

Resultados encuesta satisfacción de clientes



Este estudio fue realizado bajo un Sistema de Gestión de Calidad certificado en las normas ISO 20252: 2012 / ISO 9001: 2015





- »»» Obtener los indicadores de satisfacción de los clientes de XM del sector eléctrico a nivel general y en cada uno de los servicios prestados.
- »»» Esta evaluación de satisfacción responde al cumplimiento del Artículo 22 de la resolución CREG 174 de 2013 que plantea su aplicación cada 2 años.



Técnica recolección de datos

Entrevistas telefónicas



Grupo objetivo

Clientes de XM



Cubrimiento geográfico

Nacional



Método de selección de los participantes

Muestreo por cuotas (mínimo el 50% de los usuarios por proceso).



Marco muestral

Lista de contactos de los contactos de cada empresa.



Muestra

Cantidad de encuestados:
260



Naturaleza de la investigación

Cuantitativa



Trazabilidad de los resultados

Garantizada a través del uso de la metodología Ipsos, implementada desde 2008.



Trabajo de campo

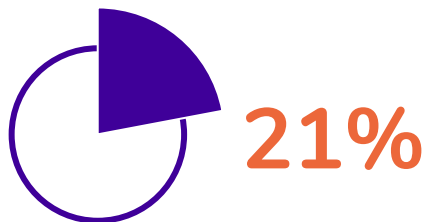
27 de Julio al 16 de Octubre



Nivel de cargo

N1

Representante legal,
Gerente, Subgerente,
Director



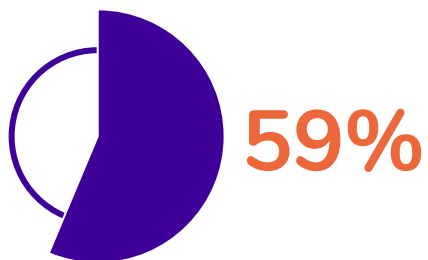
N2

Coordinador, Ingeniero
Jefe, Líder, Supervisor

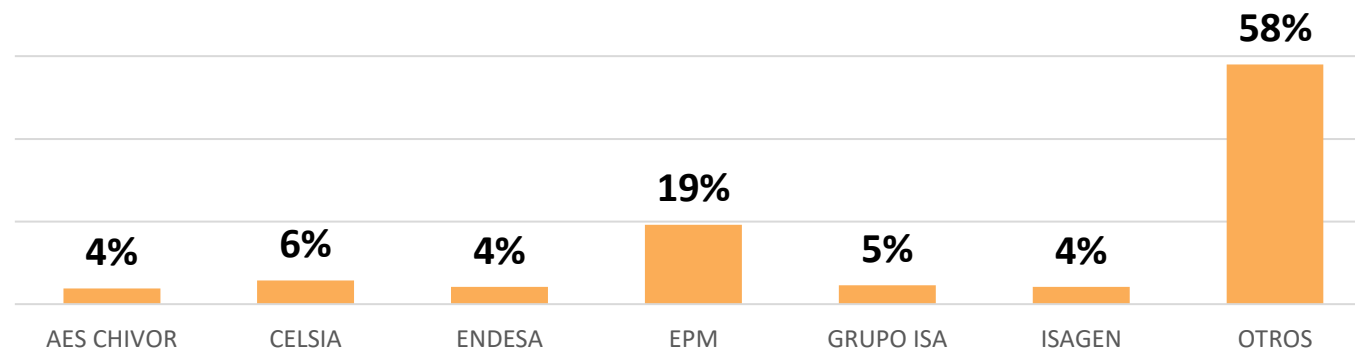


N3

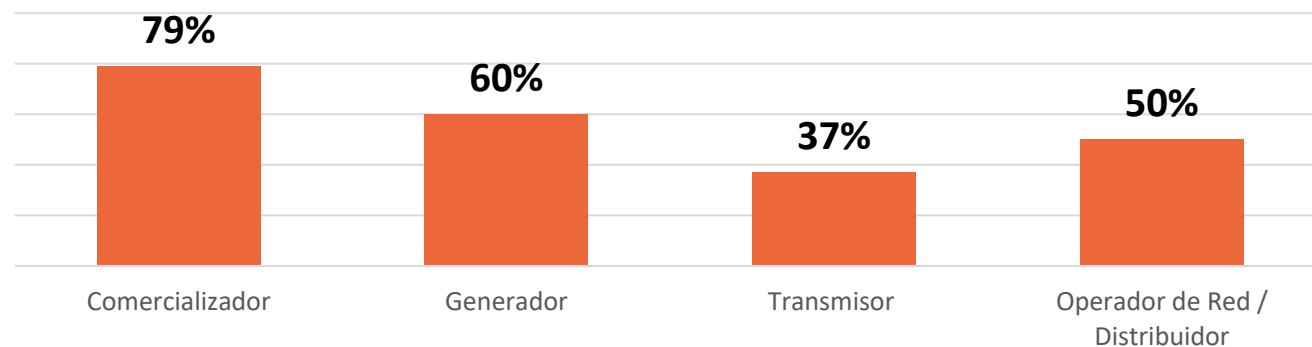
Ingeniero, Profesional,
Especialista, Analista,
Asesor, Asistente, Operador



Empresa



Tipo de agente





Imagen

Nivel de **favorabilidad** frente a la compañía

Satisfacción

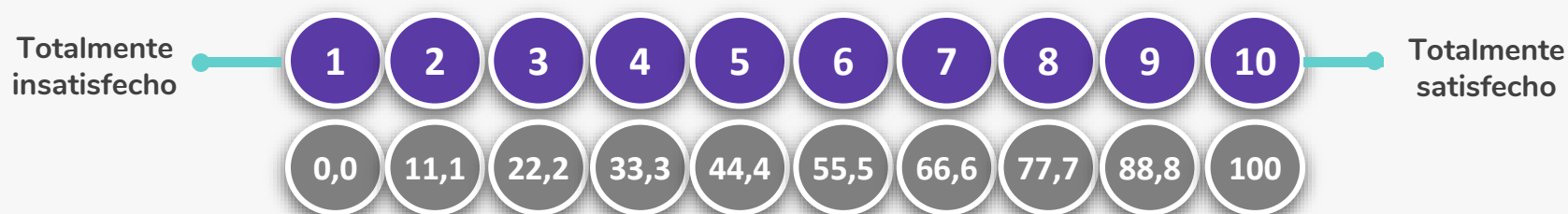
Nivel en que las **expectativas** que tienen los usuarios, son **cubiertas** con la **propuesta de valor** de la empresa

Calidad

Percepción frente a los **procesos** y a la **forma adecuada** como estos son **ejecutados**

Parámetros de comparación

Para el análisis de la información se utiliza un sistema de “semáforo”, el cual permite detectar la situación en que se encuentra cada uno de los procesos y atributos en la medición. Este análisis se realiza tomando como base el cálculo del IS, de acuerdo a un re-escalamiento de 0 a 100.

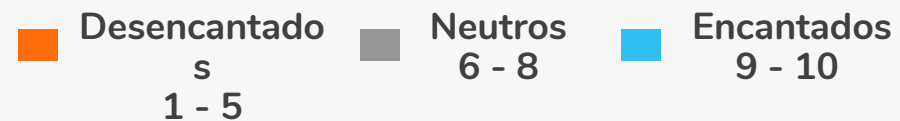
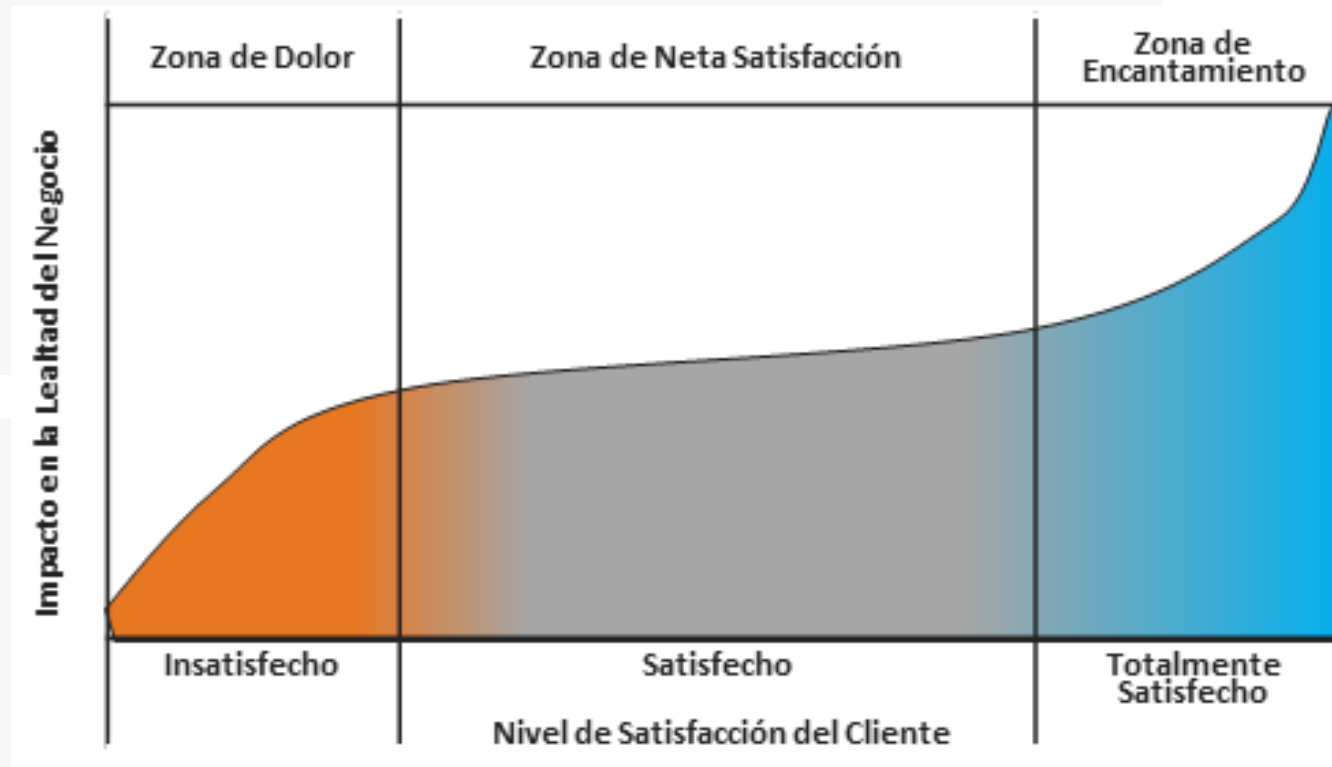


Para el presente estudio se toman los siguientes parámetros:

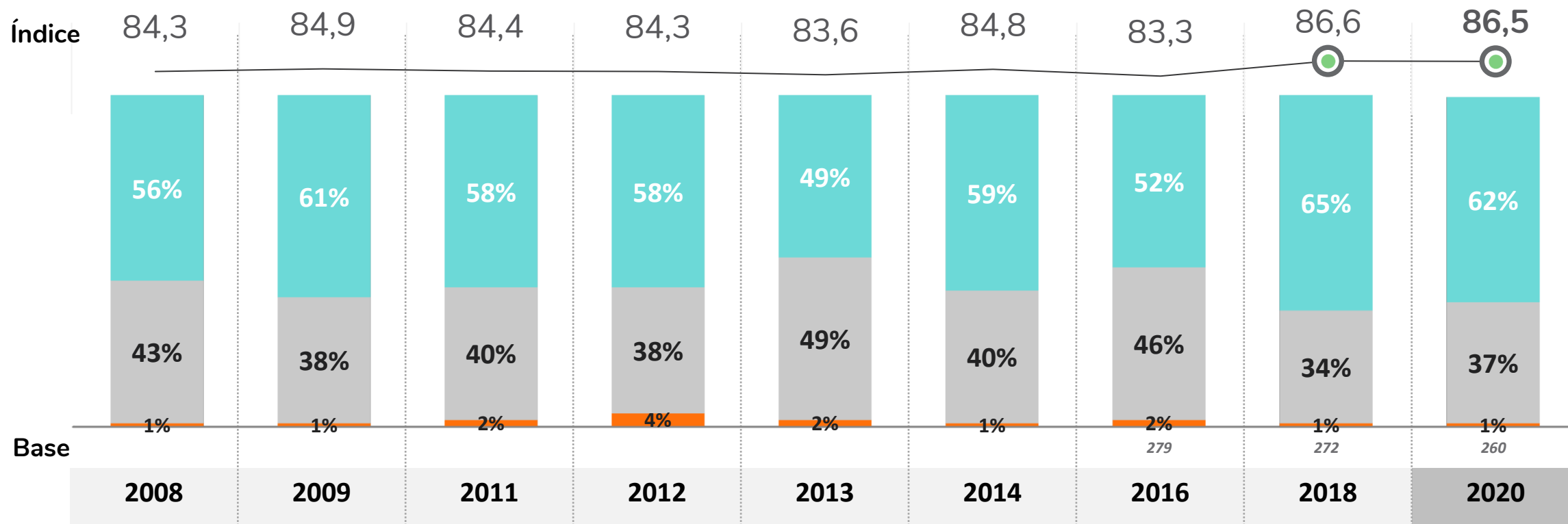
RANGO	SATISFACCIÓN	ACCIONES
$\geq 85,5$	● ALTA	MANTENIMIENTO
85,5 - 73,3	● MEDIA	OPTIMIZAR
$< 73,3$	● BAJA	ACCIÓN INMEDIATA

Análisis de satisfacción

Partamos del modelo de encantamiento utilizado por IPSOS para la evaluación de satisfacción. Este modelo de encantamiento se basa en la teoría de que el verdadero impacto en la satisfacción se da en los extremos de la escala. La agrupación se definió de la siguiente forma:

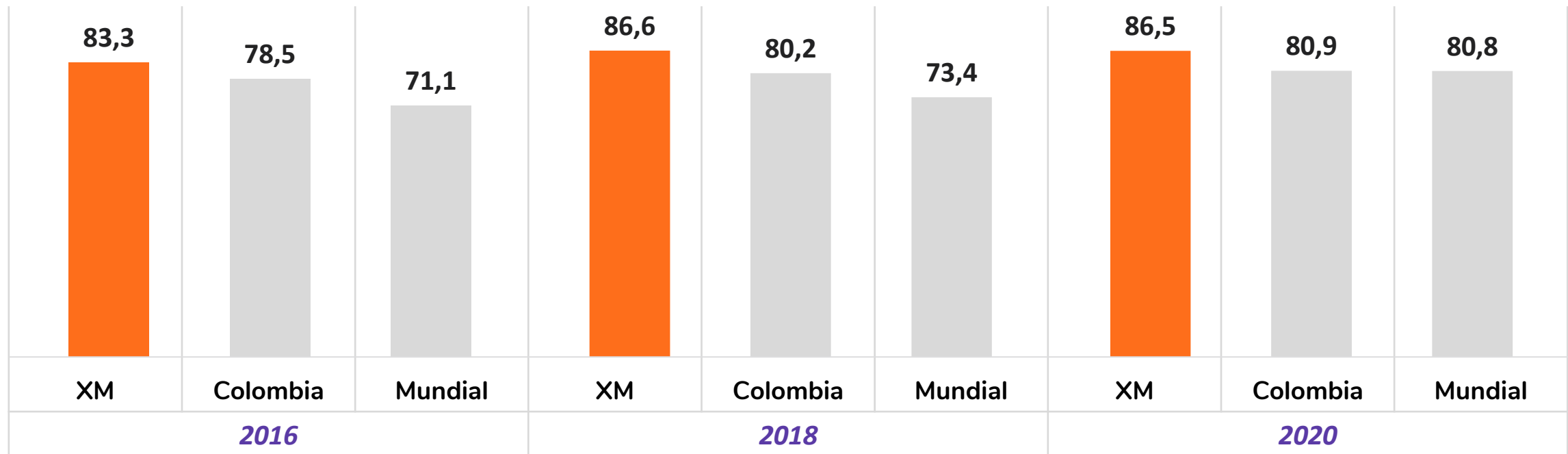


Evolución de la satisfacción general



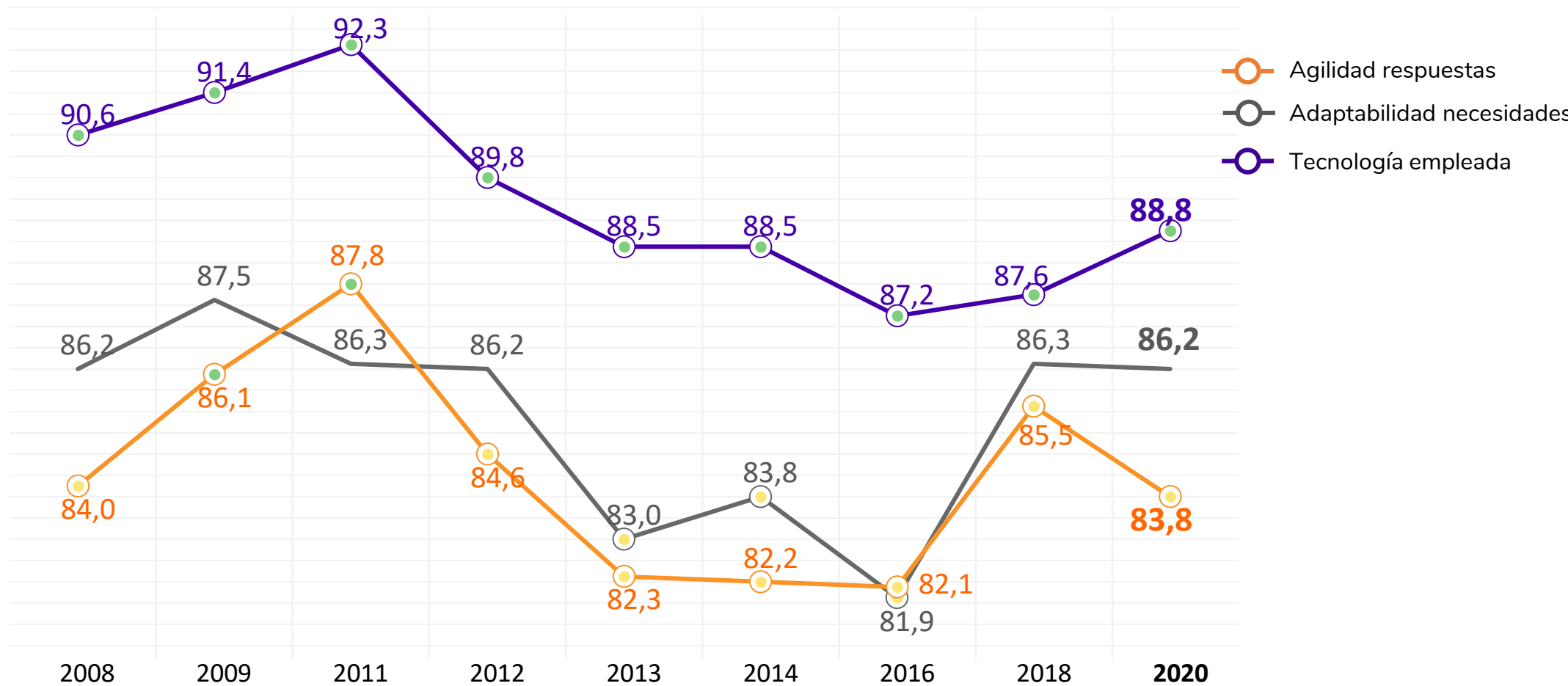
- Alto (>85,5)
- Encantados (9-10)
- Medio (73,3 – 85,5)
- Neutros (6-8)
- Bajo (<73,3)
- Desencantados (1-5)

Benchmarking satisfacción



Datos provenientes Normas Ipsos

Evolución de variables básicas del servicio

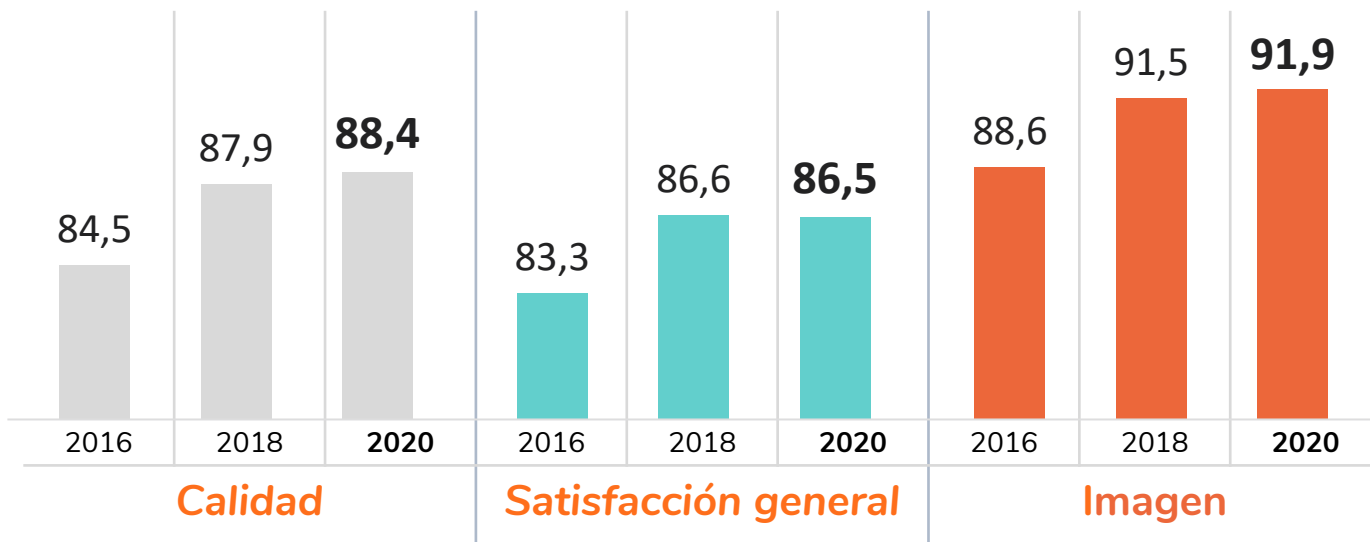


Agilidad en la respuesta ha sido sostenidamente una oportunidad para la organización: demandas comerciales, registro de fronteras y despacho económico servicios prioritarios para actuar.

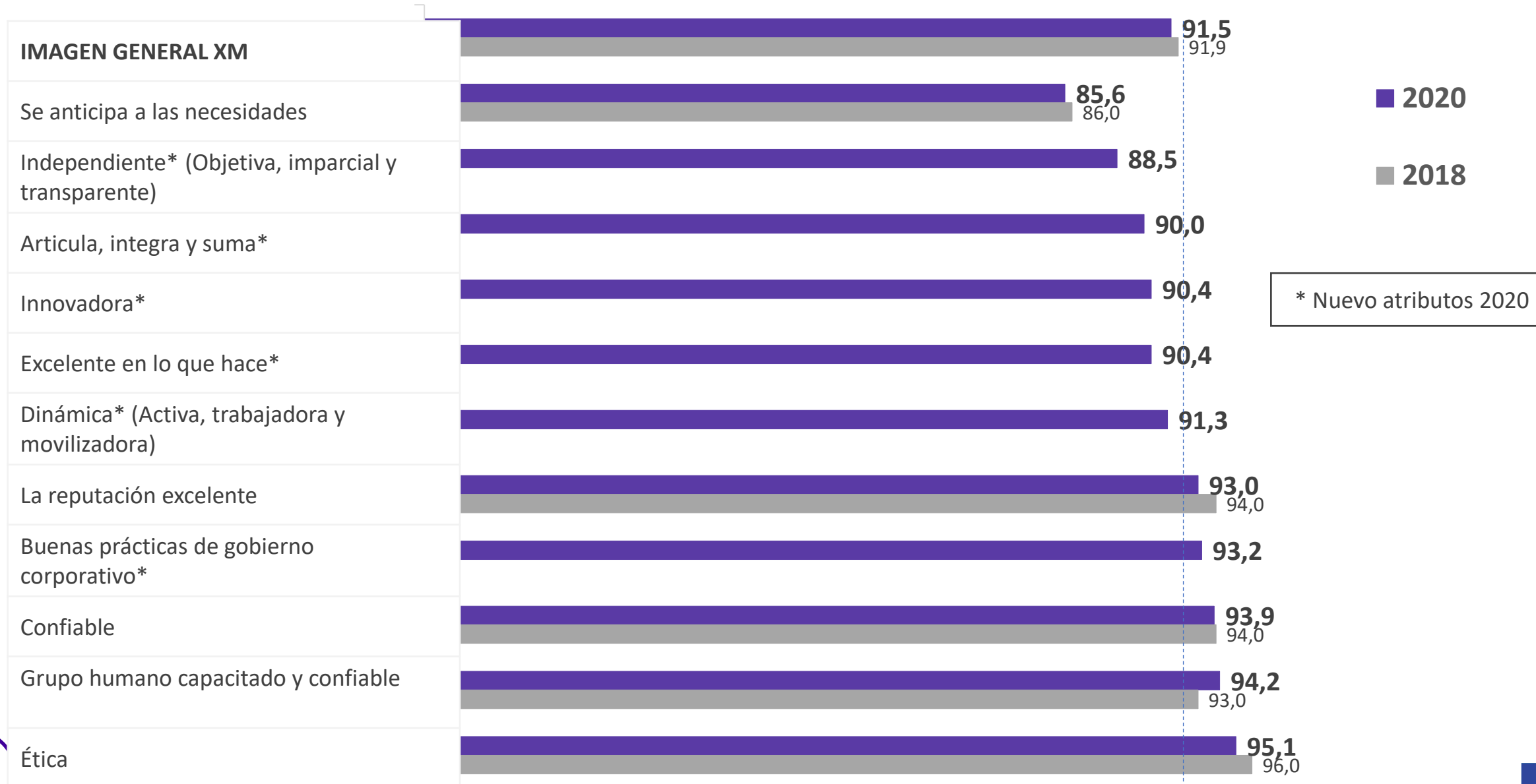
Evolución indicadores generales



- Mantenimiento en los tres indicadores.
- Logramos construcción de relación desde los elementos primordiales de la relación: calidad, adecuada experiencia de servicio (satisfacción), que redundan en imagen positiva de la compañía.

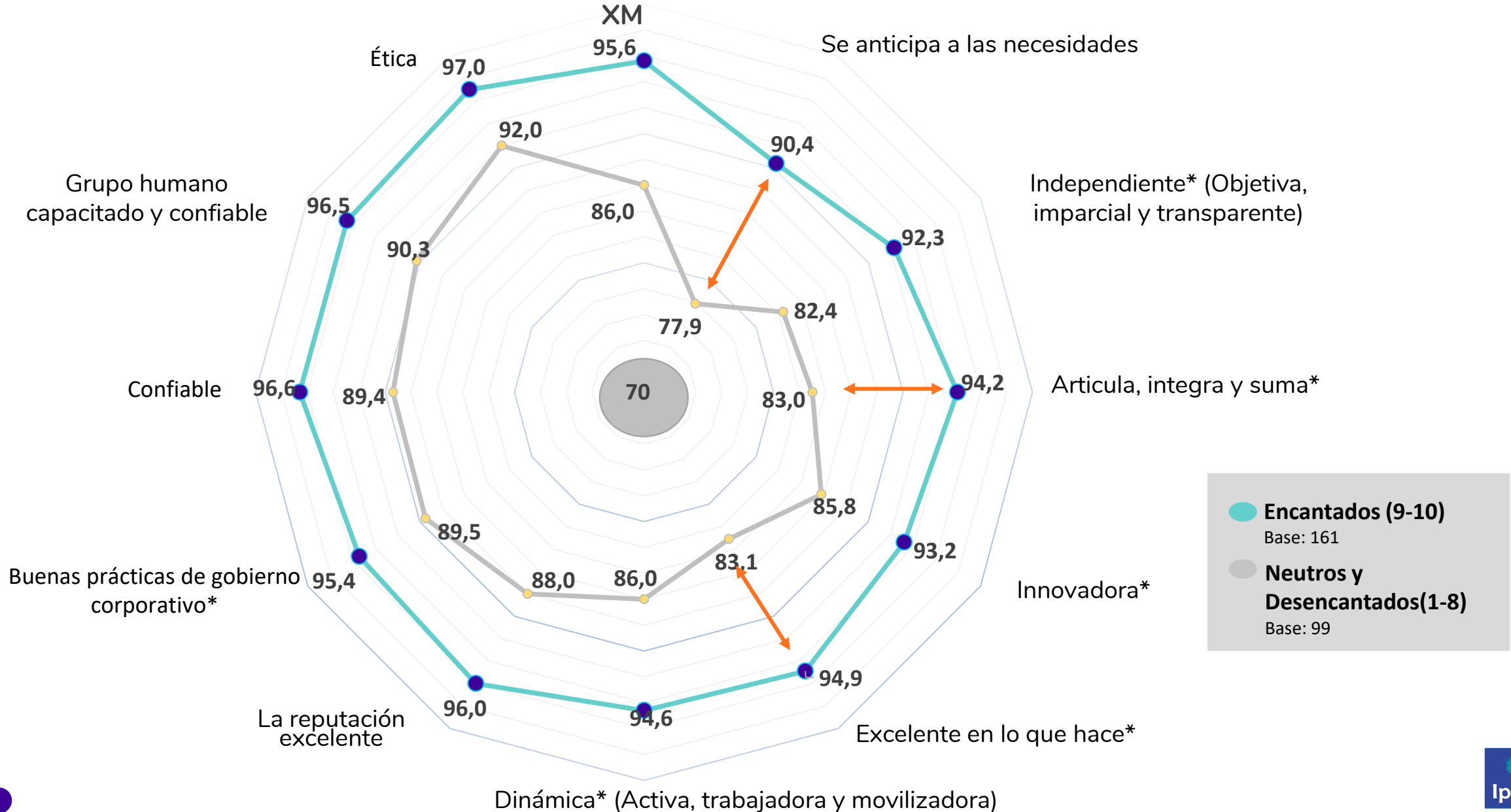


Favorabilidad a partir de satisfacción XM



Favorabilidad a partir de satisfacción XM

IMAGEN GENERAL



De XM:



- ✓ Consolidación de percepción positiva desde diversos frentes:
 - Satisfacción en niveles de excelencia apalancada en elementos como disposición a resolver dudas, experiencia y conocimiento del equipo humano.
 - Alta calidad en los servicios prestados
 - Imagen de marca asociada a elementos como ética, confiabilidad y personal altamente capacitado.
- ✓ Isagen y AES Chivor grupos con mejor percepción de XM, desde lo funcional: satisfacción y calidad, así como desde la imagen de la marca.

De los servicios:



- ✓ Se consolidan como los procesos más destacados desde la satisfacción:
 - Análisis de eventos y gestión de protecciones
 - Coordinación, supervisión y control de la operación
 - Liquidación y Facturación del STN.
- ✓ Siendo los atributos más destacados desde los factores de servicio:
 - Atención al cliente: Actitud de servicio y conocimiento del equipo y confiabilidad en las respuestas brindadas.
 - Tecnología: Usabilidad, disponibilidad y mecanismos de intercambio de información.
 - Producto: Confiabilidad y claridad de la información.

De XM:



- ✓ Agilidad en la respuesta a los requerimientos principal oportunidad, se esperan niveles de resolución mayores en menores tiempos.
- ✓ Celsia requiere trabajo integral dado que sus indicadores son los más bajos desde diversos ángulos: satisfacción, calidad del servicio, imagen y la valoración que hacen en general de los atributos básicos de servicio.

De los servicios:



- ✓ Los procesos con niveles intermedios de desempeño: Planeación Operativa Energética del SIN (especialmente en mediano plazo), Registro (Fronteras) y Demandas Comerciales.
- ✓ Atributos de Tecnología con menor desempeño: tiempos de respuesta y oportunidad en los requerimientos.
- ✓ En Atención al Cliente: oportunidad y claridad en las respuestas (demandas comerciales con la valoración más baja)



Dados los buenos resultados de XM en la medición de satisfacción de clientes, **el gran reto es trascender la excelencia operacional,** anticipándonos aún más a las necesidades de clientes y con una visión centrada en ellos.

YOU



GAME CHANGERS

