



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	
Un contacto virtual para hacer nuestra relación más real	
Código	BP-ANDESCO-SSPD-002-2020
Autor de la buena practica	AGUAS DE MANIZALES S.A E.S.P.
Fecha de implementación	Abril de 2020
Categoría	1. Funcionamiento de las oficinas presenciales o virtuales de atención
Población objeto o partes interesadas	La iniciativa no tiene una población objeto especifica debido a que está dirigida hacia el público en general.
Resumen del proyecto	Con la convicción de generar procesos permanentes de relacionamiento de la empresa con sus grupos de interés, se emprendieron acciones enfocadas al mejoramiento y actualización de la página web y canales virtuales que, posibilitaron la ampliación de generación de trámites y respuestas a los diferentes requerimientos de los usuarios o suscriptores con criterios de calidad, agilidad, eficiencia y eficacia.
Impacto generado	<p>El impacto para la empresa corresponde a 2.350 usuarios atendidos en los periodos comprendidos entre el 16 marzo y el 31 de mayo de 2020, a través de los canales dispuestos así:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 355 peticiones resueltas a través de página web. • 949 requerimientos tramitados a través del Call Center. • 685 usuarios atendidos por WhatsApp. • 361 usuarios atendidos mediante correo electrónico. • 5 días de tiempo promedio de respuesta.
Factores de éxito	<ul style="list-style-type: none"> • Publicidad impresa fijada en la sala de atención al cliente con el objeto de informar detalladamente el uso de la plataforma virtual para los usuarios. • Divulgación de información a través del Call Center, indicando los canales virtuales disponibles para la atención al usuario garantizando en todo caso el debido proceso. • Campañas en medios de comunicación donde se enfatizó los medios habilitados para la atención a los usuarios. • Campañas de comunicación directa por medio del programa de responsabilidad social empresarial “Plan Padrino y Gestores del agua”, con líderes comunales replicadores en la comunidad respecto al plan estratégico para la atención a los usuarios. • Atención de llamadas a través de la línea 116 que permitió dar gestión oportuna a procesos relacionados con el sistema de reporte de daños y brindar información sobre el desarrollo de obras y suspensión de los servicios prestados. • Disposición de herramientas como correo electrónico, líneas de atención telefónica, WhatsApp, redes sociales que se encuentran armonizados en el proceso de gestión. • Seguimiento del usuario en tiempo real a su requerimiento y a las diferentes instancias que intervienen en su atención, gracias al registro de Peticiones, Quejas y Recursos (PQRs) con números de radicado en el portal.



Título				
Un contacto virtual para hacer nuestra relación más real				
Cobertura geográfica	Caldas – Manizales			
Validación	Con el fin de contribuir en la mejora de la atención al usuario, la empresa generó acuerdos de pago de la factura de los servicios de acueducto y alcantarillado para los usuarios o suscriptores con dificultades económicas, a través de los canales virtuales dispuestos por la empresa para la atención a los usuarios, proceso que es atendido directamente por el Call center y ventanilla única de recaudo y el área de cartera.			
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 medianas empresas de servicios públicos			
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	Con el objetivo de generar procesos permanentes de relacionamiento de la empresa con sus grupos de interés, en 2020 se promovió el uso de tecnologías de información y gestión de conocimiento y, la interacción constata con la ciudadanía, permitiendo generar soluciones oportunas a las problemáticas en cuanto a la prestación del servicio.			
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/1XphWbNJBsk-GQZNLeeaYXRC8vkQyliUQ/view?usp=sharing ▪ https://drive.google.com/open?id=1PEQQYZEYFNZNizii43bmbtNxulhSWH6 			
Contacto	Claudia María Giraldo Giraldo Directora Responsabilidad Social Empresarial diplomadosocioambiental@gmail.com 3116057193			