

TITULO:	Informe de Análisis de Encuesta de Usuarios.
FECHA:	26 de marzo de 2026
ELABORÓ:	Ana Cecilia Rodríguez Farfán // Líder Oficina PQRS Juan B. Saldarriaga Elorza // Director de Gestión de Usuarios y Comercialización
OBJETO:	Presentar informe del resultado de las encuestas realizadas a los usuarios entre el 4 de diciembre de 2025 y el 30 de enero de 2026
DESTINATARIOS:	Iván Mauricio Forero García // Subgerente de Asuntos Corporativos. William Alberto Salcedo Albarracín // Jefe Oficina de Control Interno de Gestión.
RECIBI:	

1. Introducción.

Con el propósito de medir e identificar la manera como los usuarios perciben la atención que se les brinda por parte de La EAAAY (en adelante La Empresa), se realizó una encuesta de satisfacción de usuarios en la Oficina de Atención al Cliente de La Empresa. El presente informe tiene como propósito analizar las encuestas realizadas a los usuarios entre el día 4 de diciembre de 2025 y el 30 de enero de 2026; para su elaboración se hizo uso de un formato de encuesta que fue resuelto por los usuarios de manera anónima al momento de presentar una PQRS en la línea de atención al usuario de las oficinas de PQRS, Fidelización, y Cartera.

La encuesta estuvo dirigida a la evaluación de los servicios generales prestados por La Empresa y las actividades puntuales de cada una de las oficinas, de acuerdo con el punto en el que el usuario fuera atendido.

2. Objetivo.

Medir el nivel de satisfacción de los usuarios frente a la prestación de los servicios públicos domiciliarios y la atención al ciudadano que presta La Empresa.

3. Normatividad.

En cumplimiento del marco normativo vigente en Colombia, La Empresa adelanta la medición de la satisfacción de los usuarios como parte integral de la implementación del Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG), establecido mediante el Decreto 1499 de 2017 y desarrollado a través de la Política de Servicio al Ciudadano. Esta medición se fundamenta en la obligación de evaluar la calidad, oportunidad y efectividad de los servicios prestados, en concordancia con lo dispuesto en las Leyes 1437 de 2011, 1474 de 2011, 1757 de 2015 y 2052 de 2020, que promueven la transparencia, la participación ciudadana y la mejora continua en la gestión pública. En este contexto, la aplicación de encuestas de satisfacción se constituye en un mecanismo técnico clave para conocer la percepción de los usuarios, orientar la toma de decisiones y fortalecer el desempeño institucional, en línea con los lineamientos de Función Pública y los criterios de evaluación del Índice de Desempeño Institucional (IDI).

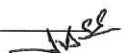
 <p>Empresa de Acueducto, Alcantarillado y Aseo de Yopal E.I.C.E - E.S.P. NIT 944.000.755-4</p>	INFORMES		
	Fecha de Elaboración 2011-04-07	Fecha Última Modificación 2024-12-16	Tipo de Documento: FORMATO
			Código: 51.29.06.27
			Versión 07

833.25.01.00177.26

Página 2 de 14

4. Ficha Técnica.

Ficha Técnica Encuesta de Satisfacción del Usuario Dirección de Gestión de Usuarios y Comercialización Subgerencia de Asuntos Corporativos Empresa de Acueducto, Alcantarillado y Aseo de Yopal E.I.C.E. E.S.P.	
Objetivo	Medir el nivel de satisfacción de los usuarios frente a la prestación de los servicios públicos domiciliarios y la atención al ciudadano que presta La Empresa
Cobertura	Usuarios del servicio de acueducto, alcantarillado y aseo
Universo y Muestra	
Universo	55.000 usuarios
Muestra efectiva	263 encuestas válidas
Unidad de Análisis	Usuario del servicio (propietario o arrendatario)
Diseño Muestral	
Tipo de muestreo	No probabilístico – Encuesta realizada en Oficina de Atención al usuario
Marco Muestral	Usuarios que interactúan con la empresa (oficinas, canales, procesos operativos)
Observación Técnica	Los resultados no son estrictamente inferenciales debido a que el muestreo no es probabilístico, pero sí son muy útiles para gestión operativa.
Nivel de confianza (Asumiendo escenario conservador $p=0.5$)	
Nivel de Confianza	95%
Margen de error aproximado	+/- 6%
Interpretación	Se puede considerar que los resultados tienen una precisión aceptable para la toma de decisiones operativas y mejora del servicio.
Técnica de recolección	
Instrumento	Encuesta estructurada
Tipos de respuestas	<ul style="list-style-type: none"> • Cerradas (dicotómicas y escala cualitativa: bueno, regular, malo) • Opción múltiple
Medio de aplicación	Oficina de atención al usuario.
Período de recolección	4-12-2025 al 30-01-2026
Cobertura Geográfica	
Área de prestación del servicio de la EAAAY	
Representatividad	
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> • Tamaño muestral suficiente para análisis descriptivo • Participación de distintos tipos de usuario (propietarios y arrendatarios)
Limitaciones	<ul style="list-style-type: none"> • No hay evidencia de aleatoriedad • Posible sesgo hacia usuarios que acuden a la oficina de atención al usuario y/o que tienen interacción reciente con La Empresa.
Variables Analizadas	





INFORMES

Fecha de Elaboración 2011-04-07	Fecha Última Modificación 2024-12-16	Tipo de Documento: FORMATO
		Código: 51.29.06.27
		Versión: 07

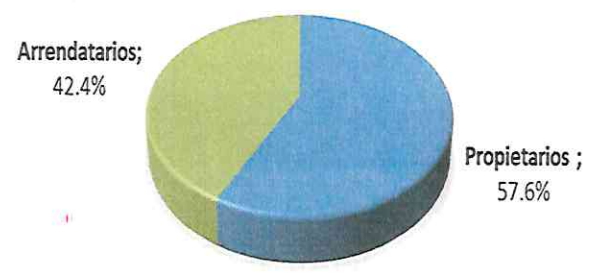
833.25.01.00177.26

Página 3 de 14

Ficha Técnica Encuesta de Satisfacción del Usuario Dirección de Gestión de Usuarios y Comercialización Subgerencia de Asuntos Corporativos Empresa de Acueducto, Alcantarillado y Aseo de Yopal E.I.C.E. E.S.P.	
Variables de percepción del servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Continuidad • Calidad • Presión • Alcantarillado
Variables de atención al usuario	<ul style="list-style-type: none"> • Atención presencial • Canales virtuales • Tiempo de respuesta • Interacción con funcionarios
Variables de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • Comprensión de factura • Conocimiento del contrato (CCU) • Uso de canales
Variables operativas	<ul style="list-style-type: none"> • Recolección • Barrido • Poda
Escala de medición	
Escala ordinal cualitativa	Bueno / Regular / Malo
Escalas dicotómicas	Sí / No
Sesgos potenciales	
Sesgo de selección	Usuarios más activos o con trámites
Sesgo de canal	Alta participación de atención presencial
Sesgo de satisfacción	Tendencia a respuestas positivas (las encuestas de servicios públicos suelen tener esta tendencia)
Nivel de confiabilidad del estudio	
Confiabilidad general	Media – Alta
Validez para decisiones	<ul style="list-style-type: none"> • <input checked="" type="checkbox"/> Operativas: Alta • <input type="checkbox"/> Estratégicas: Media (se requeriría complementar con muestreo probabilístico).

5. Resultados Claves

CALIDAD DE PROPIEDAD EN LA QUE ACTUA EL BENEFICIARIO DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS DE ACUEDUCTO, ALCANTARILLADO Y ASEO



se encuentra que:

- El 42.4% de las encuestas fueron resueltas por usuarios del servicio en calidad de arrendatarios; mientras que el 57.6% restante lo hicieron en calidad de propietarios de los bienes en los que se presta el servicio.

- Cuando se preguntó con relación al **servicio de acueducto**

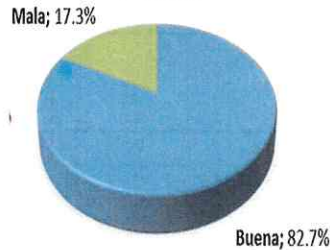
Handwritten signature and initials

- El 91.2% de los usuarios respondieron que el servicio es bueno en cuanto a la continuidad del suministro de agua que llega a las viviendas y los niveles de calidad del agua suministrada (color, olor, sabor).

PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ACUEDUCTO RELACIONADO CON CALIDAD Y CONTINUIDAD



PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ACUEDUCTO RELACIONADO CON NIVELES DE PRESIÓN

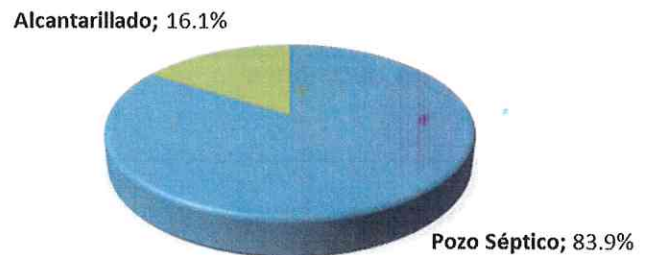


- En cuanto a los niveles de presión con los que llega el servicio, sólo el 82.7% de los encuestados consideró que la presión del agua suministrada es buena.

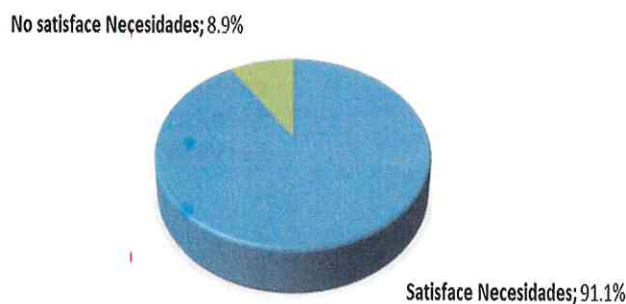
- Para el **servicio de alcantarillado**, se encuentra que:

- El **83.9%** de los usuarios cuenta con **pozo séptico**.

DISPOSICIÓN DE AGUAS RESIDUALES



PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ALCANTARILLADO

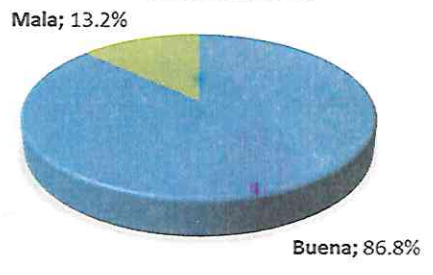


- El 91.1% considera que el servicio del sector satisface sus necesidades.

Handwritten signature/initials

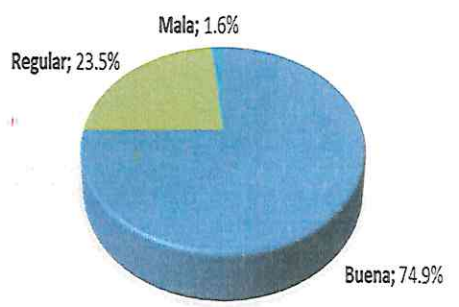
- De otro lado, el 86.8% de los usuarios encuestados califican como buena la atención prestada por las cuadrillas de acueducto y alcantarillado.

ATENCIÓN PRESTADA POR LAS CUADRILLAS DE ACUEDUCTO Y ALCANTARILLADO



- Al realizar el análisis para el **servicio de aseo** se encuentra:

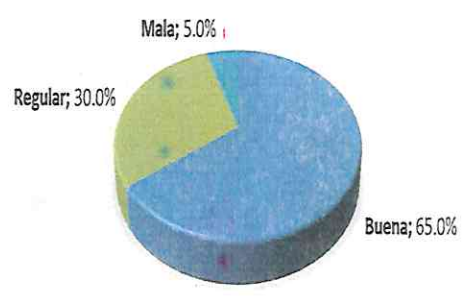
FRECUENCIA Y HORARIO DE RECOLECCIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS



- El 23.5% de los usuarios consideran que la frecuencia y el horario de recolección de los residuos es regular; el 2.6% que es mala y el 74.9% que es buena.

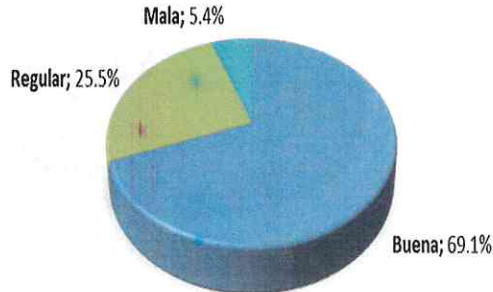
- o Cuando se consultó el servicio de barrido, el 65% consideran el servicio bueno, el 30% lo consideran regular y el 5% lo consideran malo.

PRESTACIÓN COMPONENTE DE BARRIDO



Handwritten signature and initials

PRESTACIÓN COMPONENTE DE PODA EN PARQUES Y SEPARADORES



○ Al consultar la percepción con relación al servicio de poda en parques y separadores: el 69.1% de los usuarios consideran bueno el servicio, mientras que el 25.5% lo consideran regular y el 5.4% lo consideran malo.

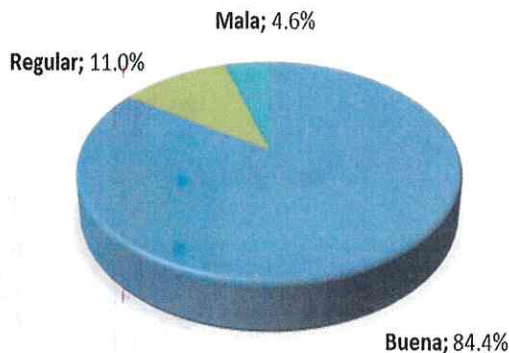
ATENCIÓN PRESTADA POR LOS FUNCIONARIOS DE ASEO

- A su vez, al preguntar por la atención prestada por los funcionarios de aseo se encuentra que el 2.7% de los usuarios consideran que es mala, mientras que el 11.8% la consideran regular y el 85.5% la consideran buena.



- En la **atención a los usuarios**, los resultados fueron los siguientes:

ATENCIÓN A LOS USUARIOS



○ El 84.4% consideran buena la oportunidad en la respuesta; mientras que el 11% lo consideran regular.

- En los canales de atención se encuentra que el 95% de los usuarios califican buena la atención recibida en los puntos presenciales. Mientras que solo el 65.8% consideran buenos los canales virtuales y/o líneas telefónicas.

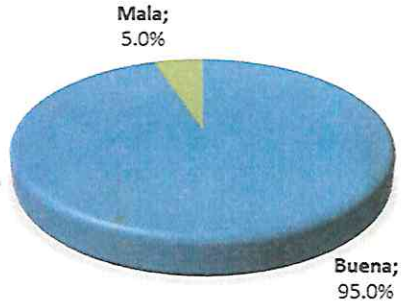
WSP

Fecha de Elaboración 2011-04-07	Fecha Última Modificación 2024-12-16	Tipo de Documento: FORMATO
		Código: 51.29.06.27
		Versión: 07

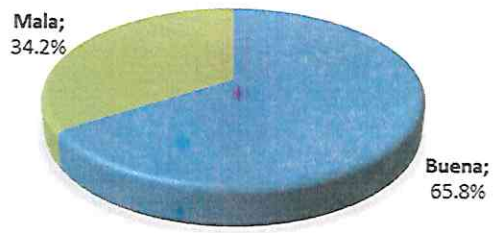
833.25.01.00177.26

Página 7 de 14

CANAL DE ATENCIÓN PUNTOS PRESENCIALES



CANAL DE ATENCIÓN VIRTUALES Y/O LÍNEAS TELEFÓNICAS



- De los **servicios prestados en la oficina de atención al usuario** se encontró que:
 - El 58.1% de los usuarios solicitaron trámites de PQRS.
 - El 24.6% solicitaron trámites de matrículas nuevas.
 - El 8.1% solicitaron duplicado de facturas.
 - El 6.5% realizaron trámites de acuerdos de pago.
 - El 2.7% solicitaron trámites de vinculación/desvinculación del servicio de aseo.

SERVICIOS PRESTADOS EN LA OFICINA DE ATENCIÓN AL USUARIO



- Al realizar el análisis de la **Oficina de Fidelización** se encuentra:

Handwritten signature and mark



○ Solo el 3.2% de los usuarios califican regular la atención en el proceso de matrícula, mientras que el 93.6% la califican buena.



○ Para el caso del proceso de vinculación/desvinculación del servicio de aseo, las calificaciones están dadas así: 1.1.% lo califican malo; 4.3% lo califican regular y el 89.2% lo califican bueno; el resto consideraron que no aplicaba la calificación.

• Al evaluar el **proceso de facturación** se encontró que:

○ El 93.1% de los usuarios consideran que la facturación les llega de manera oportuna a su predio.



VABE

✶

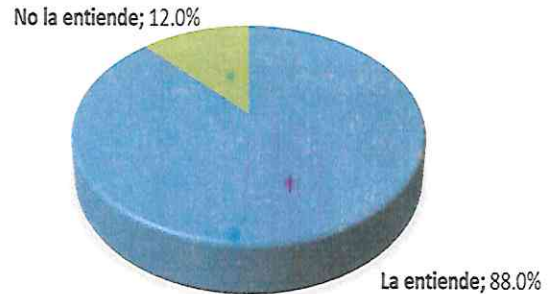
COMPRENSIÓN LA INFORMACIÓN PRESENTADA EN LA FACTURA



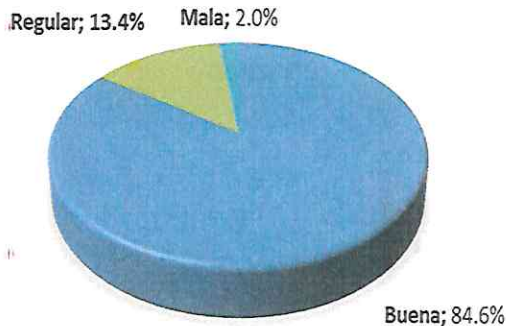
○ El 84.2% consideran de fácil comprensión la información presentada en la factura.

○ El 88% conoce la responsabilidad que tiene frente al uso del medidor.

RESPONSABILIDAD DEL USUARIO QUE TIENE FRENTE AL USO DEL MEDIDOR



INTERACCIÓN CON EL FUNCIONARIO QUE ENTREGA LA FACTURA



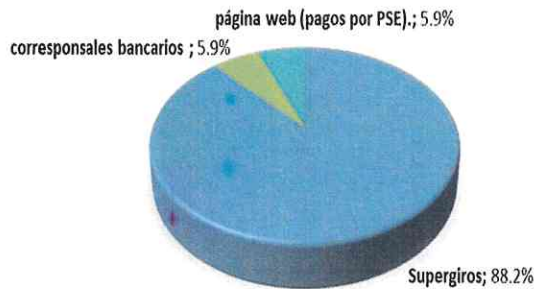
○ El 84.6% califica la interacción con el funcionario que entrega la factura como buena, mientras que el 13.4 la califican regular y el 2% mala.

KDE

X

- En el caso de la **oficina de Cartera**, los resultados son:

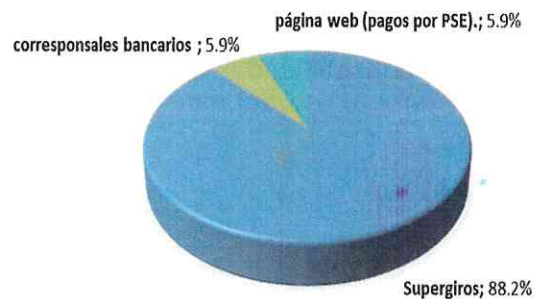
DISPONIBILIDAD Y ACCESO A PUNTOS DE PAGO DE LA EAAAY



- El 94.1% de los usuarios califica la disponibilidad y acceso a puntos de pago de la EAAAY como buena; mientras que el 5.9% la califica regular.

- En cuanto a los canales de pago, el 88.2% de los encuestados utilizan Supergiros; el 5.9% corresponsales bancarios y el 5.9% la página web (pagos por PSE).

CANALES DE PAGO DE LOS SERVICIOS



OPORTUNIDADES QUE BRINDA LA EMPRESA PARA NORMALIZAR LA DEUDA (ABONOS, ACUERDOS DE PAGO)



- Al preguntar por las oportunidades que brinda la empresa para normalizar la deuda (abonos, acuerdos de pago), el 88.2% las consideran buenas, el 5.9% malas y el 5.9% restante no las ha utilizado.

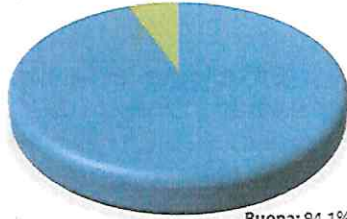
- En cuanto a la **atención al usuario**, es buena en el 94.1% para la atención en la oficina; el 88.2% considera buena la atención en el servicio de reinstalación/reconexión y 87.5% en el proceso de cortes y suspensiones.

Handwritten signature/initials

Handwritten mark

ATENCIÓN AL USUARIO PARA LA
ATENCIÓN EN LA OFICINA

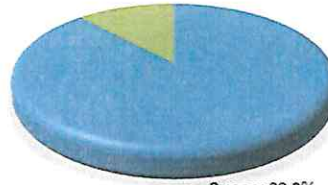
Malas; 5.9%



Buena; 94.1%

ATENCIÓN AL USUARIO PARA
SERVICIO DE REINSTALACIÓN

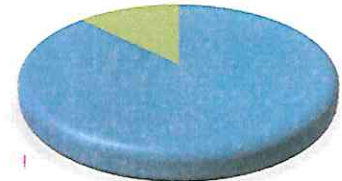
Malas; 11.8%



Buena; 88.2%

ATENCIÓN AL USUARIO
PROCESO DE CORTES Y
SUSPENSIONES

Malas; 12.5%



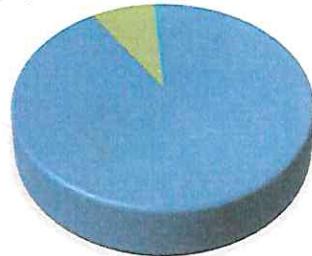
Buena; 87.5%

Finalmente, la encuesta preguntó sobre **trámites y otros puntos de interés para La Empresa**, con los siguientes resultados:

ATENCIÓN Y CELERIDAD EN LA REALIZACIÓN DE TRÁMITES DE LA
EAAAY

Regular; 8.0%

Mala; 1.2%



Buena; 90.8%

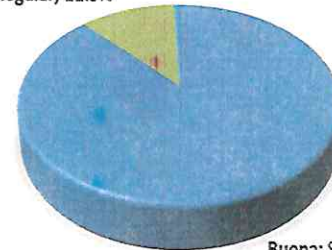
o La atención y **celeridad en la realización de trámites de la EAAAY** es considerada buena en el 90.8% de los casos, regular en el 8% y mala en el 1.2%.

- o En cuanto los **requisitos solicitados por la EAAAY** para la realización de los trámites, el 87.8% de los encuestados considera que es bueno, el 11.5% que es regular y el 0.7% malo.

CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS SOLICITADOS POR LA EAAAY
PARA LA REALIZACIÓN DE LOS TRÁMITES

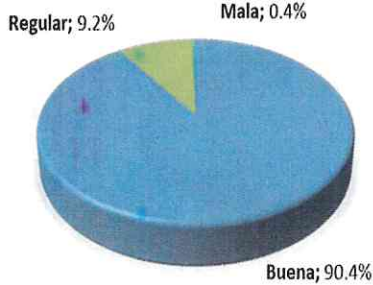
Regular; 11.5%

Mala; 0.7%



Buena; 87.8%

IMAGEN DE LA EAAAY



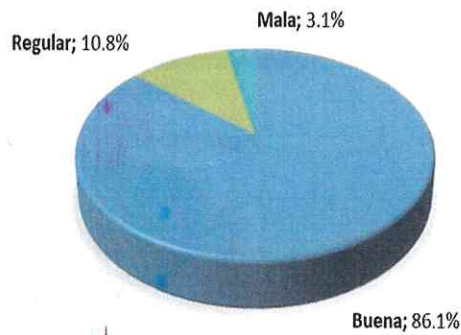
○ En cuanto a **la imagen**: el 90.4% consideran buena la imagen de La Empresa; el 9.2% la consideran regular y el 0.4% mala.

○ En cuanto a si **la información suministrada por la EAAAY** por sus canales virtuales es clara y oportuna, el 83% consideraron que sí era clara y oportuna mientras que el 17% que no lo era.

INFORMACIÓN SUMINISTRADA POR LA EAAAY POR SUS CANALES VIRTUALES



CALIFICACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN QUE UTILIZA LA EAAAY PARA INFORMAR SU GESTIÓN Y NOVEDADES



○ La calificación de **los medios de comunicación que utiliza la EAAAY** para informar su gestión y novedades, fue buena en un 86.1%; regular en un 10.8% y mala en un 3.2% de los casos.

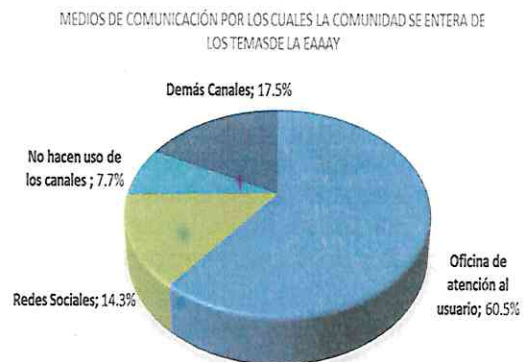
Handwritten signature/initials

 <p>Empresa de Acueducto, Alcantarillado y Aseo de Yopal E.I.C.E - E.S.P NIT. 844.000.755-4</p>	<h1>INFORMES</h1>		
	Fecha de Elaboración 2011-04-07	Fecha Última Modificación 2024-12-16	Tipo de Documento: FORMATO
			Código: 51.29.06.27
			Versión 07

833.25.01.00177.26

Página 13 de 14

- En cuanto a los **medios de comunicación de La Empresa**, se encontró que el 60.5% se entera de los temas relacionados cuando acceden a la oficina de atención al usuario; el 14.3% en Facebook; el 7.7% no hacen uso de los canales y el resto se distribuye en los demás canales utilizados.



6. Conclusiones.

- El servicio de acueducto se percibe como sólido técnicamente; mientras que hay oportunidades de mejora en el servicio de aseo para sus tres componentes básicos: Recolección, barrido y poda en parques y separadores. El análisis de los resultados evidencia que la Empresa presenta un **alto nivel de satisfacción general**, especialmente en la prestación del servicio de acueducto, donde más del 90% de los usuarios califican positivamente aspectos como continuidad y calidad, lo que consolida este componente como una fortaleza institucional desde el punto de vista técnico y operativo. No obstante, el estudio permite identificar **brechas relevantes en la experiencia del usuario**, particularmente en el servicio de aseo, donde entre el 25% y el 30% de los usuarios califican como "regular" los componentes de barrido, poda y recolección, lo que podría reflejar problemas de consistencia en la operación más que fallas estructurales.
- En materia de atención al ciudadano, si bien la atención presencial presenta niveles sobresalientes de satisfacción (superiores al 90%), se evidencia una **debilidad crítica en los canales virtuales y telefónicos**, los cuales concentran los mayores niveles de insatisfacción relativa (más del 30% entre regular y malo), constituyéndose en el principal punto de intervención estratégica para La Empresa.
- Se debe buscar fortalecer las habilidades blandas de los trabajadores y funcionarios en términos de atención y servicio al ciudadano, con miras a mejorar la percepción que se tiene de la atención por parte de los usuarios.
- Se debe continuar trabajando en los tiempos de atención y respuesta a los usuarios por parte de todas las áreas.
- Desde el enfoque de comunicación y relacionamiento, se identifica una **alta dependencia del canal presencial (60.5%)**, lo que evidencia una baja madurez en la adopción de canales digitales, limitando la eficiencia operativa y el acceso oportuno a la información por parte de los usuarios. Esto es, en el uso de los medios de comunicación, se puede inferir un mayor uso del Facebook y oportunidad de fortalecer canales como la página web e Instagram.
- Se identifican oportunidades de mejora en la **comprensión de la factura y apropiación del Contrato de Condiciones Uniformes**, lo cual impacta directamente la transparencia y el empoderamiento del usuario, elementos clave dentro de la Política de Servicio al Ciudadano. Es conveniente realizar campañas de difusión del contrato de condiciones uniformes de tal manera que se fortalezca el conocimiento de éste por parte de los usuarios.

V. ESC

 <p>Empresa de Acueducto, Alcantarillado y Aseo de Yopal E.I.C.E.-E.S.P. NIT. 544.000.755-4</p>	INFORMES		
	Fecha de Elaboración 2011-04-07	Fecha Última Modificación 2024-12-16	Tipo de Documento: FORMATO
			Código: 51.29.06.27
			Versión 07

833.25.01.00177.26

Página 14 de 14

- En términos de gestión institucional bajo el modelo MIPG, los resultados evidencian un desempeño favorable en la dimensión de **calidad del servicio**, pero con oportunidades de fortalecimiento en las dimensiones de **acceso a la información, canales de atención y experiencia del usuario**, las cuales inciden directamente en el Índice de Desempeño Institucional (IDI).
- Finalmente, aunque los resultados son robustos para análisis operativo, se reconoce como limitación metodológica el uso de un muestreo no probabilístico, lo cual restringe la inferencia estadística a la totalidad de la población, recomendándose para futuras mediciones la implementación de un diseño muestral probabilístico que permita mayor precisión y representatividad.

En definitiva, los resultados obtenidos constituyen un insumo fundamental para la formulación de acciones de mejora continua, fortaleciendo la gestión institucional y la orientación al ciudadano, en cumplimiento de los lineamientos del Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG) y los principios de eficiencia, transparencia y calidad en la prestación del servicio público; en función de lo cual se pueden priorizar las siguientes líneas de intervención:

● Alta prioridad

- Buscar el fortalecimiento de canales virtuales y telefónicos mediante el uso de herramientas tecnológicas, esto estaría sujeto a inversiones por parte de La Empresa.
- Apuntar a la transformación digital del servicio, para lo cual se puede procurar, además de lo establecido en el punto anterior, en fortalecer el uso de medios digitales para la respuesta a las PQRS y el uso de redes sociales y la página web como punto de referencia para información a los usuarios.

● Media prioridad

- Optimización operativa del servicio de aseo, buscando mejorar la percepción de los usuarios en cuanto a los tres servicios básicos.
- Mejora en tiempos de respuesta de las PQRS

● Baja prioridad (mantenimiento)

- Servicio de acueducto.
- Atención presencial.


ANA CECILIA RODRIGUEZ FARFAN
Líder 1 ATC y PQR


JUAN BERNARDO SALDARRIAGA ELORZA
Director Gestión de Usuarios y Comercialización

Gestión Documental:
Original 1: Destinatario principal
Original 2: Serie Documental