



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 #conectadosalavida				
Código	BP-ANDESCO-SSPD-003-2020			
Autor de la buena practica	AGUAS DEL SOCORRO S.A. E.S.P.			
Fecha de implementación	Marzo de 2020			
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	El proyecto se enfoca en la creación de canales digitales con el fin de brindar conectividad y acceso a los usuarios que posibiliten la solución de dudas, inquietudes, quejas y reclamos, generando, al mismo tiempo, la circulación de conocimiento, información, documentación y aprendizaje a través del sistema de servicio digital y virtual 24/7. Los principales resultados del proyecto permitieron la implementación del Peticiones, Quejas y Recursos (PQRs) u oficina de atención virtual y, la creación de procesos de comunicación digital en redes sociales con contenidos afines a la estrategia y respuesta en línea.			
Impacto generado	<ul style="list-style-type: none"> • Interacción de más de 10.000 ciudadanos en las redes sociales de la ESP • En comparación con el año 2019, se atendían 4 solicitudes promedio al día, en el momento de la implementación del proyecto, se atienden 78 solicitudes diarias debido a la ampliación de canales. 			
Factores de éxito	<ul style="list-style-type: none"> • Utilización de robots para la creación de protocolos de mensaje que permitan la unicidad de criterio en respuesta a solicitudes de usuarios. • Uso de comunicación fácil, concisa y en lenguaje coloquial sin descuidar el lenguaje técnico. • Implementaron de contenidos audiovisuales fáciles de comprender a través de redes sociales, WhatsApp y acciones BTL. 			
Cobertura geográfica	Santander – El Socorro			
Validación	La validación se realiza por medio de la implementación de la estrategia de redes sociales que llego mensualmente a más de 20.000 personas, con una interacción de más de 10.000.			
Posibilidad de réplica	La nueva realidad producto de la COVID-19, 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 pequeñas empresas de servicios públicos			
Limitaciones	Las principales limitaciones se dan debido a la declaración de emergencia económica, social y ecológica ocasionada por la COVID-19, presentando demoras en la adaptación tecnológica necesaria para el desarrollo de los servicios de atención al público.			
Conclusión	El proyecto permitió generar empatía, conexión y accesibilidad a la ciudadanía a través del uso y apropiación de la transformación digital. Por otro lado, la gestión de conocimiento permitió el desarrollo de contenidos audio visuales atractivos, fáciles al entendimiento y con una comunicación asertiva permitiendo la circulación de información y sensibilización.			
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/10DN1QUd- 			



Título #conectadosalavida	
	sKmDrwgaPbnvLv7gYjzQOvDv/view?usp=sharing ▪ https://drive.google.com/open?id=1_b5uW25AV0W3D8DKsZ9ixnc3gBLnYVMA
Contacto	Doris Mireya Chacón Ariza Directora comercial comercialaguasdelsoorro@gmail.com 3174015830