

**SONDEO DE OPINION**

**COOPERATIVA ELECTRICA DE COLON**

**1**

**Provincia de Buenos Aires – República Argentina**

**OCTUBRE DE 2009**

## **ANALISIS CUANTITATIVO Y CUALITATIVO**

### **INFORMES - TABLAS - GRAFICOS**

**Ficha Técnica:**

<b>Fecha de relevamiento</b>	6, 7, 8 y 9 de Octubre de 2009
<b>Universo</b>	Encuesta en la Ciudad de Colón, Provincia de Buenos Aires, ambos géneros y de 21 a 70 años. (Socios CEC)
<b>Muestreo</b>	Encuesta domiciliaria con cuotas de sexo. Polietápica. Se definen 4 estratos: (E1) Centenario, (E2) Mitre, (E3) 9 de Julio y (E4) Belgrano, con tamaños muestrales proporcionales al peso que tienen las zonas geográficas sobre el total de habitantes.
<b>Tipo de investigación</b>	Cuantitativa. Encuesta cara a cara en los hogares de los entrevistados.
<b>Casos</b>	476 casos distribuidos en toda la ciudad.



**Informe Preliminar:**

Debemos comenzar diciendo en términos generales que se observa una buena y muy buena imagen de la entidad que fue estudiada y de los servicios que presta la misma, con indicadores positivos en ambos casos cercanos al 95 %, determinando esta primera apreciación un alto grado de consenso dentro de la población en la cual se desarrolló el trabajo de campo y que resulta representativa del universo total.

Haciendo un corte por género, sector geográfico y segmentación desde el punto de vista de tipo de cliente (hogar – comercio – empresa – instituciones), podemos inferir que el trabajo arroja resultados que presentan características muy similares, y lo calificamos en términos generales como bastante homogéneo y coherente desde el análisis de las respuestas recibidas y haciendo un cruce de la información.

Encontramos el sector más crítico con la gestión y el accionar de la CEC en el escenario N° 3, (E3), coincidente con uno de los cuadrantes, 9 de Julio, delineados para realizar el trabajo y también se observa claramente que los socios tienen una percepción más crítica cuando analizan a la CEC desde el rol de comerciantes o empresarios, en todos los casos podemos hablar de una crítica medida (y se quiere en algunos de ellos fundamentada por algún error involuntario de la entidad), y no se hallan posiciones de comentarios despectivos y/o irritantes en los encuestados.

**Facturación:**

La logística aplicada al reparto de las facturas de la cooperativa muestra indicadores que manifiestan que dicho proceso de trabajo es excelente, ya que casi la totalidad de los encuestados dicen que el recibo lo tienen en tiempo y forma en su domicilio o lugar predeterminado para ser recepcionado por los mismos, y no es causal o argumento esta tarea de retraso en el pago de la facturas. Mayoritariamente también podemos argumentar que la lectura y/o comprensión de la factura es de fácil acceso para los encuestados, y debemos realizar aquí una primera apreciación y tiene que ver que si bien hay una correcta lectura de la misma en algunos casos solo cotejan el importe actual con el período anterior y hacen “su análisis”, y en otros “no terminan de entender los conceptos y/o leyes de aplicación”.

Es en la cooperativa y mutuales, (Círculo Italiano y Sp. Barracas), donde se observan los lugares de mayor concentración de pago de la factura, seguido luego por el sistema de pago fácil y los bancos, y la gente argumenta como los factores que predominan para la elección del lugar la comodidad y cercanía, disponibilidad horaria, pagar todo junto en un solo lugar y sí queda demostrado que cuando el pago es fuera de término deben concurrir a la cooperativa.

Se puede decir que el proceso de facturación es bueno por las respuestas recibidas, que en los casos que se acercaron a efectivizar algún tipo de reclamo fueron muy bien atendidos y con la suficiente rapidez y una respuesta que lo ha conformado en la mayoría de los casos a los socios y recibiendo también en la misma medida los reintegros si el error realmente fue de facturación. Debemos mencionar también que es justamente en este ítem donde se encuentran “los mayores elogios NO POSITIVOS” para con la cooperativa, pero haciendo un análisis objetivo de esta situación a “nadie le gusta que le toquen el bolsillo”.

**Cobranzas:**

Al igual que en el proceso anterior se observa también desde el punto de vista de los encuestados que siempre que tuvieron que recurrir por algún motivo (solicitud de prórroga, refinanciación o solicitud de reconexión por falta de pago), la atención en la cooperativa fue la adecuada desde lo administrativo como así también desde el punto de vista técnico, ya que en los casos que se les cortó el suministro de energía eléctrica fueron reconectados ( 100 % de la muestra respondió que fue reconectado dentro de las 48 hs.), en el tiempo estipulado para estos casos y ante las distintas propuestas o alternativas de refinanciación y/o pago también se detecta un alto grado de conformidad en los socios.

Debemos destacar por respuesta de los encuestados que en varios casos el retraso en el pago es involuntario, como producto del olvido o extravío de la factura y en todos estos casos la respuesta fue la

misma, se acercaron a cancelar la deuda sin ningún tipo de reclamo y/o cuestionamiento alguno para con la cooperativa.

Tal vez debemos mencionar en este apartado respuestas ocultas (factor vergüenza), es decir que es muy probable que sean mayores los indicadores de posibles deudores y/o socios que hayan sufrido en alguna oportunidad algún corte de suministro o aviso de corte, pero también se detecta desde la percepción sociológica de estos casos, que el grado de conformidad con el accionar lógico de la cooperativa fue satisfactorio y reconocido por los socios en su mayoría al igual que la media normal del trabajo.

### **Seguridad en vía pública:**

En términos generales se tiene conocimiento acerca de la campaña de seguridad, un 57 % de los encuestados así lo demuestra, pero hay que destacar que la comunidad si bien se mantiene informada acerca de las acciones y obras de la cooperativa, prestan mayor atención cuando las noticias se refieren a aspectos que están relacionados con por ejemplo incrementos en los costos del servicio, prórrogas en la fecha de vencimiento, etc., es decir con temas relacionados a la facturación y su posterior cobranza.

Desde el punto de vista de la percepción de la gente en cuanto a las medidas de seguridad llevadas a cabo por el personal de la cooperativa, como así también por la cooperativa en su conjunto con lo que tiene que ver con medidas puestas de manifiesto en vía pública y hogares, se reconocen claramente dichas acciones y aparece una única queja en varios sectores de la ciudad que tienen que ver con la responsabilidad (a quien pertenece, CEC o Municipalidad? ), en cuanto a la poda de árboles que en muchos casos obstaculizan la correcta iluminación del alumbrado público.

### **Comunicación:**

Volvemos a repetir que si bien existe cierto grado de información acerca de los hechos, obras, actos y acciones de la cooperativa, la gente es bastante selectiva de dicha información, prestándole debida atención solo a temas que pueden tener incidencia directa “sobre los montos de facturación”. En cuanto a los canales que utilizan para obtener información o en aquellos casos que la obtienen casualmente, marcan como los medios de mayor llegada en primer término el canal radial, luego aparece sí el boletín bimensual de la cooperativa, los medios gráficos (La voz) y por último el cable.

Debemos mencionar que si bien se percibe que existe una página Web institucional, nos es de las más visitadas y sí en este caso de parte de las personas que la han visitado no es buena la percepción sobre la misma, es decir que no se condice con los indicadores generales de percepción de imagen de la cooperativa.

**Internet:**

Podemos mencionar como bajo, en términos generales la conexión a servidores de Internet, sobre todo en hogares particulares, levantando notoriamente el porcentaje total de la muestra los comercios y las empresas de la ciudad.

En cuanto a las empresas que prestan servicio de Internet, se destaca como el principal proveedor de la ciudad Coopnet, seguido de Speedy y en menor medida por otros. Debemos mencionar que cuando los encuestados comienzan a realizar un análisis de la prestación del servicio, mencionan que ha medida que se busca un producto de mejor calidad (mayor velocidad y conexión), el costo de Coopnet se parece al de Speedy y entonces optan por éste, argumentando tal vez en muchos casos cierto grado de posicionamiento superior por parte de la empresa competidora reflejando instintivamente mejor calidad, cuestión que no se pone expresamente de manifiesto a la hora de indagar y hacer una comparación y cotejar los distintos prestadores del servicio.

El punto débil que se detecta o mencionan los socios es cierto grado de saturación en la conectividad, factor que incide en una evaluación con una tendencia más regular que el resto de los servicios y procesos de la entidad.