVISIÓN DE DOCUMENTACIÓN Y ENTENDIMIENTO DE LA ORGANIZACIÓN, Y DE IDENTIFICAR LOS PROCESOS CRÍTICOS RELACIONADOS CON LA CALIDAD DE SERVICIO, SEA DE CARA AL CLIENTE EXTERNO COMO AL CLIENTE INTERNO.



3. En relación a la DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO se solicita aclarar lo siguiente:

En la Segunda Etapa se señala:

Segunda Etapa

- *"...Identificar oportunidades de mejora de corto, mediano y largo plazo, identificando acciones inmediatas..."*

Consulta:

Se entiende que dichas oportunidades de mejora serán identificadas como producto de los Estudios cualitativos y/o cuantitativos que se desarrollen, y que entre las oportunidades de mejora se considerarán las necesidades de sensibilización al personal.

RESPUESTA

ES CORRECTO. LAS OPORTUNIDADES DE MEJORA SE DERIVAN DE LOS ESTUDIOS CUALITATIVOS Y CUANTITATIVOS A REALIZAR. EN ESTA ETAPA COMPRENDE ADEMÁS, LA ELABORACIÓN DE UN PLAN DE IMPLEMENTACIÓN DE DICHAS MEJORAS Y LA PREPARACIÓN DE UN PROGRAMA DE COMUNICACIÓN, EL CUAL COMPRENDERÁ LA IDENTIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES PARA COMUNICAR INTERNAMENTE Y EXTERNAMENTE LAS ACCIONES DE MEJORA.

COMO PARTE DE LAS OPORTUNIDADES DE MEJORA SE DEBE CONTEMPLAR EL PLANTEAMIENTO DE TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS SOBRE MODELOS APROBADOS Y DE APLICACIÓN EN INSTITUCIONES FINANCIERAS A NIVEL DE LINEAMIENTOS PARA SU IMPLEMENTACIÓN.

