



Este documento proporciona información básica acerca de las buenas prácticas implementadas por prestadores de servicios públicos domiciliarios, dependencias, equipos o colaboradores internos de la entidad, con el fin de dar a conocer experiencias de éxito que han demostrado solucionar problemáticas y producir buenos resultados para la población objeto a quien es dirigida (usuarios o partes interesadas).

Por otro lado, las buenas prácticas, han sido probadas y validadas por sus ejecutores, las cuales merecen ser compartidas y divulgadas con el fin de beneficiar a un gran número de personas.

Criterios para la identificación de buenas prácticas

Los siguientes son los criterios mínimos para determinar cuándo una acción puede ser definida como una “buena práctica”:

- **Eficaz:** Una acción que cumple los objetivos trazados para solucionar la problemática identificada, antes de su ejecución.
- **Eficiente:** Una acción que utiliza la menor cantidad de recursos (humanos, tecnológicos, financieros y de tiempo) para alcanzar los objetivos propuestos.
- **Centrado en el usuario:** Una buena práctica debe solucionar problemáticas reales de los usuarios o partes interesadas, mejorando su satisfacción frente a los servicios o productos ofrecidos y abriendo espacios de participación que faciliten una comunicación efectiva para la consecución de objetivos.
- **Replicable y adaptable:** Una buena práctica debe servir de ejemplo a otros prestadores de servicios públicos domiciliarios, dependencias, equipos o colaboradores internos de la entidad; esta debe ser fácilmente repetible y adaptable a objetivos similares en diversas situaciones o contextos.

Si la buena práctica es resultado de un concurso o proceso de selección, por favor relacione los demás criterios que han sido incluidos en el proceso de selección o evaluación:

- **Innovación:** Formas creativas para mejorar el servicio a los usuarios. No necesariamente debe ser una idea inédita, sino una buena idea aplicada con éxito de acuerdo con el contexto.
- **Generación de alianzas:** Una o varias asociaciones con actores públicos, privados o comunitarios para potenciar el impacto y la apropiación de la iniciativa por parte de los beneficiarios.
- **Comunicación pertinente:** Forma de comunicar la iniciativa según las características de población a impactar.
- **Impacto de la Iniciativa:** La iniciativa soluciona la situación problemática, a través de alternativas pertinentes y con la suficiencia necesaria según el objetivo, contexto y población beneficiaria



Título Pasión por el servicio	
Código	BP-ANDESCO-SSPD-001-2020
Autor de la buena practica	SURTIDORA DE GAS DEL CARIBE S.A. E.S.P. (SURTIGAS)
Fecha de implementación	Enero de 2019
Categoría	1. Funcionamiento de las oficinas presenciales o virtuales de atención
Población objeto o partes interesadas	La iniciativa no tiene una población objetivo especifica debido a que está dirigida hacia el público en general.
Resumen del proyecto	<p>El proyecto está enfocado a fortalecer la propuesta de valor de la empresa con el fin de desarrollar soluciones competitivas a través de la innovación y la consolidación de una cultura interna orientada al servicio. En este sentido, se aunaron esfuerzos para el desarrollo de los siguientes componentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Campañas de sensibilización experienciales orientadas a la cultura de gestión del servicio. • Capacitaciones al equipo de atención a usuarios y a líderes de procesos con talleres de expertos. • Apropiación de cultura digital a través de plataformas tecnológicas (Web, digiturnos, plataforma del <i>Call Center</i> y <i>Apps</i>). • Auditorías internas de control que garanticen la corrección de fallas para mejorar los tiempos y la calidad de las respuestas. • Actividades de sensibilización para vocales de control, medios, clientes y comunidades.
Impacto generado	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación y sensibilización a 553 colaboradores a través de la estrategia Pasión por el Servicio. • Ocupación del primer lugar en la encuesta de nivel de satisfacción de usuarios aplicada por “Cartagena Cómo Vamos” y, por otro lado, ocupación del primer lugar en la encuesta “Montería Cómo Vamos” impactando a 120.000 personas que requirieron atención frente al servicio prestado. • Posterior a la implementación de la estrategia, se presentó una mejora del 33% en el periodo de enero a abril de 2020 en comparación con el mismo periodo del año 2019 en los indicadores relacionados con la calidad de las respuestas, logrando disminuir las quejas y reclamos en un 34%. • Se optimizó el nivel de servicio del canal telefónico en un 50%, el presencial en un 35% y, los tiempos de respuesta del canal escrito en un 15%.
Factores de éxito	<ul style="list-style-type: none"> • Transformación digital a través de las siguientes acciones: <ul style="list-style-type: none"> - Actualización de la herramienta Digiturno. - Implementación de una APP para teléfonos inteligentes que permite tomar los turnos desde cualquier lugar. - Desarrollo tecnológico para registro de Peticiones Quejas y Recursos (PQRs) desde la página web. - Envío de respuestas a PQR de los usuarios por correo electrónico certificado. - Implementación de plataforma tecnológica para mejorar la atención por este medio (llamadas entrantes y salientes, la autogestión y la administración de encuestas de servicio). • Remodelación de la sala de atención al usuario (cuenta con una zona de autogestión y showroom) • Gestión de conocimiento a través de las siguientes acciones <ul style="list-style-type: none"> - Creación de guía digital en la página web con información sobre la empresa, los

Título				
Pasión por el servicio				
	<p>servicios, deberes y los derechos de los usuarios. Así mismo, se creó la guía de revisiones periódicas y de la factura para una mejor comprensión de estas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diseño de videos para realizar los pagos a través de la página junto con la creación de cartillas con información de revisiones periódicas para orientar mejor al usuario. - Capacitaciones al <i>Call Center</i> y atención personalizada con el fin de mejorar la orientación al usuario para presentar las PQR. 			
Cobertura geográfica	Bolívar – Cartagena / Córdoba - Montería			
Validación	La validación se realizó por medio de aliados (La Universidad del Norte, Seres Consulting, DH, VERSA, CIEL, Smartinfo, Enlace, Vargas Ingeniería) quienes, al momento del desarrollo de los componentes digitales y de gestión de conocimiento, se realizaba la validación desarrollando las diferentes herramientas que permitieran la mejora en el servicio prestado en cuanto a la atención ciudadana.			
Posibilidad de réplica	La nueva realidad, producto de la <i>COVID-19</i> obligó a las empresas a adaptar sus canales de atención para garantizar el acceso a estos. En este sentido, esta iniciativa es susceptible de replicarse por otras empresas que tengan atención al ciudadano.			
Limitaciones	Las principales limitaciones se dan debido a la declaración de emergencia económica, social y ecológica ocasionada por la <i>COVID-19</i> , presentando demoras en la adaptación tecnológica necesaria para el desarrollo de los servicios de atención al público.			
Conclusión	En 2019 inició el proceso de implementación del modelo excelencia operacional basado en el involucramiento de todos los empleados, el trabajo en equipo y la búsqueda constante de la mejora continua en toda la organización. En esa búsqueda, se lograba reducir el desperdicio en tiempos y procesos y el aumento en la flexibilización en la toma de decisiones con base en la propuesta de valor de la empresa. En este sentido, la estrategia fue se realizó por medio de metodologías de innovación (<i>Lean</i> y pensamiento ágil) que permitieron la facilidad para construir estándares operacionales eficientes y sobrepasar las expectativas de los usuarios.			
Archivos	Descripción	Palabras Clave	Tamaño	Acción
	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Enlaces	<ul style="list-style-type: none"> • https://drive.google.com/open?id=1e42_b9Bspvd8L-c3qrC5IS3huggl_Yei • https://www.surtigas.com.co/ • https://www.dropbox.com/sh/89wrtmvkhp1hdf8/AABbVq3iOY6qsiYG4mPEpZZua?dl=0 			
Contacto	Casier Ali Ali Jefe de Atención a Usuarios Keivy.solano@surtigas.co 3126696498			