



Sumamos **energía**,
sumamos **pasión**

Resultados encuesta de satisfacción clientes 2022



Objetivos

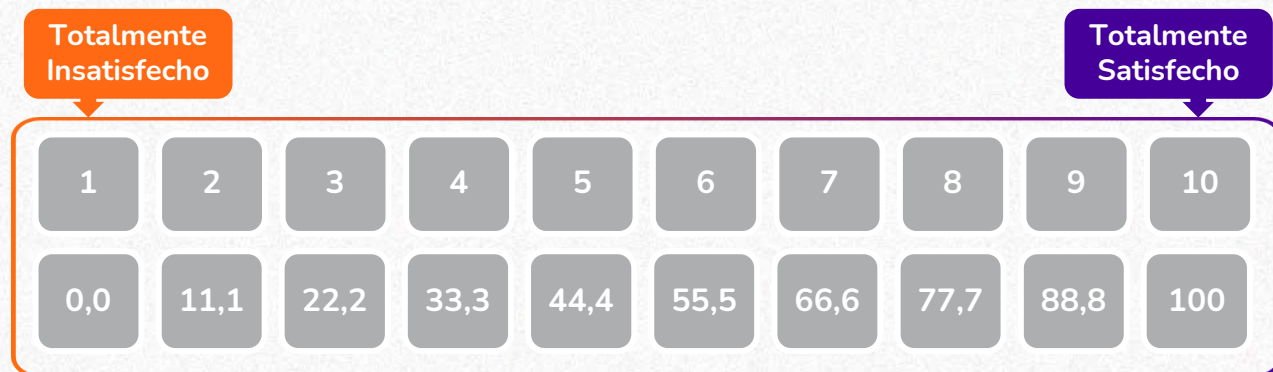
- Obtener los indicadores de satisfacción de los clientes de XM del sector eléctrico a nivel general y en cada uno de los servicios prestados.
- Esta evaluación de satisfacción responde al cumplimiento del Artículo 22 de la resolución CREG 174 de 2013 que plantea su aplicación cada 2 años.

Ficha técnica

	Técnica de recolección de datos	Entrevistas telefónicas a través de un cuestionario estructurado.
	Grupo objetivo	Clientes de XM de acuerdo con el marco muestral suministrado.
	Método de muestreo	No probabilístico aleatorio por barrido de listado.
	Muestra y distribución	Total XM: 265 encuestados. Muestreo por cuotas para cada uno de los 15 servicios evaluados.
	Nivel de confianza / Esrel	Total XM: 95% de nivel de confianza y 1,96% Esrel.
	Trabajo de campo	23 de junio a 13 de septiembre de 2022.
	Instrumento	Cuestionario estructurado.
	Naturaleza de la investigación	Cuantitativa.
	Cubrimiento geográfico	Nacional.
	Trazabilidad de los resultados	Uso de la metodología Ipsos, implementada desde 2008.

Metodología

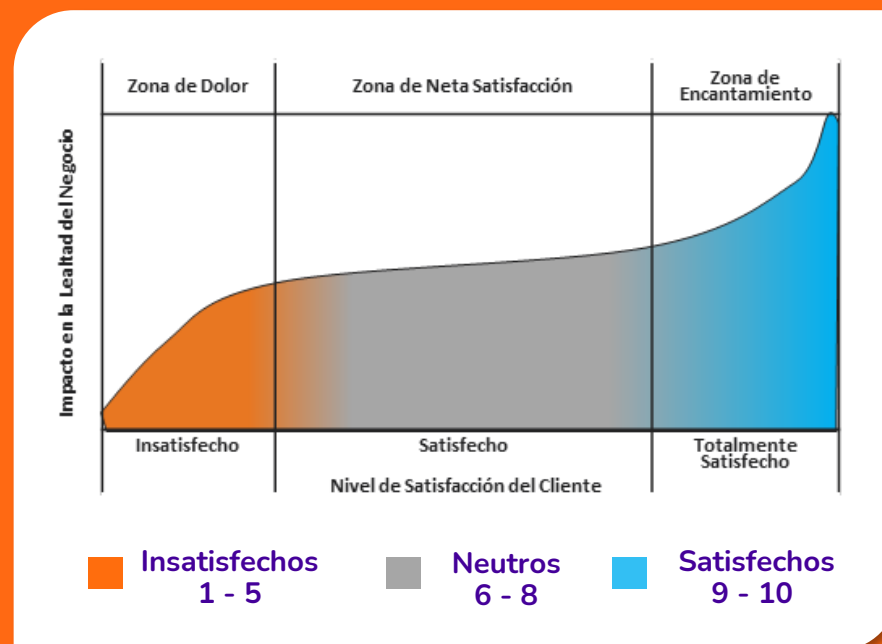
“Sistema de “semáforo” que permite detectar la situación en que se encuentra cada uno de los procesos y atributos en la medición. Este análisis se realiza tomando como base el cálculo del **Índice de satisfacción**, de acuerdo con un reescalamiento de 0 a 100.



Para el presente estudio se toman los siguientes parámetros:

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

IPSOS parte del modelo de encantamiento utilizado para la evaluación de satisfacción. Dicho modelo 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:



Perfil del encuestado



Nivel de cargo

N1

Representante
legal, Gerente,
Subgerente,
Director



23%

N2

Coordinador,
Ingeniero Jefe,
Líder, Supervisor



19%

N3

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



58%



Empresas del sector

17%



EPM

8%



CELSIA

7%



ENEL

5%



GRUPO ISA

5%



ISAGEN

2%



AES CHIVOR

57%



OTROS



Tipo de agente

77%



Comercializador

62%



Generador

51%



Operador de Red /
Distribuidor

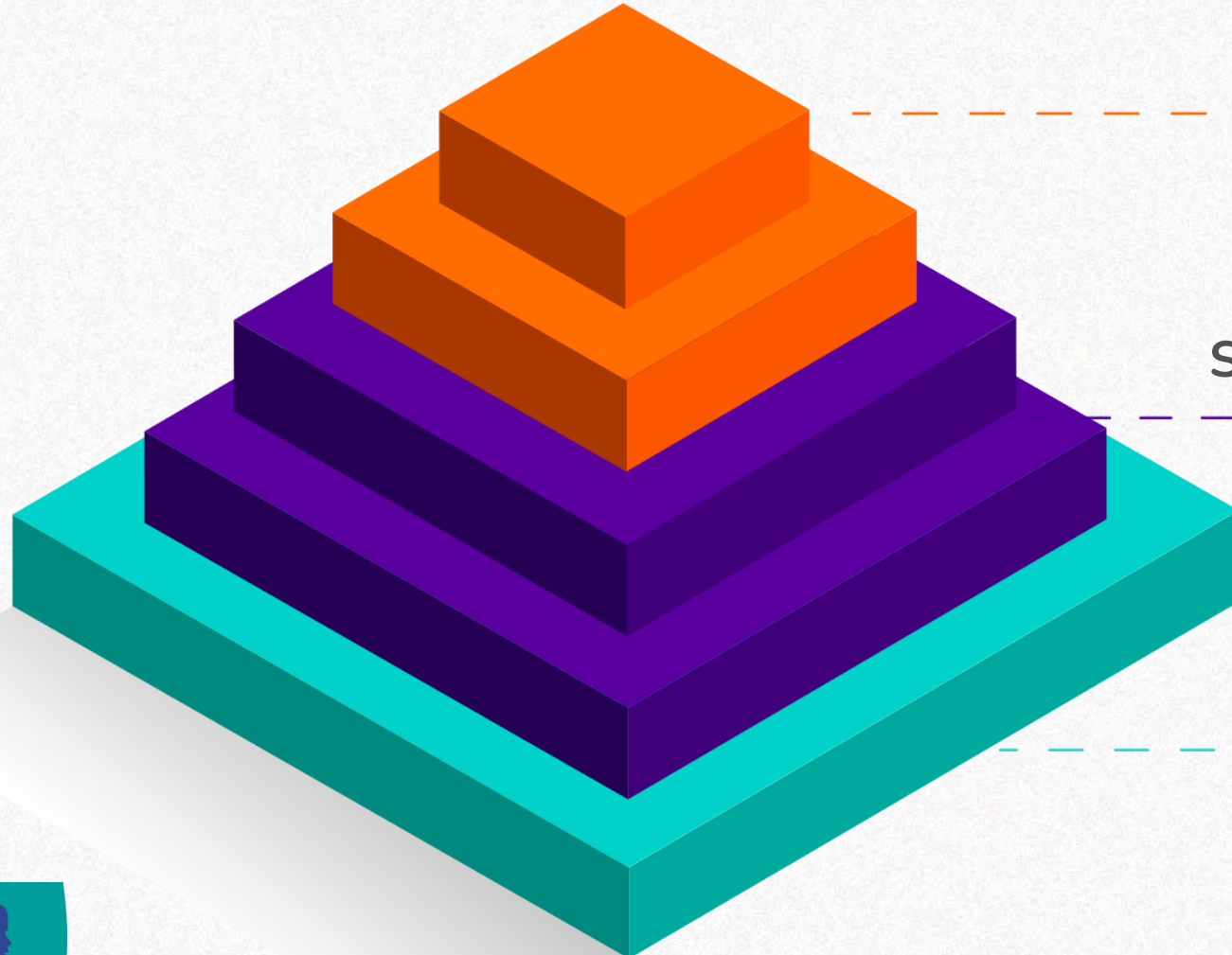
37%



Transmisor

Base: 265

Indicadores clave



Imagen

Nivel de **favorabilidad** frente a la compañía

Satisfacción

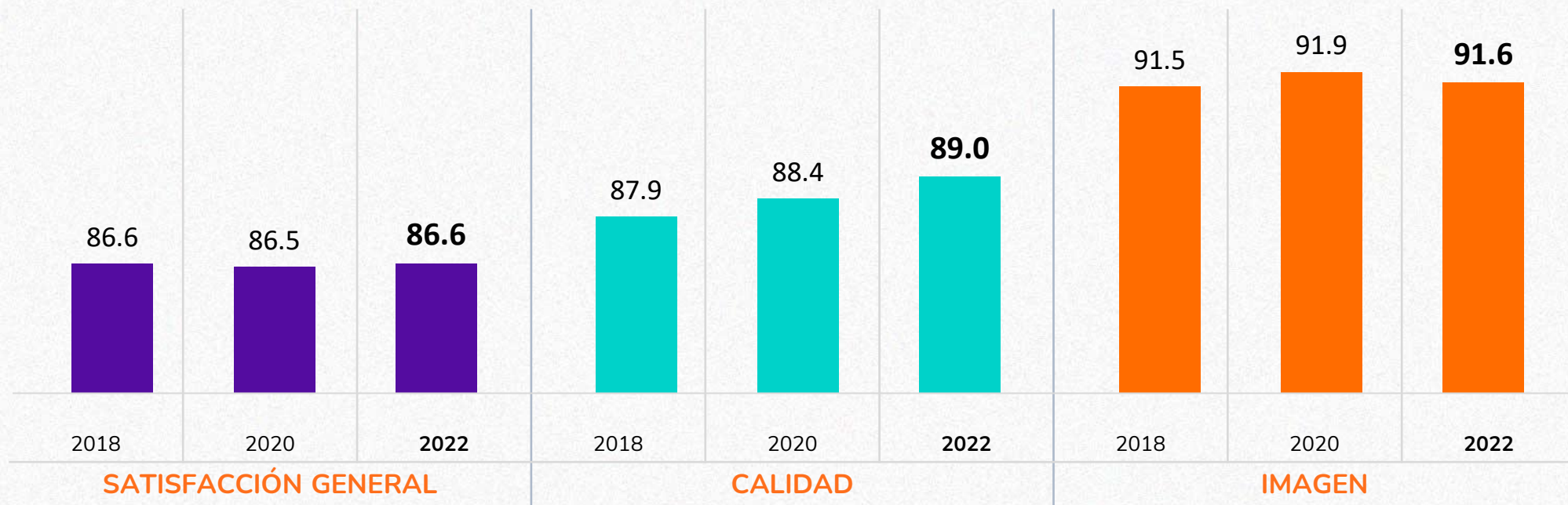
Nivel en que las **expectativas** que tienen los usuarios son **cubiertas** con la **propuesta de valor** de la empresa

Calidad

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



Resumen indicadores clave



La relación de XM con los clientes se mantiene en niveles altos

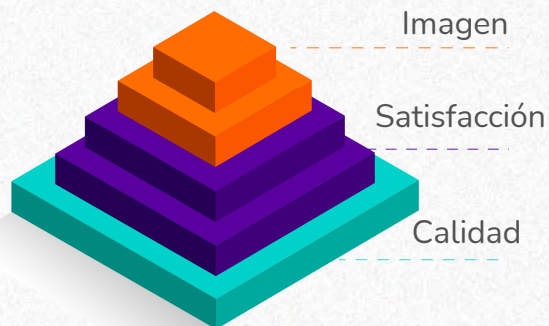


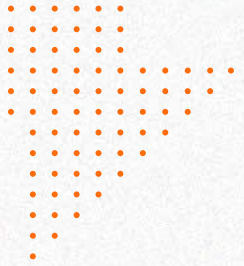
Imagen
Nivel de **favorabilidad** frente a la compañía

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

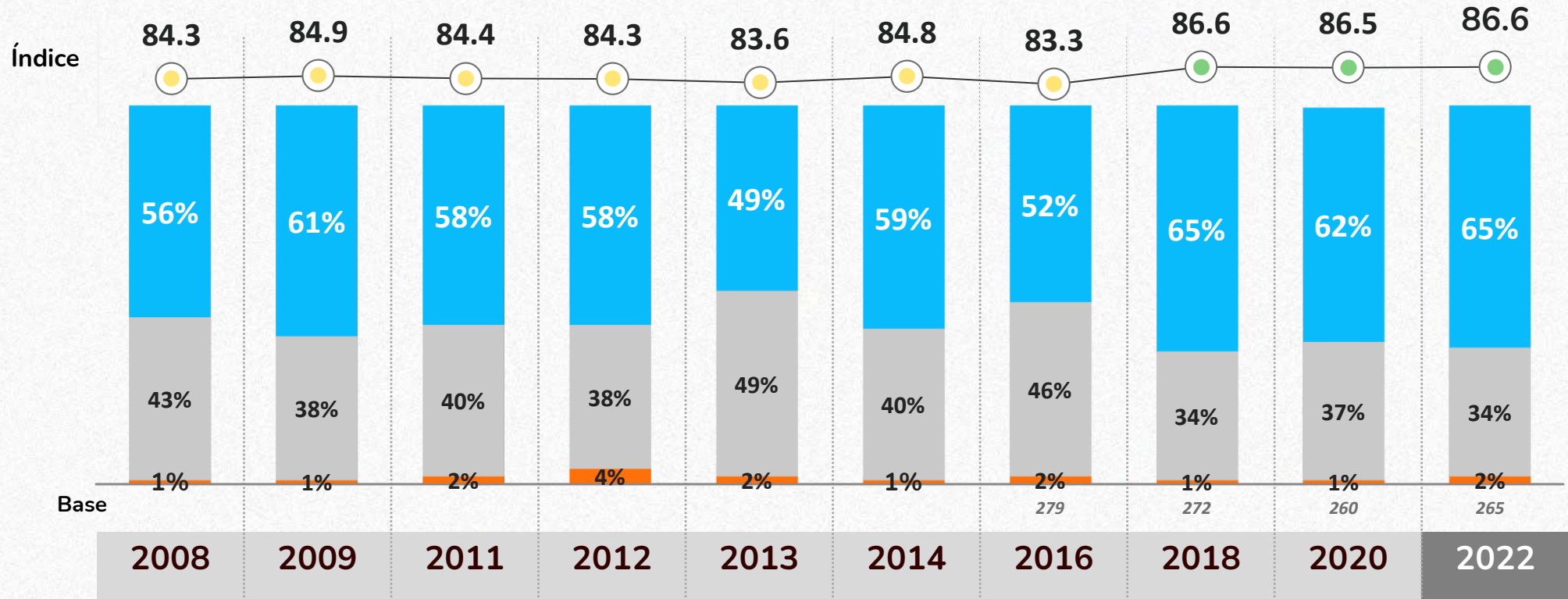
Calidad
Percepción frente a los **procesos** y a la **forma adecuada** como estos son **ejecutados**

Base 2022: : 265
Base 2020: 260
Base 2018: 272

- Bajo (<73,3)
- Medio (73,3 – 85,5)
- Alto (>85,5)



Evolución satisfacción general

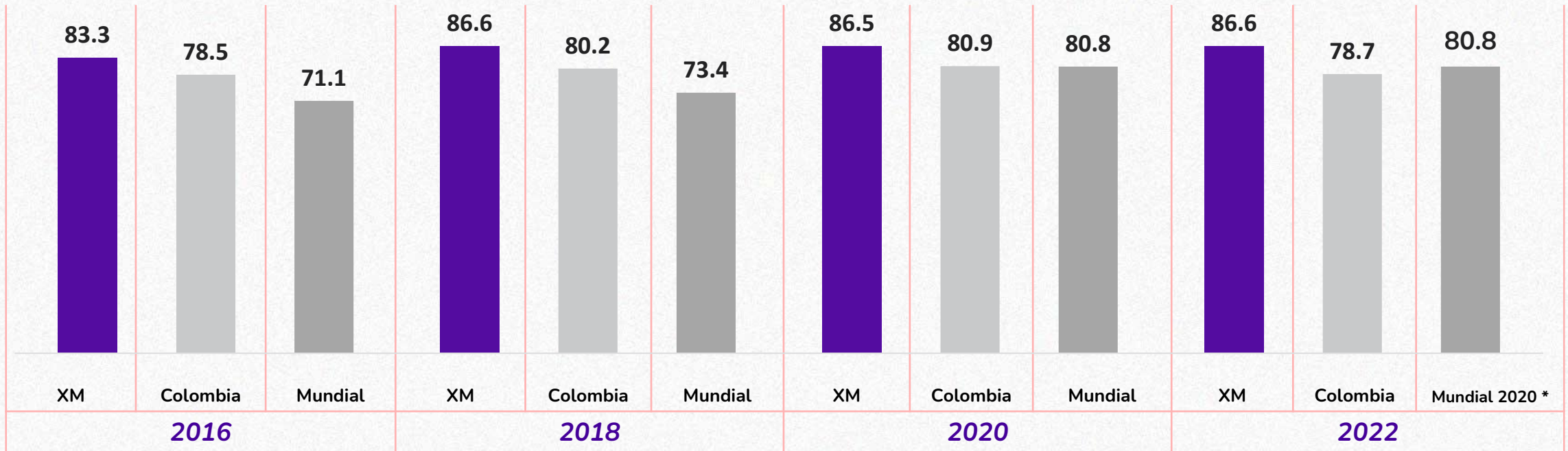


Estabilidad positiva manteniendo el indicador alto en las últimas 3 mediciones





Benchmark satisfacción



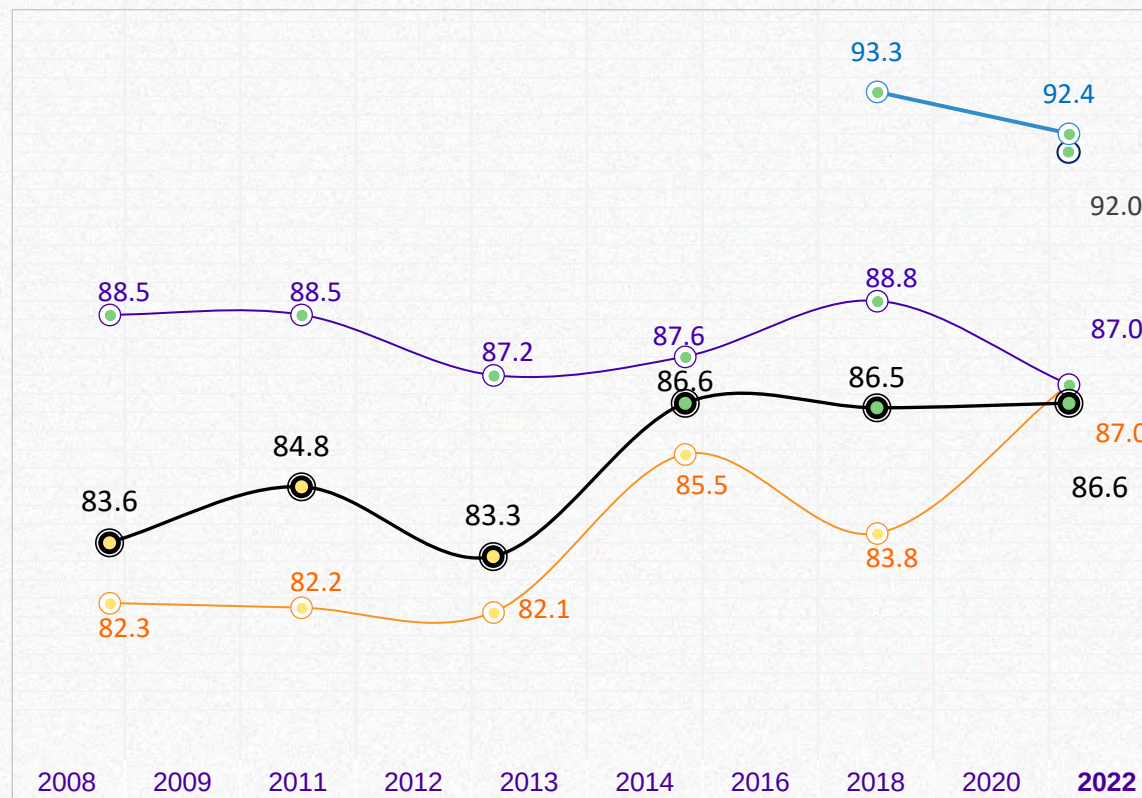
Resultados superiores a los benchmarks de satisfacción nacionales y mundiales

Datos provenientes Norma Ipsos.

* Misma referencia mundial. Sin estudios recientes en 2022

Variables básicas de servicio

Evolución



● Alto (>85,5) ● Medio (73,3 – 85,5) ● Bajo (<73,3)



Agilidad en respuestas



Capacidad de trabajo en conjunto*



Tecnología empleada



Buenas prácticas en seguridad

* Medido a partir de 2022



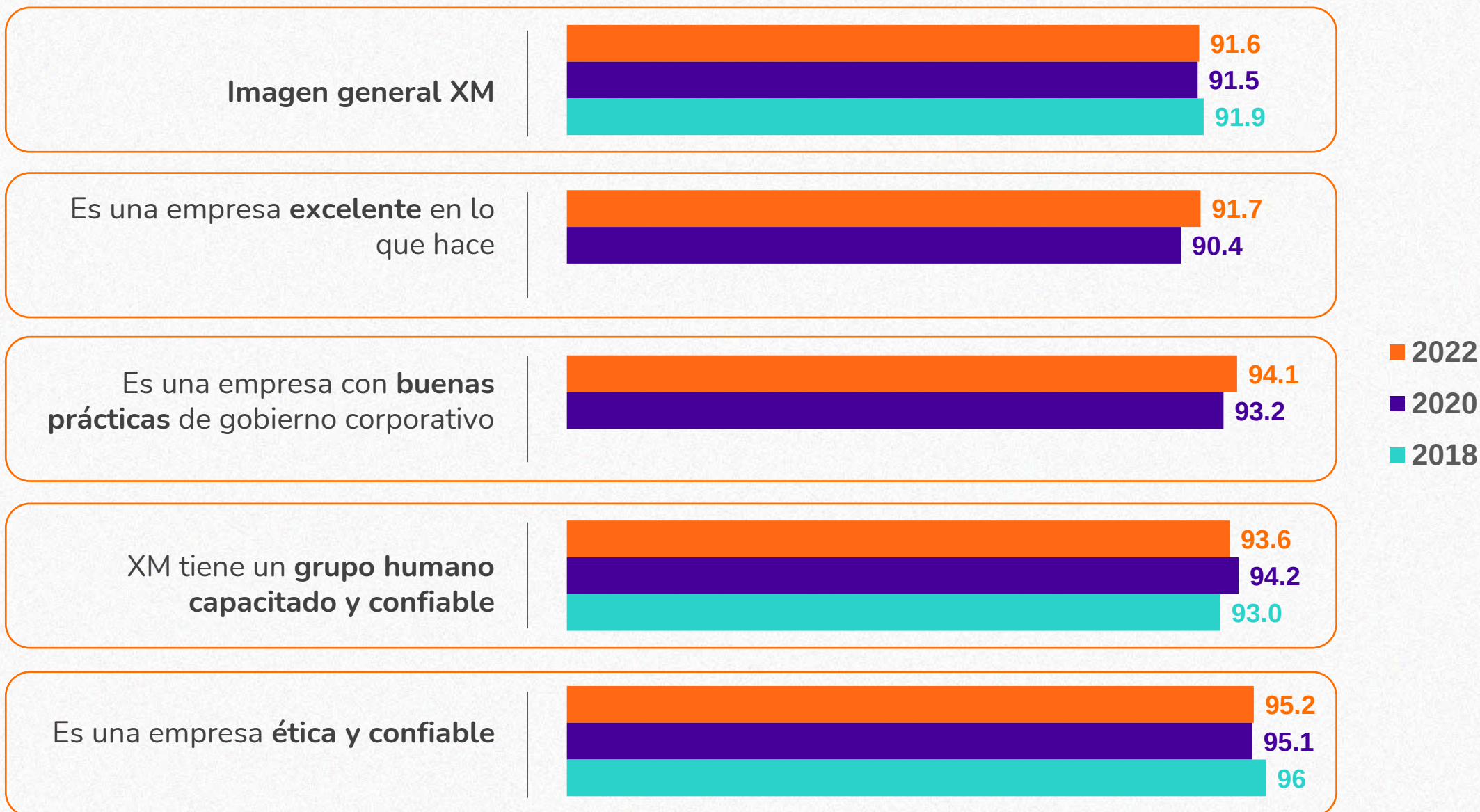
Satisfacción General

Base 2022: : 265

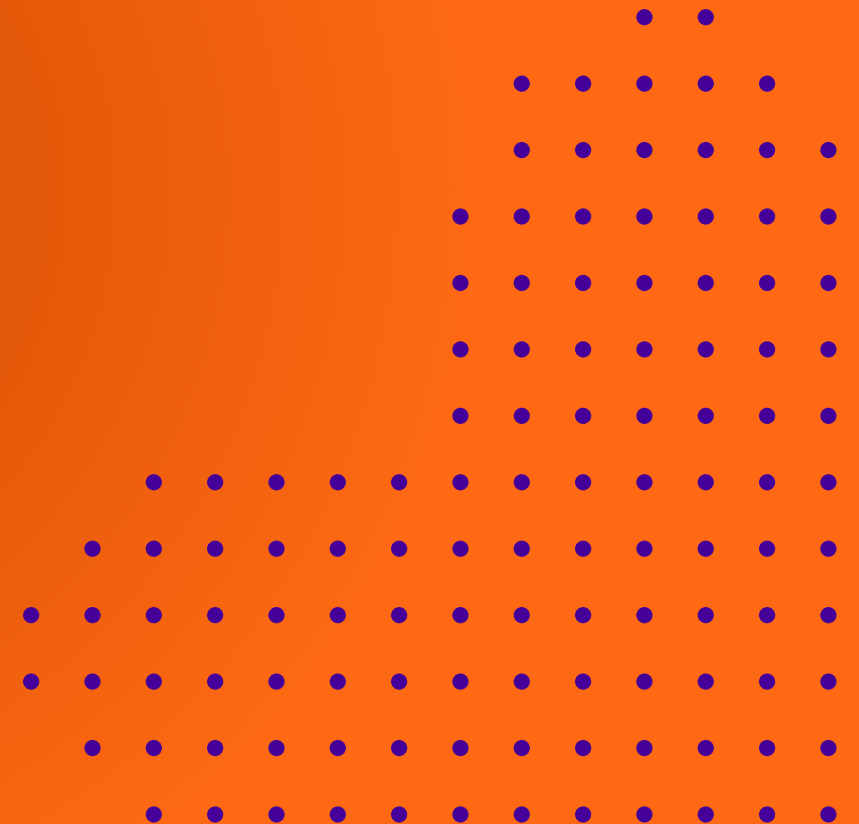
Base 2020: 260

Base 2018: 272

Favorabilidad a partir de satisfacción XM



Conclusiones y recomendaciones generales

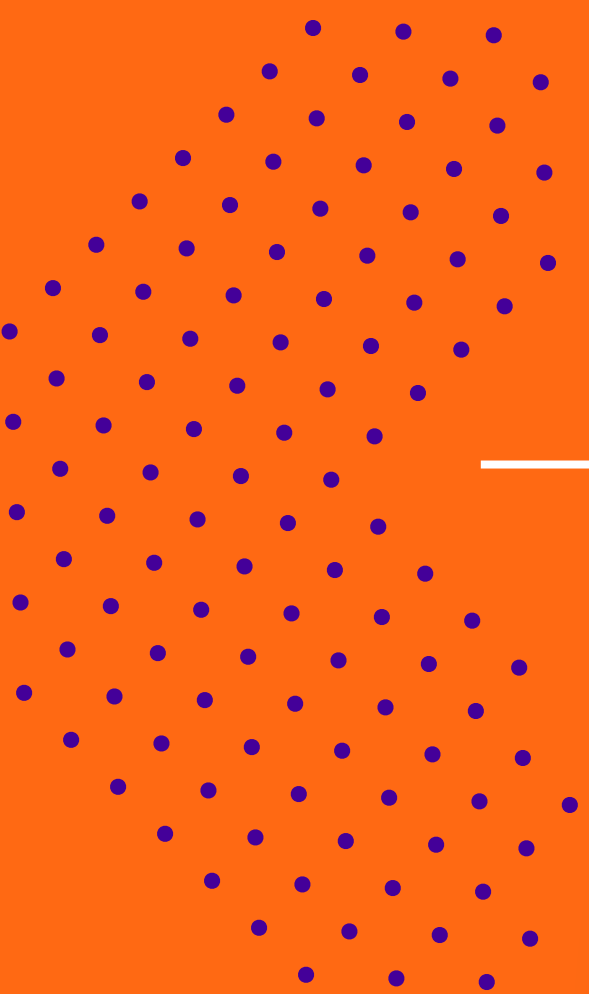


Fortalezas de XM

- 1 La relación con los clientes se mantiene en niveles altos, desde la perspectiva de los tres indicadores generales (satisfacción, calidad e imagen).
- 2 El indicador de satisfacción de XM se mantiene por encima de los benchmark de satisfacción (nacional e internacional).
- 3 La alta satisfacción se debe a que los clientes perciben calidad en el producto entregado: información muy buena y útil, adecuada, organizada, oportuna y que cumple con todos los aspectos regulatorios; que además es generada por personal altamente calificado y capacitado y entregada de forma amable y diligente a través de los procesos planeados.
- 4 Se conserva la alta percepción de calidad y satisfacción, que impacta en la buena imagen de XM.
- 5 La calidad continúa siendo el movilizador de la relación y está asociada fundamentalmente a dos aspectos: veracidad y precisión de la información (producto); y la disponibilidad / facilidad de acceso a los servicios.
- 6 La solidez en la imagen de XM se apalanca en 5 pilares, que asocian los clientes fuertemente con la marca: empresa ética y confiable, buenas prácticas de gobierno corporativo, grupo humano capacitado y confiable y excelencia en lo que hace.
- 7 Entre las empresas que mejor imagen tienen de XM están: ISAGEN, CELSIA y en el grupo de "OTRAS EMPRESAS" están DEPI ENERGY, ATRIA ENERGIA, DISTASA, A.S.C INGENIERIA.

Oportunidades de XM

- 1 Fortalecer desempeño y disponibilidad de los aplicativos / plataformas tecnológicas, ya que estos fueron calificados con una satisfacción media, es decir entre 73,3 y 85,5.
- 2 Se requiere fortalecer el relacionamiento con EPM, ENEL, Grupo ISA, teniendo en cuenta que manifiestan que sus necesidades no son cubiertas, debido al desempeño en los aplicativos e interrupciones durante su uso.



Sumamos energía,
sumamos pasión

