

Evaluación de Satisfacción Proveedores & Contratistas

Septiembre 2016



Objetivos



Teniendo en cuenta las mediciones realizadas por ESSA a la fecha se evaluarán los siguientes aspectos:

- Nivel de satisfacción general
- Nivel de lealtad
- Nivel de recomendación
- Atributos e Imagen de ESSA
- Evaluación de la propuesta de valor
- Modelo de mejoramiento (gestión de proceso de contratación, de comunicación y conocimiento, mejoramiento mutuo, acompañamiento y trabajo en equipo, confianza, interventoría, solicitud y presentación)
- Percepción frente a las reclamaciones e inconsistencias
- Canales de comunicación
- Transparencia por Colombia

Ficha Técnica

Objetivo →

Proveedores: Son personas naturales y jurídicas con las que ESSA celebra contratos para el suministro de bienes, servicios y/o la ejecución de actividades u obras. Los proveedores de ESSA son las personas que están inscritos en el proceso, pero que actualmente no tienen una relación contractual con ESSA

Contratistas : Son personas naturales y jurídicas con las que ESSA celebra contratos para el suministro de bienes, servicios y/o la ejecución de actividades u obras

Los contratistas de ESSA son las personas/empresas con las que actualmente tiene una relación contractual.

Tipo de encuesta →

Encuesta telefónica → Duración: 30 min

Metodología →

Cuantitativa

Fechas trabajo campo →

14 de julio al 19 de agosto de 2016

Tipo de muestreo →

Muestreo aleatorio estratificado sobre los listados entregados por ESSA

Ponderadores →

No aplica ponderación, en línea con lo manejado en la tendencia

Número de encuestas →

Proveedores_ 64 encuestas con un margen de error del 10,10% y un nivel de confianza del 95% (**)

Contratistas_ 89 encuestas con un margen de error del 6,30% y un nivel de confianza del 95%(**)

(** Se observan ajustes vs la muestra ppta previa autorización del cliente debido a la baja contactabilidad)



Veamos los resultados...



Proveedores

En detalle...



Ⓜ

Satisfacción general, lealtad y recomendación

Evaluación de imagen ESSA

Evaluación de Propuesta de Valor ESSA

Evaluación de Modelo de mejoramiento

Evaluación de reclamos e inconsistencias ESSA

Evaluación de canales de comunicación

Evaluación de Transparencia por Colombia

En detalle...



Satisfacción general, lealtad y recomendación

Evaluación de imagen ESSA

Evaluación de Propuesta de Valor ESSA

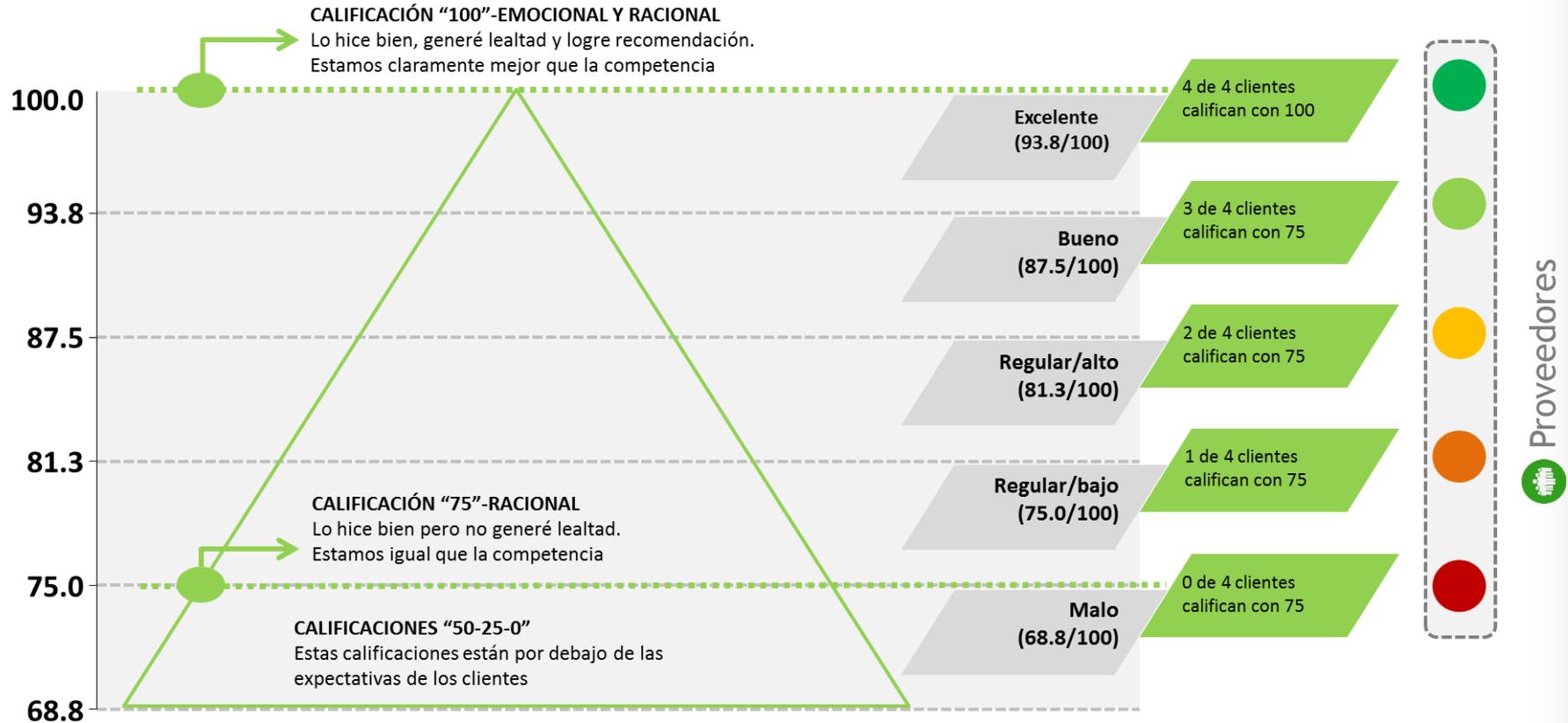
Evaluación de Modelo de mejoramiento

Evaluación de reclamos e inconsistencias ESSA

Evaluación de canales de comunicación

Evaluación de Transparencia por Colombia

Satisfacción



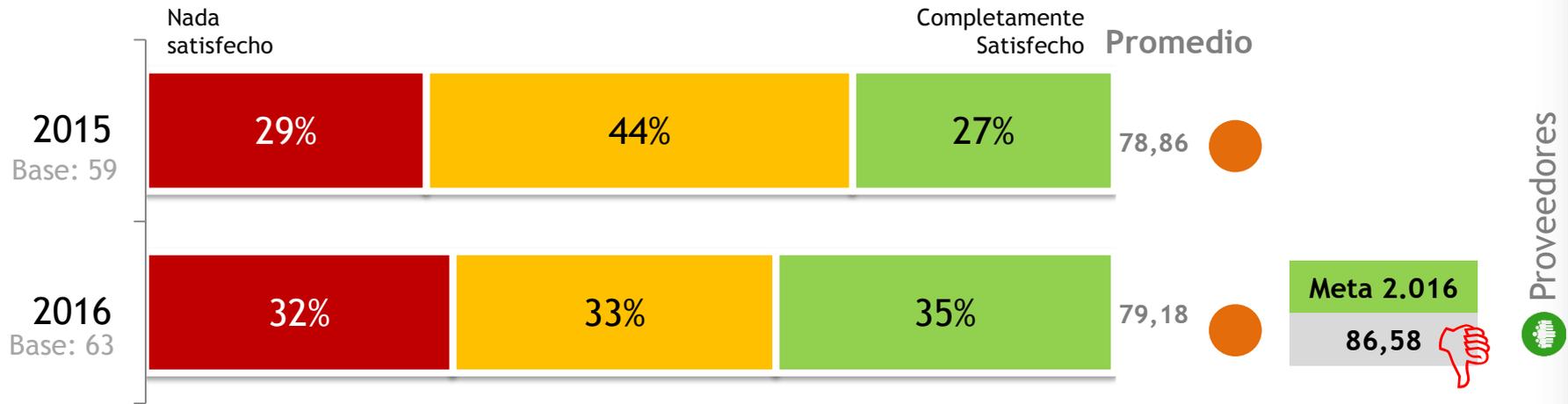
Base: 64

→Por solicitud del cliente se aplica mismo modelo de INVAMER para garantizar trazabilidad del indicador

Se evidencia un indicador muy estable vs. la medición pasada con una amplia brecha frente a la meta propuesta para el 2016.

Satisfacción

Meta 2.017
86,58



■ 100. Completamente Satisfecho ■ 75 ■ Calificación 50/25/0 ● Promedio

P1. En una escala de 10 puntos, donde 1 es Nada satisfecho y 10 Completamente Satisfecho, ¿Qué tan satisfecho se encuentra su empresa respecto a la RELACIÓN GENERAL como proveedor de ESSA, independientemente si ya fue contratado o no en alguna ocasión? (Inducida, única respuesta)

↑ ↓ Variación vs 2015
mayor a 2ptos

Claridad, cumplimiento y seriedad en los procesos son los aspectos más valorados por los proveedores. Dentro de los que se encuentran insatisfechos la exigencia en los requisitos para participar se convierten en la principal barrera.

Razones de satisfacción



COMENTARIOS FAVORABLES

Base: 22

No he tenido ningún inconveniente con ellos	18%
Los procesos son claros	18%
Los pagos son cumplidos	18%
Cumplen con las expectativas esperadas	14%
Es una empresa seria	14%
Brindan información clara y completa	14%
Son precisos en la información de lo que se va a cotizar	9%
Porque le prestan un buen servicio a lo que se requiera	9%
Compran nuestros productos	5%
ESSA está direccionada a tener contratos / licitaciones de calidad	5%

Otras menciones: (7)



COMENTARIOS DESFAVORABLES

Base: 20

Exigen experiencia	10%
No hacen invitaciones frecuentemente	10%
Reciben ofertas sólo por llenar requisito pero no dan oportunidad de participar	10%
Tienen en cuenta más la cantidad en relación precio que por la calidad	10%
Exigen muchos requisitos	10%
En los pliegos no hay condiciones para participación plural de oferentes	5%
Si hay baja calificación reanudan el proceso incluyendo los que han salido	5%
Sólo presentan los mejores puntajes	5%
Falta claridad en los descuentos que hacen	5%
Es una empresa grande que busca precios económicos	5%

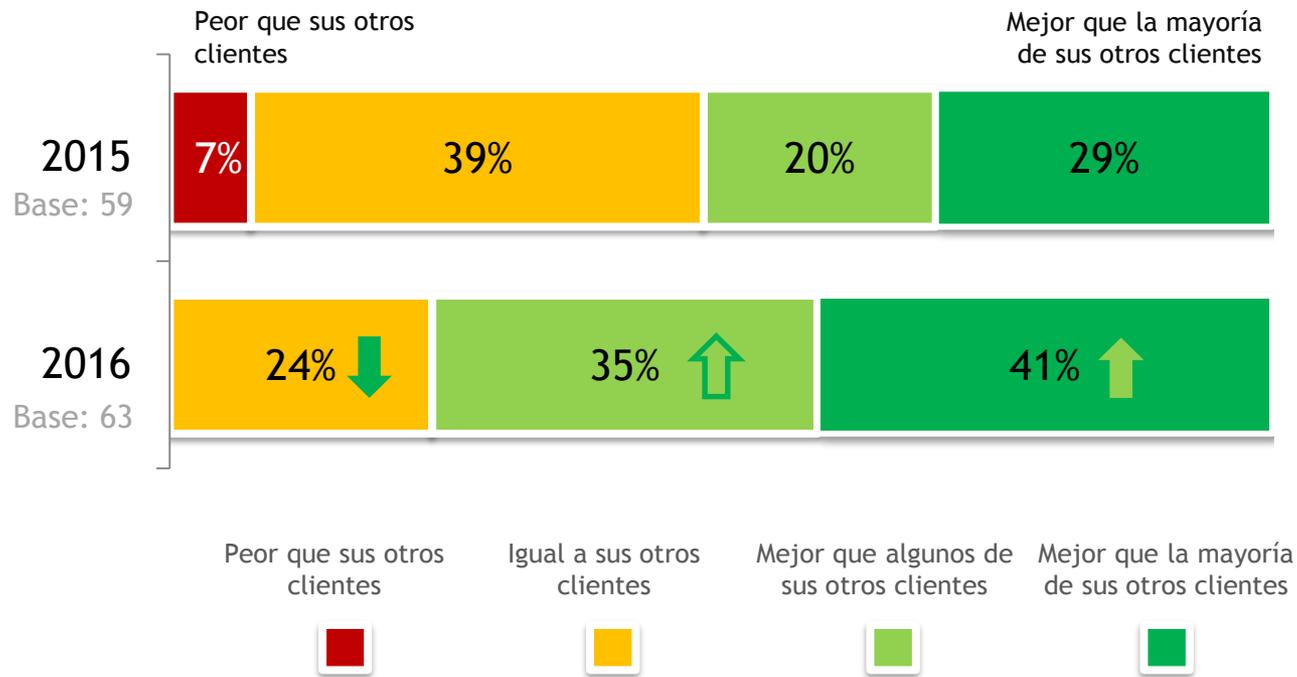
Otras menciones: (15)

P2. ¿Por qué razón asignó esta calificación? (Espontánea, múltiple respuesta)



A pesar de la estabilidad en la satisfacción general, se presenta un mejor desempeño en comparación con sus otros clientes mejorando vs. el 2015.

Satisfacción vs otros clientes



P6.5. En general, ¿Cómo considera usted la satisfacción del servicio como proveedor de ESSA? (Inducida, única respuesta)

↑ ↓ Variación vs 2015
mayor a 2ptos

Apóstoles- Neutros- Detractores



Apóstoles:

Son totalmente leales a la empresa, están muy satisfechos y hablan bien de ella



Neutros Positivos

Aunque no pueden considerarse clientes leales, su satisfacción con temas operativos del negocio facilita convertirlos en clientes apóstoles si se logra una mayor conexión emocional con ellos.



Neutros:

Son aquellos clientes que no son Apóstoles ni Detractores, se dividen en:



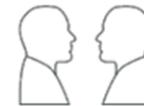
Indiferentes

Son clientes que no se sitúan tan cerca de los Apóstoles ni de los Detractores, pero están abiertos a escuchar otras opciones.



Detractores:

Clientes insatisfechos que no hablan bien de la empresa y desean dejar de tener negocios con ella.



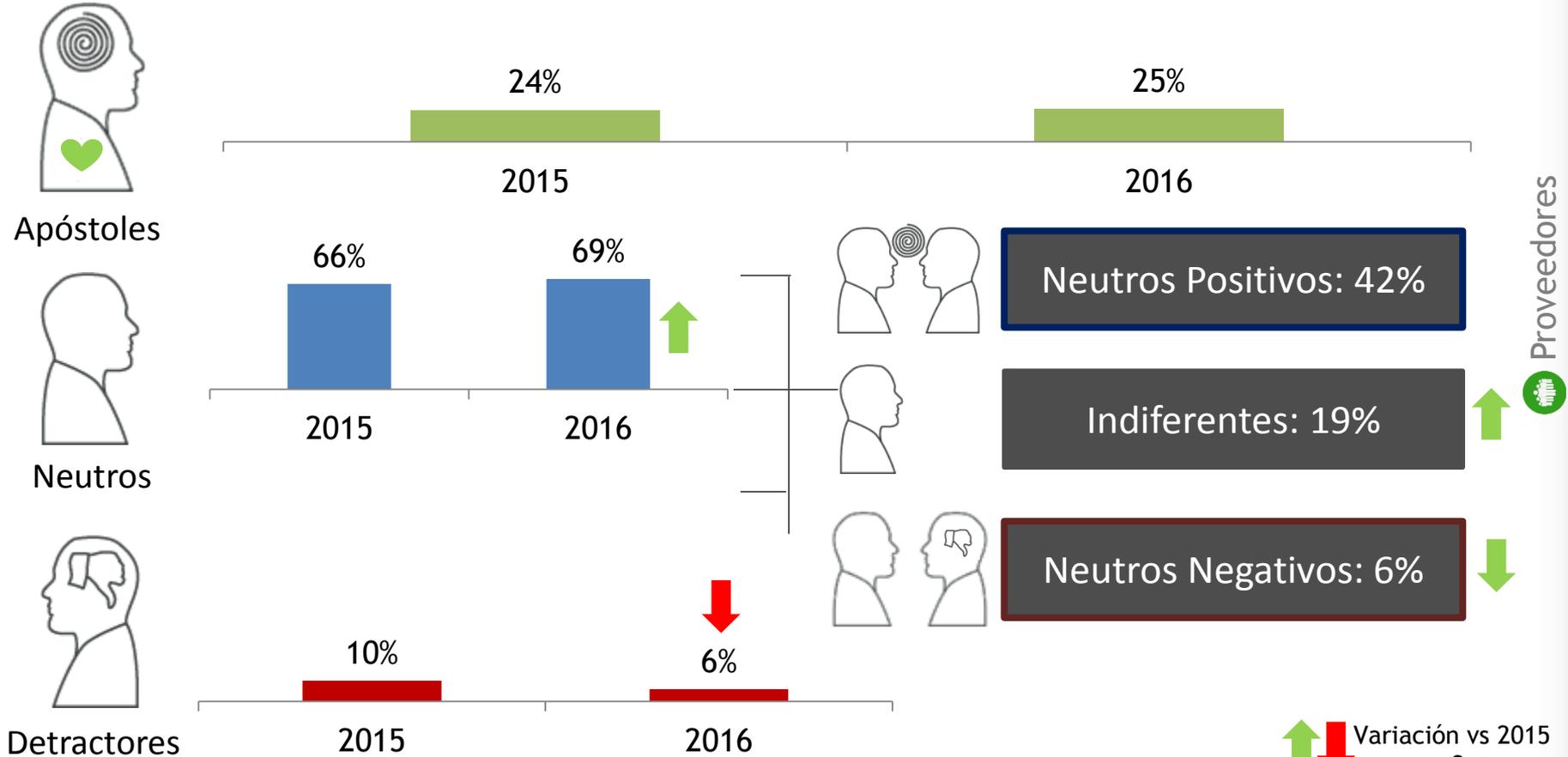
Neutros Negativos

Son clientes que manifiestan problemas puntuales y están más cerca de convertirse en clientes detractores.

→Por solicitud del cliente se aplica mismo modelo de INVAMER para garantizar trazabilidad del indicador

Permanecen estables los apóstoles, mientras existe un crecimiento de los neutros indiferentes, aún falta reforzar el vínculo emocional; De manera positiva disminuyen los detractores.

Apóstoles- Neutros- Detractores

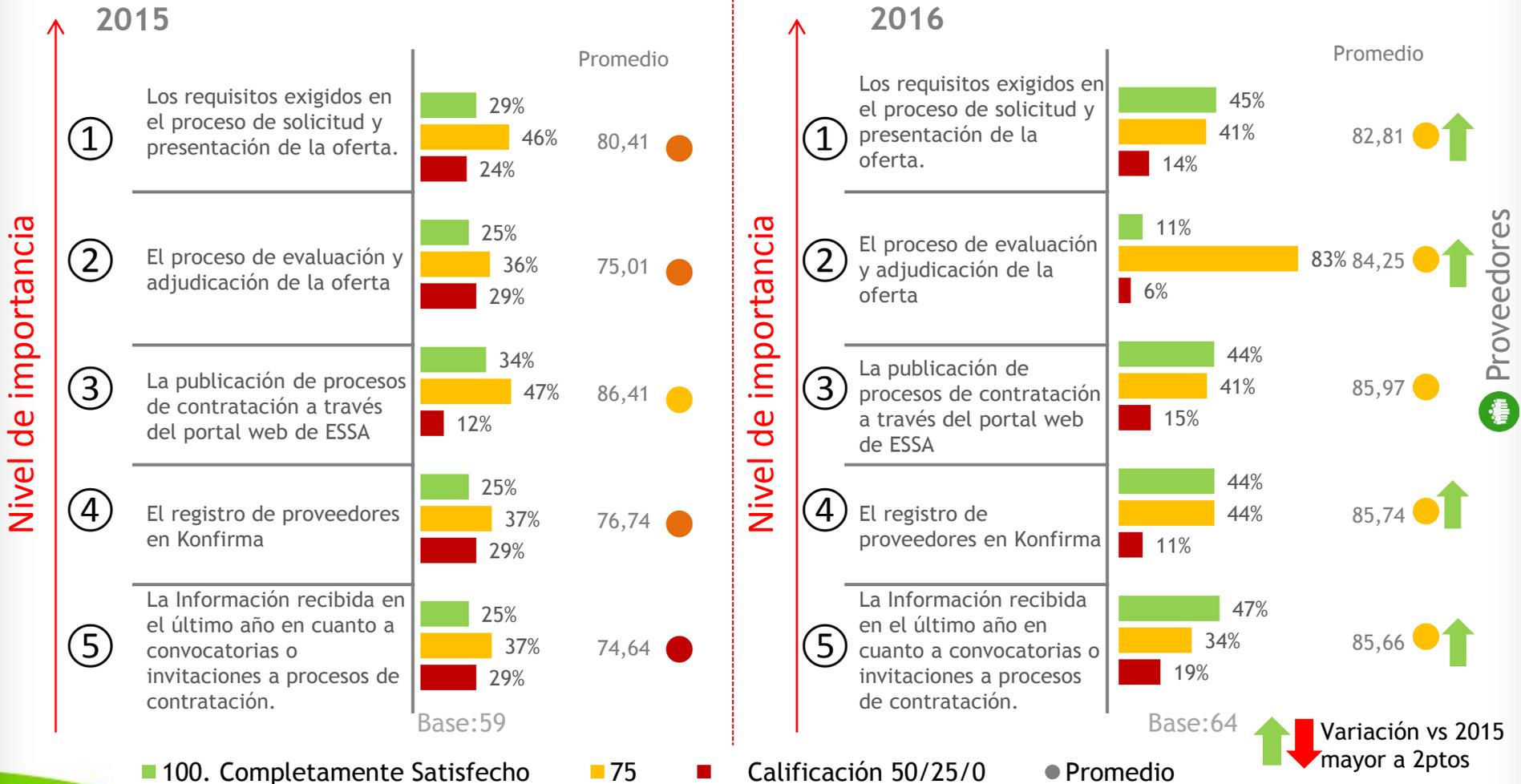


→Por solicitud del cliente se aplica mismo modelo de INVAMER para garantizar trazabilidad del indicador

↑ ↓ Variación vs 2015 mayor a 2ptos

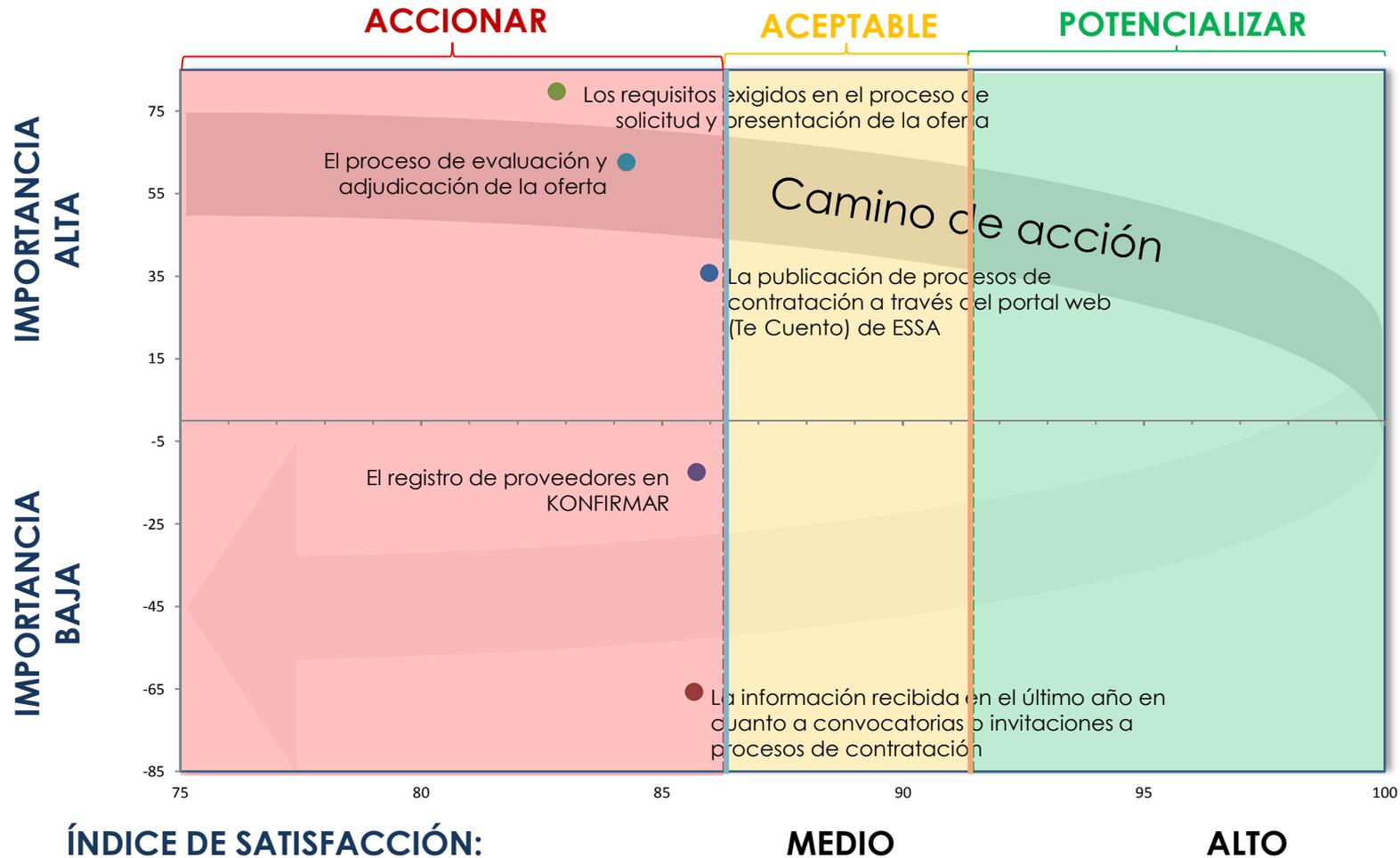
Al ver el detalle de aspectos evaluados, en su mayoría se evidencia mejoría.

En detalle se evalúa...



P3. En una escala de 10 puntos, donde 1 es Nada satisfecho y 10 Completamente Satisfecho, ¿cómo evalúa los siguientes aspectos de ESSA? (Inducida, única respuesta)

Evaluación de satisfacción

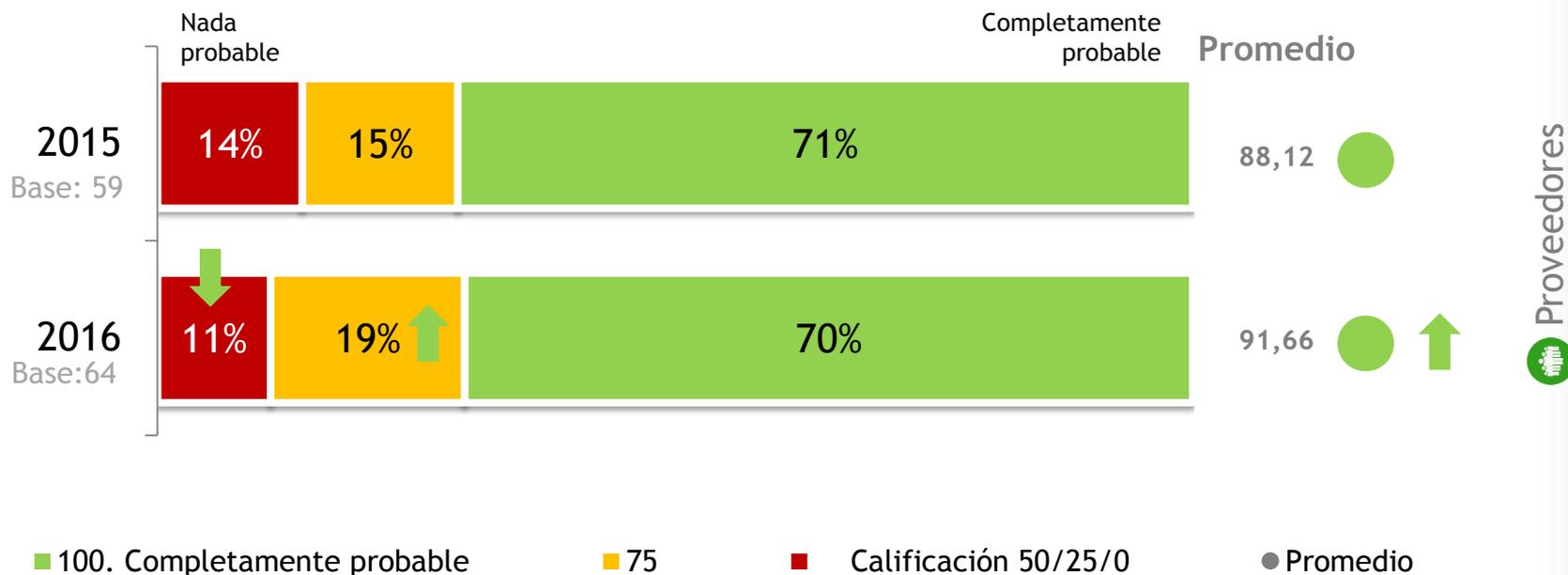


Proveedores



Así mismo, se presenta un mejor desempeño en el indicador de lealtad enfocado en la intención de continuar presentando propuestas a ESSA mejorando vs el 2015

Lealtad



P21. En una escala donde 1 es NADA PROBABLE y 10 es EXTREMADAMENTE PROBABLE, ¿Qué tan probable es que usted CONTINÚE PRESENTANDO PROPUESTAS a ESSA, en el próximo año? (Inducida, única respuesta)

↑ ↓ Variación vs 2015
 mayor a 2ptos

El aporte al prestigio, propuestas acordes a las necesidades son los aspectos más valorados por los proveedores que fortalecen la lealtad.

Razones de lealtad



COMENTARIOS FAVORABLES

Base: 45

Nunca hemos tenido inconvenientes con ellos	24%
Ellos hacen que nuestra empresa obtenga prestigio	13%
Manejan propuestas acordes a nuestras necesidades	11%
'Por la amplia influencia que tienen en Santander'	7%
Son honestos/ transparentes	7%
Es una entidad seria	7%
Generan confianza	7%
Son cumplidos con los pagos	7%
Es una empresa ética	4%
Por la relación que tienen en el área de electricidad	4%

Otras menciones: (26)



COMENTARIOS DESFAVORABLES

Base: 7

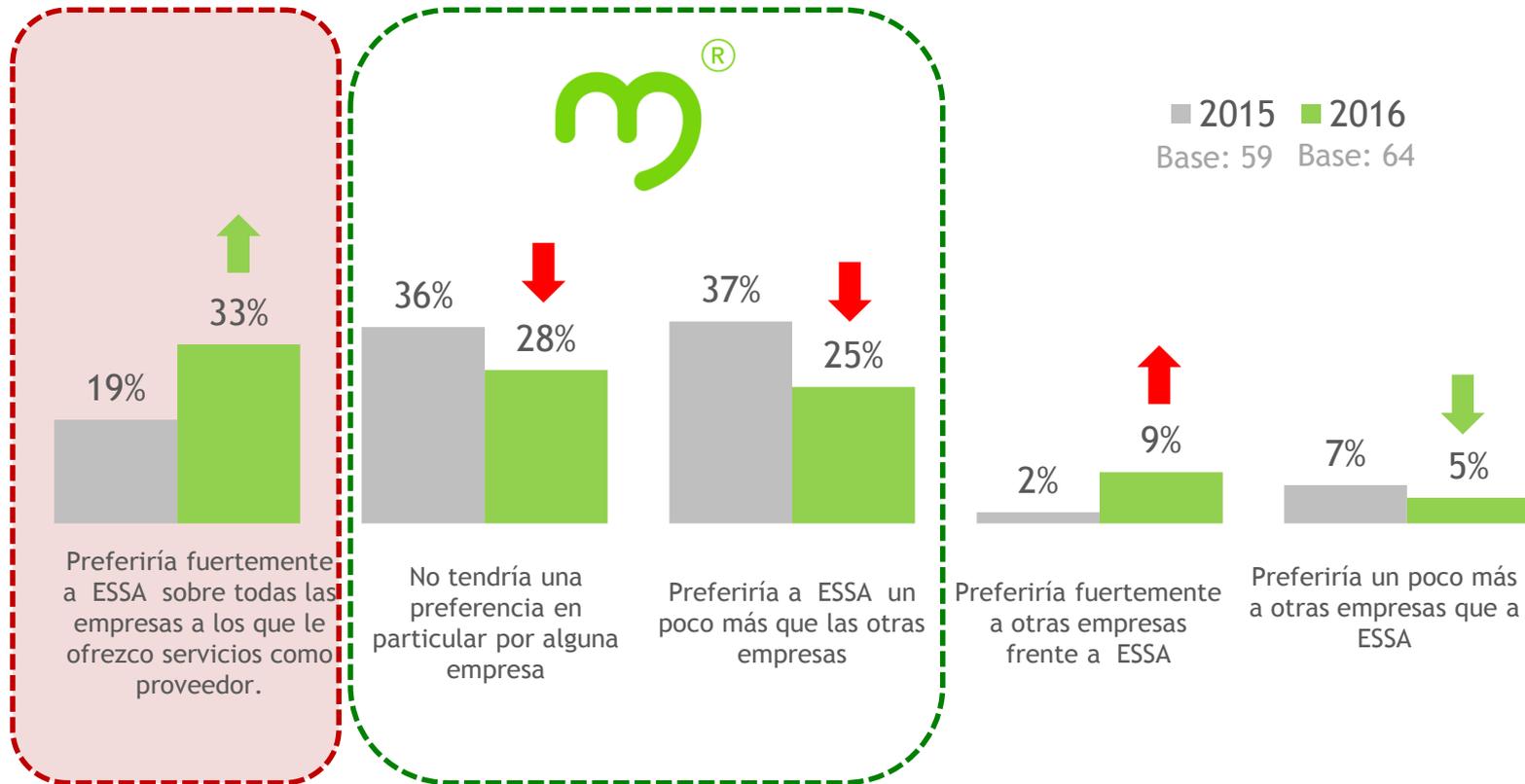
Las licitaciones están dispuestas a unas empresas y a otras no	29%
Quitian los procesos después que el proveedor licita muy bajo	14%
Es muy complejo completar los requisitos del portal de contratación	14%
El método de valor económico no es el adecuado; califican el de menor valor	14%
ESSA ofrece excelente comunicación	14%
Brindan credibilidad	14%

Proveedores



Sin embargo, cuando se plantea un escenario de exclusividad dentro de las empresas a quienes le ofertaría se fortalece el no tener una preferencia por alguna empresa.

Lealtad



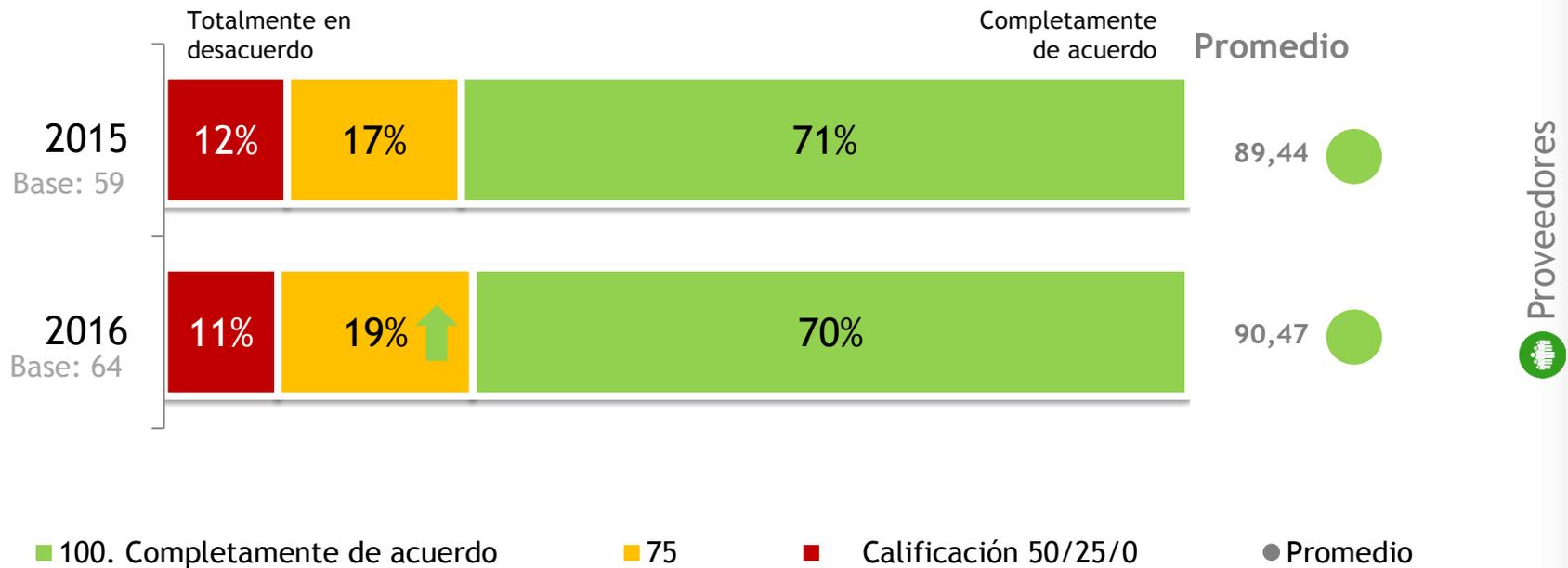
Proveedores

P24. ¿Si su empresa tuviera que decidir acerca de las empresas a quienes le ofertaría, cuál sería su decisión respecto a ESSA? (Inducida, única respuesta)

↑ ↓ Variación vs 2015
mayor a 2ptos

Obteniendo un nivel de recomendación muy superior con estabilidad vs la medición del 2015

Recomendación



Proveedores

P23. Utilizando una escala de 10 puntos, donde 1 es totalmente en desacuerdo y 10 totalmente de acuerdo, ¿recomendaría usted a una empresa amiga o conocida ser proveedor de ESSA? (Inducida, única respuesta)

↑
↓
 Variación vs 2015
 mayor a 2ptos

En detalle...



Satisfacción general, lealtad y recomendación

Evaluación de imagen ESSA

Evaluación de Propuesta de Valor ESSA

Evaluación de Modelo de mejoramiento

Evaluación de reclamos e inconsistencias ESSA

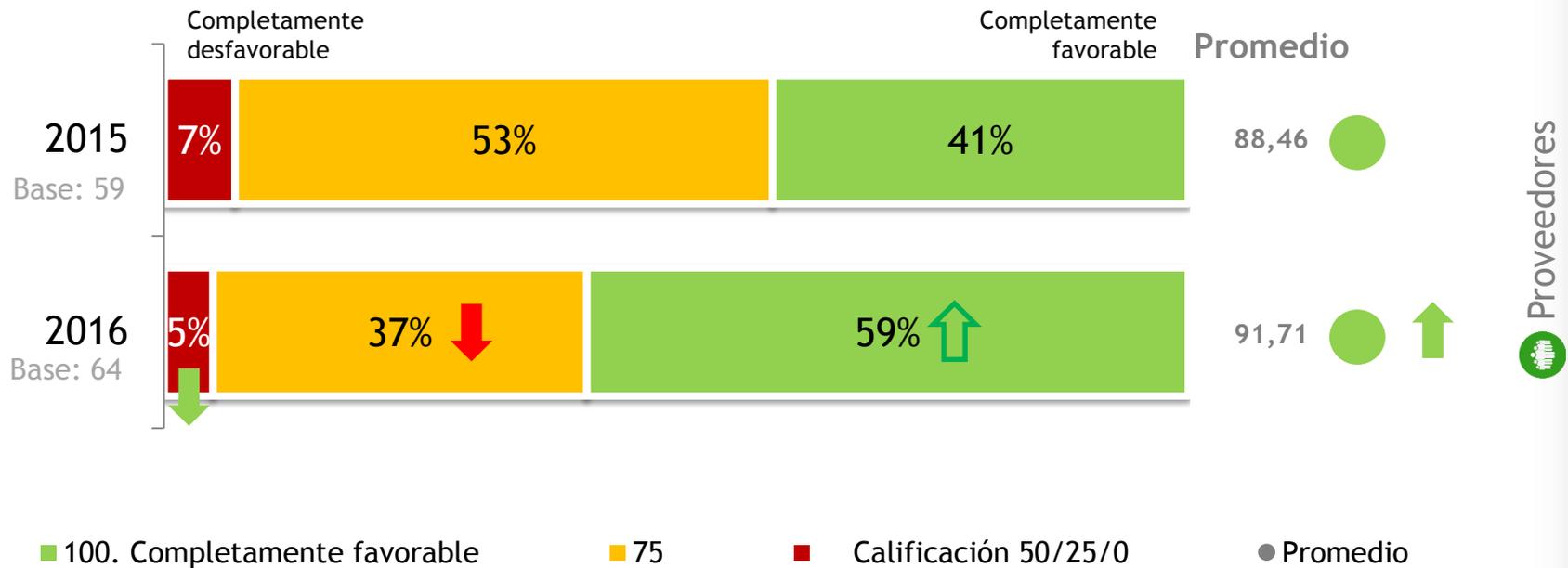
Evaluación de canales de comunicación

Evaluación de Transparencia por Colombia



Se evidencia una imagen muy favorable de ESSA, mejorando significativamente vs. el 2015

Imagen



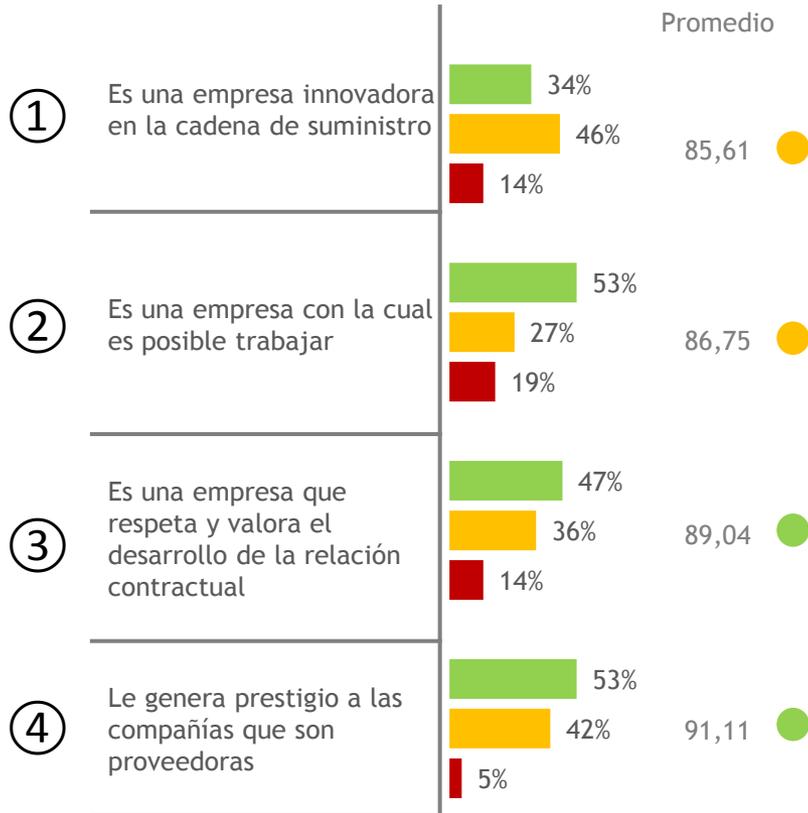
P4. A nivel general y empleando una escala entre 1 y 10, siendo 1 completamente desfavorable y 10 completamente favorable, ¿Qué tan favorable es la imagen que usted tiene de ESSA? (Inducida, única respuesta)

↑ ↓ Variación vs 2015
 mayor a 2ptos

Con estabilidad en la mayoría de los atributos evaluados, destacándose por el prestigio que le genera a las compañías que son proveedoras el estar vinculados con ESSA y el respeto y la valoración que le da ESSA a los proveedores.

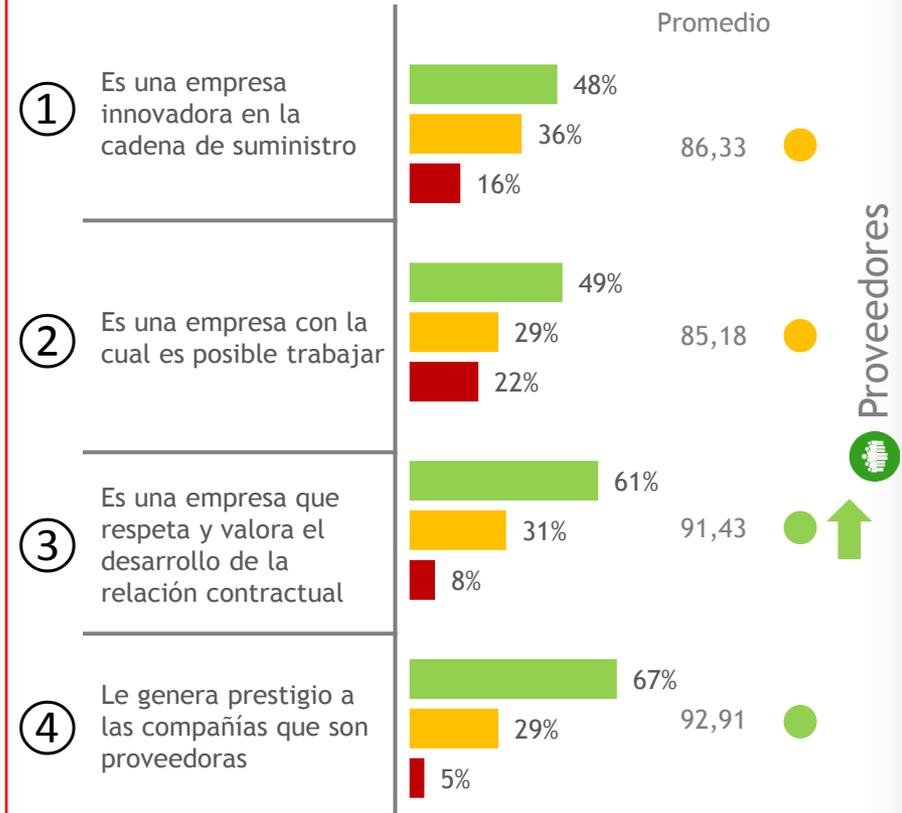
Atributos de Imagen

2015



Base:59

2016



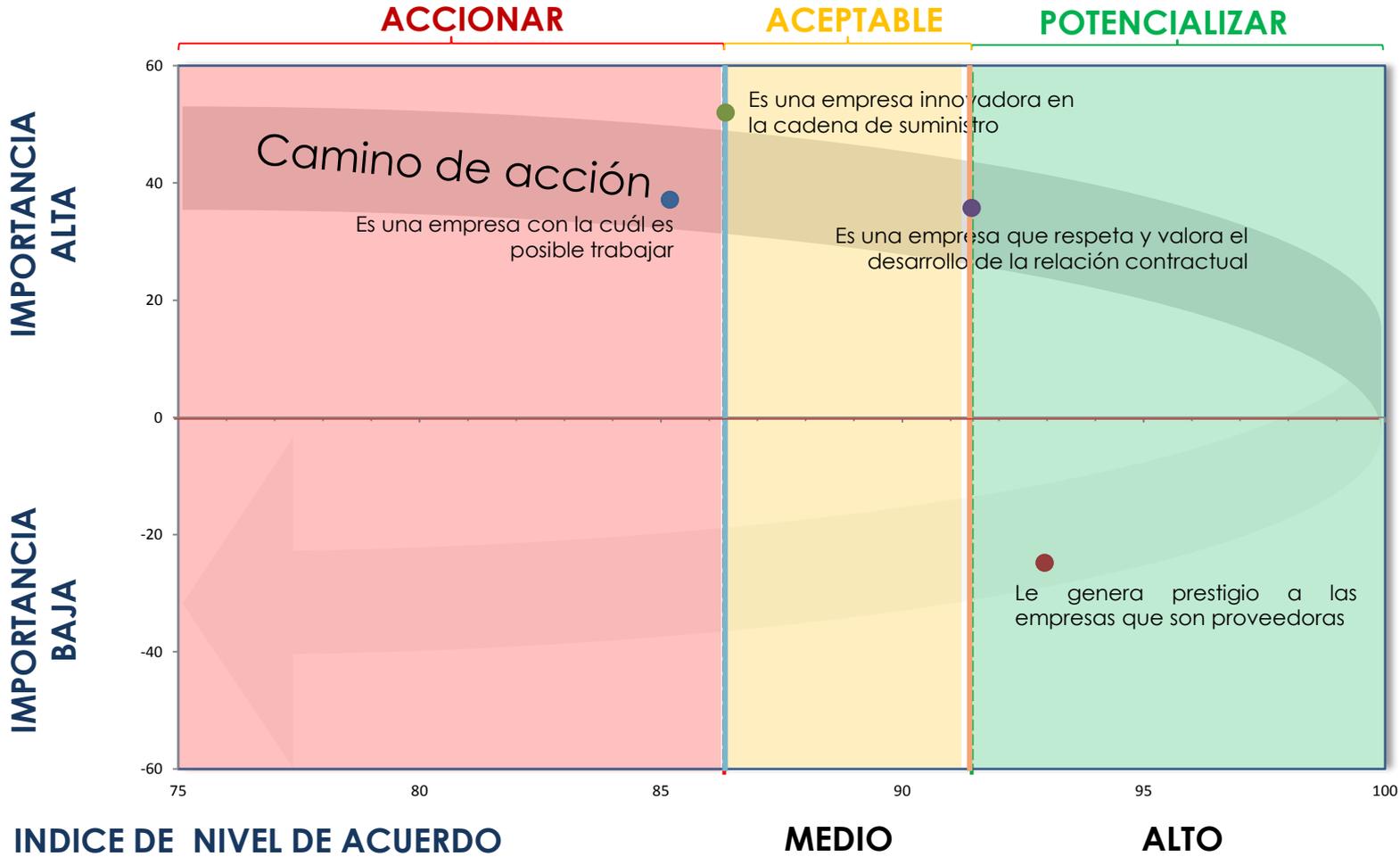
Base:64

Variación vs 2015
 ↑ mayor a 2ptos
 ↓

■ 100. Completamente de Acuerdo ■ 75 ■ Calificación 50/25/0 ● Promedio

P5. Utilizando una escala de 1 a 10, donde 1 es Totalmente en Desacuerdo y 10 Totalmente de Acuerdo, por favor dígame ¿Qué tan de acuerdo se encuentra usted con las siguientes afirmaciones referentes a ESSA? (Inducida, única respuesta)

Evaluación de imagen



Proveedores

En detalle...



®

Satisfacción general, lealtad y recomendación

Evaluación de imagen ESSA

Evaluación de Propuesta de Valor ESSA

Evaluación de Modelo de mejoramiento

Evaluación de reclamos e inconsistencias ESSA

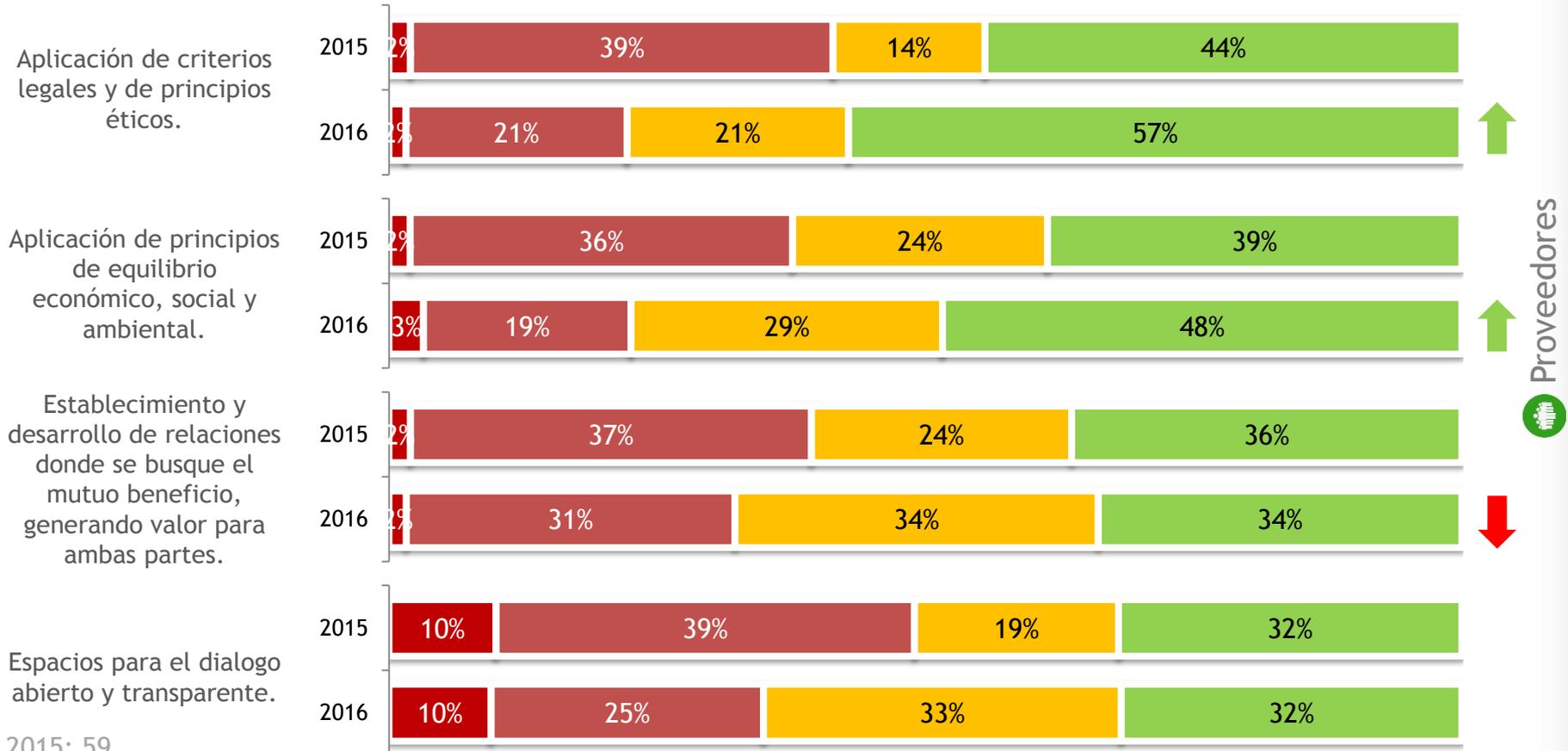
Evaluación de canales de comunicación

Evaluación de Transparencia por Colombia

Se evidencia una mejoría en dos de los 4 aspectos evaluados en la percepción de la propuesta de valor, el tema de relacionamiento se evidencia como oportunidad de mejora.

Propuesta de Valor

Peor que sus otros clientes  Igual que sus otros clientes  Mejor que algunos de sus otros clientes  Mejor que la mayoría de sus otros clientes 



↑ Proveedores



↑ ↓ Variación vs 2015 mayor a 2ptos

Base 2015: 59
Base 2016: 64

P6. Utilizando la siguiente escala: Peor que sus otros clientes, Igual a sus otros clientes, Mejor que algunos de sus otros clientes y Mejor que la Mayoría de sus otros clientes, ¿Cómo considera usted el desempeño de ESSA en cuanto a ...? (Inducida, única respuesta)

En detalle...



®

Satisfacción general, lealtad y recomendación

Evaluación de imagen ESSA

Evaluación de Propuesta de Valor ESSA

Evaluación de Modelo de mejoramiento

Evaluación de reclamos e inconsistencias ESSA

Evaluación de canales de comunicación

Evaluación de Transparencia por Colombia

Se evidencia una mejoría en la percepción de la mayoría de aspectos de gestión del modelo de mejoramiento, destacándose por en la gestión de confianza.. Sin embargo disminuyó vs. la medición pasada.

Modelo de Mejoramiento

Peor que sus otros clientes



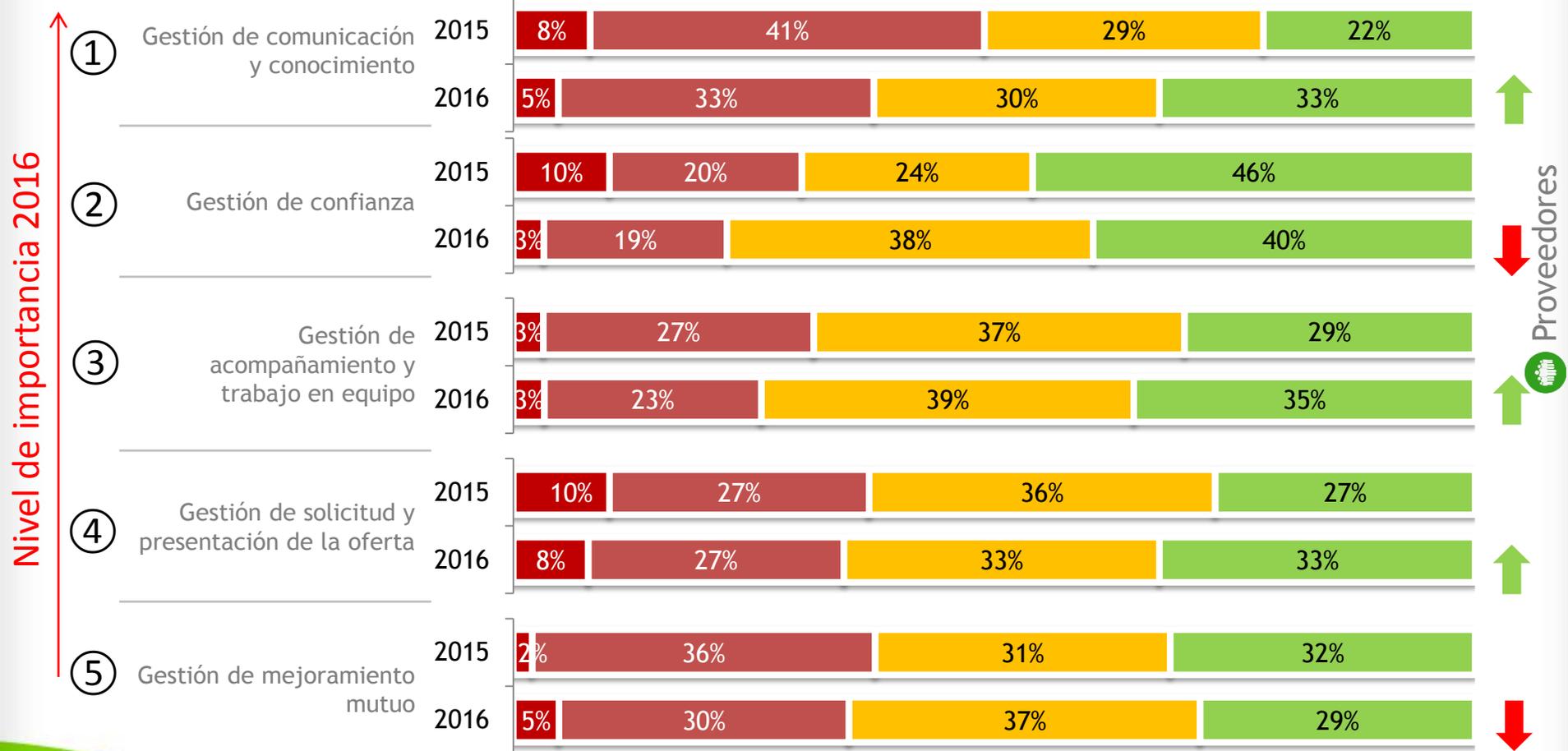
Igual que sus otros clientes



Mejor que algunos de sus otros clientes



Mejor que la mayoría de sus otros clientes



Proveedores

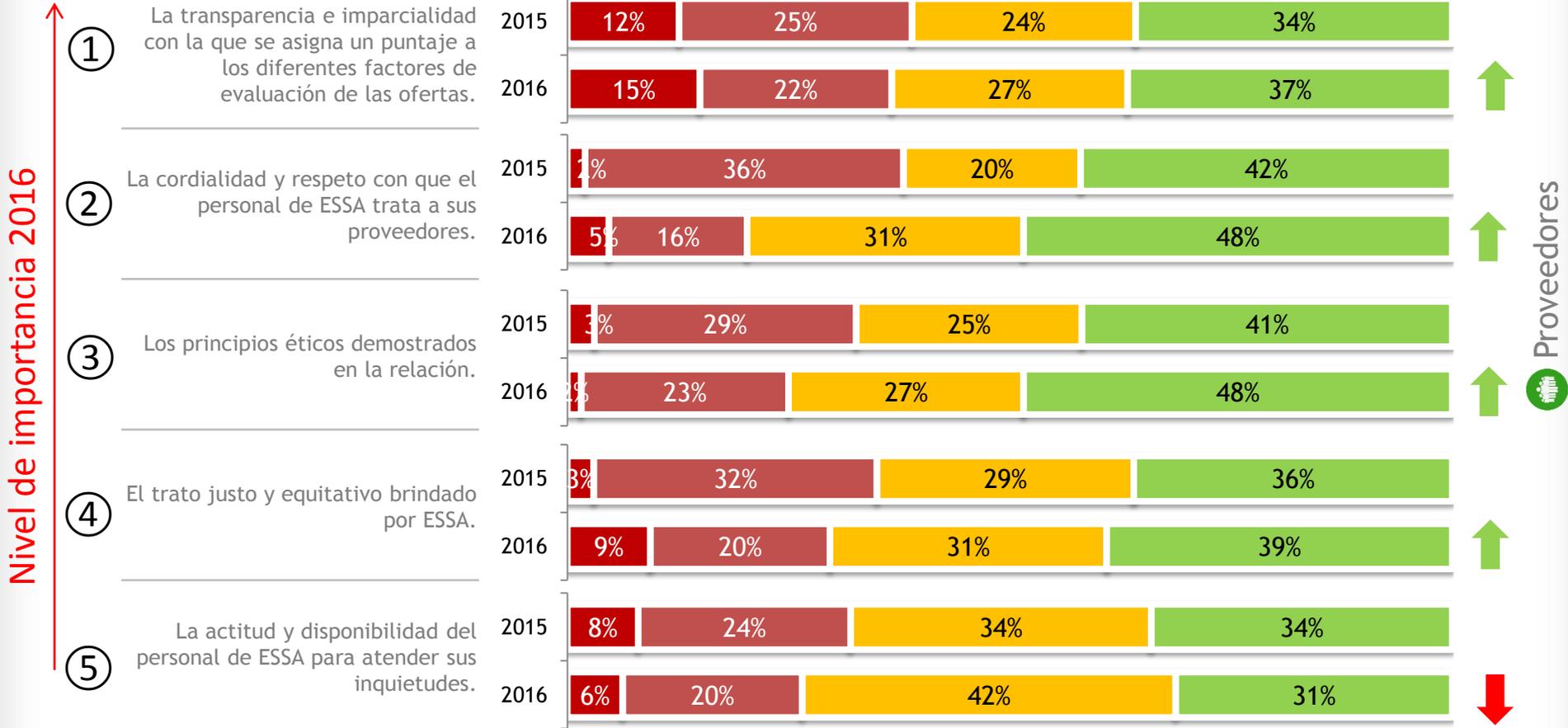


↑ ↓ Variación vs 2015 mayor a 2ptos

La gestión de confianza fortalecida en la mayoría de aspectos, oportunidad de mejora en la actitud y disponibilidad del personal de ESSA

Gestión de confianza

Peor que sus otros clientes  Igual que sus otros clientes  Mejor que algunos de sus otros clientes  Mejor que la mayoría de sus otros clientes 



↑ ↓ Variación vs 2015 mayor a 2ptos

P10. Utilizando la siguiente escala: Peor que sus otros clientes, Igual a sus otros clientes, Mejor que algunos de sus otros clientes y Mejor que la Mayoría de sus otros clientes, ¿Cómo considera usted la confianza de ESSA en cuanto a ___? (Inducida, única respuesta)

En detalle...



Satisfacción general, lealtad y recomendación

Evaluación de imagen ESSA

Evaluación de Propuesta de Valor ESSA

Evaluación de Modelo de mejoramiento

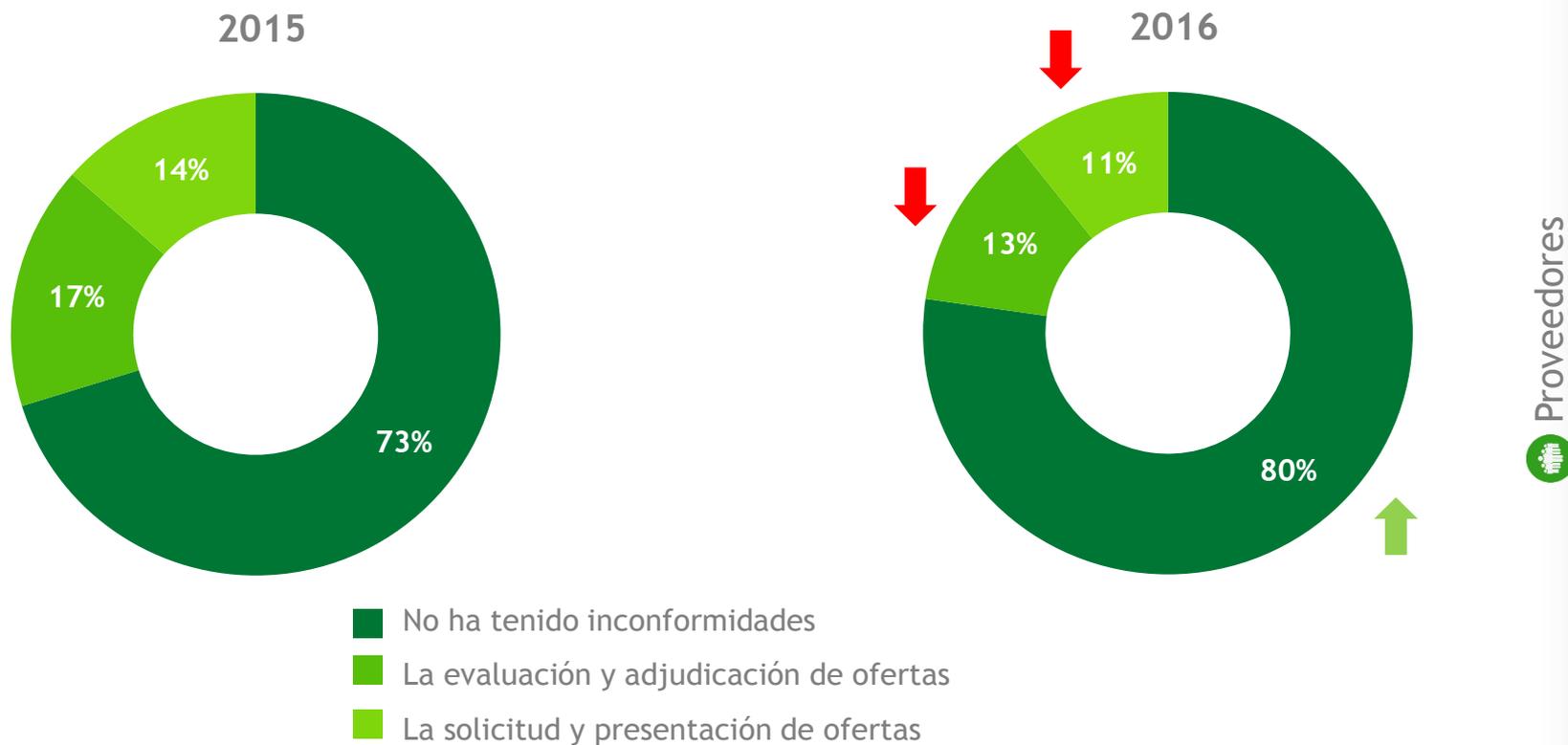
Evaluación de reclamos e inconsistencias ESSA

Evaluación de canales de comunicación

Evaluación de Transparencia por Colombia

Disminuyendo la existencia de reclamos e inconsistencias durante el el último año.

Existencia de reclamos e inconsistencias



P17. ¿Durante el último año, su empresa ha tenido reclamaciones, inconformidades o necesidades con ... (Inducida, múltiple respuesta)

↑ ↓ Variación vs 2015
mayor a 2ptos

Continúa siendo el correo electrónico el principal medio por el que se comunican las inconformidades, reclamaciones o necesidades.

Medios utilizadas para reclamos e inconsistencias

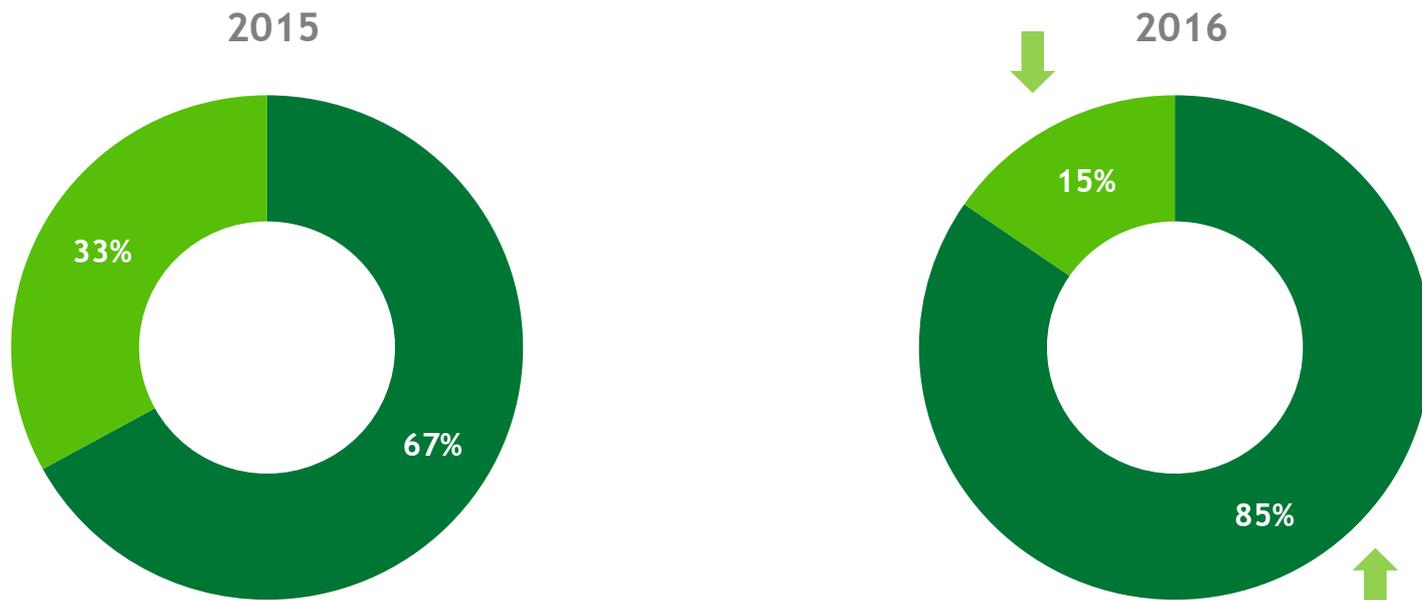


↑ ↓ Variación vs 2015
mayor a 2ptos

P18. ¿A través de qué medio comunicó su ÚLTIMA inconformidad, reclamación o necesidad?
(Inducida, única respuesta)

Aumentando de manera positiva tasa de respuesta a las inconformidades presentadas por parte de ESSA

Tasa de respuesta frente a reclamos e inconsistencias



■ Si
■ No

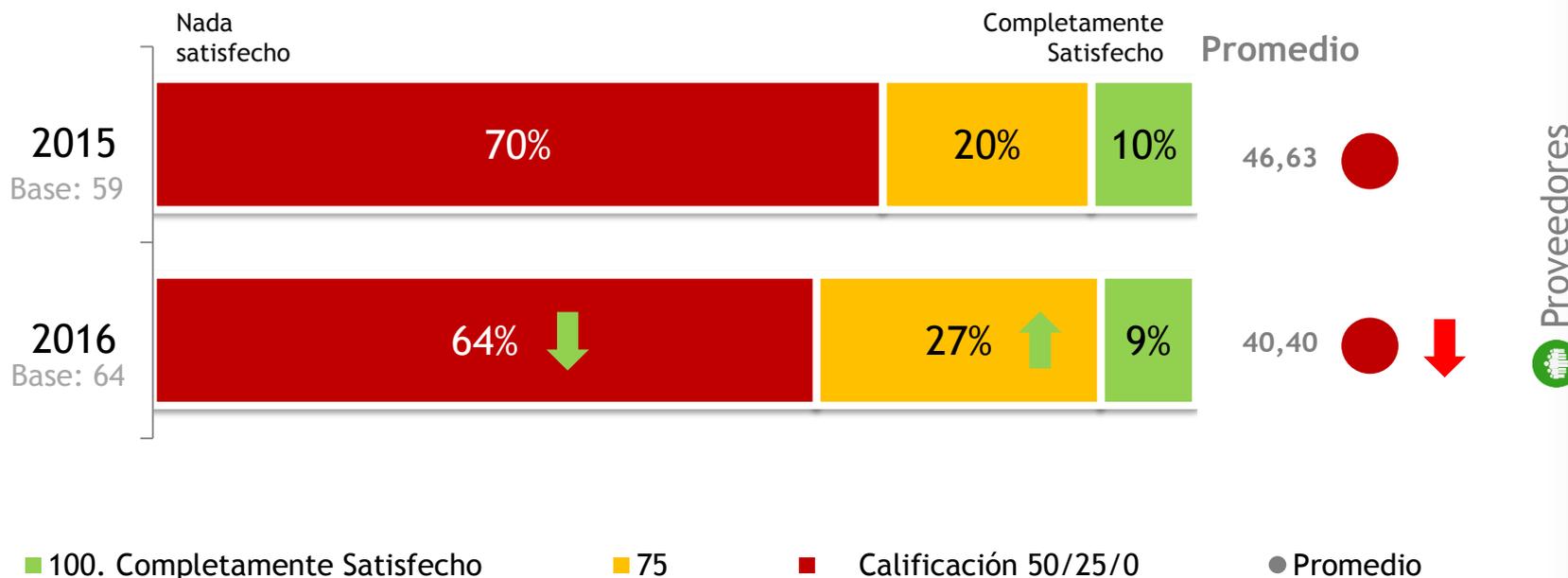
Proveedores

P19. ¿ESSA le dio respuesta a la última inconformidad presentada? (Inducida, única respuesta)

↑ ↓ Variación vs 2015
mayor a 2ptos

Sin embargo la satisfacción frente a esta no es la esperada, disminuyendo vs el 2015.

Nivel de satisfacción con la respuesta



P20. En una escala de 10 puntos, donde 1 es Nada satisfecho y 10 Completamente Satisfecho, ¿Qué tan satisfecho se encuentra Usted con la respuesta recibida a la inconformidad presentada? (Inducida, única respuesta)

↑ ↓ Variación vs 2015
 mayor a 2ptos

En detalle...



Satisfacción general, lealtad y recomendación

Evaluación de imagen ESSA

Evaluación de Propuesta de Valor ESSA

Evaluación de Modelo de mejoramiento

Evaluación de reclamos e inconsistencias ESSA

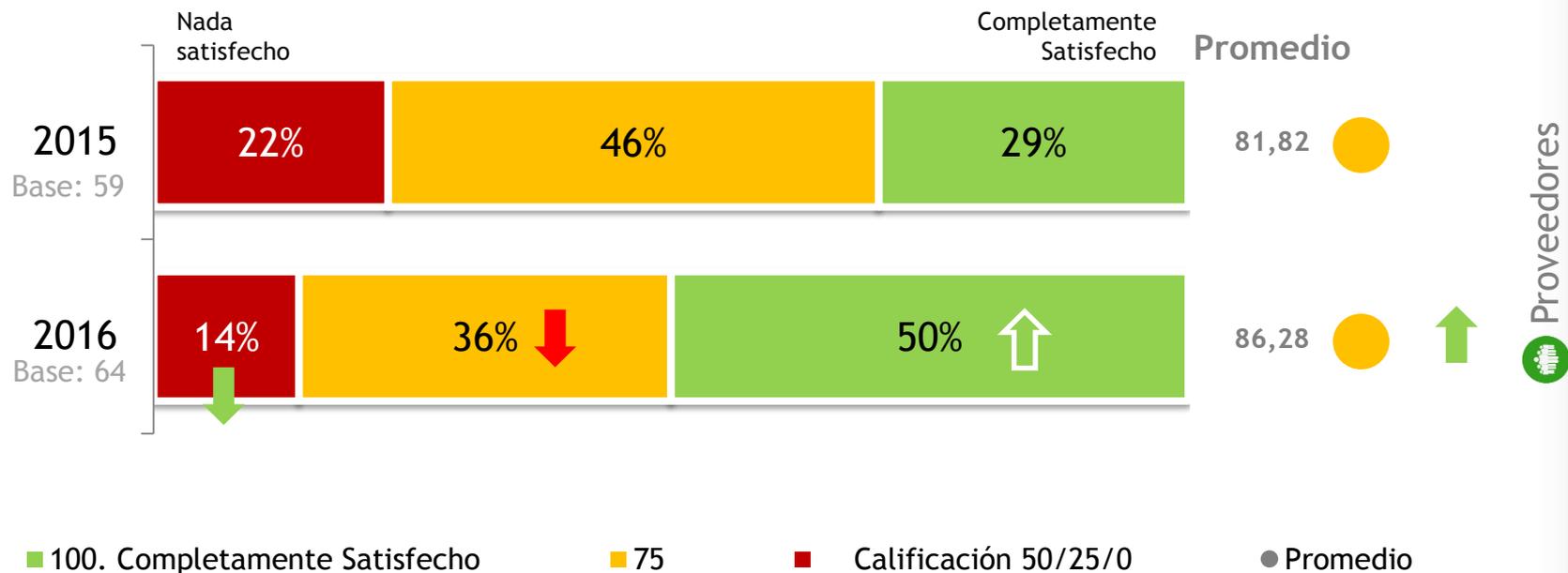
Evaluación de canales de comunicación

Evaluación de Transparencia por Colombia



Con mejoría en el nivel de satisfacción frente a los canales de comunicación ofrecidos por ESSA

Nivel de satisfacción con los canales de comunicación



P26. En una escala de 10 puntos, donde 1 es Nada satisfecho y 10 Completamente Satisfecho, ¿Qué tan satisfecho se encuentra Usted con los canales de comunicación a proveedores que tiene ESSA? (Inducida, única respuesta)

↑ ↓ Variación vs 2015
 mayor a 2ptos

No necesariamente los canales de mayor conocimiento son los que más se prefieren. La página web de proveedor y la línea de atención telefónica pierden relevancia cuando se piensa como medio de comunicación.

Conocimiento y preferencia de canales de comunicación

	Conocimiento		Preferencia	
	2015	2016	2015	2016
Correo electrónico	85%	95% ↑	75%	78% ↑
Comunicación vía página web de proveedor	81%	75% ↓	17%	6% ↓
Línea telefónica de atención al proveedor	51%	75% ↑	2%	6% ↑
Reuniones con funcionarios de ESSA	49%	55% ↑	5%	6%
Carta	37%	42% ↑	2%	2%
Celular	2%			
Interventor del contrato		41%		

Top

Proveedores



↑ ↓ Variación vs 2015
mayor a 2ptos

P27. ¿Cuáles canales de comunicación, conoce y ha utilizado, que tenga ESSA?
(ENCUESTADOR: LEA OPCIONES TABLA 1- Si dice ninguno, PASE A P29- Inducida, múltiple respuesta)

P28. ¿Cuál canal prefiere para que ESSA le comunique información de su interés?

El interés del portal está centrado en la información de licitaciones y ofertas

Información de interés para el portal web de contratación

Top	Nada / ninguna	51%
	Información de licitaciones / ofertas	8%
	Planes de contratación	5%
	Estado de los procesos	5%
	Información de la empresa a la que le otorgan el contrato / información de que empresa gana el proyecto	3%
	Calificaciones de proveedores que no ganan licitaciones	3%
	Capacitaciones / retroalimentaciones	3%
	Publicar las calificaciones en todas las etapas del proceso	2%
	Información de cierres de procesos	2%
	Que puntos tiene a favor cada proveedor	2%

Otras menciones: (21) inferiores a 2%

P29. ¿Qué información le gustaría que se incluyera en la página para Proveedor del PORTAL WEB DE CONTRATACIÓN (TE CUENTO) de ESSA? (ENCUESTADOR: Profundice- (Espontánea, múltiple respuesta))



En detalle...



®

Satisfacción general, lealtad y recomendación

Evaluación de imagen ESSA

Evaluación de Propuesta de Valor ESSA

Evaluación de Modelo de mejoramiento

Evaluación de reclamos e inconsistencias ESSA

Evaluación de canales de comunicación

Evaluación de Transparencia por Colombia



A nivel general mejora la recordación de los diferentes documentos.

Nivel de conocimiento de documentos



Proveedores



Variación vs 2015
mayor a 2ptos

P30. ¿Podría usted decirme si conoce los siguientes documentos? (Inducida, múltiple respuesta)

Los canales de mayor conocimiento son los de mayor preferencia cuando se habla de efectividad para dar a conocer el plan anual de contratación.

Conocimiento y preferencia de canales para *el plan anual de contratación*

	Conocimiento		Preferencia		
	2015	2016	2015	2016	
Top	Página web	93%	83% ↓	61%	45% ↓
	Correo electrónico	7%	24% ↑	29%	41% ↑
	Capacitaciones		3%		
	Carta		3%		
	Eventos	14%	3% ↓	11%	10%
	Todos los anteriores				3%
	Reuniones de proveedores	4%			

Proveedores



↑ ↓ Variación vs 2015
mayor a 2ptos

P31. ¿Por cuál de los siguientes canales conoce el Plan Anual de contratación? (Inducida, múltiple respuesta)

P35. ¿Cuál considera que es el medio más efectivo para conocer el Plan Anual de contratación? (Espontánea, única respuesta)

Los canales de mayor conocimiento son los de mayor preferencia cuando se habla de efectividad para dar a conocer la Política de relacionamiento con proveedores y contratistas

Conocimiento y preferencia de canales para *la Política de relacionamiento con proveedores y contratistas*

	Conocimiento		Preferencia	
	2015	2016	2015	2016
Top Página web	63%	75% ↑	51%	43% ↓
Correo electrónico	14%	23% ↑	29%	45% ↑
Eventos / Reuniones	29%	10% ↓	11%	8% ↓
Personalmente / Presencial		3%		3%
Asesor				3%
Reuniones de proveedores	3%		9%	

Proveedores



↑ ↓ Variación vs 2015
mayor a 2ptos

P33. ¿Por cuál de los siguientes canales conoce la Política de relacionamiento con proveedores y contratistas? (Inducida, múltiple respuesta)

P37. ¿Cuál considera que es el medio más efectivo para conocerla Política de relacionamiento con proveedores y contratistas? (Espontánea, única respuesta)

Los canales de mayor conocimiento son los de mayor preferencia cuando se habla de efectividad para dar a conocer el código de conducta

Conocimiento y preferencia de canales para *código de conducta*

	Conocimiento		Preferencia	
	2015	2016	2015	2016
Top Página web	72%	76% ↑	61%	78% ↑
Correo electrónico	22%	31% ↑	31%	45% ↑
Eventos / Reuniones	11%	2% ↓	6%	5%
Personalmente / Presencial				2%
Reuniones de proveedores	3%			
Funcionarios			3%	

Proveedores



↑ ↓ Variación vs 2015
mayor a 2ptos

P34. ¿Por cuál de los siguientes canales conoce el Código de conducta? (Inducida, múltiple respuesta)
P38. ¿Cuál considera que es el medio más efectivo para conocer el Código de conducta? (Espontánea, única respuesta)

Los canales de mayor conocimiento son los de mayor preferencia cuando se habla de efectividad para dar a conocer manual de contratación

Conocimiento y preferencia de canales para *manual de contratación*

Top	Conocimiento		Preferencia	
	2015	2016	2015	2016
	Página web	77%	77%	67%
Correo electrónico	8%	23% ↑	25%	40% ↑
Eventos / Reuniones	17%	13% ↓	8%	4% ↓
Lo entregaron en el momento de firmar contrato		2%		
Todos los anteriores				2%
Reuniones de proveedores	2%			

Proveedores



↑ ↓ Variación vs 2015
mayor a 2ptos

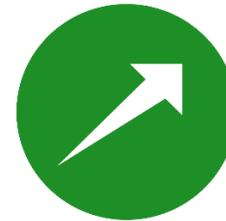
P32. ¿ Por cuál de los siguientes canales conoce el Manual de contratación? (Inducida, múltiple respuesta)
P36. ¿Cuál considera que es el medio más efectivo para conocer el Manual de contratación? (Espontánea, única respuesta)

Aún se presentan oportunidades de mejora en el nivel de conocimiento de la línea ética de contacto transparente ESSA mejorando su satisfacción frente a esta dentro de los pocos que la han usado.

Nivel de conocimiento y satisfacción con la línea ética de contacto transparente ESSA



Lo conocen....



Los que están muy satisfechos...

2015
Base:59

12%



43%

Base: 7

Promedio

79,60



Proveedores



2016
Base:64

9% ↓



60% ↑

Base:6

95,55



P39. ¿Conoce y ha utilizado usted la línea ética de contacto transparente de ESSA?
(Espontánea, única respuesta)

P40. En una escala de 10 puntos, donde 1 es Nada satisfecho y 10 Completamente Satisfecho,
¿Qué tan satisfecho se encuentra Usted con la línea ética de contacto transparente de ESSA?
(Inducida, única respuesta)

↑ ↓ Variación vs 2015
mayor a 2ptos

Conclusiones y Recomendaciones

- ✓ A nivel general se presenta una mejoría en el desempeño de los indicadores

Matriz resumen principales indicadores

Satisfacción	79,86 (2015) vs 79,18 (2016) ●	Cumplimiento meta 86,58 
Lealtad	88,12 (2015) vs 91,66 (2016) ● ↑	
Recomendación	89,44 (2015) vs 90,47(2016) ●	
Imagen	88,46 (2015) vs 91,71(2016) ● ↑	
Propuesta de Valor	Aumenta la percepción de ser mejor que la mayoría de los clientes en la mayoría de los aspectos evaluados	↑
Evaluación de Modelo de mejoramiento	Aumenta la percepción de ser mejor que la mayoría de los clientes en la mayoría de los aspectos evaluados	↑
Existencia de reclamos e inconsistencias	Disminuyendo la existencia de reclamos e inconsistencias durante el último año, con oportunidades de mejora en la rta.	
Nivel de satisfacción con los canales de comunicación	81,82 (2015) vs 86,28(2016) ● ↑	

Conclusiones y Recomendaciones

Principales indicadores	Aspectos más destacados (Desempeño excelente/bueno o aspectos valorados)	Aspectos que tiene aún oportunidad de mejora (Regular bajo/malo, aspectos menos valorados)
Satisfacción	<i>Claridad, cumplimiento y seriedad en los procesos</i>	<i>la exigencia en los requisitos para participar se convierten en la principal barrera.</i>
Lealtad	<i>El aporte al prestigio, propuestas acordes a las necesidades</i>	<i>Las licitaciones están dispuestas a unas empresas y a otras no (mínimas menciones)</i>
Imagen	<i>El prestigio que le genera a las compañías que son proveedoras el estar vinculados con ESSA y el respeto y la valoración que le da ESSA a los proveedores.</i>	-
Propuesta de Valor	<i>Aplicación de principios de equilibrio económico, social y ambiental. Aplicación de criterios legales y de principios éticos.</i>	<i>Establecimiento y desarrollo de relaciones donde se busque el mutuo beneficio, generando valor para ambas partes.</i>
Evaluación de Modelo de mejoramiento	<i>Gestión de comunicación y conocimiento Gestión de acompañamiento y trabajo en equipo Gestión de solicitud y presentación de la oferta</i>	<i>Gestión de confianza (disminuye) Gestión de mejoramiento mutuo</i>



Línea ética de contacto transparente ESSA

Aún se presentan oportunidades de mejora en el nivel de conocimiento de la línea ética de contacto transparente ESSA mejorando su satisfacción frente a esta dentro de los pocos que la han usado.



Veamos los resultados...



Contratistas

En detalle...



Ⓜ

Satisfacción general, lealtad y recomendación

Evaluación de imagen ESSA

Evaluación de Propuesta de Valor ESSA

Evaluación de Modelo de mejoramiento

Evaluación de reclamos e inconsistencias ESSA

Evaluación de canales de comunicación

Evaluación de Transparencia por Colombia

En detalle...



Ⓜ

Satisfacción general, lealtad y recomendación

Evaluación de imagen ESSA

Evaluación de Propuesta de Valor ESSA

Evaluación de Modelo de mejoramiento

Evaluación de reclamos e inconsistencias ESSA

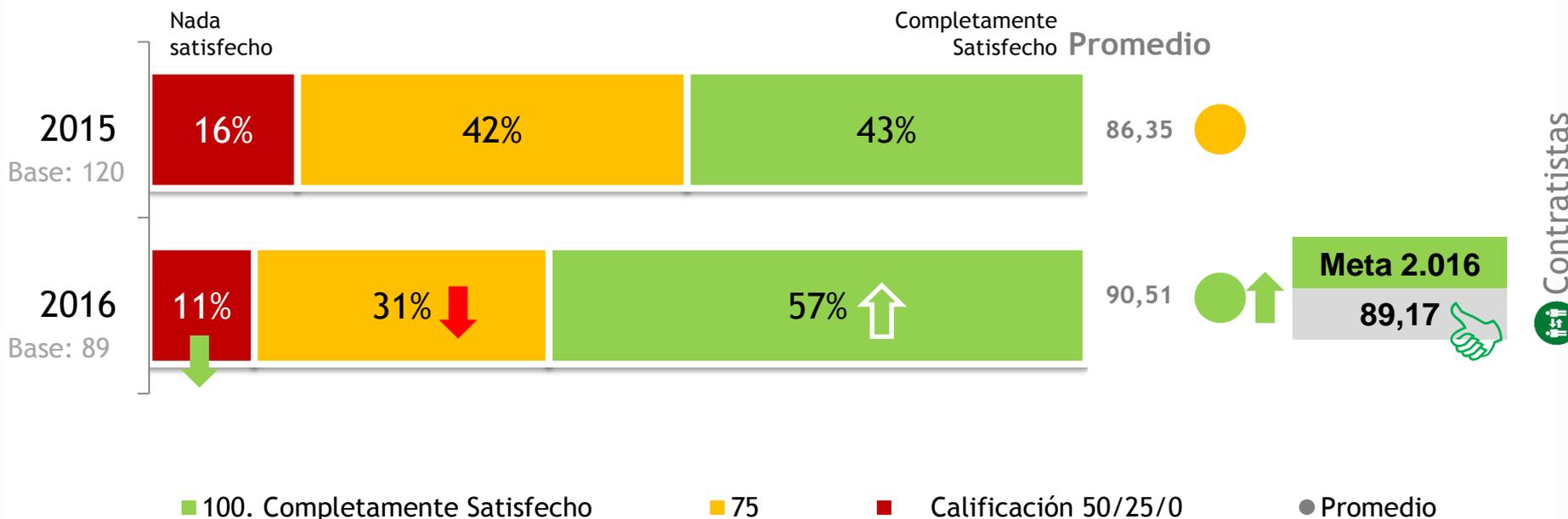
Evaluación de canales de comunicación

Evaluación de Transparencia por Colombia

Se evidencia un indicador positivo de satisfacción cumpliendo con la meta para el 2016, mejorando el desempeño vs el 2015.

Satisfacción

Meta 2.017
93,61



Contratistas

↑ ↓ Variación vs 2015 mayor a 2ptos

P1. En una escala de 10 puntos, donde 1 es Nada satisfecho y 10 Completamente Satisfecho, ¿Qué tan satisfecho se encuentra su empresa respecto a la RELACIÓN GENERAL como contratista de ESSA durante el último año? (Inducida, única respuesta)

La buena relación comercial, ser correctos en los pagos/puntuales y el cumplimiento son los aspectos más valorados por los contratistas; Dentro de los que se encuentran insatisfechos la oportunidad en la rta y la escogencia de contratistas de acuerdo al precio ofertado resultan ser los detonantes de insatisfacción

Razones de satisfacción



COMENTARIOS FAVORABLES

Base: 51

Tenemos buenas relaciones a nivel comercial	29%
Son correctos en los pagos / puntuales	16%
Es una empresa que cumple con lo pactado	14%
No han tenido ninguna clase de inconvenientes con ellos	14%
Siempre se rigen con los términos del contrato	10%
Tienen buena atención / trato amable	10%
Transparencia en el proceso en general	8%
ESSA es una empresa muy organizada	8%
Es una empresa seria / responsable	8%
Tienen buen servicio en general	6%

Otras menciones: (25)



COMENTARIOS DESFAVORABLES

Base: 10

Son demorados en dar respuestas a requerimientos	20%
No hay buenas relaciones con ellos	20%
Es una empresa que ahora sólo busca proveedores y contratistas que cobren más barato	20%
Falta planeación por parte de ESSA	10%
Se presentan inconvenientes en temas de facturación	10%
Los pliegos son confusos	10%
Manejan muchos servicios por poco pago	10%
No hay claridad en los procesos	10%
Manejan precios muy altos	10%
Los trámites para los procesos son demorados	10%

Otras menciones: (2)

Top

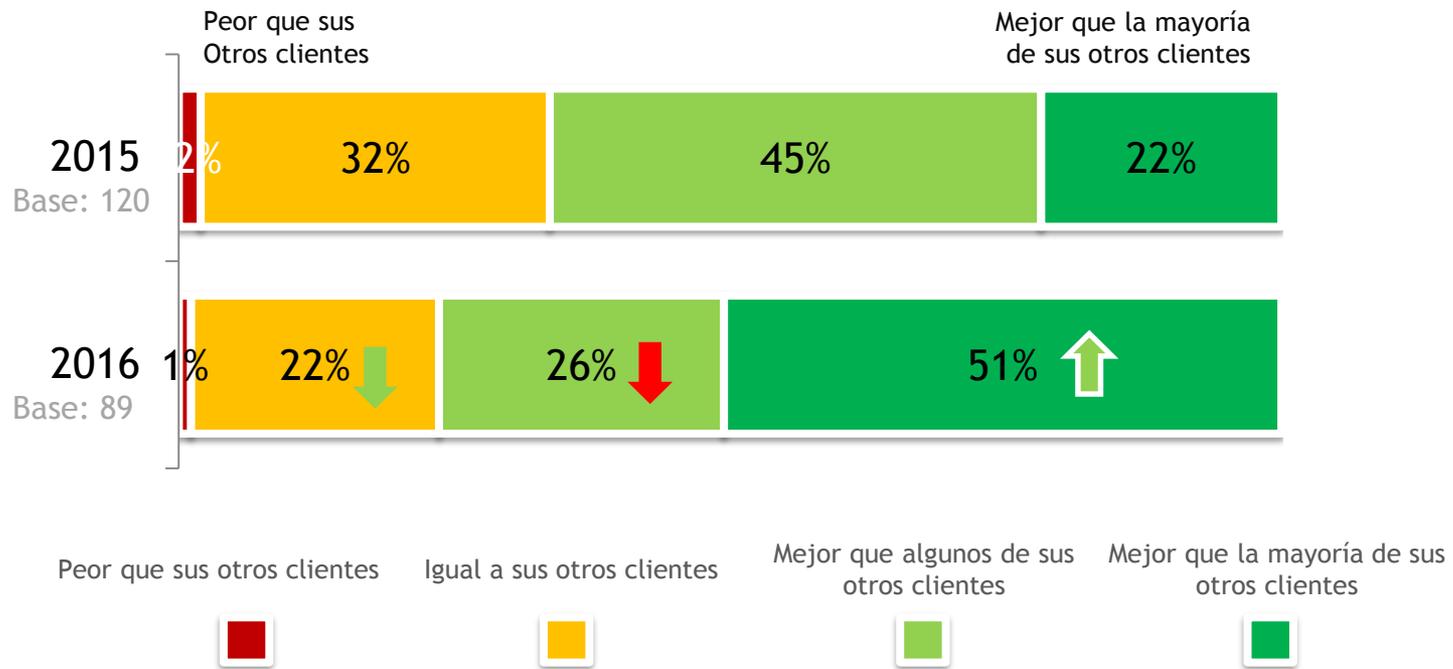
Top

Contratistas

P2. ¿Por qué razón asignó esta calificación? (ENCUESTADOR: Profundice- (Espontánea, múltiple respuesta)

Así mismo, se presenta un mejor desempeño en comparación con sus otros contratistas mejorando vs. el 2015.

Satisfacción vs otros clientes



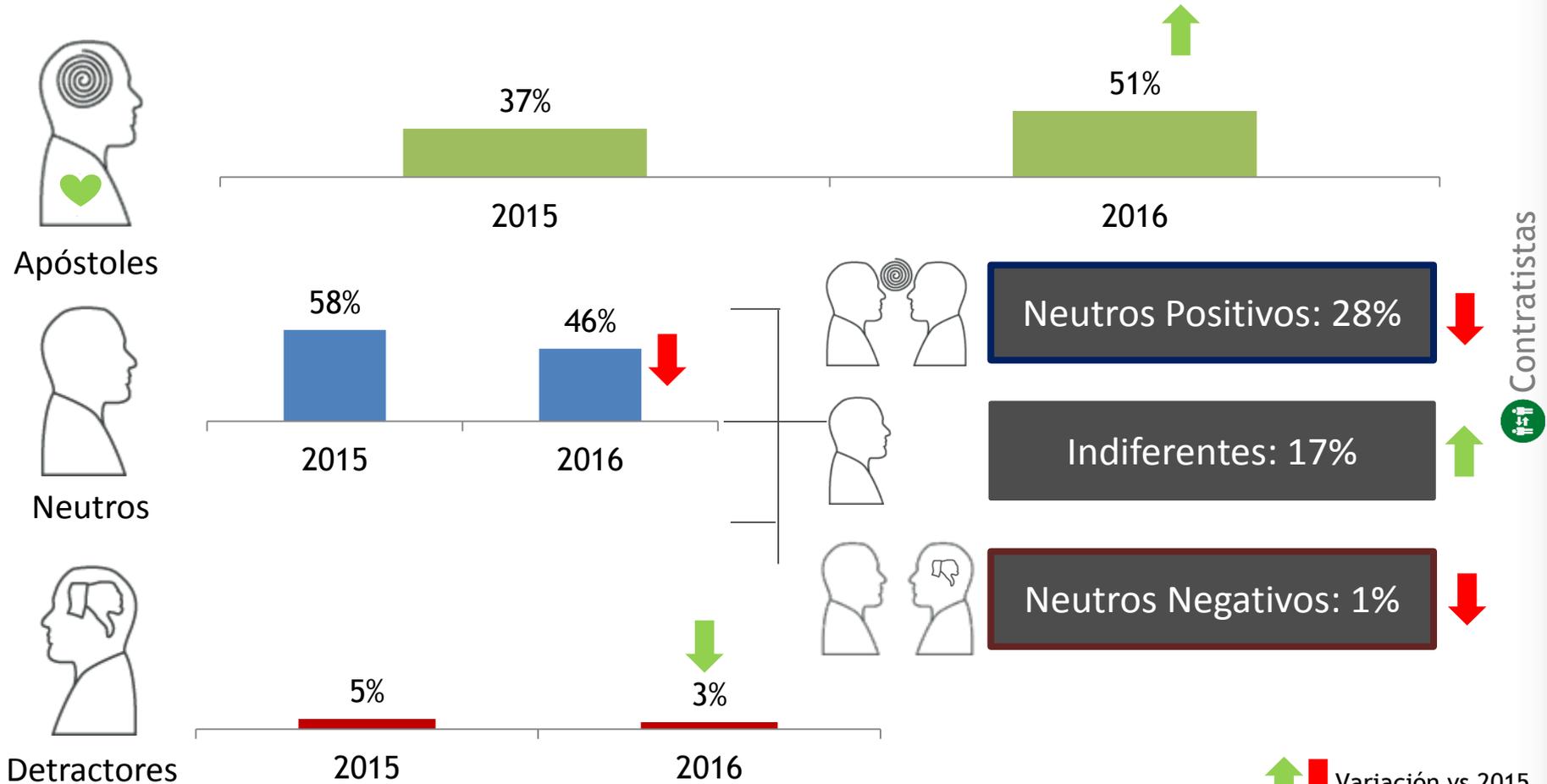
Contratistas

P6.6. En general, ¿Cómo considera usted la satisfacción del servicio como contratista de ESSA? (Inducida, única respuesta)

↑ ↓ Variación vs 2015
mayor a 2ptos

Se evidencia un crecimiento positivo en los apóstoles. Más leales, más satisfechos y hablan bien de EPM

Apóstoles- Neutros- Detractores

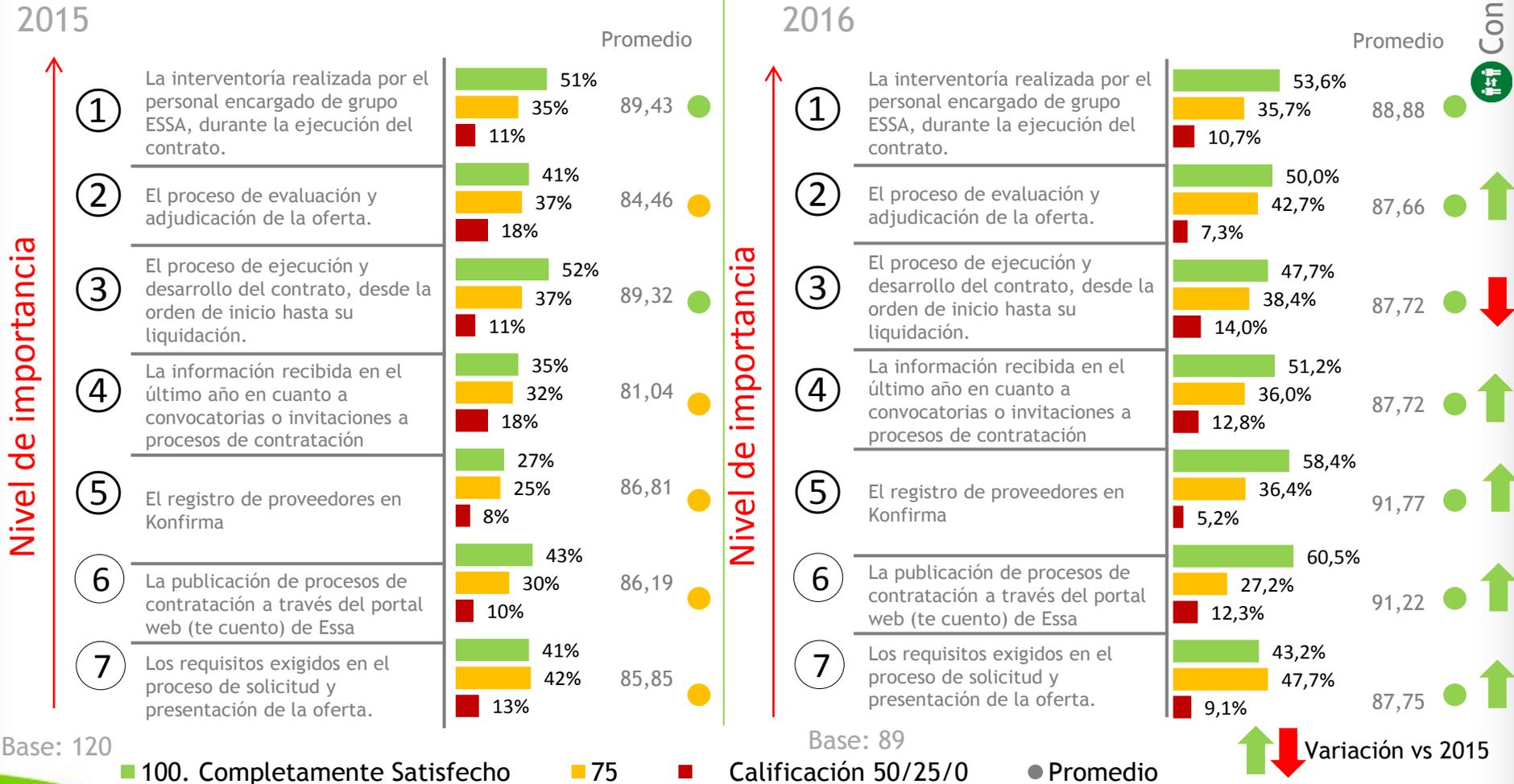


↑ ↓ Variación vs 2015

→ Por solicitud del cliente se aplica mismo modelo de INVAMER para garantizar trazabilidad del indicador

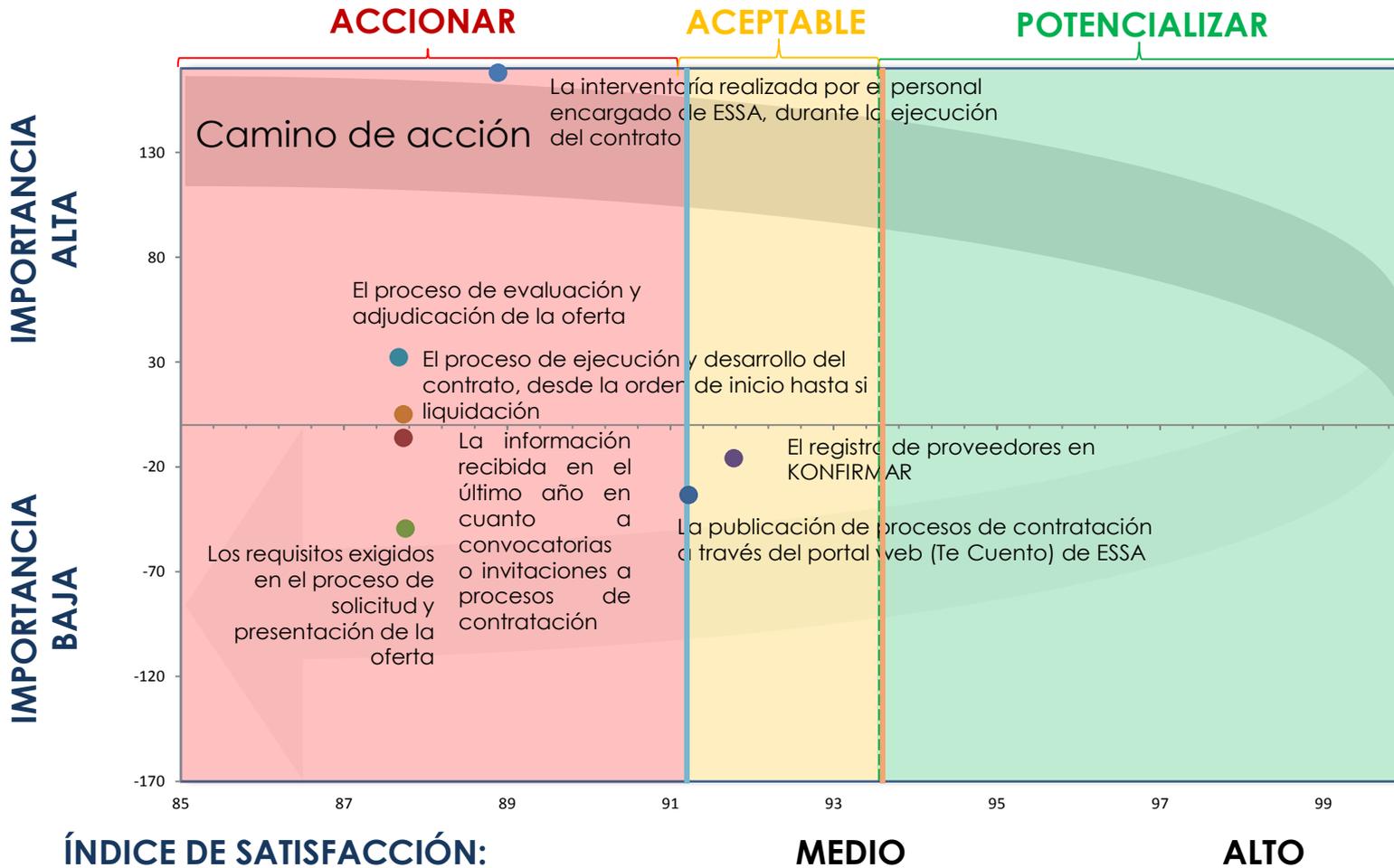
Con tendencia a la mejora en la mayoría de aspectos evaluados...

En detalle se evalúa...



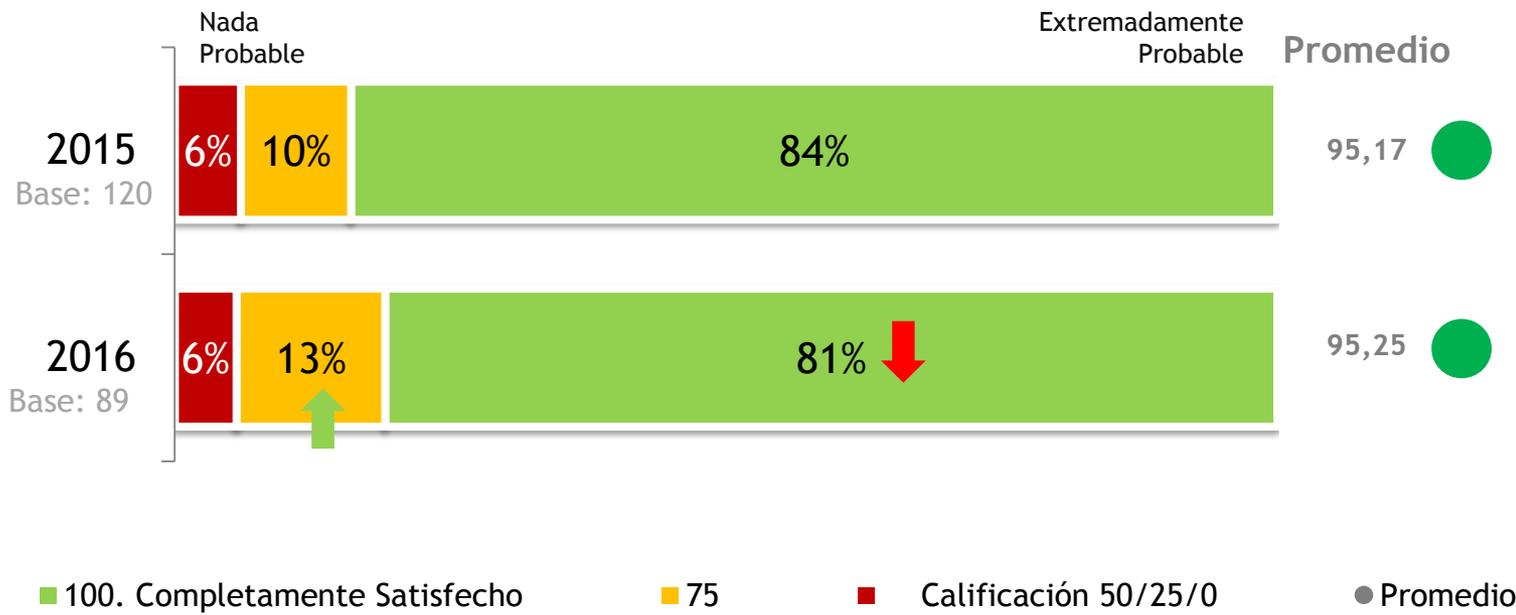
P3. En una escala de 10 puntos, donde 1 es Nada satisfecho y 10 Completamente Satisfecho, ¿cómo evalúa los siguientes aspectos de ESSA? (Inducida, única respuesta)

Evaluación de satisfacción



Se presenta estabilidad en el indicador de lealtad enfocado en la intención de continuar presentando propuestas a ESSA

Lealtad



Contratistas

↑ ↓ Variación vs 2015 mayor a 2ptos

P23. En una escala donde 1 es NADA PROBABLE y 10 es EXTREMADAMENTE PROBABLE, ¿Qué tan probable es que usted CONTINÚE PRESENTANDO PROPUESTAS a ESSA, en el próximo año? (Inducida, única respuesta)

Mínimos inconvenientes en el proceso, relacionamiento y seriedad son los aspectos más valorados por los proveedores que fortalecen la lealtad.

Razones de lealtad



COMENTARIOS FAVORABLES

Base: 72

Top

Por la buena relación contractual / comercial	19%
No se han presentado inconvenientes durante el procesos	19%
Es una empresa seria	14%
Cumple con lo pactado	8%
Es una empresa que genera confianza	8%
Es una empresa transparente	8%
Hay continuidad en sus proyectos / genera trabajo constante	6%
Es una empresa con buena imagen	6%
Es un cliente estratégico para la compañía	6%
Siempre hay respuestas oportunas / ágiles a lo solicitado	4%

Otras menciones: (xx)



COMENTARIOS DESFAVORABLES

Base: 5

Top

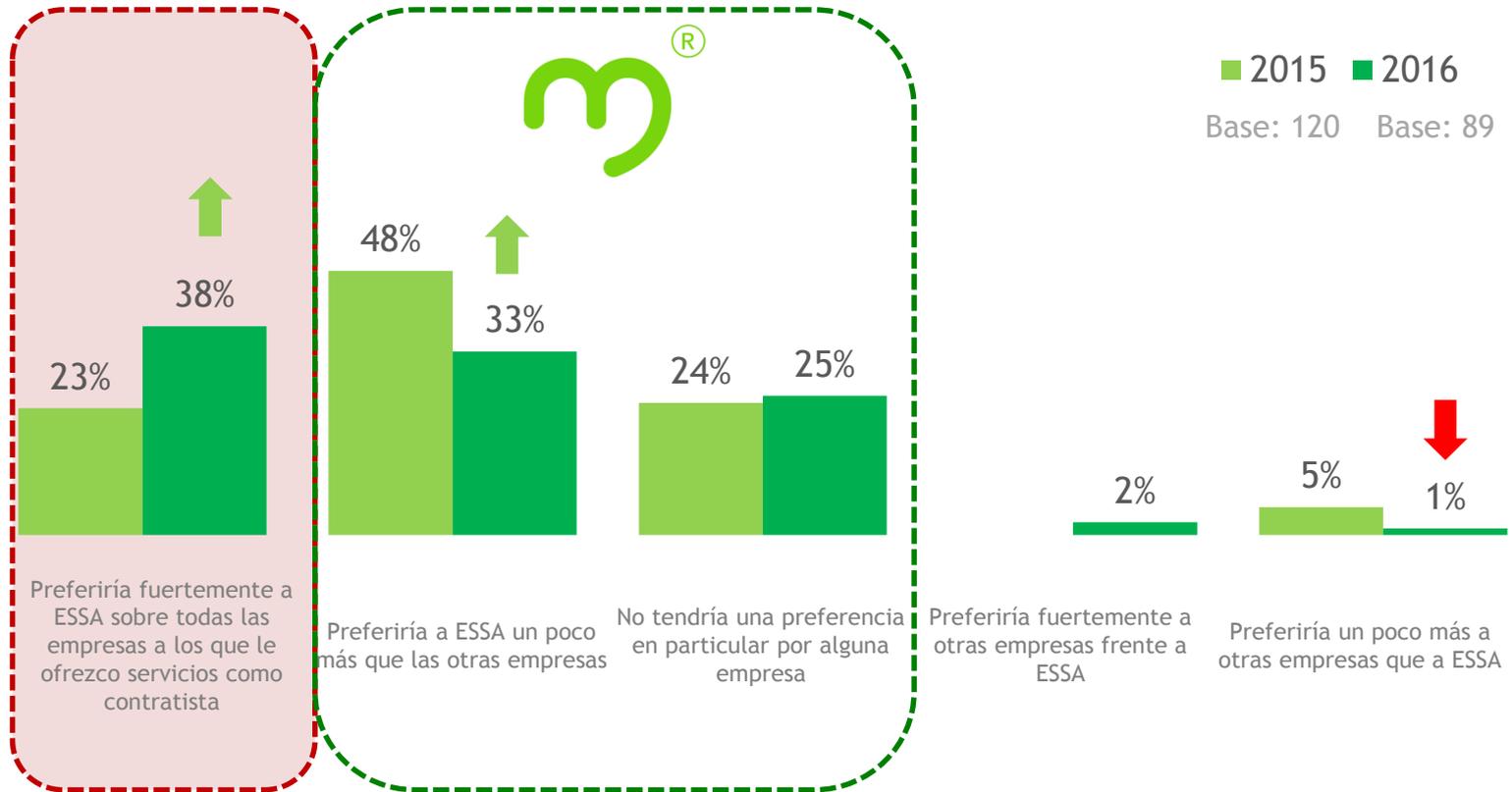
Las adjudicaciones son más baratas	60%
Adjudican a los que se equivocan en la oferta y no a los mas eficientes	20%
Falta claridad en la adjudicación de contratos / transparencia	20%
No hay rentabilidad por los bajos precios	20%
Tienen empresas de preferencia	20%

Contratistas



De manera coherente, cuando se plantea un escenario de exclusividad dentro de las empresas a quienes le ofertaría existe una mayor preferencia por ESSA vs. el resto.

Lealtad

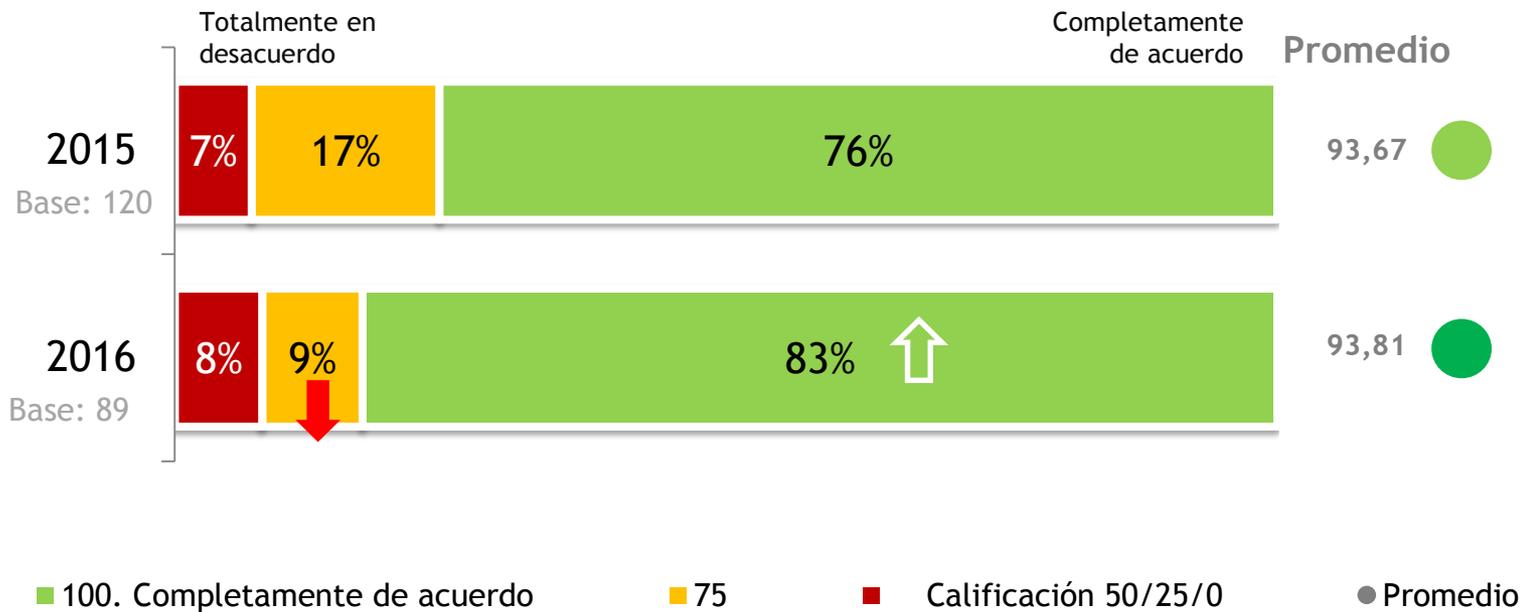


P26. ¿Si su empresa tuviera que decidir acerca de las empresas a quienes le ofertaría, cuál sería su decisión respecto a ESSA? (Inducida, única respuesta)

↑ ↓ Variación vs 2015
mayor a 2ptos

Obteniendo un nivel de recomendación muy superior con estabilidad vs la medición del 2015

Recomendación



Contratistas

P25. Utilizando una escala de 10 puntos, donde 1 es totalmente en desacuerdo y 10 totalmente de acuerdo, ¿recomendaría usted a una empresa amiga o conocida ser proveedor de ESSA? (Inducida, única respuesta)

↑ ↓ Variación vs 2015 mayor a 2ptos

En detalle...



®

Satisfacción general, lealtad y recomendación

Evaluación de imagen ESSA

Evaluación de Propuesta de Valor ESSA

Evaluación de Modelo de mejoramiento

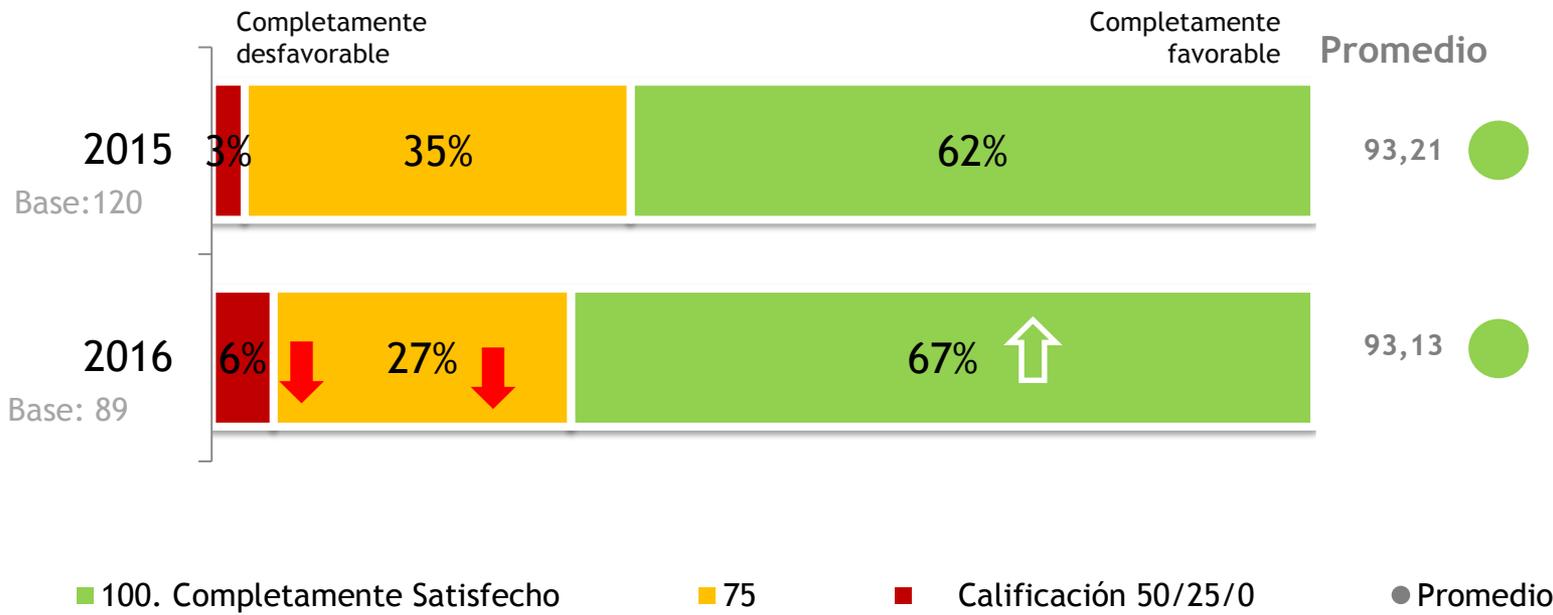
Evaluación de reclamos e inconsistencias ESSA

Evaluación de canales de comunicación

Evaluación de Transparencia por Colombia

Se evidencia una imagen muy favorable de ESSA, con estabilidad vs.. El 2015

Imagen



Contratistas

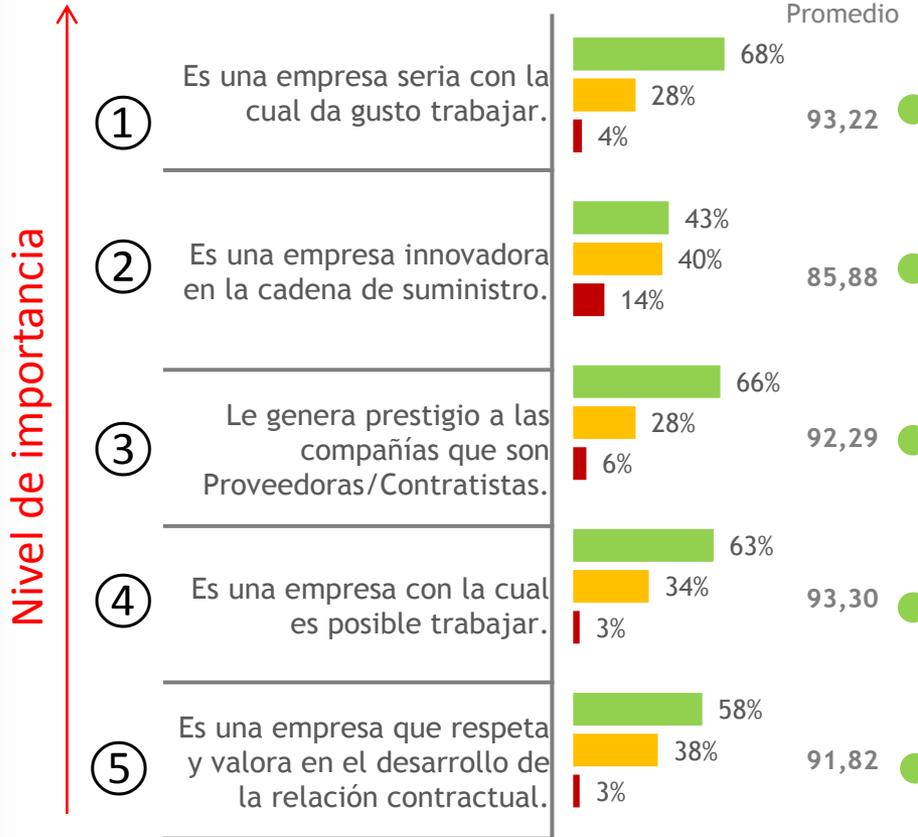
↑ ↓ Variación vs 2015
 mayor a 2ptos

P4. A nivel general y empleando una escala entre 1 y 10, siendo 1 completamente desfavorable y 10 completamente favorable, ¿Qué tan favorable es la imagen que usted tiene de ESSA? (Inducida, única respuesta)

Mejorando en la mayoría de los atributos evaluados.

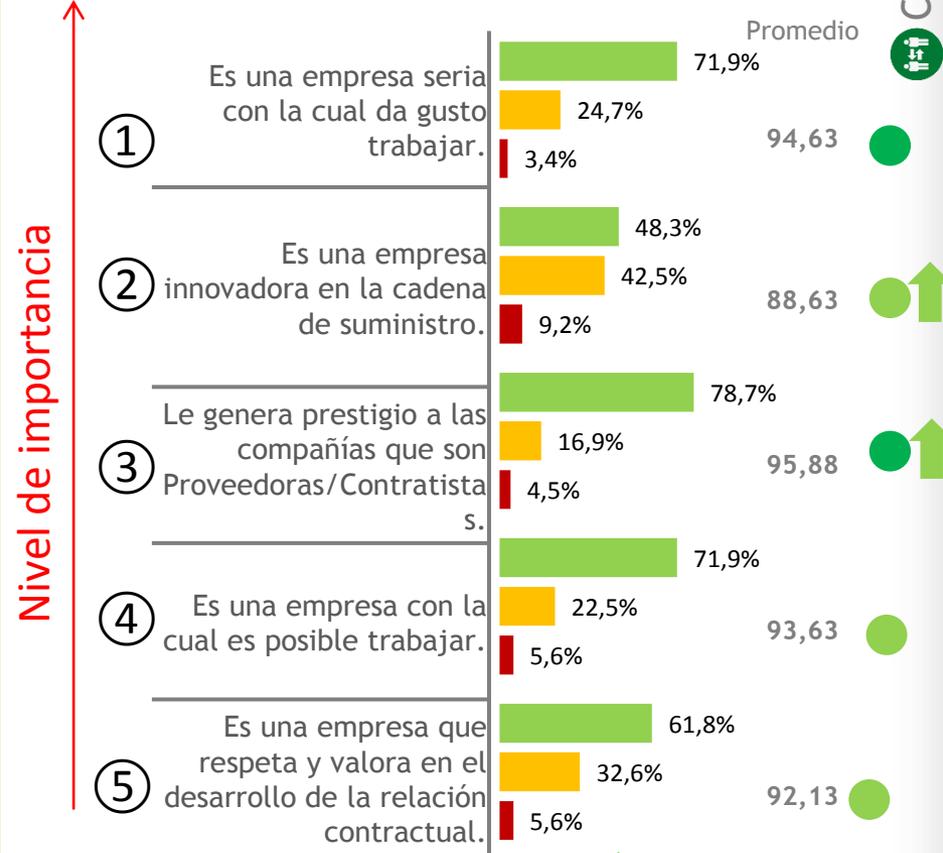
Atributos de Imagen

2015



Base: 120

2016



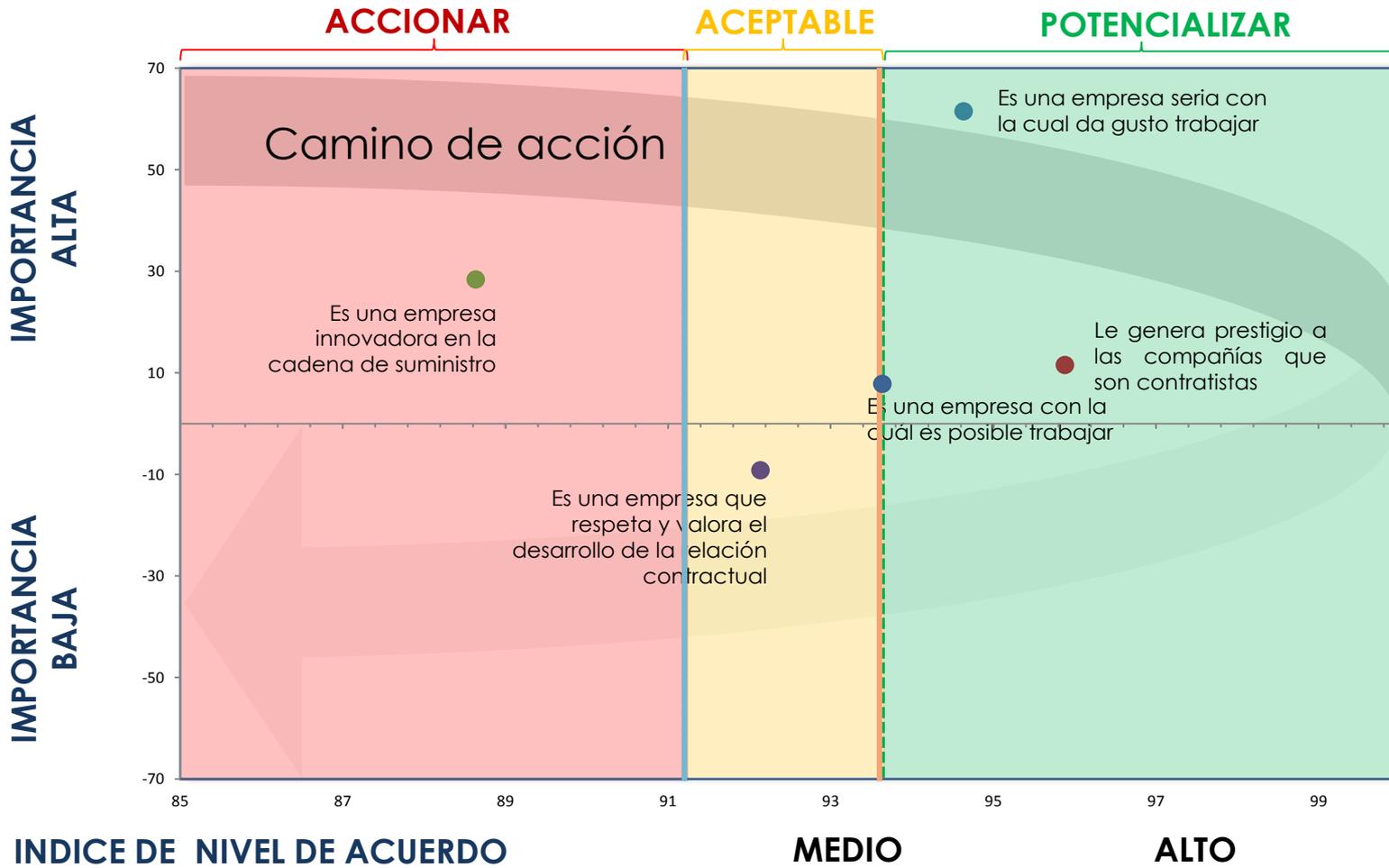
Base: 89

■ 100. Completamente de Acuerdo ■ 75 ■ Calificación 50/25/0 ● Promedio

▲ Variación vs 2015

P5. Utilizando una escala de 1 a 10, donde 1 es Totalmente en Desacuerdo y 10 Totalmente de Acuerdo, por favor dígame ¿Qué tan de acuerdo se encuentra usted con las siguientes afirmaciones referentes a ESSA? (Inducida, única respuesta)

Evaluación de imagen



En detalle...



Ⓜ

Satisfacción general, lealtad y recomendación

Evaluación de imagen ESSA

Evaluación de Propuesta de Valor ESSA

Evaluación de Modelo de mejoramiento

Evaluación de reclamos e inconsistencias ESSA

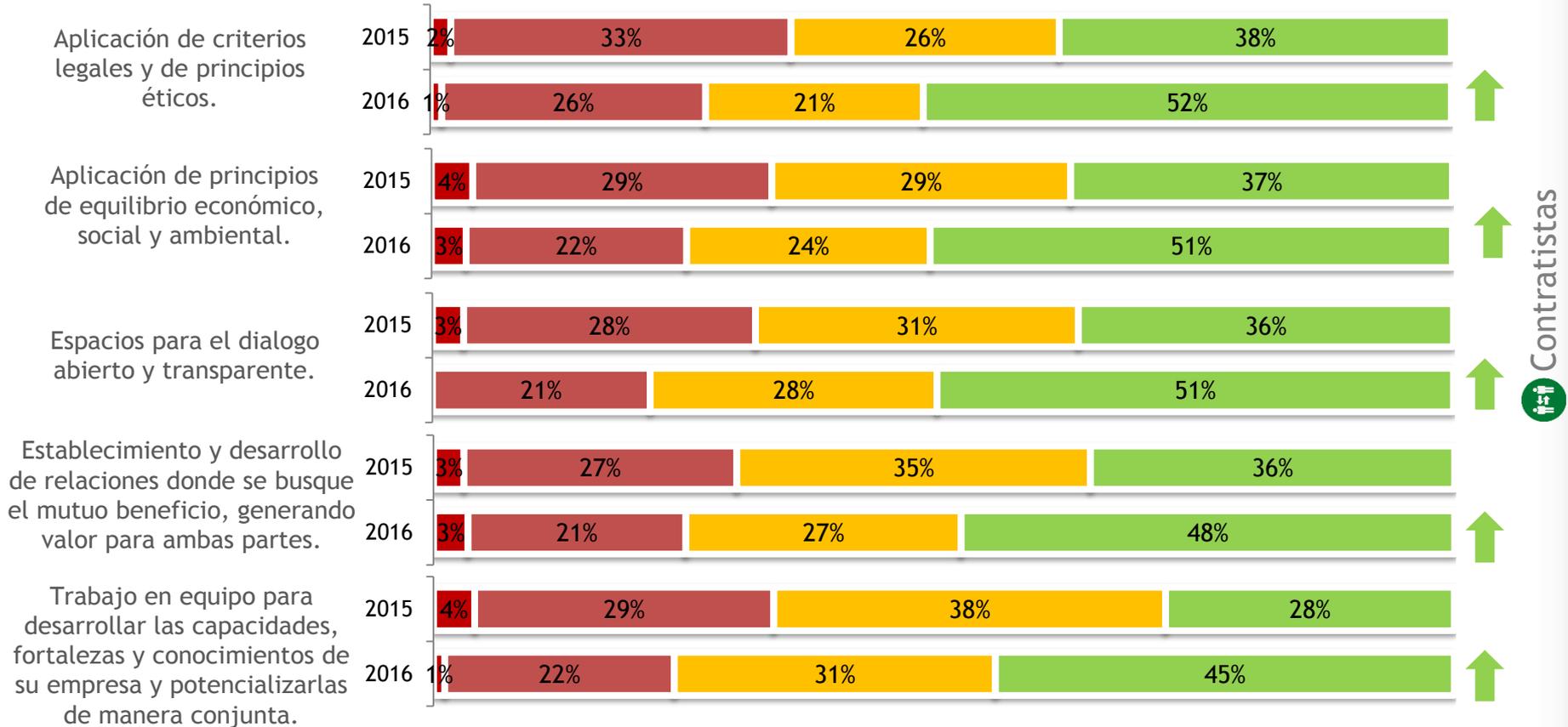
Evaluación de canales de comunicación

Evaluación de Transparencia por Colombia

Se evidencia una mejoría en la percepción de la propuesta de valor

Propuesta de Valor

Peor que sus otros clientes  Igual que sus otros clientes  Mejor que algunos de sus otros clientes  Mejor que la mayoría de sus otros clientes 



Contratistas 

Base 2015: 120
Base 2016: 89

  Variación vs 2015

P6. Utilizando la siguiente escala: Peor que sus otros clientes, Igual a sus otros clientes, Mejor que algunos de sus otros clientes y Mejor que la Mayoría de sus otros clientes, ¿Cómo considera usted el desempeño de ESSA en cuanto a ...? (Inducida, única respuesta)

En detalle...



®

Satisfacción general, lealtad y recomendación

Evaluación de imagen ESSA

Evaluación de Propuesta de Valor ESSA

Evaluación de Modelo de mejoramiento

Evaluación de reclamos e inconsistencias ESSA

Evaluación de canales de comunicación

Evaluación de Transparencia por Colombia

Se evidencia una mejoría en la percepción de los aspectos de gestión del modelo de mejoramiento, destacándose por en la gestión de confianza.

Modelo de Mejoramiento

Peor que sus otros clientes



Igual que sus otros clientes



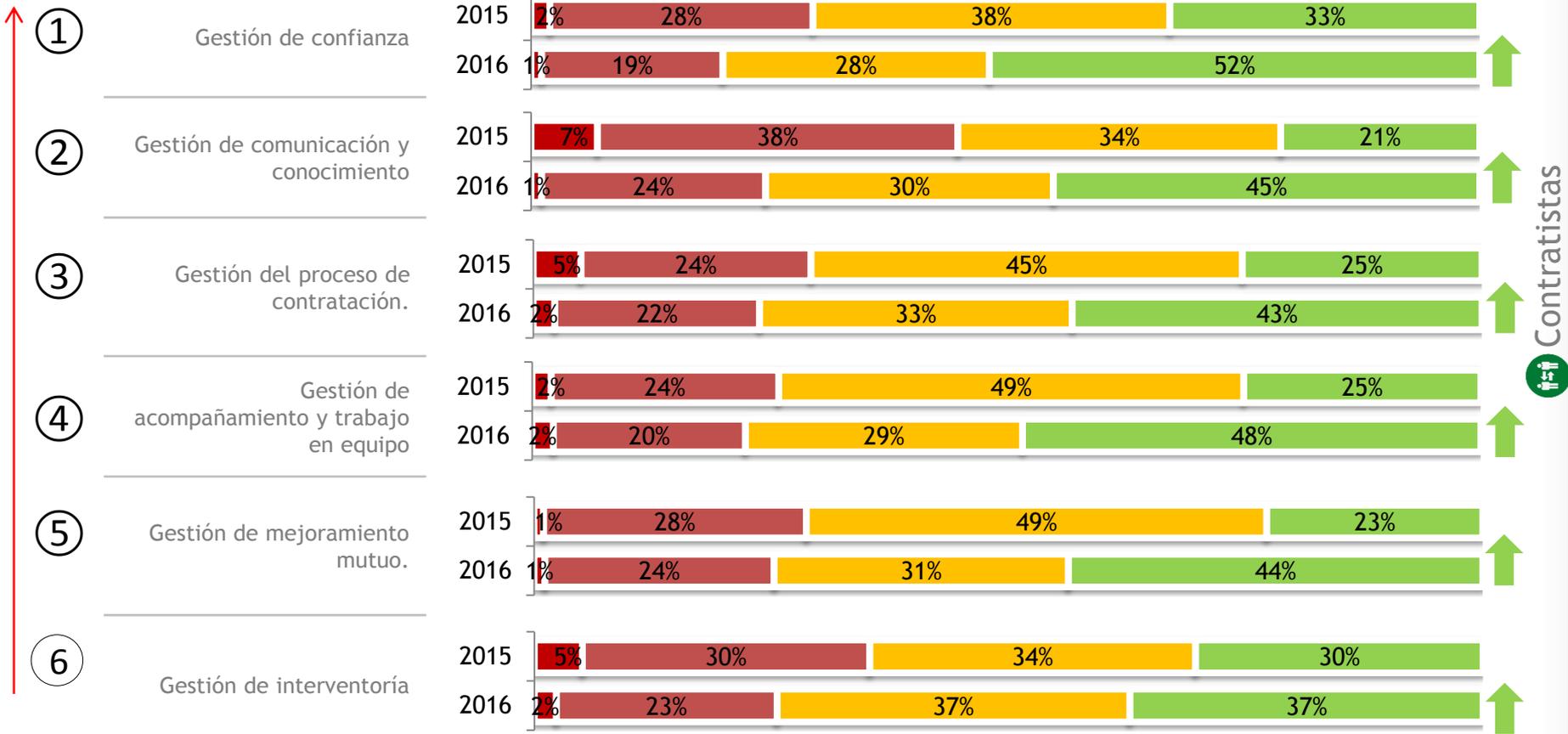
Mejor que algunos de sus otros clientes



Mejor que la mayoría de sus otros clientes



Nivel de importancia 2016



Contratistas

Variación vs 2015

En detalle...



Satisfacción general, lealtad y recomendación

Evaluación de imagen ESSA

Evaluación de Propuesta de Valor ESSA

Evaluación de Modelo de mejoramiento

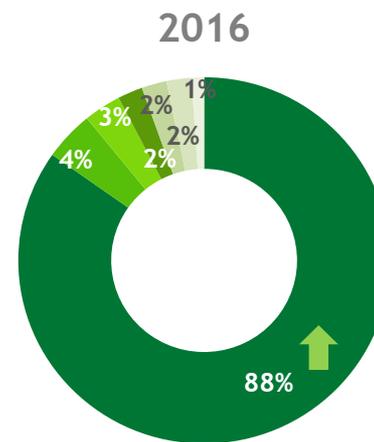
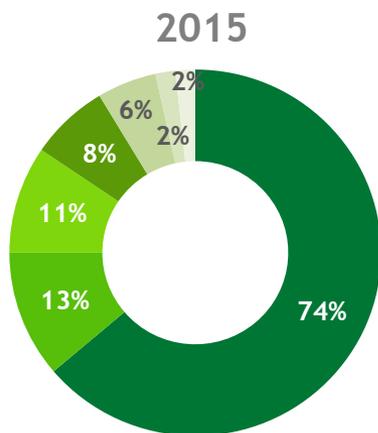
Evaluación de reclamos e inconsistencias ESSA

Evaluación de canales de comunicación

Evaluación de Transparencia por Colombia

Disminuyendo la existencia de reclamos e inconsistencias durante el el último año.

Existencia de reclamos e inconsistencias



- No ha tenido inconformidades
- La evaluación y adjudicación de ofertas
- La solicitud y presentación de ofertas
- La ejecución del contrato
- Los plazos y pagos de sus contratos
- La administración del contrato
- Incumplimiento de órdenes de compra

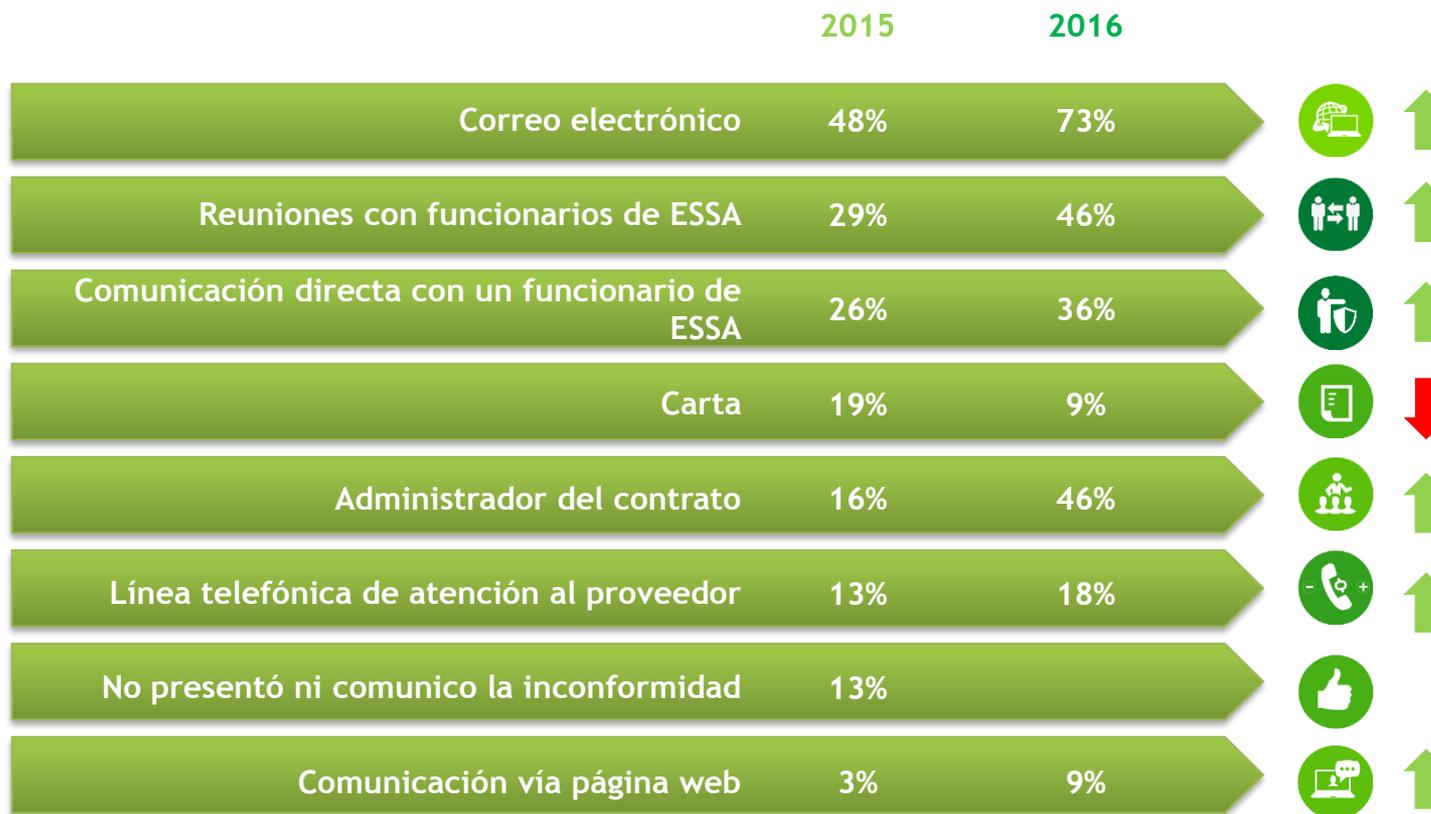
- No ha tenido inconformidades
- La interventoría del contrato
- La solicitud y presentación de ofertas
- Los plazos y pagos de sus contratos
- La ejecución del contrato
- La evaluación y adjudicación de ofertas
- Facturación

Otras menciones: (1) inferiores a 1%

P19. ¿Durante el último año, su empresa ha tenido reclamaciones, inconformidades o necesidades con ... (Inducida, múltiple respuesta)

Continúa siendo el correo electrónico el principal medio por el que se comunican las inconformidades, reclamaciones o necesidades.

Medios utilizadas para reclamos e inconsistencias

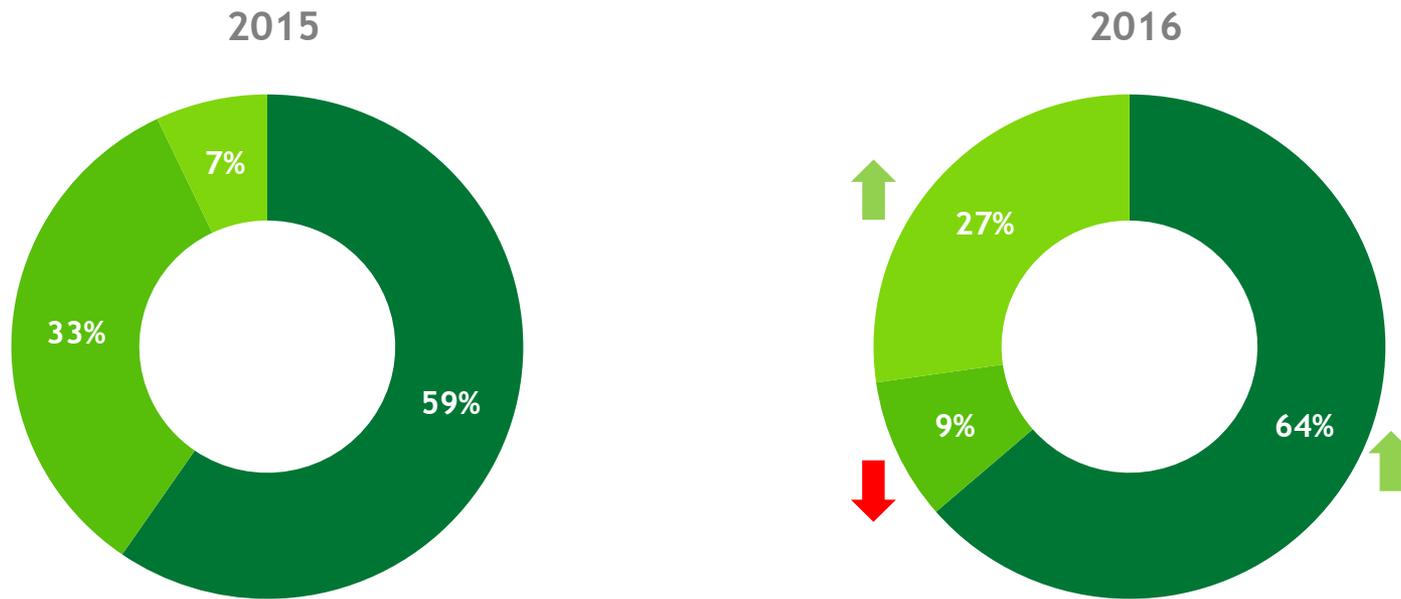


Contratistas

P20. ¿A través de qué medio comunicó su ÚLTIMA inconformidad, reclamación o necesidad?
(Inducida, única respuesta)

  Variación vs 2015

Tasa de respuesta frente a reclamos e inconsistencias



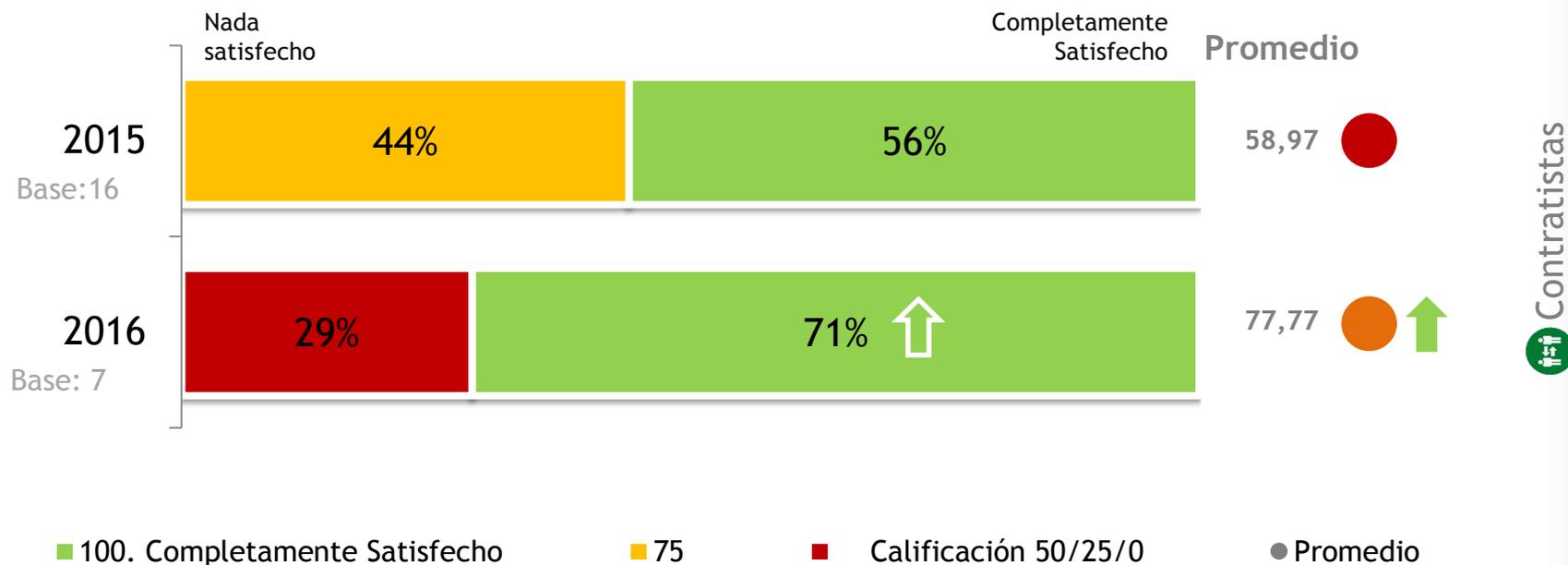
- Si
- No
- Está en curso

P21. ¿ESSA le dio respuesta a la última inconformidad presentada? (Inducida, única respuesta)

↑ ↓ Variación vs 2015
YANHAAS
ADVANCED MARKET RESEARCH

Se evidencia una mejoría significativa en el indicador de satisfacción frente a la respuesta recibida a la inconformidad presentada.

Nivel de satisfacción con la respuesta



Contratistas

↑ ↓ Variación vs 2015
 mayor a 2ptos

P22. En una escala de 10 puntos, donde 1 es Nada satisfecho y 10 Completamente Satisfecho, ¿Qué tan satisfecho se encuentra Usted con la respuesta recibida a la inconformidad presentada? (Inducida, única respuesta)

En detalle...



®

Satisfacción general, lealtad y recomendación

Evaluación de imagen ESSA

Evaluación de Propuesta de Valor ESSA

Evaluación de Modelo de mejoramiento

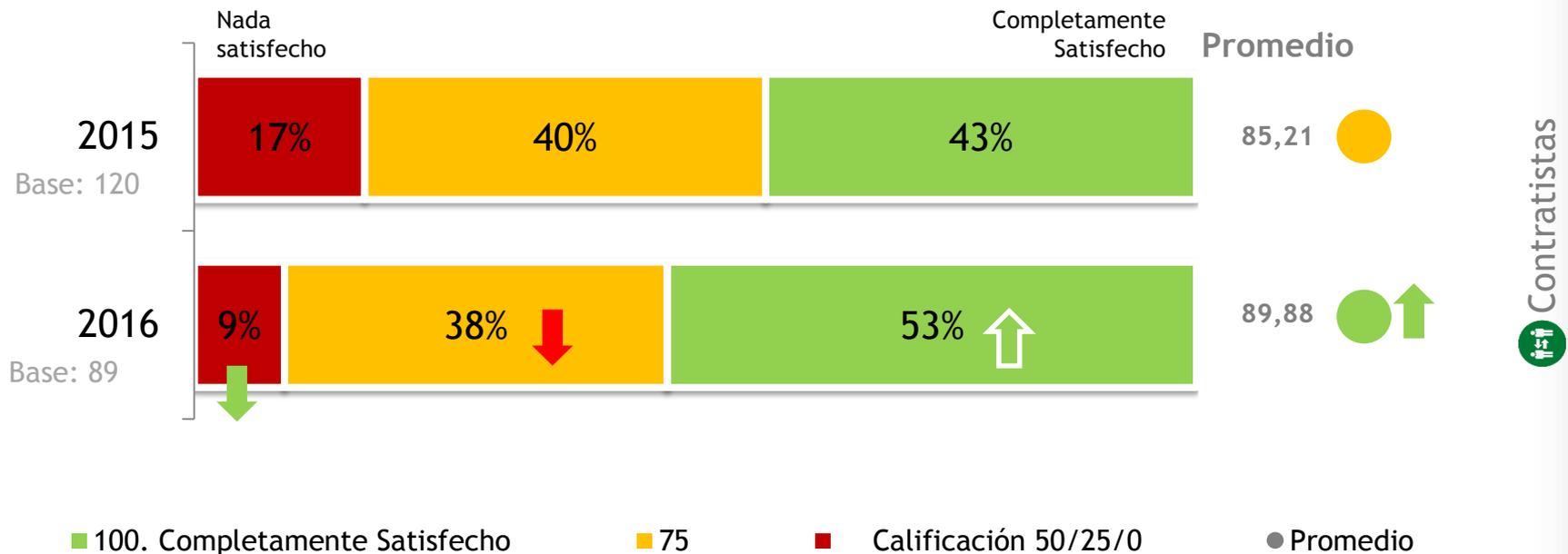
Evaluación de reclamos e inconsistencias ESSA

Evaluación de canales de comunicación

Evaluación de Transparencia por Colombia

Se observa un mejor desempeño en el nivel de satisfacción frente a los canales de comunicación ofrecidos por ESSA

Nivel de satisfacción con los canales de comunicación



P27. En una escala de 10 puntos, donde 1 es Nada satisfecho y 10 Completamente Satisfecho, ¿Qué tan satisfecho se encuentra Usted con los canales de comunicación a contratistas que tiene ESSA? (Inducida, única respuesta)

↑ ↓ Variación vs 2015
 mayor a 2ptos

No necesariamente los canales de mayor conocimiento son los que más se prefieren. Algunos pierden relevancia cuando se piensa como medio de comunicación.

Conocimiento y preferencia de canales de comunicación

Top

	Conocimiento		Preferencia	
	2015	2016	2015	2016
Correo electrónico	96%	99% ↑	82%	71% ↓
Interventor del contrato	62%	83% ↑	5%	8% ↑
Comunicación vía pagina web	62%	63%	8%	6% ↓
Reuniones con funcionarios de ESSA	59%	74% ↑	4%	11% ↑
Carta	48%	60% ↑	1%	2%
Línea telefónica de atención	48%	47%		2%
Puntos de Atención		1%		
Teleconferencias		1%		
Página web		1%		

Contratistas

↑ ↓ Variación vs 2015
mayor a 2ptos

P28. ¿Cuáles canales de comunicación, conoce y ha utilizado, que tenga ESSA?
(ENCUESTADOR: LEA OPCIONES TABLA 1- Si dice ninguno, PASE A P29- Inducida, múltiple respuesta)

P29. ¿Cuál canal prefiere para que ESSA le comunique información de su interés?

De manera espontánea no prevalece información de interés que se dese incluir en el portal web de contratación

Información de interés para el portal web de contratación

Top	Ninguno	37%
	No sabe	12%
	Tiempos, fechas estimadas para entrega de pliegos	4%
	Información de estado de cuenta (facturación, pagos etc.)	4%
	Información de adjudicación de nuevos contratos	4%
	Sobre los procesos que tengan abiertos	3%
	Proyecciones de inversión por áreas	2%
	Que se publiquen los presupuestos de las licitaciones	2%
	Seguimiento a proyectos	2%
	Información sobre procesos operativos	2%

P30. ¿Qué información le gustaría que se incluyera en la página para Proveedor del PORTAL WEB DE CONTRATACIÓN (TE CUENTO) de ESSA? (ENCUESTADOR: Profundice- (Espontánea, múltiple respuesta))

En detalle...



®

Satisfacción general, lealtad y recomendación

Evaluación de imagen ESSA

Evaluación de Propuesta de Valor ESSA

Evaluación de Modelo de mejoramiento

Evaluación de reclamos e inconsistencias ESSA

Evaluación de canales de comunicación

Evaluación de Transparencia por Colombia

A nivel general mejora el conocimiento de los documentos.

Nivel de conocimiento de documentos



Contratistas

↑ ↓ Variación vs 2015
mayor a 2ptos

P31. ¿Podría usted decirme si conoce los siguientes documentos? (Inducida, múltiple respuesta)

Los canales de mayor conocimiento NO son los de mayor preferencia cuando se habla de efectividad para dar a conocer el plan anual de contratación, el correo electrónico se convierte en el preferido.

Conocimiento y preferencia de canales para *el plan anual de contratación*

Top

		Conocimiento		Preferencia	
		2015	2016	2015	2016
Top	Página web	85%	67% ↓	62%	39% ↓
	Eventos	25%	26%	6%	12% ↑
	Correo electrónico	8%	30% ↑	26%	47% ↑
	Funcionarios			2%	
	Correo físico			2%	
	No especifica medio			2%	
	Con el contrato		2%		
	Interventor				2%

Contratistas

Base 2015: 53
Base 2016:57

P32. ¿Por cuál de los siguientes canales conoce el Plan Anual de contratación? (Inducida, múltiple respuesta)

P36. ¿Cuál considera que es el medio más efectivo para conocer el Plan Anual de contratación? (Espontánea, única respuesta)

↑ ↓ Variación vs 2015
mayor a 2ptos

Los canales de mayor conocimiento son los de mayor preferencia cuando se habla de efectividad para dar a conocer manual de contratación

Conocimiento y preferencia de canales para *manual de contratación*

Top

	Conocimiento		Preferencia	
	2015	2016	2015	2016
Página web	76%	69% ↓	54%	41% ↓
Correo electrónico	25%	28% ↑	32%	42% ↑
Eventos	20%	16% ↓	7%	15% ↑
Corro físico			5%	
Funcionarios			1%	
No especifica medio			1%	
En el contrato		1%		
Reuniones/Capacitaciones				1%
Interventor				1%

Contratistas

Base 2015: 92
Base 2016: 74

P33. ¿ Por cuál de los siguientes canales conoce el Manual de contratación? (Inducida, múltiple respuesta)
P37. ¿Cuál considera que es el medio más efectivo para conocer el Manual de contratación? (Espontánea, única respuesta)

↑ ↓ Variación vs 2015
mayor a 2ptos

Los canales de mayor conocimiento son los de mayor preferencia cuando se habla de efectividad para dar a conocer la Política de relacionamiento con proveedores y contratistas

Conocimiento y preferencia de canales para *la Política de relacionamiento con proveedores y contratistas*

Top

	Conocimiento		Preferencia	
	2015	2016	2015	2016
Página web	77%	65% ↓	47%	36% ↓
Correo electrónico	22%	35% ↑	28%	50% ↑
Eventos	14%	18% ↑	17%	12% ↓
Procesos de contratación	3%			
Funcionarios	1%		1%	
No especifica medios	1%		1%	
Correo físico			5%	
Ronda anual de Proveedores				2%

Contratistas



Base 2015: 78
Base 2016: 66

↑ ↓ Variación vs 2015
mayor a 2ptos

P34. ¿Por cuál de los siguientes canales conoce la Política de relacionamiento con proveedores y contratistas? (Inducida, múltiple respuesta)

P38. ¿Cuál considera que es el medio más efectivo para conocerla Política de relacionamiento con proveedores y contratistas? (Espontánea, única respuesta)

Los canales de mayor conocimiento son los de mayor preferencia cuando se habla de efectividad para dar a conocer el código de conducta

Conocimiento y preferencia de canales para *código de conducta*

Top

	Conocimiento		Preferencia	
	2015	2016	2015	2016
Página web	68%	64% ↓	57%	36% ↓
Correo electrónico	25%	39% ↑	31%	46% ↑
Eventos	18%	15% ↓	8%	15% ↑
Procesos de contratación	3%			
No especifica medio	1%		1%	
Funcionarios			1%	
Corro físico			1%	
Reuniones/Capacitaciones				2%
Ronda anual de proveedores				2%

Contratistas

Base 2015: 171
Base 2016: 59

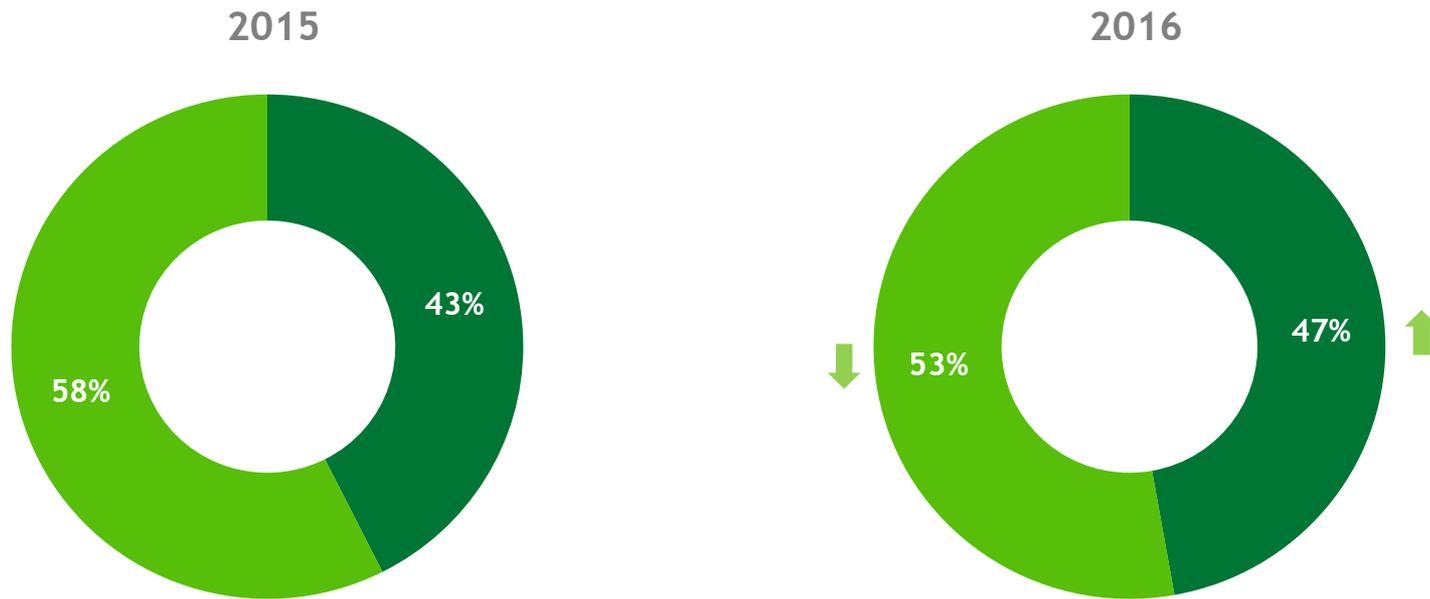
P35. ¿Por cuál de los siguientes canales conoce el Código de Conducta (Inducida, múltiple respuesta)

P39. ¿Cuál considera que es el medio más efectivo para conocer el Código de Conducta? (Espontánea, única respuesta)

↑ ↓ Variación vs 2015
mayor a 2ptos

El nivel de conocimiento de la herramienta aumenta vs. el 2015

Conocimiento de herramienta de evaluación



Contratistas

■ Si
■ No

Base 2015: 120
Base 2016: 89

P40. ¿Conoce usted que ESSA tiene una herramienta para la evaluación de desempeño del contratista? (Espontánea, única respuesta)

↑ ↓ Variación vs 2015
YANHAAS
ADVANCED MARKET RESEARCH

Se observa estabilidad en el nivel de conocimiento de la línea ética de contacto transparente ESSA aún sigue siendo muy bajo su conocimiento, disminuyendo la satisfacción.

Nivel de conocimiento y satisfacción con la línea ética de contacto transparente ESSA



Lo conocen....

2015
Base:120

11%



Los que están muy satisfechos...

Base:13

46%

Promedio

85,83



Contratistas



2016
Base:89

10%



57%

Base:9

82,53



P41. ¿Conoce y ha utilizado usted la línea ética de contacto transparente de ESSA?
(Espontánea, única respuesta)

P42. En una escala de 10 puntos, donde 1 es Nada satisfecho y 10 Completamente Satisfecho, ¿Qué tan satisfecho se encuentra Usted con la línea ética de contacto transparente de ESSA?
(Inducida, única respuesta)

Variación vs 2015
mayor a 2ptos

Conclusiones y Recomendaciones

- ✓ A nivel general se presenta una mejoría en el desempeño de los indicadores

Matriz resumen principales indicadores

Satisfacción	86,35 (2015) vs 90,51(2016)	● ↑	Cumplimiento meta 89,17 
Lealtad	95,17 (2015) vs 95,25(2016)	●	
Recomendación	93,67 (2015) vs 93,81 (2016)	●	
Imagen	93,21(2015) vs 93,13 (2016)	● ↑	
Propuesta de Valor	Aumenta la percepción de ser mejor que la mayoría de los contratistas en todos los aspectos evaluados		↑
Evaluación de Modelo de mejoramiento	Aumenta la percepción de ser mejor que la mayoría de los contratistas en todos los aspectos evaluados		↑
Existencia de reclamos e inconsistencias	Disminuyendo la existencia de reclamos e inconsistencias durante el último año, mejorando en la satisfacción de la tasa de rta		
Nivel de satisfacción con los canales de comunicación	85,21 (2015) vs 89,88(2016)	● ↑	

Conclusiones y Recomendaciones

Principales indicadores	Aspectos más destacados (Desempeño excelente/bueno o aspectos valorados)	Aspectos que tiene aún oportunidad de mejora (Regular bajo/malo, aspectos menos valorados)
Satisfacción	<i>La buena relación comercial, ser correctos en los pagos/puntuales y el cumplimiento</i>	<i>la oportunidad en la rta y la escogencia de contratistas de acuerdo al precio ofertado resultan ser los detonantes de insatisfacción . En detalle_ El proceso de ejecución y desarrollo del contrato, desde la orden de inicio hasta su liquidación.</i>
Lealtad	<i>Mínimos inconvenientes en el proceso, relacionamiento y seriedad</i>	-
Imagen	<i>Empresa seria, es posible trabajar, genera prestigio, respeta y valora el desarrollo de la relación contractual e innovadora en la cadena de suministros</i>	-
Propuesta de Valor	<i>Aplicación de criterios legales y de principios éticos, de equilibrio económico, social y ambiental Espacios para el dialogo abierto y transparente Relacionamiento Trabajo en equipo</i>	
Evaluación de Modelo de mejoramiento	<i>Gestión de confianza, Gestión de acompañamiento y trabajo en equipo</i>	<i>Gestión de interventoría</i>

Línea ética de contacto transparente ESSA

Se observa estabilidad en el nivel de conocimiento de la línea ética de contacto transparente ESSA aún sigue siendo muy bajo su conocimiento, disminuyendo la satisfacción.

