

2023

# Plan de Acción



**Aguas de  
Puerto Cortés**  
Empresa de Agua y Saneamiento S.A de C.V

Estrategias luego de hermanamiento con el Sistema de Agua Potable, Alcantarillado y Saneamiento de la Piedad (SAPAS)



**SAPAS**  
**LA PIEDAD**  
¡Vida para tu familia!

## **Introducción**

Al concluir las visitas correspondientes del hermanamiento llevado con la empresa SAPAS La Piedad y haber participado en unas jornadas de mucho provecho para enriquecer nuestros conocimientos e ilustrarnos sobre nuevos métodos recopilamos mucha información útil para ponerla en práctica.

Cabe destacar que el objetivo del hermanamiento tenía como tema principal la implementación de herramientas y estrategias de recaudación y cobranza para la disminución de cuentas por cobrar.

Las jornadas de capacitación brindadas por el equipo de SAPAS ampliaron las expectativas cubriendo temas relacionados a la operación del sistema y en general sobre todo el funcionamiento de la empresa.

Luego de compartir con el resto del equipo gerencial de Aguas de Puerto Cortés sobre el aprendizaje del hermanamiento realizado con SAPAS La Piedad, la gerencia general de la Empresa avalo las nuevas propuestas sobre estrategias a implementar siguiendo las recomendaciones que nos brindaron la Empresa hermana de México con el objetivo de mejorar nuestras recaudaciones y flujo de efectivo.

## **Plan de Acción**

### **1. Revisión del Manual de Política de Cobranza**

Estrategias: Incentivos, premios, campaña de pago por adelantado, medidas coercitivas (embargos) y procedimientos sobre solares baldíos.

Descripción:

Modificar la política de cobranza para mejorar el rango de % que se brindan al usuario al momento de negociar saldos esto como incentivo a lograr un acercamiento con los clientes.

Realizar periódicamente en el año rifas o sorteos que premien a los usuarios que mantengan al día sus pagos.

Se llevará a cabo como prueba piloto la implementación de la campaña de pago por adelantado para probar el funcionamiento y aceptación de esta en nuestra ciudad.

La instancia legal será mas coercitiva y se comenzará a ingresar dichos casos a los juzgados para la recuperación de deudas más antiguas.

Así como también se pondrá en estudio que procedimiento realizar en el caso de solares baldíos ya que particularmente en la ciudad se tiene una cantidad considerable la cual causa una mora constante al estar facturando sin recibir una respuesta de los dueños de terreno ya que en su mayoría no hacen uso del servicio y este no ha sido cancelado.

### **2. Cambio de enfoque en Política de Comunicación**

Estrategia: enfocada en la cobranza

Descripción:

A lo largo de la historia nuestra comunicación en redes ha sido hasta cierto punto muy informativa sobre actividades y logros de la empresa por lo que el giro estratégico será a ser mas educativo para los usuarios a través de campañas sobre fugas, comunicados de cortes en diferentes barrios con la utilización de autoparlantes.

Esto con el objetivo de promover que el cliente sepa como revisar o detectar si sus consumos tienen alguna fuga ya que han sido elevados de un mes a otro y pueda tener un acercamiento a las oficinas para que pueda ser solucionado en el menor tiempo posible, así como también al escuchar los comunicados sobre los próximos cortes del servicio en x barrio pueda avocarse a cancelar su saldo pendiente y así evitar recargos.

### **3. Fortalecer facilidades de recaudación**

Estrategias: implementación de nuevos métodos como ser botón de pago, chat Bot, kioscos en mall o supermercados.

Descripción:

En busca de ofrecer el mejor de los servicios a nuestros usuarios hemos comenzado los tramites en el banco para la utilización del servicio denominado Botón de Pago el cual consiste en mandar un link al cliente que lo solicite donde solo al dar clic se dirigirá a una plataforma donde solo tendrá que ingresar los datos de la tarjeta con la que realizara el pago.

A nivel de proyecto piloto se mantiene la idea de colocar en puntos estratégicos de la ciudad kioscos informativos donde se pueda orientar al cliente sobre todas las facilidades con las que la empresa cuenta para que puedan realizar sus pagos o demás consultas que puedan ser atendidas.

### **4. Manejo de Base de Datos**

Estrategia: utilización del programa ARGIS para actualización completa del catastro de usuario.

Descripción:

Con la implementación de un Call Center en nuestras oficinas y de la mano con el trabajo realizado por la unidad de Catastro queremos poder llegar a tener una base de datos completa de nuestros usuarios con la información actualizada para hacer llegar boletines

informativos o notificaciones de cobro a través de mensajes de WhatsApp, de texto o vía correo electrónico.

## **5. Reestructuración del Pliego Tarifario**

Estrategia: reacondicionamiento de las categorías en el padrón de usuarios.

Descripción:

Estamos realizando análisis sobre el comportamiento de ingresos que generaría el cambio en la segmentación de las tarifas en los bloques de consumo, así como incluir una tarifa social para los casos debidamente refrendados previa investigación.

Realizar un estudio por casas para poder categorizar como lo realiza SAPAS el cual tiene diferentes niveles en cada categoría.

## **6. Revisión de Tarifa Preventiva**

Estrategia: analizar el costo beneficio de este proceso.

Descripción:

Hace unos años la Empresa tomo la decisión de crear una línea en las categorías del pliego tarifario denominada como Tarifa Preventiva la cual ha sido aplicada a clientes que solicitan una suspensión del servicio por motivos de viaje o casa vacías; esto con el objetivo de no cobrar un cargo mínimo que no esta siendo consumido por el cliente y así brindar la facilidad de no aumentar la mora sin embargo en la actualidad esta categoría ha sido un aumento constante de saldo pendiente por los usuarios.

Se pretende analizar de que manera poder educar a los clientes sobre la importancia de realizar sus pagos al día aprovechando el beneficio de esta tarifa especial.

## **7. Reclasificación de la clientela no medida**

Estrategia: adquisición de lotes de medidores

Descripción:

Durante el año de pandemia la adquisición de medidores se complicó en el país debido a la falta de stock de los proveedores y a su vez la liquidez de la Empresa para realizar dichas compras; por lo que se quiere realizar una compra determinada que sirva para poder categorizar como medido a clientes que se conectaron al sistema en los últimos 3 años.

Con el objetivo de realizar un cobro mas justo desde el punto de vista del usuario ya que podrá tener una prueba más fehaciente de sus consumos y así realizar sus pagos al día como el cuidado de no desperdiciar del vital líquido.

## **8. Utilización de llaves publicas**

Estrategia: Reducir las pérdidas físicas y acumulación de mora

Descripción:

El municipio cuenta con algunas zonas de alto riesgo y morosidad el cual se imposibilita llevar a cabo los procesos de cobranza por lo que al instalar una llave publica cortando el servicio en determinados sectores se podría controlar de manera mas eficiente el uso del recurso y así mismo crear conciencia al usuario sobre el valor de tener el servicio del vital liquido al alcance dentro de sus viviendas y no en una toma pública.

## **9. Educación al usuario**

Estrategias: charlas impartidas en las escuelas e instituciones.

Descripción:

Brindar más información a los usuarios sobre el uso racional del recurso el cual permita que los valores por sus consumos sean mínimos pudiendo así tener el alcance de saldar

cada mes sin caer en mora contribuyendo a la empresa a mejorar sus porcentajes de recaudación.

### **10. Alianzas estratégicas con la Municipalidad de Puerto Cortés**

Estrategia: crear alianzas que permitan el cierre de negocios o negación del permiso de operación a usuarios con deudas antiguas cuando realicen tramites de apertura o renovación de negocios y adjudicación de terrenos.

Descripción:

Se pretende promover en la Municipalidad con las autoridades correspondientes una alianza donde se establezca como requisito principal para otorgar permisos de operación sea estar al día en el pago de los servicios prestados por la Empresa, con el objetivo de disminuir la mora en la categoría comercial.

A su vez que para la adjudicación de terrenos sea parte del proceso tener el pago al día del servicio de agua potable.

### **11. Fortalecimiento de comunicación interna**

Estrategia: educación al empleado.

Descripción:

Realizar una campaña de fortalecimiento y educación al empleado dando a conocer la situación financiera de la Empresa sobre los problemas causados por la falta de recaudación otorgando incluso incentivos para la recuperación de mora por gestiones realizadas por los colaboradores.

Así como también brindar ese espíritu de conciencia que sea transmisible entre sus familiares y amigos sobre el cuidado del agua y la importancia de mantener al día sus cuentas.

## Matriz de Plan de Acción

Item	Linea de acción	Estrategia	Responsable	Apoyo	Tiempo
1	Revisión del Manual de Política de Cobranza	Incentivos, premios, campaña de pago por adelantado, medidas coercitivas (embargos) y procedimientos sobre solares baldíos.	Comité de Mora	Unidad de cobranza / Gerencia General	2 meses
2	Cambio de enfoque en Política de Comunicación	Enfocada en la cobranza	Imagen corporativa	Unidad de cobranza / Gerencia General	1 mes
3	Fortalecer facilidades de recaudación	Implementación de nuevos métodos como ser botón de pago, chat Bot, kioscos en mall o supermercados.	TI / Imagen corporativa	Gerencia General	3 meses
4	Manejo de Base de Datos	Actualización completa del catastro de usuario.	Catastro de Usuario	Depto de Comercial	6 meses
5	Reestructuración del Pliego Tarifario	Reacondicionamiento de las categorías en el padrón de usuarios	Gerencia General	ERSAPS	6 meses



Item	Linea de acción	Estrategia	Responsable	Apoyo	Tiempo
6	Revisión de Tarifa Preventiva	Analizar el costo beneficio de este proceso	Comité de Mora	Unidad de cobranza / Gerencia General	3 meses
7	Reclasificación de la clientela no medida	Adquisición de lotes de medidores	Unidad de compras / Unidad control de perdidas	Gerencia General	3 meses
8	Utilización de llaves publicas	Reducir las pérdidas físicas y acumulación de mora	Comité de Mora	Unidad de cobranza / Gerencia General	4 meses
9	Educación al usuario	Charlas impartidas en las escuelas e instituciones.	Promoción social	Gerencia General	1 mes
10	Alianzas estratégicas con la Municipalidad de Puerto Cortés	Crear alianzas que permitan el cierre de negocios o negación del permiso de operación a usuarios con deudas antiguas.	Depto de Comercial	Gerencia General	6 meses
11	Fortalecimiento de comunicación interna	Educación al empleado.	RRHH	Comité de Mora / Gerencia General	2 meses