



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	
Educación a clientes y comunidad para el uso sostenible de los servicios públicos domiciliarios	
Código	BP-ANDESCO-SSPD-007-2020
Autor de la buena practica	EMPRESAS PÚBLICAS DE MEDELLÍN E.S.P. (EPM)
Fecha de implementación	Enero de 2019
Categoría	3. Promoción del uso sostenible de los servicios públicos domiciliarios
Población objeto o partes interesadas	La iniciativa no tiene una población objeto especifica puesto que está dirigida hacia el público en general.
Resumen del proyecto	<p>La educación a clientes y comunidad fue ejecutada a través de diferentes programas que se describen a continuación:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Segmentación de grupos con el fin de buscar una visión integral que permitiera desarrollar actividades y alianzas fundamentales que incentiven el aprendizaje experimental, respetando los espacios cotidianos y aspectos culturales del otro. 2. Programa “Por ti, estamos ahí”: Inmersión relacional 360° hasta por un mes en el territorio, usando un modelo social básico con actividades uno a uno, actividades grupales y presencia en medios comunitarios. 3. Programa “Líderes Amigos, Fortalecimiento Comunitario y Hablando Claro” iniciativas para líderes comunales y organizaciones comunitarias que promueven el consumo responsable, el cuidado medioambiental, el liderazgo y la legitimidad frente a sus comunidades. 4. Misión Cuida Mundos, semilleros ambientales y Especialidad Scout Cuida Mundos: Estrategias para niños y jóvenes que permitieron, trabajar con personas de 57 instituciones educativas el fortalecimiento medioambiental y el uso sostenible de los SPD; la conformación de 13 Semilleros el agua con jóvenes en el programa Unidos por el Agua para su cuidado, y trabajar con más de cuatro mil Scout de Antioquia y sus comunidades.
Impacto generado	Con la estrategia de Educación a Clientes y Comunidad para el Uso Sostenible de los Servicios Públicos Domiciliarios, EPM benefició a más de 275.000 personas, entre niños, niñas, jóvenes, adultos, adultos mayores y poblaciones étnicas, con contenidos de uso eficiente, uso seguro, interpretación de factura, marco regulatorio, cuidado del medio ambiente, presupuesto familiar, consumos, sustitución de electrodomésticos, revisión de elementos hidrosanitarios y gasodomésticos y esquema de atención.
Factores de éxito	<ul style="list-style-type: none"> • Se hicieron 63 alianzas que permitieron el desarrollo de los programas anteriormente descritos: <ul style="list-style-type: none"> ○ Instituciones Educativas (I.E): desarrollo del programa Misión Cuida Mundos. ○ Corporación Scout de Antioquia (CSA): desarrollo de concurso experimental con más de 60 grupos de Scouts ○ Alcaldía de Medellín y Administraciones Municipales de Antioquia: desarrollo del programa Unidos por el Agua, el cual cuenta con un programa social inclusivo que busca la adopción y respeto de la infraestructura instalada para la prestación del servicio de agua a 42 mil familias. ○ Fundación EPM: desarrollo de estrategias sobre la sostenibilidad de SPD.



Título				
Educación a clientes y comunidad para el uso sostenible de los servicios públicos domiciliarios				
	<ul style="list-style-type: none"> ○ SENA y CORNARE: se realizaron capacitaciones con las familias pertenecientes al programa Banco2 del Oriente Antioqueño, beneficiando a más de 60 personas. ● Lenguaje: el tener segmentados el público objetivo se facilita la identificación y desarrollo de canales y mensajes adecuados a las condiciones cognitivas y de cotidianidad de cada individuo. Se desarrollan y transmiten mensajes con lenguaje cotidiano para el caso de adultos, vocabulario básico para el trabajo con niños, elementos comunicacionales propios del escultismo para el caso del trabajo con los Scouts y se utilizan líderes intérpretes para el caso de poblaciones étnicas. 			
Cobertura geográfica	Antioquia - 125 municipios de Antioquia, principalmente en Área Metropolitana, Oriente, Bajo Cauca y Urabá Antioqueño.			
Validación	<p>La iniciativa se pudo validar con los controles de asistencia proporcionados por la empresa, en donde se beneficiaron alrededor de 275.000 personas. Adicional a esto, se realizó la validación con la asistencia de las siguientes personas desde el 2019:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 114.802 personas en visitas domiciliarias ● 5566 con líderes comunitarios ● 37.420 personas en eventos masivos ● 19.805 estudiantes ● 1810 funcionarios de alcaldías ● 190 reuniones virtuales ● 14 programas de tv ● 13024 mensajes de WhatsApp ● 3796 minutos en programas radiales 			
Posibilidad de réplica	La iniciativa puede ser replicada por otros grandes prestadores ya que es adaptable y flexible a cualquier contexto cultural del país.			
Limitaciones	Las principales limitaciones se dan debido a la declaración de emergencia económica, social y ecológica ocasionada por el COVID 19, presentando con esto demoras en la adaptación tecnológica necesaria para el desarrollo de las charlas y sensibilizaciones con el público objetivo.			
Conclusión	A través de una segmentación clara de un usuario objetivo, se pueden generar diferentes mecanismos que permitan promover el uso sostenible de los SPD como individuos de una comunidad.			
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/file/d/1duZZCIZehkuLrOnu8kIWXB-czHoh8z2l/view?usp=sharing ● https://drive.google.com/open?id=1fd20xxnS2Ste1NW5sa9a6AOun86csHL4 			
Contacto	<p>Jhojan Esteban Betancur Cano Profesional B Comercial postulacionepm2020@gmail.com 3006094804</p>			