

RESUMEN EJECUTIVO

APLICACIÓN DE ENCUESTAS SATISFACCIÓN/PERCEPCIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS: USUARIOS, COMUNIDAD, COLABORADORES, PROVEEDORES, GOBIERNO, ORGANIZACIONES, MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y ACADEMIA E INVESTIGACIÓN

CONTRATO PRESTACIÓN DE SERVICIOS N. 1-05-12200-1298-2020

MARZO 2021



servinformación

LOCALIZACIÓN INTELIGENTE

Somos una empresa líder en el mercado en el desarrollo de soluciones que ordenan y enriquecen la información de nuestros clientes utilizando la localización inteligente y la analítica de los datos con tecnologías innovadoras, que transformamos y generamos valor con soluciones de alto impacto y la toma de las mejores decisiones de negocio.

En Servinformación creemos que al ordenar y enriquecer la información generamos valor y damos poder.

PROCESOS REALIZADOS POR SERVINFORMACIÓN

CONTRATO PRESTACIÓN DE SERVICIOS N. 1-05-12200-1298-2020

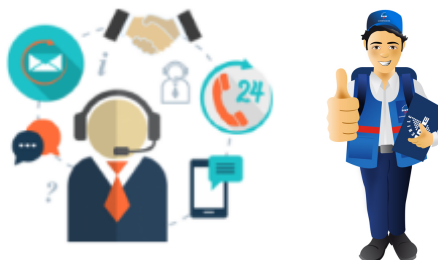
1 PREOPERATIVOS



Reclutamiento, Capacitación y Selección



Alistamiento Herramientas Tecnológicas



Entrega de Dotación según Actividad asignada

2 ASIGNACIÓN DE TRABAJO



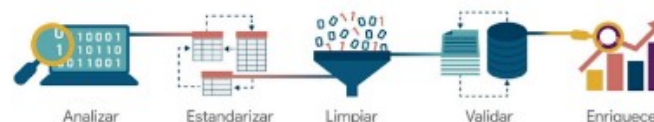
- ✓ Por Zonas
- ✓ Por Supervisor
- ✓ Por Encuestador y/o AgenteCall

3 RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN



- ✓ Aplicativo para cada grupo de interés
- ✓ Manuales por Metodología
- ✓ Formatos de Control
- ✓ Supervisión Directa, Telefónica, presencial
- ✓ Plataforma Seguimiento de Campo

5 CALIDAD DATA Y ANÁLISIS



- ✓ Detección de inconsistencia en datos de captura
- ✓ Corrección de errores BD
- ✓ Depuración y Estandarización de la data
- ✓ Análisis de la información y cruce de variables
- ✓ Visualización de los resultados

6 ENTREGA PRODUCTOS FINALES

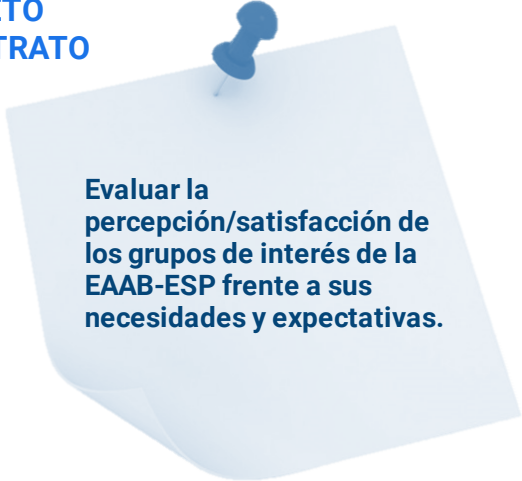


- 26 Bases de datos por Grupo de Interés
- 26 Informes de análisis de información
- 26 Presentaciones para la socialización de resultados
- 26 Planes de Acción
- 10 Socializaciones de los resultados obtenidos
- 1 Informe Ejecutivo con los resultados globales

FICHA TÉCNICA

CONTRATO PRESTACIÓN DE SERVICIOS N. 1-05-12200-1298-2020

OBJETO CONTRATO



Evaluar la percepción/satisfacción de los grupos de interés de la EAAB-ESP frente a sus necesidades y expectativas.

NECESIDADES

- ✓ Compromiso que tiene la Empresa hacia el grupo de interés.
- ✓ Canales de relacionamiento: Mecanismos de rendición de cuentas, tema de interés, etc..
- ✓ Necesidades y expectativas.
- ✓ Impactos Positivos y negativos.
- ✓ Reputación y marca.

TOTAL ENCUESTAS REALIZADAS
7.278

CUMPLIMIENTO
104%

MECANISMOS DE RECOLECCIÓN



3.161
Encuestas Presenciales



2.053
Encuestas Telefónicas



1.392
Encuestas Online



5 Grupos Focales
85 Participantes



587
Cliente Incógnito

TOTAL ENCUESTAS POR GRUPO DE INTERÉS



RESULTADOS CAPITULOS GENERALES

ENCUESTAS SATISFACCIÓN/PERCEPCIÓN DE LOS 8 GRUPOS DE INTERÉS

CONTRATO PRESTACIÓN DE SERVICIOS N. 1-05-12200-1298-2020



SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

Este capítulo de Sostenibilidad Ambiental se preguntó en 4 grupos de interés y en 7 clasificaciones:

- ✓ Usuarios: Usuarios Externos
- ✓ Comunidad
- ✓ Gobierno: Nacional, Distrital y Junta Directiva EAAB-ESP
- ✓ Organizaciones: Competencia y Filiales

Se obtuvieron 701 respuestas en total para las preguntas relacionadas, obteniendo el 78,9%* de satisfacción.

En este capítulo se pregunta principalmente por:

- ✓ Conocimiento de Proyectos ambientales liderados por la EAAB-ESP
- ✓ Plan de Saneamiento y Manejo de Vertimientos
- ✓ Estrategias de mitigación del cambio climático
- ✓ Programa de uso razonable del agua.

ACCIONES PRINCIPALES PROPUESTAS EN EL PLAN DE ACCIÓN



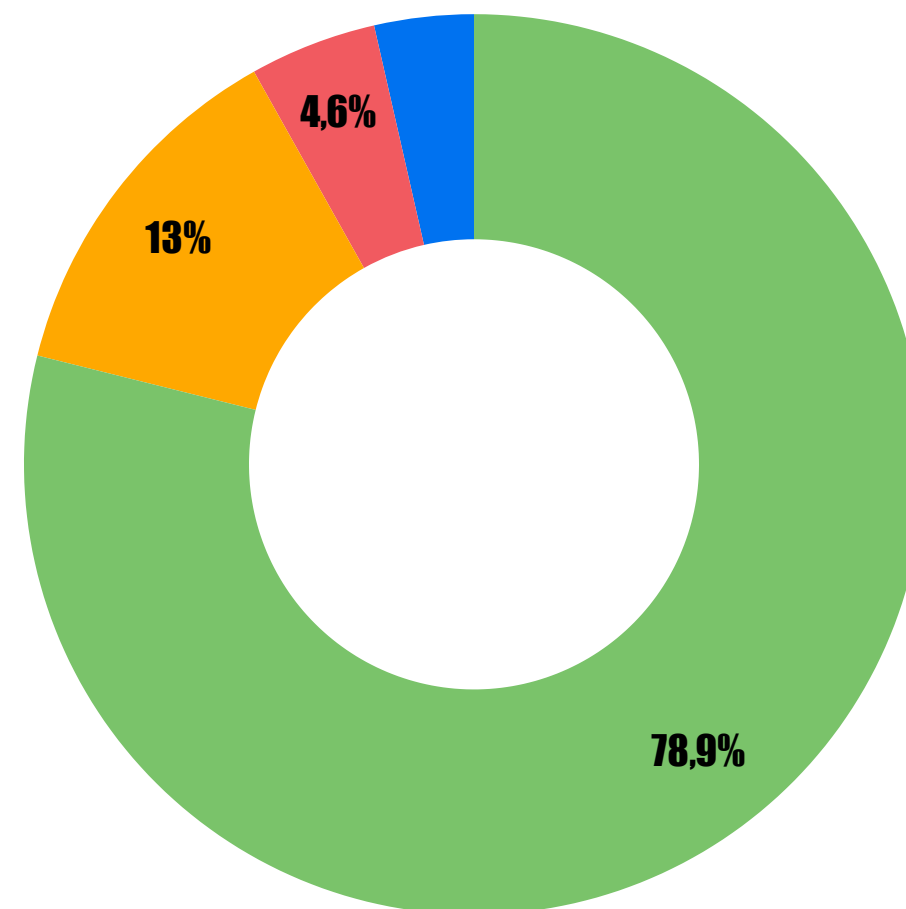
Aumentar la divulgación de las acciones adelantadas por la EAAB-ESP tanto de la gestión que se realiza, como de los proyectos y programas que se están ejecutando. (Plan de Saneamiento y Manejo de Vertimientos, Estrategias de mitigación del cambio climático, Programa de uso razonable del agua, etc.)



Fortalecer la información pública en medios digitales. (Proyectos de medios ambiente, afectaciones a la comunidad, cortes de aguas, obras públicas, entre otros).

GRUPO DE INTERÉS

CLASIFICACIÓN



* Para construir el Indicador de Percepción y Satisfacción se analizaron todas las respuestas de las preguntas que tenían escalas de percepción y se promediaron para obtener el resultado final.

El color azul indica un pequeño porcentaje de respuestas donde los encuestados respondieron con un No sabe / No responde.





RENDICIÓN DE CUENTAS

GRUPO DE INTERÉS

CLASIFICACIÓN

En cuanto a Rendición de Cuentas se preguntó a los 8 grupos de interés y en 22 clasificaciones*.

Se obtuvieron 2.019 respuestas en total para las preguntas relacionadas, obteniendo el 69,6%* de satisfacción.

Las preguntas estuvieron enfocadas principalmente a:

- ✓ Participación del evento de Rendición de Cuentas 2020
- ✓ Participación Espacios de Diálogo
- ✓ Temas tratados, la posibilidad de participar y el cumplimiento de compromisos tangibles.

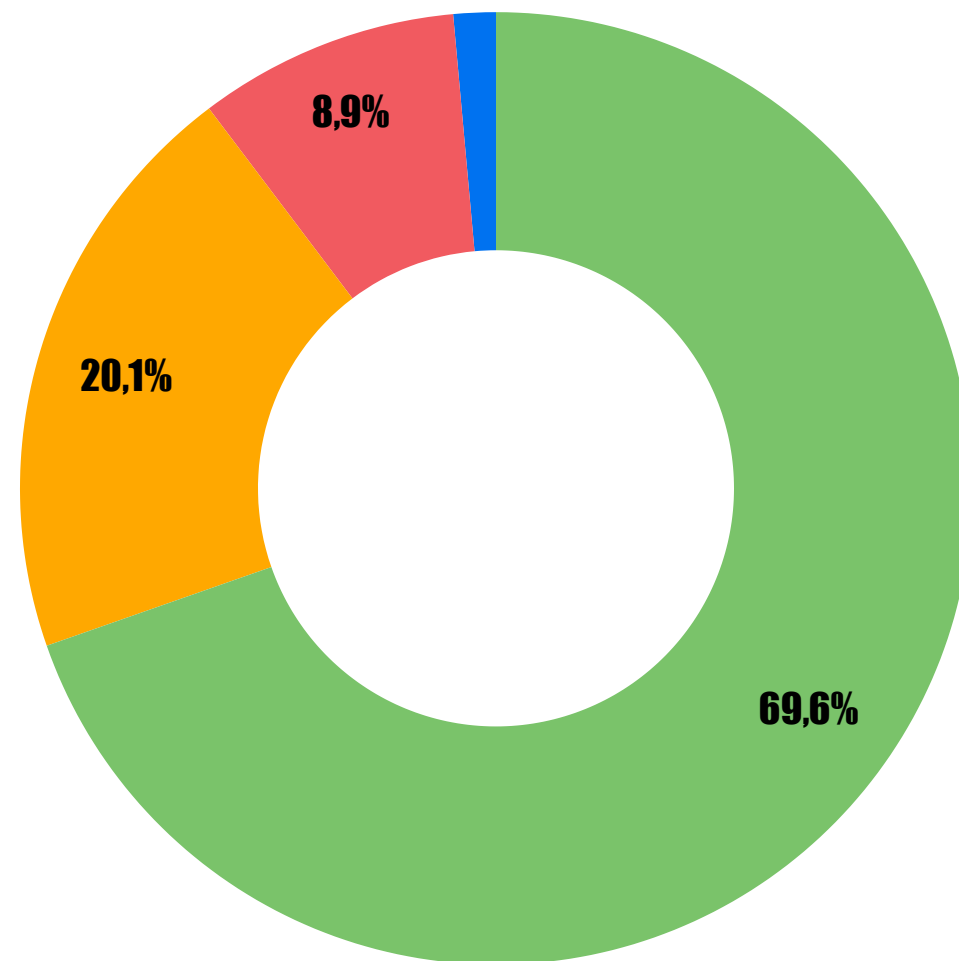


ACCIONES PRINCIPALES PROPUESTAS EN EL PLAN DE ACCIÓN

Reforzar la difusión del evento de Rendición de Cuentas y los espacios de diálogos, así como sus objetivos a todos los grupos de interés para aumentar la asistencia y participación.

Generar un sistema de medición y seguimiento de compromisos tangibles que salgan a partir de dichos eventos abierto al público para que quienes participan puedan realizar seguimiento a las acciones planeadas y puedan tener información del cumplimiento.

Aumentar el relacionamiento con los medios de comunicación para difundir los eventos que involucren a todos los grupos de interés.



* Para construir el Indicador de Percepción y Satisfacción se analizaron todas las respuestas de las preguntas que tenían escalas de percepción y se promediaron para obtener el resultado final.

El color azul indica un pequeño porcentaje de respuestas donde los encuestados respondieron con un No sabe / No responde.

* Este capítulo se excluyó de los formularios: Funcionarios Front Office, PQRS escritas, Cliente Incógnito Presencial y Call Center.





REPUTACIÓN Y MARCA

En lo referente a **Reputación y Marca** se preguntó a los **8 grupos de interés** y en **22 clasificaciones***.

Se obtuvieron **67.530 respuestas** en total para las preguntas relacionadas, obteniendo el **64,9%*** de satisfacción.

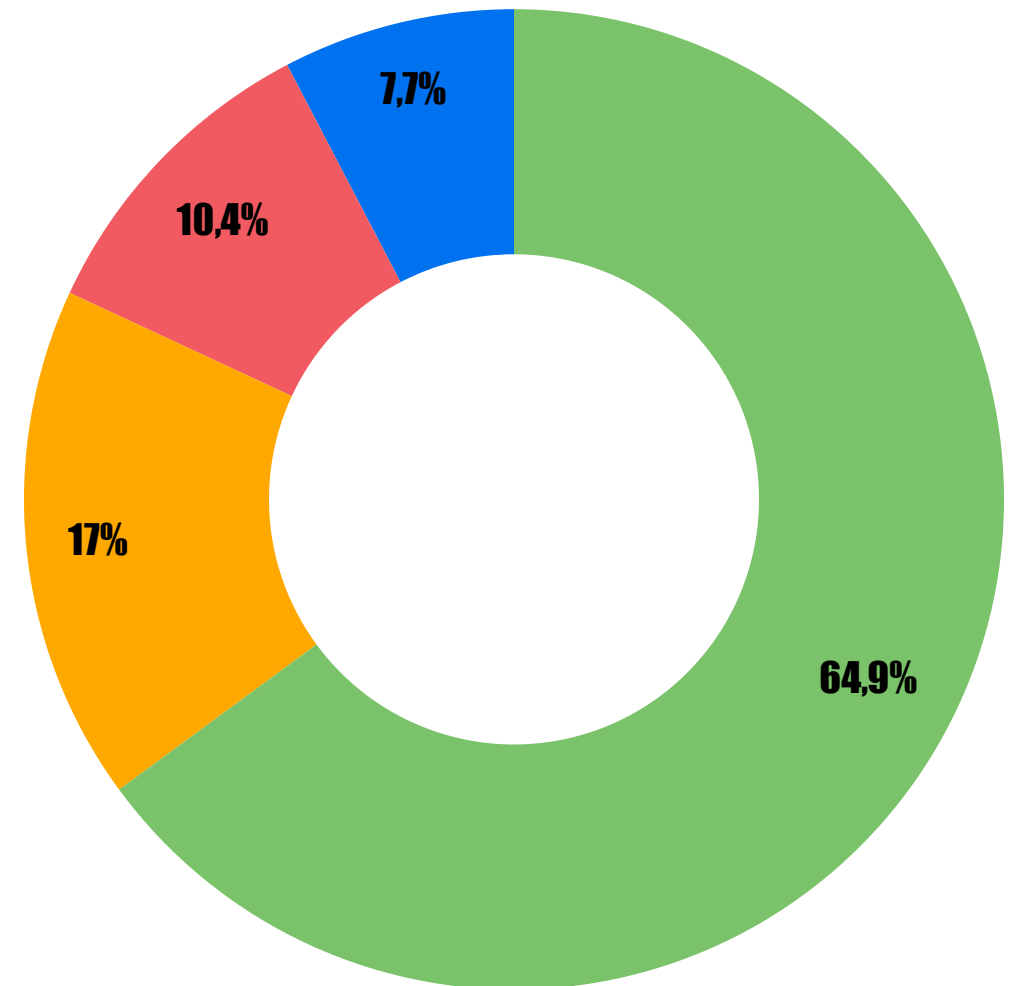
Las **10 afirmaciones** sobre la EAAB-ESP que componían el capítulo fueron:

- * **58,9%** Identidad con la EAAB - ESP
- * **59,0%** Mejora continua e innovación
- * **59,8%** Comprometida medioambiente
- * **61,1%** Comprometida con sus grupos de interés
- * **64,7%** Trayectoria impecable
- * **65,2%** Solvencia económica
- * **67,6%** Compromiso y Respeto con los usuarios
- * **68,1%** Servicios de buena calidad - vocación
- * **68,8%** Inspira confianza y proyecta transparencia
- * **76,0%** Empresa incluyente y solidaria

Esta temática tuvo resultados diferentes dependiendo el grupo de interés, pero se resaltan las **3 primeras afirmaciones** que fueron las que tuvieron los **menores porcentajes** de satisfacción.

GRUPO DE INTERÉS

CLASIFICACIÓN

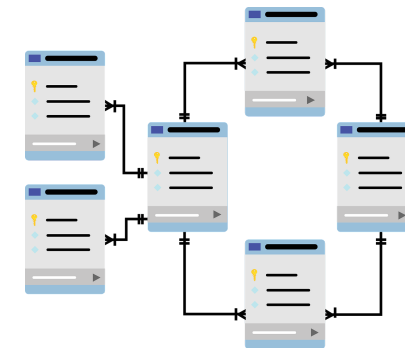
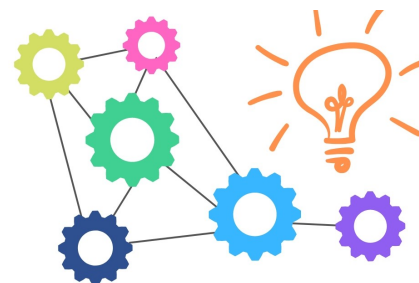


* Este capítulo se excluyó de los formularios: Funcionarios Front Office, PQRS escritas, Cliente Incógnito Presencial y Call Center.



REPUTACIÓN Y MARCA

ACCIONES PRINCIPALES PROPUESTAS EN EL PLAN DE ACCIÓN



Realizar campañas de comunicación donde se resalte las acciones positivas de la EAAB-ESP, las inversiones que realiza la empresa en redes, fuentes hídricas, proyectos de sostenibilidad ambiental, entre otros.



Trabajar en fortalecer la imagen en los diferentes grupos de interés teniendo en cuenta sus necesidades y expectativas.



Mejorar todo lo referente a difusión de información en los diferentes aspectos evaluados en la encuesta.



Involucrar en los diferentes planes de mejora continua e innovación tecnológica especialmente para el grupo de interés de colaboradores.



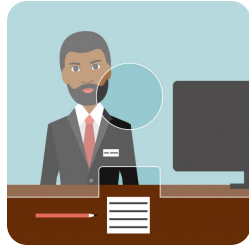
Construir o mantener actualizadas las bases de datos por cada grupo de interés, para lograr hacer las divulgaciones de la información más enfocadas según las necesidades de cada uno de ellos.





CANALES DE ATENCIÓN

68,7% de Satisfacción
Atención Presencial



35 min

Promedio para ser atendido posterior al recibir el turno

84% de Satisfacción
Acualínea - 116



60 min

Promedio para ser atendido

90,6% de Satisfacción
Videollamada
(2 Funcionarios atienden el canal)



90 min

Promedio para ser atendido



Aspectos mejor calificados

- 95,2%** Maneja un buen tono de voz
- 90,2%** Escucha atenta del usuario
- 85,7%** Es cálido y amable

- 100%** Presentación y saludo
- 100%** Escucha atenta al usuario
- 96,9%** Lenguaje claro y respuesta acertada de acuerdo al requerimiento

100% en 10 ítems de los 14 evaluados
(Presentación, tono de voz, claridad, escucha, lenguaje, entre otros)



Aspectos por mejorar*

- 83,3%** Presentación y saludo
- 42,9%** Informar al usuario el tiempo de espera mientras consulta el sistema
- 35,7%** Tiempo de espera para ser atendido

- 34,4%** Evaluación del servicio al finalizar
- 32,1%** Cierre adecuado de la llamada
- 28,1%** Tiempos entre las preguntas y las consultas al sistema

- 50%** Tiempo de espera para ser atendido
- 41,7%** La solución dada al usuario
- 35,7%** Tiempos entre las preguntas y las consultas al sistema


* El porcentaje esta dando en el Nivel de insatisfacción




CANALES DE ATENCIÓN


ACCIONES PRINCIPALES PROPUESTAS EN EL PLAN DE ACCIÓN




 **Capacitar periódicamente a los Funcionarios en los protocolos y especialmente en los temas que presenten mayor complejidad, para que cuenten con toda la capacidad de atenderlos y brinden una información veraz a todos los usuarios.**




 **Evaluar el dimensionamiento de los canales para disminuir el tiempo que un usuario debe esperar para ser atendido.**


 **Tener menús especializados en la Aculínea para algunos grupos de interés.**



 **Revisar el protocolo de atención y realizar seguimiento a los KPI referentes a los tiempos de respuesta por tipo de solicitud y tratar de optimizar dichos tiempos para que el usuario sienta que fue escuchada y atendido prontamente.**

 **Mantener informados a los usuarios de temas generales de la empresa como: cortes de aguas, iniciación de obra, tala de arboles, lo que podría disminuir el número de llamadas y visitas.**



 **Generar un sistema de medición y seguimiento de los requerimientos realizados por los usuarios para ir monitoreando los temas que presente mayor demanda y así poder generar acciones de mejora enfocadas a dichas temáticas o públicos en específico.**

NIVEL DE PERCEPCIÓN Y SATISFACCIÓN GENERAL

8 GRUPOS DE INTERÉS EAAB-ESP

TOTAL MUESTRA: 7278 encuestas
8 Grupos de Interés
26 Clasificaciones
152.670 respuestas



Meta Percepción del Plan
General Estratégico 2020:
70%



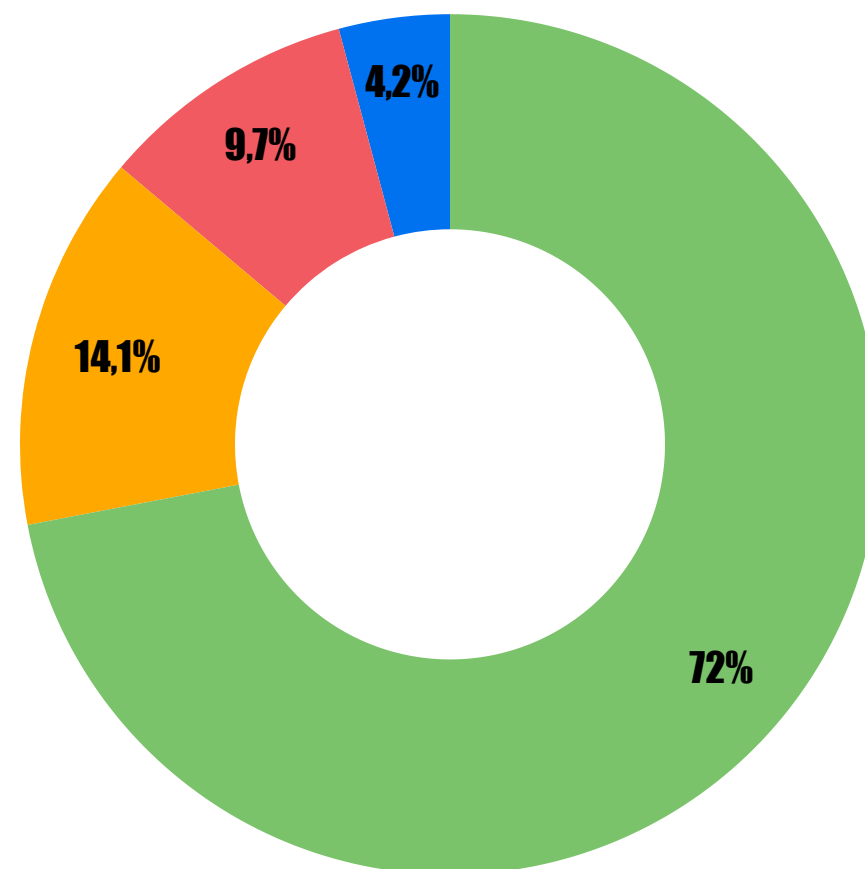
El Nivel de Percepción y
Satisfacción General fue:

✓ **72%***

Para sus 8 Grupos de Interés
2020

GRUPO DE INTERES ▾

CLASIFICACIÓN ▾



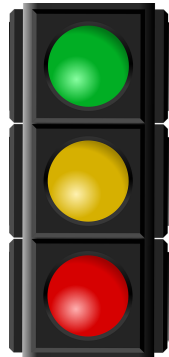
* Para construir el Indicador de Percepción y Satisfacción se analizaron todas las respuestas de las preguntas que tenían escalas de percepción y se promediaron para obtener el resultado final.

El color azul indica un pequeño porcentaje de respuestas donde los encuestados respondieron con un No sabe / No responde.

NIVEL DE SATISFACCIÓN USUARIOS

En el 2020, se aplicaron 4.634 encuestas a los usuarios externos, los aspectos evaluados fueron:

Estándares de prestación de servicios y expectativas



83,9% Bueno y Muy Bueno

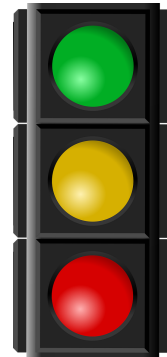
11,6% Ni Bueno, ni malo

4,3% Malo y Muy Malo

*0,2% NS/NR

Temas evaluados: Percepción de la calidad, continuidad y presión del agua potable.

Facturación



79,2% Bueno y Muy Bueno

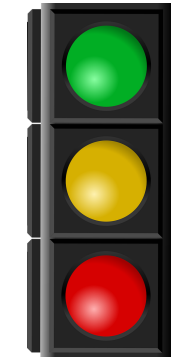
9,7% Ni Bueno, ni malo

10,7% Malo y Muy Malo

*0,3% NS/NR

Temas evaluados: Recibo de la facturación, diseño, tiempo de anticipación, tarifa y puntos de pago.

Trámites y Canales de Servicios



58,4% Bueno y Muy Bueno

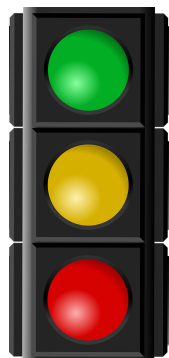
26,6% Ni Bueno, ni malo

14,4% Malo y Muy Malo

*0,7% NS/NR

Temas evaluados: Trámites realizados, canal por donde lo realizó, atención, claridad de la información, tiempo de respuesta, interrupción de servicio e información y restauración del mismo.

Canales de Información



74,7% Bueno y Muy Bueno

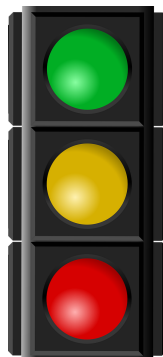
19,5% Ni Bueno, ni malo

4,9% Malo y Muy Malo

*0,8% NS/NR

Temas evaluados: Recepción de información, temas recibidos, canales oficiales por donde lo recibió, contenido, frecuencia y lo que le gustaría recibir.

PQRS



43,5% Bueno y Muy Bueno

22% Ni Bueno, ni malo

31,4% Malo y Muy Malo

*3,1% NS/NR

Temas evaluados: Formulación de PQRS, medios para radicar, nivel de conocimiento del funcionario para atender, amabilidad, tiempo de respuesta y respuesta recibida.



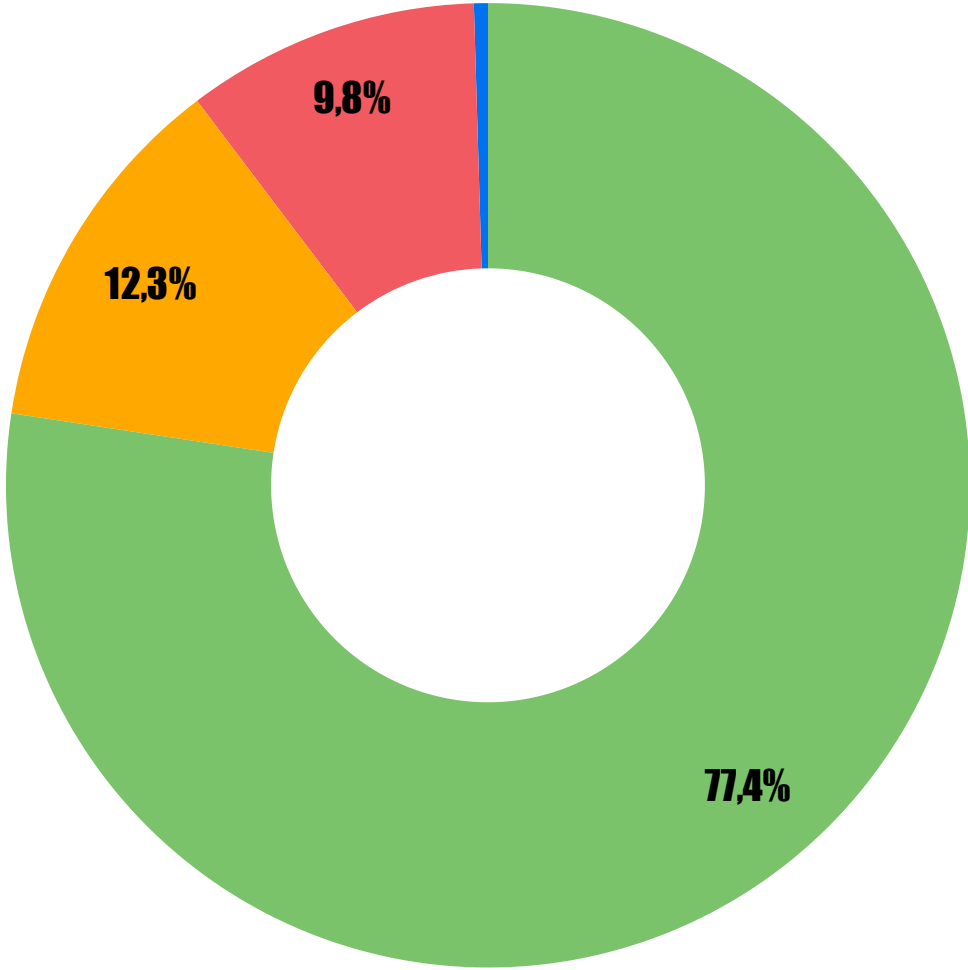
El capítulo que tuvo **mayor satisfacción para el grupo de interés Usuarios** fue estándares de prestación del servicio con un **83,9%**.



La **más baja calificación** fue PQRS con el **43,5%**.



NIVEL DE SATISFACCIÓN USUARIOS

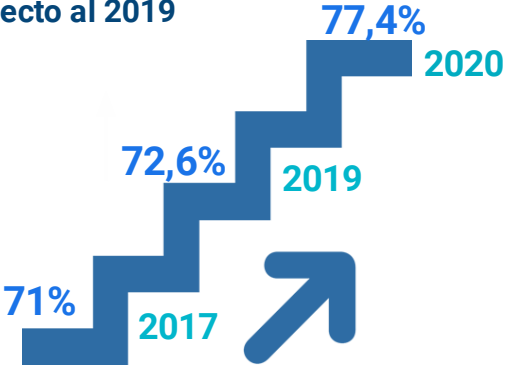


Meta del NSU 2020:
72%



Nivel de Satisfacción de Usuarios
2020:
✓ 77,4%*

Aumentando en
4,8 puntos
respecto al 2019

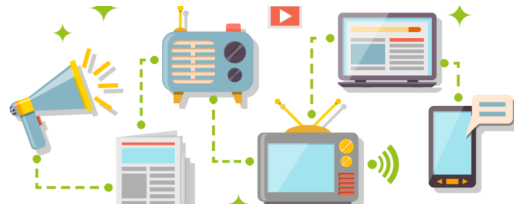


* Para construir el Indicador de Percepción y Satisfacción se analizaron todas las respuestas de las preguntas que tenían escalas de percepción y se promediaron para obtener el resultado final.

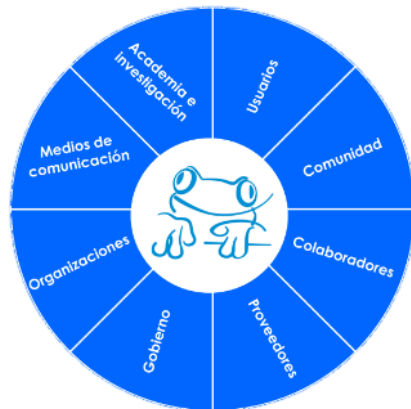
El color azul indica un pequeño porcentaje de respuestas donde los encuestados respondieron con un No sabe / No responde.

ACCIONES TRANSVERSALES

PROPUESTA PLAN DE ACCIÓN



Generar herramientas dinámicas de capacitación y socialización de los diferentes procesos que lleva a cabo cada grupo de interés.



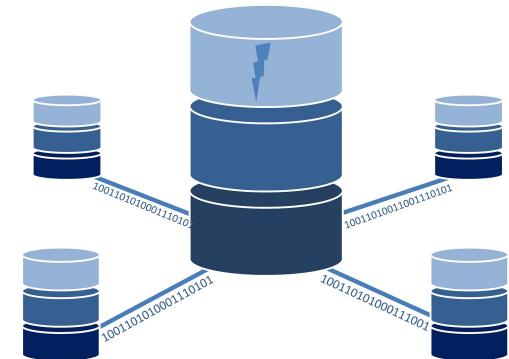
Fortalecer el plan de comunicación donde se incluyan todos los grupos de interés teniendo en cuenta sus necesidades e interés.



Construir herramientas de seguimiento para las acciones que se lleven a cabo con cada grupo de interés.



Mejorar tiempos de respuesta en los diferentes canales que afecta cada proceso que desarrolla la EAAB-ESP.



Construir o mantener actualizadas las bases de datos por cada grupo de interés, esto se puede iniciar a través de campañas de actualización de datos por internet.



GRACIAS