

**ACTIVIDAD ADELANTADA PARA ATENDER EL COMPROMISO DERIVADO DE LA
AUDIENCIA DE RENDICIÓN DE CUENTAS PERIODO 2020
FECHA 29 JULIO 2021**

Atendiendo el compromiso adquirido durante la Audiencia de Rendición de Cuentas realizada el pasado 29 de julio, se llevó a cabo una reunión el día 25 de agosto de 2021 a las 9:08 am a través de la plataforma Teams, previamente convocada por correo electrónico de fecha 5 de agosto y 23 de agosto de 2021 con el fin de resolver el interrogante planteado por la Asociación de Usuarios sobre la forma como esta EPS evalúa y asegura la validez estadística de las encuestas con las cuales se cuantifican los indicadores NPS y el reconocimiento de la ficha técnica de las encuestas.

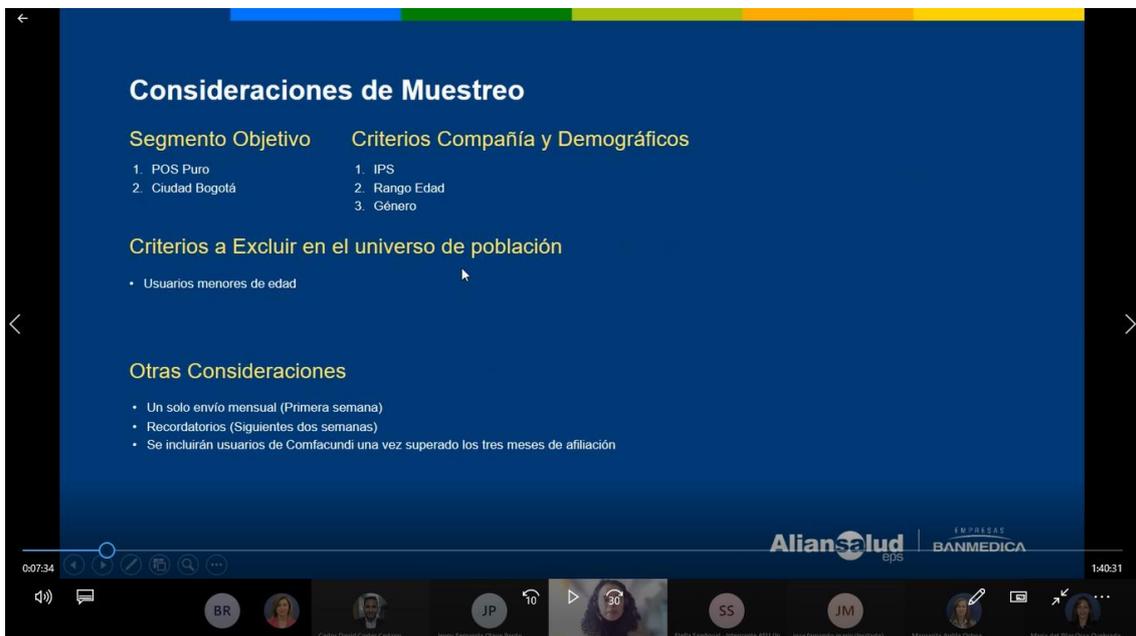
Durante la reunión mencionada, la Dra. María del Pilar Ossa Subgerente de Servicio al Cliente, Carlos David Cortes Coordinador de Inteligencia de Mercados y Yeny Bibiana Bernal Profesional de NPS dieron las explicaciones y aclaraciones sobre la herramienta de medición del NPS.

María del Pilar Ossa hizo un resumen de lo expuesto en la audiencia de rendición de cuentas, en la que se brindó una explicación general de cómo se desarrolla el proceso de medición y recordó que en otros espacios también ha informado a los integrantes de la asociación de usuarios que la calidad en la medición del servicio la desarrolla la entidad con la metodología de NPS Net Promoter System.

El objetivo fue mostrar al detalle la ficha técnica del proceso para explicar cómo compañía que se está recibiendo la información, los comentarios y calificaciones de los usuarios bajo los estándares de metodología y representatividad cumpliendo todos los requisitos. El NPS es el termómetro con el que se ve reflejada la cuantificación de datos que permite conocer qué funciona o no funciona bien, siendo una medición muy exigente. A través de este proceso se identifica que está funcionando bien en una escala de calificación de 0 a 10, 0 siendo la calificación más baja identificando que el usuario está inconforme y 9 o 10 conforme con el servicio brindado por la entidad. Más que cumplir con los estándares de calidad, es conocer la realidad de los procesos.

Carlos David Cortés, Coordinador de Inteligencia de Mercados, explicó la validez, estadística, estándares y ejercicios que la Gerencia de Servicio y Mercadeo debe cumplir.

Por su parte, Yeny Bernal, profesional de NPS, indicó que el proceso de NPS cada día ha ido mejorando para permitir capturar la mayor información de percepción y experiencias de los usuarios. Así mismo, anotó que para conocer cuál es la ficha técnica es necesario conocer cuáles son las consideraciones para generar esa muestra de los usuarios que son objeto de las encuestas como se explica en la siguiente imagen:



A continuación, se incluye la explicación ofrecida por la profesional antes mencionada:

Segmento objetivo

1. Realizar pregunta a usuarios que hacen parte del POS puro es decir solo afiliados que hacen parte de la EPS Aliansalud.
2. Usuarios que hacen parte de la Ciudad Bogotá

También se encuentran los criterios como compañía y criterios demográficos que se consideran para la muestra

1. IPS
2. Rango de edad (No menores de edad)
3. Género

Los criterios de exclusión son aquella población a la que no se les va a enviar la encuesta y son los menores de edad.

Otras consideraciones:

- Se realiza un solo envío mensual según el comportamiento frente a la tasa de respuestas se envían recordatorio.
- Recordatorios en las siguientes dos semanas para usuarios que no han dado respuesta a encuesta
- Se incluyeron usuarios de Comfacundi una vez superado los tres meses de afiliación

A renglón seguido, Carlos Cortes Cedano, explicó cómo han surgido las muestras en cuanto al volumen de lo esperado en respuestas y la representatividad de estas, como se evidencia en la siguiente diapositiva:

HISTÓRICO ENVÍOS Y RESPUESTAS 2020-2021

Mes	2020				2021			
	Muestra	Envío	Respuestas	Tasa	Muestra	Envío	Respuestas	Tasa
Ene	1.969	1.967	283	14%	3.500	3.495	314	9%
Feb	1.969	1.966	279	14%	3.500	3.496	277	8%
Mar	1.969	1.969	239	12%	3.500	3.496	382	11%
Abr	1.969	1.965	247	13%	3.500	3.498	384	11%
May	1.969	1.966	272	14%	3.500	3.496	383	11%
Jun	1.969	1.969	251	13%	3.500	3.492	381	11%
Jul	1.969	1.965	189	10%	3.500	3.495	360	10%
Ago	1.969	1.967	200	10%	3.500			
Sep	1.969	1.964	199	10%	3.500			
Oct	1.969	1.968	140	7%	3.500			
Nov	1.969	1.965	144	7%	3.500			
Dic	1.969	1.967	163	8%	3.500			

Implementación herramienta Validación de correos Tasa de respuesta promedio año móvil Dic19 – Nov20: 10,97%

$$n (z_{min}) = \frac{Z^2 p q N}{Ne^2 + Z^2 p q}$$

N: Tamaño de la Población
 p: Proporción muestral o probabilidad de éxito
 q: 1-p (probabilidad de fracaso)
 e: Error permitido
 Z: Nivel de confianza (95%) o valor cuantil en una distribución Normal estándar 1.96

Aliansalud eps | EMPRESAS BANMEDICA

BR

Carlos David Cortes Celano

JP

Jenny Fernanda Olave Perdo

SS

JM

Stela Sandoval - Integrante ASU (In...

José Fernando Marín (Instituto)

Margarita Arilla Ochoa

JM

Mania del Pilar Ochoa Quimbaza

También indicó que, para explicar el tema del muestreo, se tienen en cuenta las consideraciones que mencionó Yeny Bibiana y no se puede asumir que la sociedad en la que vivimos es homogénea, sino que es heterogénea, por lo cual, se realiza un muestreo basado en clustering, alineación de variables, entre otros.

Por ejemplo: usuario que vive en Bogotá con IPS asignada en Chapinero, rango de edad de la población definido por compañía y género. Basado en estos nichos se realiza cluster, actualmente se manejan 32.

Se realizan bajo una fórmula estadística para muestreo aleatorio simple, basados en tamaño de la población, se realiza una revisión del tamaño realizando revisión como correo, que se identifique utilización del servicio.

Adicionalmente, explicó el significado de los datos a los que se hace referencia en la diapositiva mencionada así:

N Tamaño de Población

p: Proporción muestral o probabilidad de éxito y q: 1-p (probabilidad de fracaso)

Estos dos suman el 100% del 0.5% No se puede definir una muestra de 0.5% por encima o por debajo, no se puede garantizar que los usuarios que más utilicen más el servicio sean los que conozcan todo el servicio y se garantice un éxito, se debe manejar un 50% 50%.

q: 1-p (probabilidad de fracaso)

e: Error permitido es del 5%

Z: nivel de confianza (95%) o valor cuantil de una distribución 5%

Normal estándar 1.96%

Para mejorar las tasas se creó y se desarrolló una herramienta para arreglar los dominios de los correos electrónicos, esta herramienta permitió mejorar la calidad

de los datos dando mayor alcance y tasa de respuesta. En el 2021 se realizó un aumento en el número de envíos con el cumplimiento de muestra representativa pasando de anual a mensual. La tasa de respuesta del año 2021 es de 380 es decir que para un año móvil la respuesta es del 10.97%.

Planeación 2020 (Universo Poblacional - Diciembre 2019)

- Población Total: **239.686**
- Segmento Pos Puro y Bogotá: **104.213** (Cruce incluido otras ciudades: 135.445)
- Usuarios mayor de 18 años: **84.041**
- Sin contactos inválidos: **53.671**
- (Inválidos: 30.369)

CLUSTER: Anidación o cumplimiento de todos los Criterios

No	Cluster	Población	*Zmin
1	BIENESTAR IPS LTDA. CHAPINERO - CAPITACION->60-Femenino	3.136	1.026
2	BIENESTAR IPS LTDA. COLINA - CAPITACION->60-Femenino	2.480	999
3	CLINICOS PROGRAMAS S.A.S IPS CAPITA->60-Femenino	1.576	927
4	Otros->60-Femenino.	88	88
Total Cluster 32		53.671	23.622

$$\sum_{k=32}^n * Zmin$$

$$Zmin = \frac{Z^2 pq N}{Ne^2 + Z^2 pq}$$

- Meta Anual de envíos: **23.622**
- Meta Mensual: **1.969**
- Tasa Esperada de respuesta: **8,55%**
- Respuesta mes esperada: **169**
- Respuestas año: **2.028**

Aliansalud eps | EMPRESAS BANMEDICA

Esta diapositiva muestra el desglose del target objetivo del año 2020 describiendo las características del cluster y la población realizando las evaluaciones y sumatoria para definir la tasa representativa de respuesta al año.

Planeación 2021 (Universo Poblacional - Noviembre 2020)

- Población Total: **238.454**
- Segmento Pos Puro y Bogotá: **101.783**
- Usuarios mayor de 18 años: **82.192**
- Sin contactos inválidos: **56.117**
- (Inválidos: 26.075)

✓ **Población Objeto 56.117**

Estadísticamente se necesitan **384** respuestas para que sea representativo. Teniendo una tasa del 10,97% se requiere un envío de 3.500 para obtener 384 respuestas. No se manejará porcentaje de reserva para garantizar la capacidad de respuesta de gestión.

$$Zmin = \frac{Z^2 pq N}{Ne^2 + Z^2 pq}$$

- Meta Anual de envíos: **42.000** (75% de la Población Objeto)
- Respuestas esperadas año: **4.608** (8% de la Población Objeto)

Aliansalud eps | EMPRESAS BANMEDICA

Para el año 2021 se realizan los filtros de planeación cumpliendo los cluster de representatividad sobre la población, segmento, usuarios definiendo la población

objetivo aplicando las formulas estadísticas se define la nuestra representativa mensual siendo está más exigente.

Basados en esta información estadísticamente se establece una meta de muestra anual de 42.000 es decir que se envía al 75% de la población objeto, esperando recibir 4.608 respuestas es decir el 8% de la población objeto.

Como histórico podemos contarles que en el 2019 estábamos en el 2%, en el 2020 estuvimos en el 4% y para el 2021 estamos en el 8%, es decir que el modelo cada vez es más exigente y lo estamos afinando.

ENTREGAS MUESTREO 2021

	USU		USU		USU		USU		USU		USU		USU		USU		2021		Pob Nov 2021		
	ene-21	ene-21	feb-21	feb-21	mar-21	mar-21	abr-21	abr-21	may-21	may-21	jun-21	jun-21	jul-21	jul-21	ago-21	ago-21	Agosto	1er Envío		Should Be	Dif
IPS	1.421	40,60%	1.421	40,60%	1.421	40,60%	1.421	40,60%	1.421	40,60%	1.421	40,60%	1.421	40,60%	1.421	40,60%	1.421	40,60%	1.421	40,60%	0,31%
BIENESTAR CHAPINERO	1.206	34,46%	1.206	34,46%	1.206	34,46%	1.206	34,46%	1.206	34,46%	1.206	34,46%	1.206	34,46%	1.206	34,46%	1.206	34,46%	1.206	34,46%	-0,20%
BIENESTAR COLINA	837	23,91%	837	23,91%	837	23,91%	837	23,91%	837	23,91%	837	23,91%	837	23,91%	837	23,91%	837	23,91%	837	23,91%	-0,13%
UMD	36	1,03%	36	1,03%	36	1,03%	36	1,03%	36	1,03%	36	1,03%	36	1,03%	36	1,03%	36	1,03%	36	1,03%	0,01%
Otros	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	
TOTAL	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	
CONTRATO	1.954	55,83%	1.954	55,83%	1.954	55,83%	1.954	55,83%	1.954	55,83%	1.954	55,83%	1.954	55,83%	1.954	55,83%	1.954	55,83%	1.954	55,83%	0,12%
Femenino	1.546	44,17%	1.546	44,17%	1.546	44,17%	1.546	44,17%	1.546	44,17%	1.546	44,17%	1.546	44,17%	1.546	44,17%	1.546	44,17%	1.546	44,17%	-0,12%
Masculino	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	
TOTAL	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	
RANGO EDAD	553	15,80%	553	15,80%	553	15,80%	553	15,80%	553	15,80%	553	15,80%	553	15,80%	553	15,80%	553	15,80%	553	15,80%	-0,18%
18-30	1.045	29,86%	1.045	29,86%	1.045	29,86%	1.045	29,86%	1.045	29,86%	1.045	29,86%	1.045	29,86%	1.045	29,86%	1.045	29,86%	1.045	29,86%	-0,54%
31-45	997	28,49%	997	28,49%	997	28,49%	997	28,49%	997	28,49%	997	28,49%	997	28,49%	997	28,49%	997	28,49%	997	28,49%	0,11%
46-60	905	25,86%	905	25,86%	905	25,86%	905	25,86%	905	25,86%	905	25,86%	905	25,86%	905	25,86%	905	25,86%	905	25,86%	0,61%
>60	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	
TOTAL	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	3.500	100%	

Para cumplir con la exigencia y cada vez ser más ácidos se realiza la evaluación de cómo se está respondiendo, se analizan las variables, el número de envíos para que la distribución no sea sesgada con un should Be (porcentaje de participación por cada segmento de la compañía de Aliansalud) siempre se deben cumplir con los 3500 envíos de muestreo para cada segmento.

Se realiza una entrega de muestreo desde Inteligencia de Mercados a Servicio al Cliente basados en estas definiciones, el por qué el envío y la responsabilidad es del área de Inteligencia de Mercadeo es para que Servicio al Cliente no sea juez y parte, Inteligencia de Mercados son los encargados de verificar que los datos entregados sean basados en una metodología estadísticamente válida y estandarizada.

María del Pilar resaltó la parte de la actualización de datos de contacto como parte del proceso, indicando que en este momento se tiene una cobertura mucho mayor de correos, números de celular y demás datos aumentando el éxito en cuanto al envío de la información.

La señora Stella Sandoval, miembro de la Asociación de Usuarios, intervino con lo siguiente:

Cuando el ingeniero habla de que 84.041 es el universo y solamente 53.671 tenía contactos validos esa cifra es el 64% eso me indica como usuaria que el 36% quedó excluido de la posibilidad de ser medida su satisfacción porque no tenía los medios tecnológicos para ser abordado. Me pregunto si ese 36% corresponde a la población más vulnerable, pobre y necesitada, confinada sin acceso a herramientas tecnológicas. No todas las personas cuentan con computador, internet o Smartphone algunos cuentan con una línea telefónica fija, de entrada ese 36% fue descalificado para conocer su percepción.

Resalta las acciones que están tomando de manera proactiva para que cada vez haya más contactos, indica que cuando se realizó el proceso de vacunación les volvieron a preguntar datos personales, recalca que se debe tener en cuenta a los ingenieros en las decisiones de conformación de bases de datos y que puedan ser utilizadas para otros propósitos.

En ese sentido, Carlos David Cortes Cedano aclaró que en la métrica de servicio se define la meta de manera anual. Entre el mes de noviembre o diciembre ya se estaba adelantando una campaña de actualización de datos con el esquema establecido por el Ministerio de Salud para la asignación de la IPS vacunadora. Esta asignación se realiza mediante el software de georreferenciación que da alcance a los usuarios que no cuentan con datos válidos. Desde Inteligencia de Mercados, en conjunto con Servicio al Cliente se dio despliegue específico independientemente de tener definida la meta del 68%, para dar alcance a ese porcentaje de 36% de no cobertura y asignar una IPS para vacunación en las diferentes etapas.

Añadió que la meta para el 2021 se realiza de acuerdo con el cierre poblacional del 2020. Para el año 2022 vamos a tener mayor cobertura y esperamos dar mayor alcance. Sin embargo, estadísticamente el número no va a cambiar, siendo siempre 384, independiente de la cantidad de usuarios, porque el muestreo es representativo de acuerdo con el target, el porcentaje no va a cambiar y el número no es transcendental estadísticamente. La planeación en el tema de vacunación fue bastante buena porque se logró asignar todo los usuarios para la vacunación.

La señora Stella Sandoval, preguntó si a las personas que no tienen una cuenta de correo electrónico, sino solo una línea de teléfono, no les llegará esta encuesta. A lo que María del Pilar Ossa, respondió que era muy valiosa esta observación, y aclaró que se realizaron cruces de datos con IPS, se recurrió a la Secretaria de Salud dado que había personas con datos antiguos y no se lograban rastrear. Todo ello para realizar el ejercicio a través de una encuesta o mensaje de texto.

Diana Zapata, complementó manifestando que en el proceso de actualización de datos se logró identificar las personas adultas mayores que no contaban con este medio de contacto. Se solicitó apoyo de cuidador o grupo familiar para registrar el correo, aclarando que estas son algunas opciones que se le han dado a los usuarios para que puedan acceder a la información por este medio.

Stella Sandoval, agradece la respuesta y solicita de manera respetuosa idear un esquema o manera de complementar, así quede por fuera de la herramientas NPS para medir la satisfacción de las personas que solo registren con teléfono fijo, ya que deben ser escuchadas y medida su satisfacción.

María del Pilar Ossa, indicó que se analizará esta propuesta para verificar como se podría realizar como parte del proceso. A su turno, Yeny Bernal, recalcó la importancia de espacios como este para seguir mejorando.

Betsy Rueda, agradece presentación, informa que está de acuerdo en que estos usuarios sean incluidos en esta medición.

Stella Sandoval, destaca que encontró muchas medidas de mejoramiento y análisis de la efectividad de la herramienta y esfuerzos para que cada vez sea más significativa y real con la satisfacción, eso es algo destacable, agradece la explicación técnica.

José Fernando Marín, refiere que es interesante ver la explicación desde Inteligencia de Mercados con todas las variables y denota un esfuerzo muy importante. Sin embargo, hay un tema de fondo para discutir al hablar de NPS, mirando en el histórico desde que se implementó este sistema solicita revisar el componente no solo técnico sino también conceptual que es y para qué sirve? ¿Que se le ha reconocido? ¿Cuáles son las debilidades? a pesar de que se le ha resaltado y ha entrado en auge el tema, sin embargo, no deja de lado que existen muchos cuestionamientos, de fondo es interesante que se pueda discutir que el método busque una justificación de la realidad, cree que se puede discutir el tema por las variables ya que es diferente la manera de percepción, tiempo y respuesta, estos valores pueden afectar las respuestas.

Stella Sandoval, hizo las siguientes preguntas:

¿Sería posible que las personas que se desvinculan de la EPS una vez ya no pertenezcan a ella reciban la encuesta, yo creo que estas personas tienen mucho que aportar?

¿Qué les indica a ustedes el porcentaje de los que no contestan? ¿Cómo analizan ese porcentaje de los que no se toman el trabajo de retroalimentar?

¿Cómo corrobora la EPS que el cálculo de NPS es realmente un reflejo de la realidad, que su dato es verídico, para con base en él tomar decisiones?

Diana Zapata, respondió que frente al sistema de NPS con lo que menciona el señor Fernando, es importante contarles que es un sistema reconocido a nivel mundial que se basa en una pregunta clave con esa calificación de 0 a 10, de recomendabilidad, es la primera pregunta que se realiza en la encuesta, si se recomienda o no la EPS, es clara, se considera con lo que revisamos antes de implementar esta medición es sencilla para que el usuario la pueda responder contesto de 0 a 10 si con la visita que estuvo en la oficina, con el servicio recibido en general porque hay tenemos dos evaluaciones, uno que es el NPS general, relaciono el servicio prestado por Aliansalud en general que es el NPS relacional, también medimos el NPS transaccional y es la prestación en la oficina, si estuvo en cita médica, de acuerdo al servicio que está utilizando se evalúa como fue el proceso y como fue la atención.

Aquí tenemos dos informaciones claves, una si nos recomienda o no y al relacional la evaluación transaccional se recibe una información más detallada, porque no solo se hace una pregunta, después de ese 0 a 10 luego se despliega una serie de preguntas de acuerdo a respuesta para que el usuario tenga la oportunidad de

informarnos que fue lo que estuvo bien y que estuvo mal, tenemos casos donde el usuario nos puede colocar un 9 o 10 como promotor pero sin embargo nos hace un comentario o nos deja una recomendación. Es importante tener en cuenta que este sistema nos permite ver esto en general para la EPS, pero también nos permite tener un detalle en cuanto a las transacciones o cada proceso que el usuario está utilizando con nosotros o la IPS, ustedes se dan cuenta en las rendiciones de cuentas o reuniones con ustedes hemos socializado porqué le pedimos al usuario que nos califique como es su servicio en la IPS, que no estamos nosotros prestando el servicio directamente pero nos interesa estar, mejor dicho con datos del usuario de cómo le fue y que no está encontrando bien en la IPS para tener esas oportunidades y opciones de mejora en la IPS.

Respecto a las personas que se desvinculan de la EPS, es una inquietud que nos queda para revisar y evaluar, como se puede realizar a ellos esa evaluación y medición ya que puede tener información que nos retroalimente mucho y saber porque se fueron, muchas de las personas que se trasladan, más que no encontraron un buen servicio es a veces por unificación de grupo familiar, por temas de las empresas que de pronto les queda mucho más fácil, pero es válida la observación.

Del porcentaje de los que no contestan, también se realizan envíos y recordatorios. Lo ideal es que todos contesten, que el porcentaje sea real. Como corroboramos que este porcentaje es real y cierto, se realiza una revisión y análisis de NPS en conjunto con el área de reclamos y todas las áreas, todos estos comentarios que llegan del usuario se analizan en conjunto, como vemos que si es muy real y coherente la calificación, muchos de los temas que salen en NPS también se encuentran en quejas por eso siempre manejamos unos planes de acción o mejora que van en conjunto, no trabajamos solos por el lado de NPS, no solos por el área de reclamos o PQRS, sino unificamos de manera integral y los análisis que se hacen es en donde encontramos muestras, en NPS ejemplo nos están diciendo que hay problemas con las citas de especialistas, miramos causales de reclamos y ahí encontramos mucha coherencia y eso nos permite como compañía entender y creerle a las evaluaciones que se están realizando, porque son temas coherentes y que son temas que salen en las diferentes evaluaciones o comentarios de clientes que recibimos y eso nos permite tener esa tranquilidad, no es que NPS nos dejen un comentario de oficina y en reclamo no este, igual nos lleva a revisar el tema y mirar que paso, nosotros le hacemos llamada a todos los usuarios detractores y gestionamos internamente con las áreas que está pasando, pero en la experiencia que llevamos es muy similar lo que llega por NPS como por reclamos y eso nos da tranquilidad que la evaluación recibida por NPS es la percepción es lo que el usuario está viviendo y está sintiendo respecto al servicio.

Carlos David Cortes Cedano, apoyó la respuesta de las preguntas indicando que respecto al segundo punto de los no contestados, básicamente la estadística me está diciendo, usted tiene que preguntarle a cierto grupo o número de usuarios para que represente a los que no contestan o los que no estamos tocando, el tema de evaluar a los que no me están contestando pues básicamente ya tengo algo representativo a la inconformidad de lo que me están entregando los usuarios, porque si estadísticamente o metodológicamente vamos por ese lado vamos a hacer un esfuerzo gigante y que no tenemos los recursos para preguntarle a todo el mundo y que todo el mundo obligatoriamente nos tenga que responder las

encuestas, entonces creo que por ahí, estadísticamente y metodológicamente creo que ya ha sido contestado ha sido contestado y es válido, igual lo que indicó Diana, nos estamos dando por un lado NPS relacional que es una pregunta general y la otra transaccional que estamos hablando directamente del servicio y como lo estamos respondiendo, al hacer estas dos divisiones también estamos supliendo dos cosas, uno el que usa el servicio y dos como ven a Aliansalud, o no usa el servicio o lo usa una vez o hasta ahora está llegando, como esa perspectiva o percepción de experiencia de usuario. Creo que estamos atacando dos frentes muy importantes y saliendo de dudas.

Respecto al primer punto de desafiados, es válido porque inclusive en algunas ocasiones nosotros hacemos encuestas, pero no de satisfacción sino de investigación de mercados, ¿Por qué se fue de Aliansalud? sería validarlo con jurídica, cuanto es el tiempo para tocar esos usuarios y bajo que causales, lo que explicaba Diana, hay causales por traslado, por unificación de núcleo familiar, muerte, entonces toca validar que causales tocar y cuales no jurídicamente.

Stella Sandoval, aclara a Diana y Carlos, que su pregunta acerca de lo que indica el porcentaje de las personas que no contestan, era para ver si se pueden utilizar el sitio web u otros canales, para ir educando y formando al usuario del porque es bueno que contesten la encuesta, que se tomen un tiempo, y las ventajas de que respondan.

Diana Zapata, anotó que pedirían el refuerzo en los canales, para que cada vez que tengan esta interacción, se les haga ver lo importante que es que se expresen como usuario sobre el servicio brindado por la EPS.

Stella Sandoval, finalmente solicitó un acta bien explícita para darla a conocer a los demás asociados. Así mismo, consideró que la reunión fue muy valiosa por su contenido y explicaciones, y resolvió los interrogantes planteados sobre este tema.

Margarita Ardila, indicó que así lo haría y que el documento se cargará en la página web para que sea pública.

José Fernando Marín, intervino nuevamente para que le aclararan algunos puntos sobre las medidas adoptadas para aquellas personas que no contestan inmediatamente las encuestas y cuanto es el tiempo máximo para su respuesta.

María del Pilar Ossa, explicó que se tiene un límite de un mes, porque el hacerlo con más tiempo ya no cumplía con el objetivo. Se necesita que las respuesta sean lo más cercano posible a los hechos.

José Fernando Marín, afirmó que se acordaba de haber recibido alguna vez este tipo de encuestas, también como usuario de Colmédica Medicina Prepagada. Y que si no se contestan de inmediato, a los 15 a 20 días no es lo mismo, ya no hay un sentido crítico y/u objetivo como debería ser. Las respuestas dependen de muchas variables como el nivel cultural de uno. Indicó que nunca califica con un 10, porque nadie lo alcanza. Así mismo, dijo que: *"los prejuicios y modelos que uno maneja mentalmente inciden mucho en encuestas como la de NPS, eso lo podemos mirar en una persona adulto mayor en su mente tiene una categoría de calificar y la asocia mucho a su parte de estudiante que son sus recuerdos de calificaciones y*

todo se va moviendo en sentidos, que el ser humano ya tiene preestablecidos para afrontar este tipo de calificaciones donde se le ponen a uno 10 dígitos y meta hay su criterio, a lo que voy es que si bien el NPS se ha popularizado mucho también tiene muchos cuestionamientos y uno no puede obviarlos, lo complicado es que se termina diciendo recomendando, no recomendando cuándo esta respuesta tiene muchos más elementos por debajo que quedan ocultos cuando uno dice voy a recomendar cuando hay muchas cosas que se dejan de mirar, el punto delicado es solo ver la espuma y no ven abajo, ustedes acaban de decir que se hace un cruce de información y detalles, no me queda claro como lo hacen, en ese momento se salen del NPS y acuden a otro nivel que no es el NPS como tal, de pronto usan el NPS pero van a buscar información a otros niveles, entonces hay nos estarían dando la razón en la medida que hay auscultar mucho más el usuario para que con una simple respuesta se esté diciendo que hay una satisfacción”.

María del Pilar Ossa, indicó que de pronto hay que profundizar un poco más en esta metodología que es lo que hay detrás y, porque estamos convencidos, entendemos las bondades, beneficios y demás. La medición utilizada antes era muy confusa para el usuario porque la calificación era de 1 si estaba muy insatisfecho, 2 insatisfecho. Cuando se indagaba con los usuarios insatisfechos refería que habían calificado bien y que creían haberse equivocado, correspondía casi el 85% de los usuarios encuestados. Este es solo un ejemplo, pero tenemos muchos más argumentos para decir el porqué, la recomendación es clara, recomendación a un familiar o a un amigo, detrás de esto hay un análisis de información hecho por personas expertas, toda la teoría en el libro de Frederick Richard quien fue quien inició con todo este tema. También recalcó sobre la convicción que tiene los accionistas de la compañía y demás empresas del grupo. No hay una sola sesión que en la que uno de los líderes de procesos no hable de NPS. Es una metodología comprobada que requiere de mucha disciplina. Literalmente afirmó que: *“puedo decir con toda la tranquilidad que una compañía que se atreva a medir NPS, es porque de verdad le importa el servicio, de verdad quiere hacer algo, le importan sus usuarios, quiere tener acciones de mejora y cuando nosotros empezamos con esto no solo se realizó por medir, tuvimos consultores expertos que nos indicaron que si lo íbamos a realizar tenía que ser completo, bien hecho, si tienen un detractor lo van a llamar, van a generar un compromiso con ese usuario, que no se genere en una encuesta más, por eso cuando llamamos nuestros usuarios agradecen la llamada y se dan cuenta que los estamos leyendo, por eso se realizó de esta manera muy bien estructurada. Ya hemos visto otras EPS que han iniciado la documentación, después de que nosotros empezamos nuestros entes de control incluyeron el NPS como un indicador importante de experiencia”.*

José Fernando Marín, complementó diciendo que es indudable que el hecho que cualquier entidad llámese como quiera llamarse utilice una metodología hablando en el contexto de satisfacción del usuario que la implemente eso ya es alegable, es un sistema que como todos tiene lo bueno tiene debilidades, quiere sensibilizar hacia esas debilidades, que si las tenemos claras, se hace un manejo complementario que permite enriquecer mucho más de lo que pueda arrojar de primera mano NPS, es un llamado que hay muchas cosas y que hay que capturarlas, para que en realidad se logre como resultado y enriquezca al usuario, para nosotros como asociación de usuarios manejar el tema de NPS nos ha obligado a consultar y revisar el tema igualmente hay cuestionamientos importantes de fondo, yo creo que esto nos enriquece mirar lo bueno y lo malo nos

permite tener una vista más justa de las cosas, ahora reconocer el esfuerzo que ustedes están haciendo.

María del Pilar Ossa, adicionó que tanto el señor José Fernando y la señora Stella tienen razón al decir que puede estar haciendo falta mayor cercanía en promoverle a los afiliados qué mediciones tenemos para que se puedan expresar. Por lo que se evaluará la posibilidad de realizar un Focus Group con clientes, teniendo esto, diferentes edades, escuchándolos, complementar para ver que de otra forma puede ser más cercano, más fácil, que otras estrategias se nos pueden ocurrir para entender y estar más seguros de lo que estamos transmitiendo y como están viendo también las cosas.

Diana Zapata, complementó diciendo que en la parte mencionaba que el análisis que se hace no solo es de NPS, sino de todos los canales, los comentarios del cliente acá son leídos escuchado y analizados, toda esa voz de cliente que llega no solamente por NPS sino por los diferentes canales como el Call Center, página web, todas esas sugerencias, se tienen en cuenta y se responde al usuario, lo complementamos, pero igual recibimos todo lo que se expone aquí, hay cosas valiosas para complementar.

Stella Sandoval, habló sobre la literatura que hay del NPS y, particularmente en relación con las críticas que hacen de las fronteras difusas entre una respuesta siete y una respuesta ocho, como las fronteras entres detractores, pasivos y promotores, entonces una de las sugerencias que hacen es no calificar de 0 a 10 sino que sea 0 detractor 1 pasivo y 2 promotor y ya eliminar el 7, el 5 o también pude haber colocado el 6.

José Fernando Marín, argumentó que sería ideal que se pudiera cruzar la información. También habló del importante trabajo que hace la asociación con las PQRS, de donde pueden salir muchos aspectos para establecer un cuadro completo muy detallado de todas las circunstancias que se presentan y que afectan a los usuarios y de por si lo que habría que solucionar para mejorar el servicio, haríamos una cosa muy diferente. La idea no es que las cosas queden como una lucha de un sistema de una forma y la otra, porque en últimas se trata de darnos la mano para que el usuario salga beneficiado en todo esto.

Stella Sandoval, solicitó que se tome en consideración lo último que mencionó, que se elimine la escala de 1 a 10 y que nea 1, 2, 3, como para eliminar esas fronteras difusas entre los tres grupos detractores, pasivos y promotores.

Margarita Ardila, finaliza la reunión, agradece sus comentarios e intervenciones, y la da por terminada siendo las 10:20am.

Se adjunta lista de asistentes:

Reunión Asociación de Usuarios				
Número total de participantes	10			
Título de la reunión	Reunión Mensual Asociación de Usuarios Compromiso Rendición de Cuentas Presentación Medición NPS a la ASU			
Hora de inicio de la reunión	25/08/2021 8:57			
Hora de finalización de la reunión	25/08/2021 10:56			
Nombre completo	Hora de Unión	Hora de salida	Duración	Rol
Margarita Ardila	25/08/2021 8:57	25/08/2021 10:56	1 h 59 min	Aliansalud
Jenny Fernanda Olave Pardo	25/08/2021 8:57	25/08/2021 10:56	1 h 59 min	Aliansalud
Carlos David Cortes Cedano	25/08/2021 8:57	25/08/2021 10:20	1 h 23 min	Aliansalud
Stella Sandoval - Integrante ASU (Invitado)	25/08/2021 8:59	25/08/2021 10:56	1 h 57 min	Asociación
José Fernando Marín (Invitado)	25/08/2021 9:00	25/08/2021 10:56	1 h 55 min	Asociación
Yeny Bibiana Bernal González	25/08/2021 9:01	25/08/2021 10:20	1 h 19 min	Aliansalud
María del Pilar Ossa Quebrada	25/08/2021 9:01	25/08/2021 10:20	1 h 19 min	Aliansalud
Diana Zapata Romero	25/08/2021 9:03	25/08/2021 10:20	1 h 17 min	Aliansalud
Betsy Rueda	25/08/2021 9:06	25/08/2021 10:48	1 h 41 min	Asociación
Norma Celis	25/08/2021 10:17	25/08/2021 10:56	38 min 44 s	Asociación