

RESULTADOS DE LA ENCUESTA DE SATISFACCIÓN 2025

“La mejor publicidad es la que hacen los clientes satisfechos.”

— Philip Kotler



Tabla de contenido

FICHA TÉCNICA	3
PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	7
Evaluación del servicio de Acueducto	8
Evaluación del servicio de Alcantarillado	12
Evaluación del servicio de Aseo	14
Evaluación del servicio de Facturación	17
Evaluación del servicio de Servicio al cliente	20
Sugerencias y comentarios frecuentes por categorías evaluadas	25
Conclusiones generales	28

1. FICHA TÉCNICA

Evaluar el nivel de satisfacción de los usuarios frente a la prestación de los servicios de Acueducto, Alcantarillado y Aseo durante el año 2025, con el propósito de identificar fortalezas y oportunidades de mejora en la gestión operativa, comercial y social.

Los resultados obtenidos son analizados para la formulación de planes de mejora continua y la estructuración del Plan Anual de Educación, Comunicación y Participación Comunitaria 2025, acorde con las necesidades y expectativas identificadas por la comunidad usuaria.

Población objetivo

Usuarios de los servicios públicos de Acueducto, Alcantarillado y Aseo de Aguas de La Prosperidad, ubicada en el municipio de Madrid, Cundinamarca- Ciudadela La Prosperidad.

Contexto

Como fase previa al desarrollo de la Encuesta Anual de Satisfacción 2025, durante el mes de abril de 2025 se realizó un sondeo de opinión preliminar, a través de un formulario digital en Google forms, con el fin de obtener una primera aproximación a la percepción general de los usuarios frente a los servicios prestados.

Este sondeo preliminar contó con una versión simplificada del instrumento, que no incluyó la totalidad de las preguntas del formato oficial, y tuvo como finalidad identificar tendencias iniciales y el punto de vista de la comunidad usuaria.

Una vez cerrado el formulario, la información fue organizada, analizada y procesada mediante herramientas gráficas que permitieron evaluar los niveles de satisfacción en las diferentes categorías del servicio.

Los resultados obtenidos en esta fase fueron utilizados exclusivamente para análisis interno, orientando la planeación de acciones y ajustes antes de la aplicación de la Encuesta Anual de Satisfacción 2025.

Metodología

La metodología aplicada para la medición de la satisfacción de los usuarios con la prestación de los servicios de acueducto, alcantarillado y aseo se basó en el Método de Valoración Contingente (MVC), con el que se buscó tener un acercamiento a la realidad de la información y a través de las encuestas, se evaluó la valoración que otorgan las personas a los cambios en el nivel de bienestar, asociados a la prestación de los servicios públicos domiciliarios.

Técnica de recolección de datos

La difusión de la encuesta se llevó a cabo mediante un formulario en Google Forms, que contiene preguntas validadas por los líderes de proceso, conforme al código F-GS-016 (Encuesta de satisfacción al usuario).

Se efectuaron encuestas virtuales a través de plataformas digitales y en las redes sociales como Facebook, Instagram, mailing, pop de la página web, líneas de atención al usuario y línea de gestión social.

Período de ejecución: 30 de octubre a 30 de diciembre.

Población Objetivo: Población usuaria de los servicios públicos de Acueducto, Alcantarillado y Aseo de la Ciudadela La Prosperidad en Madrid Cundinamarca.

Marco muestral: Suscriptores activos en el software comercial Sifas-Pro-periodo de facturación 202509.

A	B	C	D	E	F	G	H
	TOTAL SUSCRIPTORES ACUEUCTO						
	COMERCIAL		OFICIAL	RESIDENCIAL			TOTAL GENERAL
ESTADO DEL SERVICIO	COMERCIAL P.OBRA	COMERCIAL LOCALES	OFICIAL	ESTRATO 1	ESTRATO 4	ZONAS COMUNES	
ACTIVO	11	27	1	3	15342	30	15422
SUSPENDIDO	0	0	0	0	324	0	324
CORTADO	1	0	0	0	185	0	186
TOTAL	12	27	1	3	15851	38	15932

Tabla 1. Reporte comercial suscriptores vigentes en el software periodo de facturación 202509.

Cálculo de la muestra.

$$n = \frac{Z^2 p \cdot q \cdot N}{Ne^2 + Z^2 p \cdot q}$$

TABLA DE APOYO AL CALCULO DEL TAMAÑO DE UNA MUESTRA POR NIVELES DE CONFIANZA									
Certeza	95%	94%	93%	92%	91%	90%	80%	62.27%	50%
Z	1.96	1.88	1.81	1.75	1.69	1.65	1.28	1	0.6745
Z ²	3.84	3.53	3.28	3.06	2.86	2.72	1.64	1.00	0.45
e	0.05	0.06	0.07	0.08	0.09	0.10	0.20	0.37	0.50
e ²	0.0025	0.0036	0.0049	0.0064	0.0081	0.01	0.04	0.1369	0.25

La fórmula utilizada para realizar el cálculo del tamaño de las muestras conociendo el tamaño de la población fue la siguiente (Spiegel, 1988):

Se usará método probabilístico, estratificado socioeconómicamente, para determinar la muestra de cada grupo, como se evidencia en la Tabla cálculo del tamaño de muestra.

Fuente: Facultad de Ingeniería - Universidad Rafael Landívar Boletín Electrónico Tabla cálculo del tamaño de la muestra.

Donde:

Z = Nivel de confianza

p = Probabilidad a favor

q = Probabilidad en contra

N= Universo

e = error de estimación

n = Tamaño de la muestra

La encuesta presenta como herramienta de medición la escala de Likert, la cual permite medir el grado de conformidad, valoración y/o acuerdo frente a un tema en particular, generando un mayor análisis en comparación.

Adicionalmente la encuesta solo se aplicará a personas mayores de edad, con un nivel de confianza del 95%, un error estándar del 5% y bajo el supuesto de varianza máxima.

Muestra

CLASE DE SERVICIO	SUSCRIPTORES		MUESTRA TOTAL		PILOTO
ESTRATO 1	3	0%	0	0	0
ESTRATO 2		0%	0	0	0
ESTRATO 3		0%	0	0	0
ESTRATO 4	15.851	100%	375	400	38
ESTRATO 5		0%	0	0	0
ESTRATO 6		0%	0	0	0
TOTAL RESIDENCIAL	15.854	100%	375	400	38
COMERCIAL	38	0,24%	0,9		
INDUSTRIAL		0,00%	0,0		
OFICIAL	1	0,01%	0,0		
PILA PUBLICA		0,00%	0,0		
ESPECIAL		0,00%	0,0		
MUESTRA	15.893		376,0		

Tabla 2. Cálculo de la muestra periodo abierto 202509 por número de suscriptores residenciales y comerciales.

Después de calcular el tamaño de la muestra, obtenemos un total de **375 encuestas**.

Preguntas formuladas

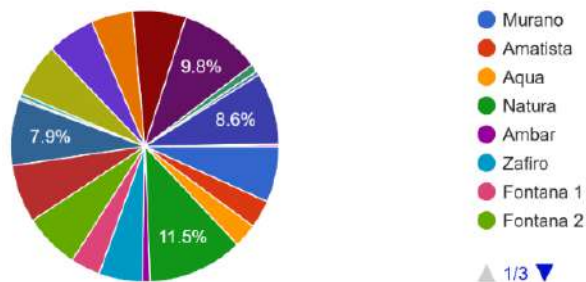
Con base en el principio de simplificación, se ha diseñado una única encuesta para evaluar todos los servicios ofrecidos por ALP. El instrumento de medición incluye diversas categorías de información, las cuales permitirán conocer la percepción del usuario respecto a cada servicio prestado, así como el grado de satisfacción con los mismos.

1. Evaluación del servicio de Acueducto
2. Evaluación del Servicio de Alcantarillado
3. Evaluación del Servicio de Aseo
4. Evaluación Facturación
5. Evaluación Atención y Servicio al Cliente
6. Evaluación Imagen Corporativa

2. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

a) Participación por conjunto residencial

Conjunto
419 respuestas



El análisis de la participación de los usuarios en la Encuesta de Satisfacción 2025, segmentada por conjunto residencial, permite identificar niveles de representatividad de la muestra y orientar de manera más precisa los análisis posteriores de percepción y experiencia del servicio. Los resultados evidencian una distribución relativamente equilibrada de la participación, sin concentraciones desproporcionadas en un solo conjunto, lo que aporta solidez estadística y reduce el riesgo de sesgo en los resultados generales.

Se observa, una mayor concentración de respuestas en algunos conjuntos residenciales. Natura registra la mayor participación con aproximadamente el 11,5 % de las respuestas, seguido por Abundara con cerca del 9,8 % y Ópalo con alrededor del 8,6 %. A su vez, Fontana 4 presenta aproximadamente el 7,9 % y Fontana 3 un 6,9 %, mientras que conjuntos como Solera, Fontana 2 y otros residenciales se ubican en rangos similares entre el 6 % y el 7 %.

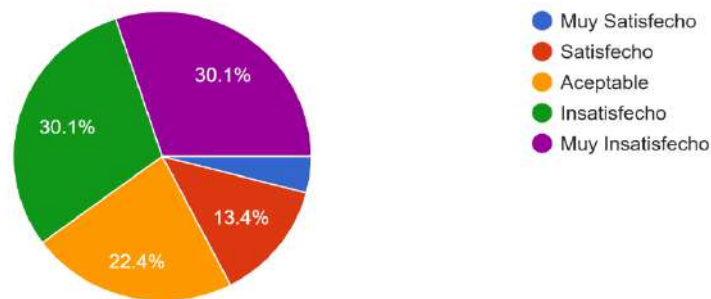
Esta mayor representatividad implica que las percepciones, niveles de satisfacción e inconformidades provenientes de estos sectores tienen un peso estadístico más relevante dentro del resultado consolidado de la encuesta.

De manera complementaria, se identifican conjuntos con niveles de participación individuales inferiores al 5 %, situación que puede estar asociada a factores como un menor número de unidades habitadas o entregadas, menor difusión de la encuesta o bajos niveles de participación durante el periodo evaluado. Este comportamiento no desvirtúa la validez general de la medición, pero sí evidencia una oportunidad de fortalecimiento en la estrategia de socialización para futuras aplicaciones.

La segmentación por conjunto residencial constituye, en este sentido, una herramienta estratégica para la gestión institucional, ya que permite focalizar análisis de inconformidades recurrentes, orientar intervenciones sociales y educativas, así como priorizar acciones operativas y comunicacionales de acuerdo con las dinámicas y necesidades particulares de cada conjunto. En consecuencia, se recomienda fortalecer las estrategias de divulgación territorial y acompañamiento comunitario en los conjuntos con menor participación, con el fin de incrementar la representatividad y robustecer la toma de decisiones basada en evidencia.

b) EVALUACIÓN DEL SERVICIO DE ACUEDUCTO

1. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con la calidad del agua suministrada por ALP S.A.S. E.S.P.?
419 respuestas



Con relación a la calidad del agua suministrada por ALP, el **60 % de los usuarios manifiesta una percepción negativa.**

Los resultados evidencian una alerta relevante en la percepción de la calidad del servicio de acueducto, asociada principalmente a variaciones en el color, olor o sabor del agua, episodios recientes que han afectado la confianza del usuario y la posible desinformación o circulación de comentarios negativos en plataformas digitales.

Solo alrededor del **40% de los usuarios se declara satisfecho o muy satisfecho**, lo que refleja una percepción positiva débil frente al total de la muestra. En este contexto, se hace necesario fortalecer acciones orientadas tanto a la mejora de la calidad percibida como al fortalecimiento de la confianza del usuario.

El resultado sugiere que la percepción de la calidad del agua se encuentra afectada por la experiencia del usuario durante contingencias o interrupciones temporales del servicio presentadas durante el año 2025, así como por el nivel de conocimiento del proceso de

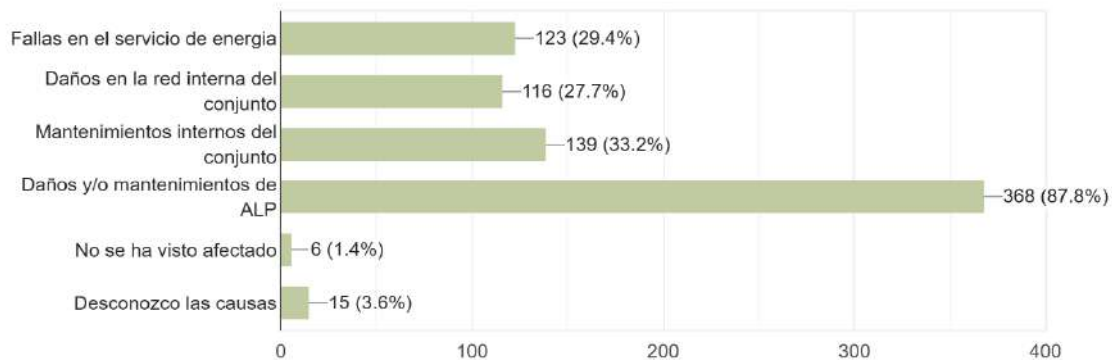
potabilización y la forma en que se comunican los eventos operativos al interior de los conjuntos residenciales.

En relación con lo anterior, después de presentarse las primeras contingencias, la empresa implementó el Manual de Comunicación para el Manejo de Crisis Reputacionales, lo que permitió organizar mejor los protocolos de actuación y fortalecer la gestión de la información ante estas emergencias. A partir de su aplicación, en el último trimestre del año se logró un manejo más adecuado de las situaciones críticas, reduciendo la desinformación y aportando a la protección de la imagen y la confianza institucional ante la comunidad usuaria.

En términos generales, los resultados evidencian una percepción negativa de la calidad del agua que representa una oportunidad de intervención, tanto desde el fortalecimiento de acciones operativas como desde la implementación de estrategias comunicativas y educativas orientadas a mejorar la confianza y la valoración del servicio.

2. Cuando ha tenido interrupciones o cortes en el servicio de agua, ¿Cuáles han sido los motivos?

419 respuestas



Frente a la pregunta relacionada con las afectaciones en la **continuidad del servicio**, se identifican los siguientes resultados:

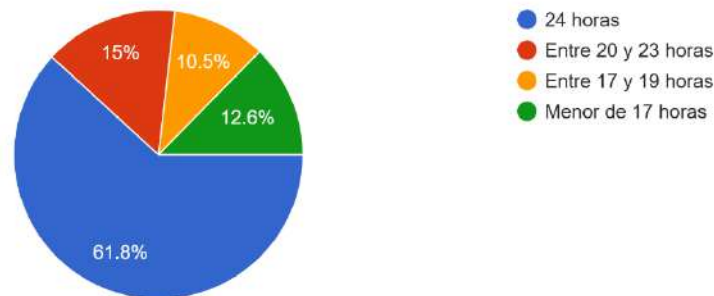
La principal causa que reportan los usuarios corresponde a daños y/o mantenimientos realizados por ALP, mencionada por 368 encuestados (87,8 %), lo que evidencia una alta percepción de responsabilidad atribuida al prestador. En segundo lugar, se ubican los mantenimientos internos de los conjuntos residenciales (33,2 %), seguidos por fallas en el servicio de energía (29,4 %) y daños en las redes internas (27,7 %).

Un porcentaje menor (3,6 %) manifestó desconocer las causas de las interrupciones, mientras que solo el 1,4 % indicó no haberse visto afectado, confirmando que la mayoría de los usuarios encuestados ha experimentado algún tipo de afectación.

Estos resultados evidencian la necesidad de fortalecer la planificación y la comunicación preventiva de las intervenciones operativas, así como la socialización de responsabilidades compartidas con las administraciones de propiedad horizontal y el refuerzo de lo establecido en el manual de manejo de comunicación frente a crisis reputacionales.

3. En promedio, ¿Cuántas horas al día recibe el servicio de agua?:

419 respuestas



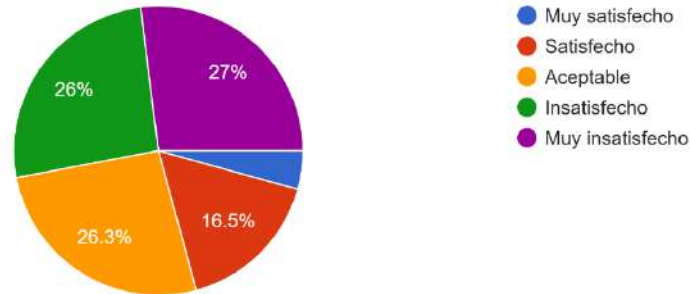
A pesar de que los usuarios identifican los mantenimientos de ALP como una de las principales causas de interrupción del servicio de agua, la prestación del servicio se mantiene en términos generales de manera continua. El 62 % de los encuestados manifiesta recibir agua las 24 horas del día, mientras que un 15 % reporta disponibilidad entre 20 y 23 horas, lo que representa más del 76 % de usuarios con un nivel alto de continuidad del servicio.

No obstante, se identifican segmentos que reportan disponibilidad entre 17 y 19 horas (10,5 %) y menos de 17 horas (12,6 %), situaciones asociadas principalmente a mantenimientos programados, fallas operativas o factores externos como interrupciones eléctricas y daños internos.

En consecuencia, aunque las intervenciones operativas generan alta visibilidad y percepción de interrupción, no comprometen de manera estructural la continuidad del servicio. Este hallazgo resalta la importancia de fortalecer la comunicación preventiva, permitiendo que la comunidad comprenda el carácter temporal y controlado de dichas intervenciones.

4. En términos generales, ¿Se encuentra satisfecho con la prestación del servicio de acueducto?

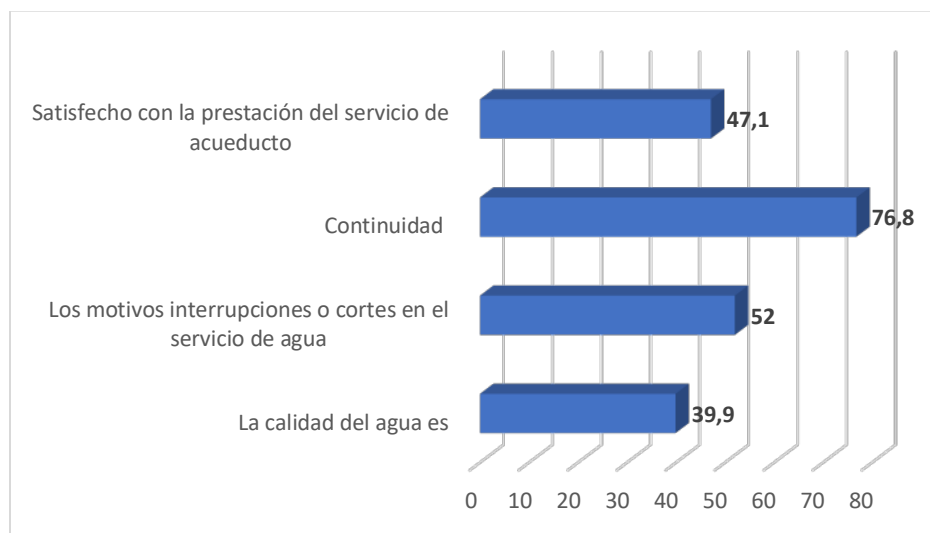
419 respuestas



En términos generales, la continuidad del suministro constituye una fortaleza del servicio; sin embargo, la percepción negativa se intensifica durante contingencias operativas, especialmente cuando estas generan variaciones en el color, olor o sabor del agua.

En este contexto, la percepción desfavorable no responde a una falla estructural del sistema, sino a eventos puntuales de mantenimiento y contingencias técnicas que impactan la experiencia del usuario y su nivel de confianza, particularmente en el indicador de calidad del agua, como se evidencia en la siguiente gráfica.

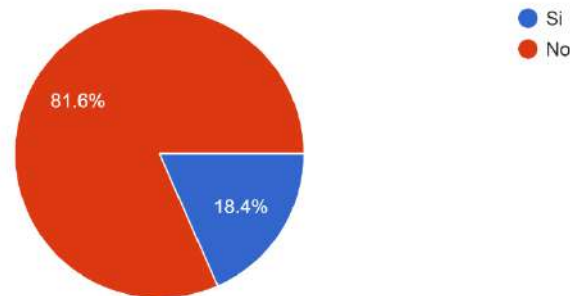
Durante dichos periodos también se reportan cambios en la tonalidad del agua, aspecto que explica el bajo resultado obtenido en la evaluación de calidad y su alta incidencia en la calificación global del componente de acueducto dentro de la encuesta de satisfacción.



c) EVALUACIÓN DEL SERVICIO DE ALCANTARILLADO

5. ¿Se ha visto afectado por alguna problemática en la prestación del servicio de Alcantarillado externa a su conjunto?

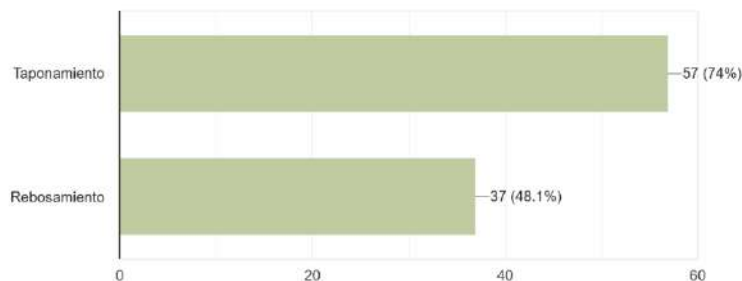
419 respuestas



Los resultados indican que el 82% de los usuarios no ha presentado afectaciones en el servicio de alcantarillado, lo que evidencia una prestación estable. No obstante, el 18,4 % que reporta problemáticas, principalmente asociadas a situaciones generadas al interior de los conjuntos residenciales, las cuales son atribuidas por los usuarios a la prestación del servicio de ALP.

6. Si su respuesta anterior fue si, ¿Cuál de las siguientes problemáticas evidencio?

77 respuestas



Con respecto a las problemáticas identificadas, los resultados de la encuesta muestran que una parte significativa de las inconformidades se asocia a eventos como taponamientos y rebosamientos, situaciones que generan afectaciones directas a la comunidad usuaria y que, en muchos casos, son percibidas como responsabilidad exclusiva de ALP.

Sin embargo, el análisis técnico permite identificar que una proporción importante de estas novedades tiene su origen en factores internos de las redes domiciliarias de las unidades residenciales. Entre las principales causas se destacan la inadecuada disposición de

residuos, aceites y grasas de uso doméstico, así como material de construcción que no deben ser vertido al sistema de alcantarillado.

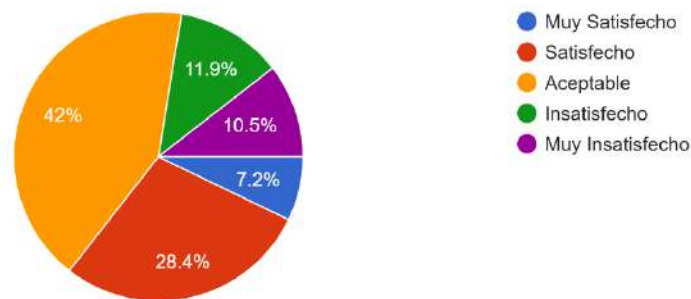
En este sentido, es importante precisar que, de acuerdo con lo establecido en el **Decreto Único Reglamentario 1077 de 2015, artículo 2.3.1.3.2.4.18**, el mantenimiento de las instalaciones domiciliarias de acueducto y alcantarillado no es responsabilidad de la entidad prestadora, sino del usuario y, en el caso de propiedad horizontal, de los administradores de los conjuntos residenciales. La norma establece que cada usuario debe garantizar el buen estado de sus instalaciones internas y que la empresa no asume responsabilidad por modificaciones o deterioros en dichas redes.

No obstante, ALP, en el marco de su compromiso con la prestación eficiente del servicio, puede realizar revisiones técnicas, emitir recomendaciones y exigir adecuaciones cuando se identifiquen condiciones que afecten la correcta utilización del sistema, así como efectuar inspecciones ante consumos o afectaciones anómalas, conforme lo dispuesto en el párrafo del citado artículo.

A partir de estos hallazgos, ALP se encuentra fortaleciendo el Manual de Socialización y Sensibilización, orientado a usuarios y administradores de conjuntos residenciales, con el propósito de clarificar responsabilidades compartidas, promover buenas prácticas en el uso del alcantarillado y reducir la recurrencia de eventos asociados a taponamientos y rebosamientos. Esta estrategia busca mejorar la corresponsabilidad, optimizar la operación del sistema y contribuir a una percepción más objetiva y transparente del servicio.

7. En términos generales, ¿Se encuentra satisfecho con la prestación del servicio de alcantarillado?

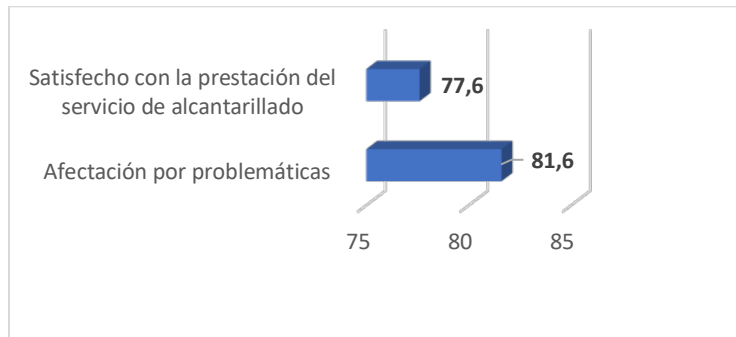
419 respuestas



De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta *“En términos generales, ¿se encuentra satisfecho con la prestación del servicio de alcantarillado?”*, se evidencia que la percepción general del servicio concentra valoraciones favorables. El **42 % de los usuarios lo califica como Aceptable**, mientras que un **28,4 % se declara Satisfecho** y un **7,2 % Muy satisfecho**, lo que representa más del **77 % de opiniones positivas**.

No obstante, un **11,9 % se declara insatisfecho** y un **10,5 % muy insatisfecho**; porcentajes que, aunque minoritarios, resultan significativos y evidencian la necesidad de reforzar acciones de mejora focalizadas tanto en el componente técnico como en el trabajo articulado con administradores y consejos de administración de las unidades residenciales. Asimismo, se identifica la importancia de fortalecer campañas educativas dirigidas a la comunidad usuaria sobre la adecuada disposición de residuos, especialmente en conjuntos que adelantan procesos de adecuación o remodelación de apartamentos.

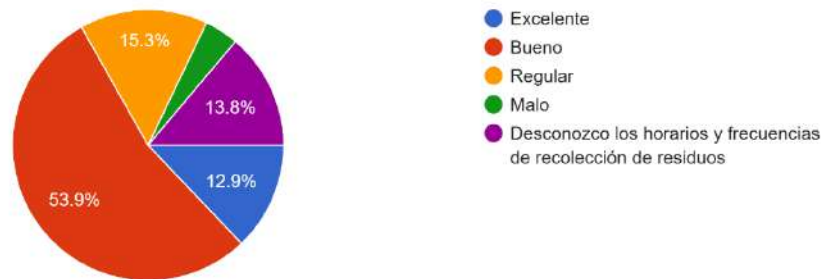
En términos generales, los resultados indican que el servicio de alcantarillado **cumple adecuadamente su función**; sin embargo, las percepciones de insatisfacción se relacionan principalmente con factores internos de los conjuntos residenciales, tales como la inadecuada disposición de residuos, el vertimiento de residuos no permitidos y la falta de mantenimiento de redes internas.



d) EVALUACIÓN DEL SERVICIO DE ASEO

8. El cumplimiento en la recolección de residuos ordinarios (Basura) y residuos orgánicos es:

419 respuestas



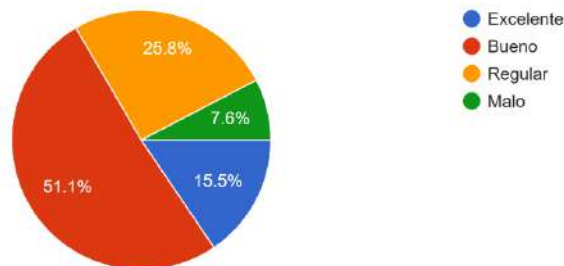
De acuerdo con los resultados obtenidos, el servicio de aseo presenta una percepción general favorable por parte de la comunidad usuaria. En el componente de recolección de residuos, el **67 % de los usuarios lo califica como bueno o excelente**, lo que evidencia un adecuado cumplimiento operativo y un alto nivel de aceptación del servicio.

No obstante, un **15,3 % lo percibe como regular** y cerca del **4 % como malo**, porcentajes que reflejan oportunidades de mejora asociadas principalmente a retrasos puntuales, inconsistencias en los horarios y diferencias en la gestión según el tipo de residuo. En varios casos, estas percepciones se relacionan con situaciones operativas internas de los conjuntos residenciales o responsabilidades propias de la propiedad horizontal que suelen atribuirse de manera errónea al prestador.

Se identifica que el **13,8 % de los encuestados desconoce los horarios y frecuencias de recolección**, situación que impacta de forma directa la percepción global del servicio de aseo. Este hallazgo evidencia una debilidad comunicacional más que operativa, lo que orienta la necesidad de fortalecer la difusión clara y periódica de horarios, la educación en separación en la fuente y la clarificación de roles entre prestador, administraciones y usuarios.

9. ¿Cómo califica el servicio de Barrido, limpieza de vías y áreas públicas? (Vías vehiculares, zonas verdes, parques y plazoletas)

419 respuestas



En cuanto al componente de **barrido y limpieza de vías y áreas públicas**, los resultados muestran igualmente una percepción positiva, con un **51,1 % de calificaciones como bueno** y un **15,5 % como excelente**. Sin embargo, un **25,8 % lo evalúa como regular** y un **7,6 % como malo**,

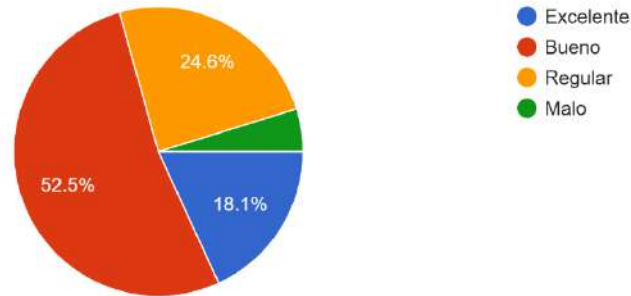
En relación con el componente de **barrido y limpieza de vías y áreas públicas**, los resultados evidencian una percepción mayoritariamente positiva por parte de la comunidad: el **51,1 % de los encuestados lo califica como bueno** y el **15,5 % como excelente**. No obstante, un **25,8 % lo evalúa como regular** y un **7,6 % como malo**, lo que señala oportunidades de mejora, especialmente en aspectos como la cobertura, la frecuencia del servicio y el seguimiento a las actividades realizadas.

Estas valoraciones se concentran principalmente en sectores específicos, desde el conjunto Ópalo hasta el conjunto Azul Celeste, zona conocida como la UG2, donde se desarrollan actividades propias de las obras. Adicionalmente, factores como la disposición inadecuada

de residuos sobre la carrera 23 y la coexistencia de múltiples prestadores del servicio generan confusión en la comunidad y afectan negativamente la percepción de este.

10. ¿Cómo califica el servicio de corte de césped y embellecimiento de zonas verdes externas en la Ciudadela?

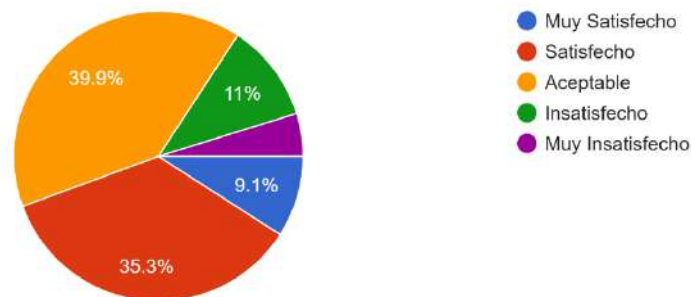
419 respuestas



Respecto al servicio de **corte de césped y embellecimiento de zonas verdes**, se evidencia también una valoración favorable, con un **52,5 % de calificación buena** y un **18,1 % excelente**. No obstante, un **24,6 % lo percibe como regular**, lo que señala oportunidades de mejora orientadas no tanto a la frecuencia del corte, sino a la incorporación de acciones complementarias como jardinería ornamental, recuperación paisajística y fortalecimiento del arbolado urbano. Los comentarios de los usuarios indican que, si bien el mantenimiento básico se realiza de manera recurrente, la ausencia de una planeación paisajística integral limita el impacto visual y ambiental del servicio.

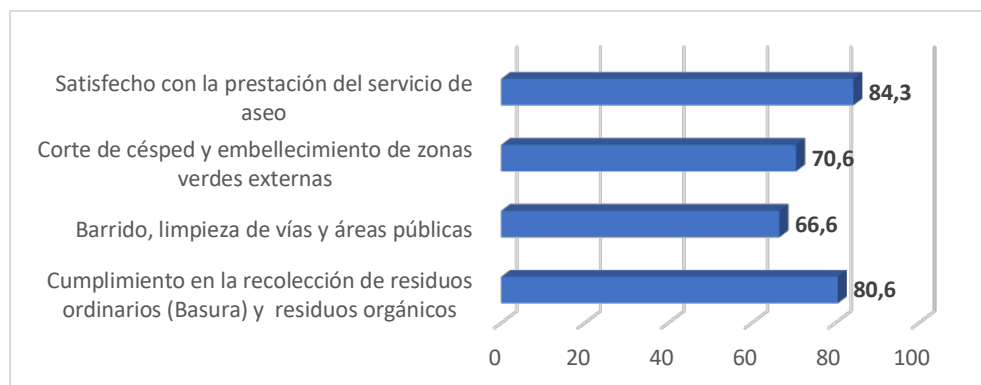
11. En términos generales, ¿Se encuentra satisfecho con la prestación del servicio de aseo?

419 respuestas



En términos generales, el **servicio de aseo presenta una percepción positiva consolidada**, con un **84,3 % de calificaciones entre aceptable, satisfecho y muy satisfecho**. Sin embargo, el **16 % de usuarios que manifiesta algún grado de insatisfacción** evidencia la necesidad de

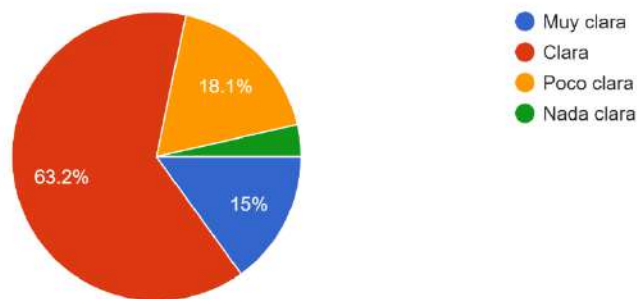
fortalecer acciones de comunicación, educación ambiental y corresponsabilidad comunitaria, así como ajustes operativos focalizados en sectores específicos. Estos resultados permiten concluir que las oportunidades de mejora se concentran principalmente en la gestión informativa, la recordación de horarios y la articulación con la comunidad, más que en deficiencias estructurales de la operación del servicio.



e) EVALUACIÓN DEL SERVICIO DE FACTURACIÓN

12. La información de la factura es:

419 respuestas



De acuerdo con los resultados obtenidos, el servicio de facturación presenta una **percepción general favorable** por parte de la comunidad usuaria en relación con la claridad de la información contenida en la factura de servicios públicos. El **63,2 % de los encuestados considera que la información es clara** y un **15 % la califica como muy clara**, lo que en conjunto representa un **78,2 % de valoraciones positivas** y evidencia un adecuado nivel de comprensión de los conceptos facturados.

No obstante, un 18,1 % de los usuarios manifiesta que la información es poco clara y un porcentaje minoritario la percibe como nada clara. Esta situación evidencia oportunidades

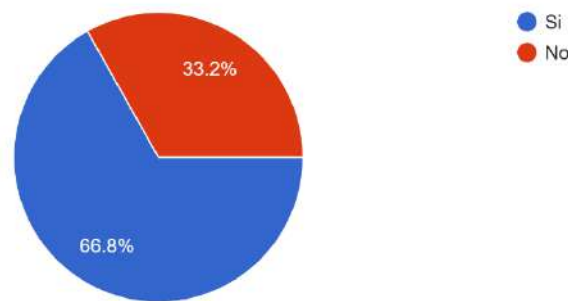
de mejora en la forma de presentar y comunicar la información, especialmente en la desagregación de los conceptos facturados, la explicación de valores asociados a cuentas vencidas y la claridad en los rangos de consumo (básico, complementario y suntuario).

Este resultado orienta el fortalecimiento continuo de las estrategias de comunicación del proceso de facturación mediante piezas informativas explicativas y acompañamiento permanente a través de los canales de atención.

Bajo este enfoque, se debe reforzar el uso de herramientas tecnológicas institucionales como el chatbot ABI, la aplicación móvil de ALP y las plataformas digitales, con el propósito de facilitar la comprensión de la información y reducir los tiempos de respuesta del personal de atención al usuario, especialmente frente a consultas y reportes relacionados con pagos.

13. Lee el respaldo de la factura:

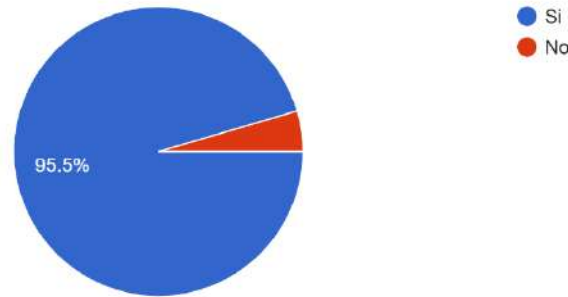
419 respuestas



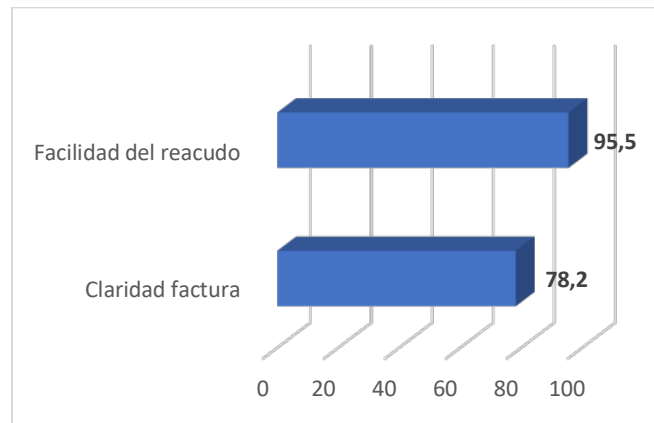
Adicionalmente, los resultados indican que el **67 % de los usuarios manifiesta leer el respaldo de la factura**, lo que evidencia un interés relevante por conocer información complementaria de la empresa. Sin embargo, un **33,2 % señala no hacerlo**, situación que pone de manifiesto la necesidad de fortalecer las acciones de socialización sobre la importancia de este espacio como **herramienta informativa, educativa y de sensibilización**, orientada a la difusión de campañas institucionales y recomendaciones de uso responsable de los servicios.

14. Considera que los medios de recaudo actual (PSE, Pagatodo y Davivienda) facilitan el pago de su factura:

419 respuestas

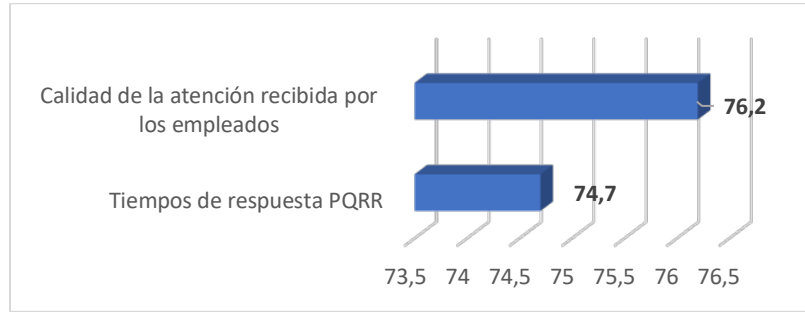


En relación con los medios de recaudo disponibles, se evidencia un balance ampliamente favorable, ya que el 95,5 % de los encuestados considera que los canales actuales facilitan el pago de la factura, lo que refleja una percepción positiva en términos de accesibilidad, comodidad y eficiencia del proceso. En este contexto, se continuará fortaleciendo el uso del pago en línea a través de PSE, como alternativa ágil y segura para los usuarios.



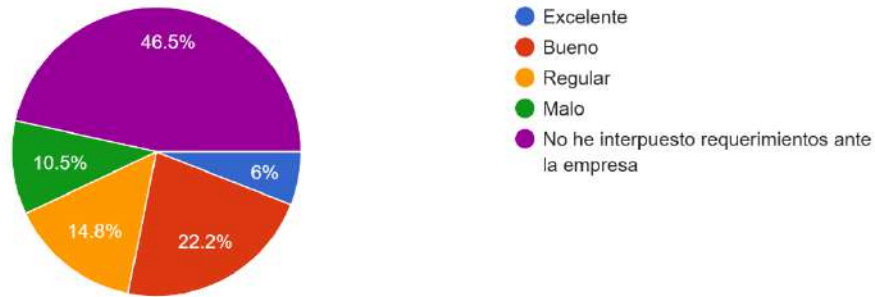
En términos generales, los resultados permiten concluir que el servicio de facturación mantiene una percepción positiva consolidada, especialmente en el componente de facilidad de pago. Las oportunidades de mejora se enfocan principalmente en continuar fortaleciendo la pedagogía sobre la estructura de la factura y en promover el uso de herramientas digitales. Este escenario evidencia condiciones favorables para la optimización continua del servicio.

f) EVALUACIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE



15. Después de realizar una solicitud, queja o reclamo ¿Cómo califica los tiempos de respuesta?

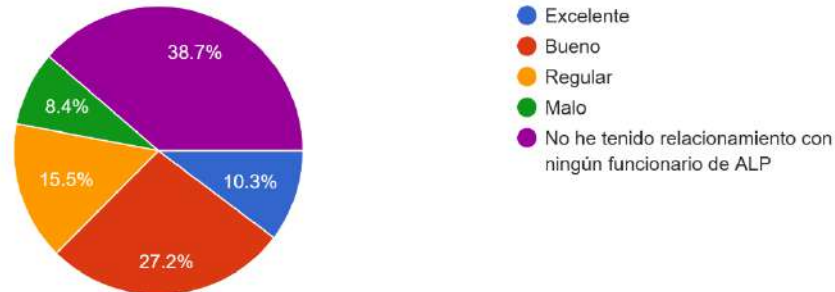
419 respuestas



De acuerdo con los resultados obtenidos, se evidencia que un porcentaje relevante de usuarios manifiesta no haber interpuesto solicitudes, quejas o reclamos ante la empresa durante el período evaluado, lo que sugiere que una parte importante de la comunidad no ha requerido atención directa a través de este mecanismo. Entre quienes sí han presentado una PQRR, la percepción sobre los tiempos de respuesta muestra una tendencia favorable, con un **28,2 % que los califica como buenos o excelentes**, lo que refleja un nivel aceptable de oportunidad en la gestión. El 25,3 % de los usuarios califica los tiempos de respuesta como regulares o malos, situación que evidencia una oportunidad de mejora principalmente asociada al nivel de conocimiento del usuario frente a los tiempos de respuesta desde el momento de radicación de su PQRR. En este sentido, se apunta a fortalecer la divulgación y visibilizarían de la nota aclaratoria sobre los 15 días hábiles de trámite, incorporándola de manera más explícita en el radicado.

16. La calidad de la atención recibida por los funcionarios de ALP es:

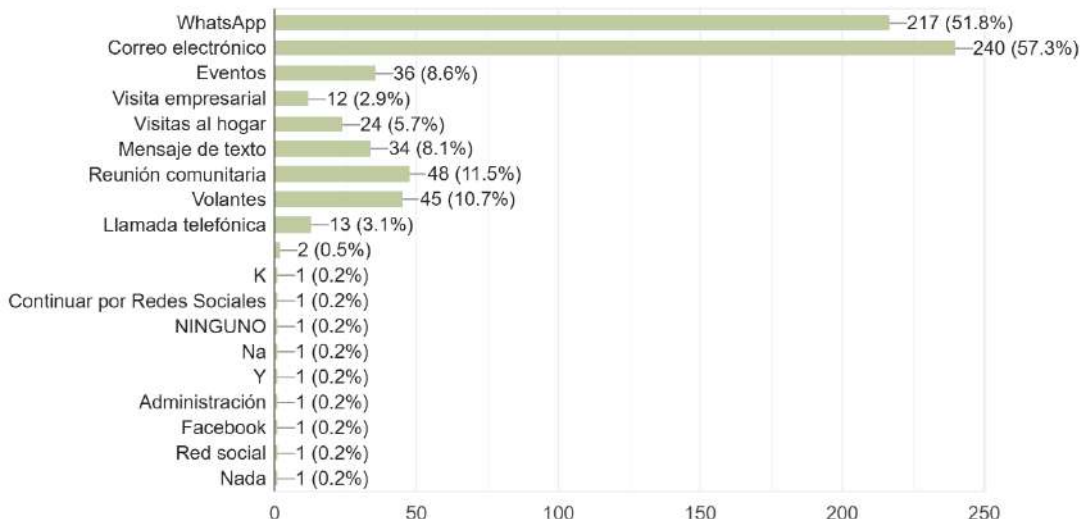
419 respuestas



En relación con el contacto directo con los colaboradores de la empresa, una proporción significativa de usuarios indica no haber tenido relacionamiento presencial durante el período evaluado. Entre quienes sí han interactuado con colaboradores de ALP, la percepción de la calidad de la atención es positiva, con un **27,2 % que la califica como buena** y un **10,3 % como excelente**, lo que refleja un desempeño favorable del equipo humano en términos de trato, disposición y orientación al usuario. Sin embargo, un **15,5 % la considera regular** y un **8,4 % mala**, lo anterior evidencia la importancia de fortalecer los procesos de capacitación del personal y la estandarización de la información suministrada al usuario, especialmente en escenarios de emergencias o situaciones técnicas. Esto permitirá brindar respuestas más claras, coherentes y oportunas, mejorar la experiencia del usuario y consolidar una percepción institucional confiable.

17. Por cuál medio le gustaría recibir información de ALP

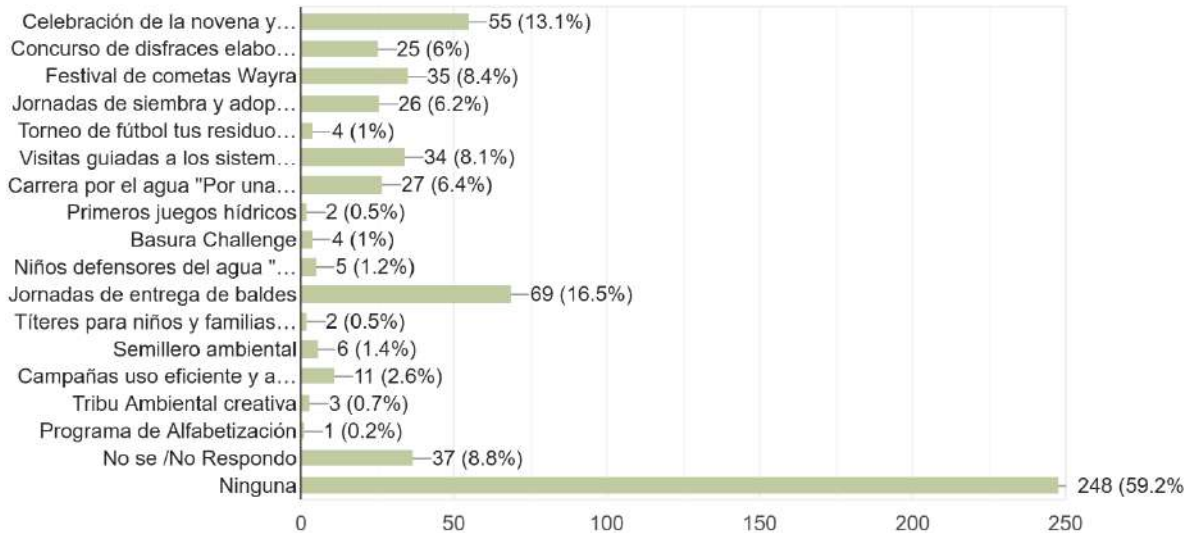
419 respuestas



Los resultados también evidencian que los **canales digitales constituyen actualmente los medios de comunicación y atención más utilizados por la comunidad**, destacándose el correo electrónico y WhatsApp como principales vías de contacto. Esta tendencia confirma una preferencia por herramientas ágiles, inmediatas y de fácil acceso, en contraste con mecanismos tradicionales cuya participación resulta menor. En este contexto, la empresa cuenta con estrategias de comunicación como el **asistente virtual ABI, el canal oficial de WhatsApp, el envío masivo de correos electrónicos y las redes sociales institucionales**, los cuales permiten fortalecer la interacción bidireccional, ampliar la cobertura informativa y proyectar una imagen corporativa actual y cercana al usuario. Los canales de menor uso no necesariamente representan una debilidad, sino una transición natural en los hábitos de comunicación de la comunidad, por lo que su implementación debe mantenerse de forma focalizada y complementaria.

18. ¿Ha participado de alguna campaña educativa o evento realizado por Aguas de la Prosperidad?

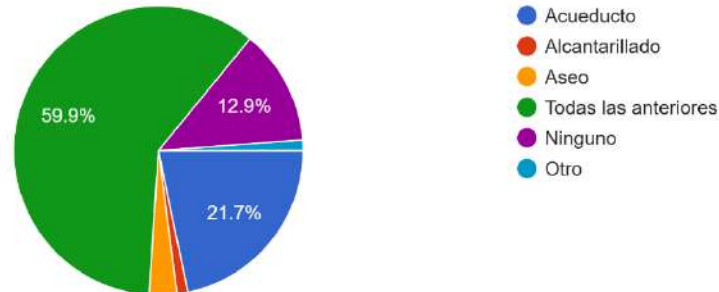
419 respuestas



En cuanto a la participación comunitaria en campañas educativas y eventos institucionales, se identifica una **asistencia limitada**, dado que el **59,2 % de los encuestados manifiesta no haber participado en ninguna actividad**. No obstante, las acciones que generan mayor convocatoria y recordación corresponden a actividades educativas como las jornadas de entrega de baldes y celebraciones comunitarias, mientras que las actividades de carácter ambiental y pedagógico presentan niveles de participación más bajos. Este comportamiento evidencia una brecha entre la oferta institucional y la apropiación comunitaria, lo que orienta la necesidad de integrar contenidos educativos dentro de espacios recreativos y de alta asistencia, así como fortalecer su divulgación a través de canales digitales y estrategias que favorezcan la cercanía con la comunidad.

19. De los siguientes servicios que presta ALP, de cuál le gustaría tener mas información:

419 respuestas



Adicionalmente, los resultados reflejan una **alta demanda de información** por parte de los usuarios frente a los servicios prestados por la empresa, lo que demuestra interés en comprender de manera más amplia la operación, los costos y el alcance de la gestión institucional. La mayoría de los encuestados manifiesta interés en recibir información sobre todos los servicios de forma conjunta, lo que indica que la comunidad percibe la prestación como un sistema integrado y no como servicios aislados. Este hallazgo representa una oportunidad para consolidar una estrategia de comunicación transversal que articule contenidos pedagógicos sobre calidad y tratamiento del agua, operación del alcantarillado, alcances del servicio de aseo y relación entre tarifa y prestación del servicio, fortaleciendo así la transparencia y la imagen corporativa.

En términos generales, el servicio al cliente y la proyección de la **imagen corporativa** presentan una percepción favorable, sustentada principalmente en la calidad del trato del personal, la funcionalidad de los canales digitales y la disponibilidad de espacios de interacción con la comunidad. También se identifican oportunidades de mejora orientadas al fortalecimiento de la comunicación educativa, la reducción de brechas informativas y la integración de estrategias de participación comunitaria que permitan consolidar una imagen institucional coherente, cercana y confiable, alineada con los principios de servicio, transparencia y mejora continua.

g) SUGERENCIAS Y COMENTARIOS FRECUENTES POR CATEGORIAS EVALUADAS.

A continuación, se presentan los comentarios y sugerencias de los usuarios tabulados según las categorías evaluadas.

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	COMENTARIO Y/O SUGERENCIA
ACUEDUCTO	Calidad de agua	El agua no es potable sale amarilla, me han dañado la ropa
		El agua con frecuencia sale muy amarilla, lo que ocasiona comprar bolsas de agua para principalmente cocinar, hasta lavar daña la ropa blanca ya que la deja con manchas por lo amarilla que sale el agua
		Me gustaría que se enfocaran más en la calidad del agua en muchas ocasión llega de color amarillo y super turbia
		El agua es un gran inconveniente en la ciudadela, muchos lo hemos notado, que se va a realizar o que acciones se han pensado no solo tomar mediciones e informar que la calidad del agua tiene los parámetros básicos para el consumo
		Mejorar la calidad del agua, llega amarilla y con olor malo
		Revisar la calidad del agua, es pésima
		Es muy importante que mejore la calidad del agua pues afecta salud y el bienestar de los habitantes de la ciudadela
	Calidad de agua/ Costo	¿Si es apta para consumo humano el agua que envían a nuestras casas ?, llega de color amarillento y además es imposible lavar una prenda de color blanco con ella. Muy mala calidad para un servicio tan costoso. Como propietario no estoy de acuerdo con el servicio prestado en cuanto a la calidad de un servicio vital.
		El agua no es apta para consumo y la tarifa es muy alta
		La calidad del agua es pésima aparte de costosa
		Si, la calidad de agua es mala (no apta para consumo humano) y el valor de factura demasiado elevado.
		Mejorar la calidad del agua, su sabor es extraño, no es a totalidad cristalina. Por otro lado, es muy costoso el servicio para esta calidad no tan aceptable por la mayoría de usuarios y aparte para hacer los mantenimientos que se hacen suspendiendo el servicio la factura llega costosa. También les sugiero que esos mantenimientos no los realicen en una semana de receso cuando la mayoría de niñas y niños están en la casa y se necesita agua para todo.
	Continuidad	Dejar los cortes si hacen mantenimiento por que se daña la misma a la que le. Hacen mantenimiento?
		Porque tantas fallas con el acueducto?

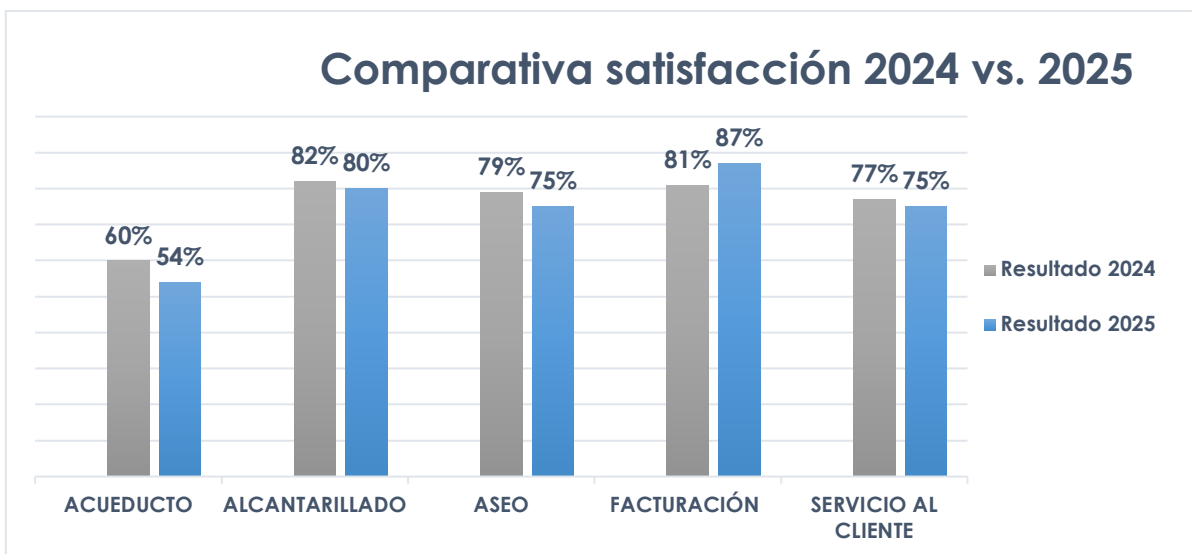
		<p>Que la programación de racionamiento de agua, sea en fechas de baja demanda, es decir, no en periodos de vacaciones, puentes festivos.</p> <p>En los últimos meses ha surgido preocupación con respecto a los mantenimientos de pozos, dando la impresión de que la capacidad actual de obtención y transmisión de agua a los conjuntos están al limite. Sería ideal transmitir tranquilidad de que la empresa cuenta y seguirá contando con la suficiente capacidad de producción del agua a los conjuntos, en la medida de que el numero de habitantes va en aumento.</p> <p>Obtener una solución que evite el corte permanente del servicio de agua</p>
	Continuidad/ Costo	<p>No hacer recortes de agua de manera constante, reducir el valor de la factura cuando se hacer recortes de agua.</p> <p>El servicio se ve muy afectado frecuentemente por parte de ALP y el costo es muy elevado además deberían ser cada dos meses</p> <p>Si no presentan el servicio todo el mes por mantenimiento y demás compensar las molestias de no tener agua en ciertas horas... Yo pago por un servicio mensual no por un servicio a ratos</p>
ASEO	Separación de residuos	<p>Acompañamiento legal y/o jurídico para el tema de la disposición de los residuos, porque siento que mi labor de separación se pierde en el shut y las administraciones no asumen responsabilidad para poner en cintura a los residentes, cuál es el papel de la alcaldía aquí, de los comparendos ambientales. Ustedes cómo empresa tienen todo para exigir, por más de que solo sean prestadores de servicio. Su labor se daña por ausencia de ese acompañamiento legal</p> <p>Acordar con la administración el mejoramiento de la recolección de basura</p> <p>En ocasiones el cuarto de basuras está demasiado lleno y cuando hacen la recolección no se llevan toda la basura</p> <p>Tener más control de como se separa en los conjuntos</p>
	Barrido	<p>Que las empresa se ponga la 10 y que se vean funcionario haciendo aseo en las calles, tal como funciona en Bogotá que allá si se ven limpiando.</p> <p>El servicio de barrido y alcantarillado es muy costoso teniendo en cuenta que hay obras alrededor que producen contaminación y la estamos pagando nosotros, eso también genera el deterioro de la vía pública</p> <p>Hace falta realizar limpieza constante a las zonas comunes de la ciudadela sobre todo aquellas que se ubica por el lado del conjunto provenzal y la carrera 23 toda vez que eso mantiene sucio y descuidado. Revisarla posibilidad de quitar ala fuerza si es necesario a los vendedores ambulantes y poner canecas de la basura.</p>

		<p>Por favor barrer las zonas verdes, específicamente al costado de Murano cerca al parque de niños, la zona siempre se ve muy mal, nadie está recogiendo los residuos de basura que quedan en el piso y el viento los esparce por todo lado.</p>
	Arbolado	<p>Las podas de árboles que sea mas frecuente</p> <p>Creo que se debería sembrar no solo arboles para sobra sino frutales, que la comunidad pueda aprovechar y que no siembren tantos que opaquen las áreas verdes y generen zonas inseguras que puedan aprovechar los amigos de lo ajeno.</p> <p>El arreglo de las zonas verdes no solo basta con cortar el pasto. Los arboles y plantas se le puede crear y mejorar los surcos que tienes limpiarlos y sembrar más . Aparte se limitan a solo podar. Si ven una bolsa o basura que este en su trayecto la dejan tal cual no sacan un amillas más. Y colocar más can cas de basura en Opalo la gente con las mascotas la llena y comienza a botarla a piso lo que trae moscas y suciedad .</p>
Facturación		<p>Si un usuario se registra para recibir factura por correo, no la envían en físico.</p> <p>La página cuando uno quiere consultar los recibos, está no carga, solo puedo ingresar a pago psi y solo me deja ver el valor y periodo, pero no la factura.</p> <p>Sugiero hacer una buena revisión del consumo en mi apartamento</p> <p>Qué en la forma de pago, existen más opciones, como a través de Bancolombia directamente como ya lo hacen o otras entidades de servicios públicos. Adicionalmente que si se van a realizar adecuaciones por racionamientos emitidos por la alcaldía de Madrid o el gobierno Nal., o simplemente por la empresa, Se notifique por todo medio Posible y con suficiente antelación. Muchas gracias.</p> <p>Deberían hacer el servicio de manera bimensual</p> <p>Los valores a cobrar muchas veces no coinciden con el gasto real en el hogar.</p>
Atención al usuario		<p>Si, mejorar el servicio al cliente y que se haga una correcta lectura del medidor para cobrar la factura</p> <p>Cuando me comunique telefónicamente no parecía que estuviera comunicándome con una empresa seria, los fallos constantes en el suministro del agua dejan mucho que desear, parecía que nunca hay estabilidad en el servicio.</p> <p>Mejorar los tiempos de respuesta frente a las quejas y mejorar los tiempos de aseo en los conjuntos más lejanos</p> <p>Hacer seguimiento detallado a las quejas y sugerencias, contactándolos por correo o llamada telefónica para darle mejor atención a sus requerimientos, si se soluciona debidamente la queja o reclamo igualmente contactarlo, eso sería ideal para dar confianza y tranquilidad al usuario, llevando a buen término todo el proceso por el cual se ejecutan las correspondientes acciones y soluciones</p>

Imagen Corporativa- Gestión Social y Comunicaciones	Mejorar en todo para que así puedan cobrar por el servicio
	Mejorar el servicio
	Mayor difusión de la importancia de separar sus residuos desde sus hogares, moviendo su manejo e importancia de su aprovechamiento. Campañas al interior de los conjuntos sobre cuidado del agua. Campañas externas con la comunidad para la apropiación de siembra y recuperación del arbolado en la ciudadela.
	Información en cada conjunto
	Tomar conciencia de su labor se relaciona con la prestación de un servicio vital, lo cual los obliga a no tomarse las cosas tan a la ligera

h) CONCLUSIONES GENERALES

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN AL USUARIO 2025	
Metodología	Método de Valoración Contingente (MVC) método probabilístico, estratificado socioeconómicamente.
Período de ejecución	Octubre a Diciembre
Tamaño de la muestra	376
Total, de encuestas diligenciadas	419
Satisfacción general servicios prestados	75%



Satisfacción general

- 2025: 75 %
- 2024: 76 %
- ◆ Variación mínima (–1 punto porcentual), indica estabilidad, no deterioro estructural.

<p>Acueducto</p> <p>Bajó de 60 % → 54 %</p> <p>⚠ Principal foco de inconformidad</p> <p>Asociado a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Calidad del agua (color) • Interrupciones del servicio (cortes) • Relación costo–beneficio 	<p>Alcantarillado</p> <p>Leve descenso (82 % → 80 %)</p> <p>Mantiene valoración favorable</p>
<p>Aseo</p> <p>Descenso moderado (79 % → 75 %)</p> <p>Afectado por zonas críticas de barrido y despápele de la carrera 23 y UG2.</p>	<p>Facturación</p> <p>Mejora significativa (81 % → 87 %)</p> <p>✅ Resultado positivo.</p> <p>Servicio al cliente</p> <p>Se mantiene estable (77 % → 75 %)</p>

- **Conclusiones generales – Encuesta de Satisfacción por categorías.**

Principales causas de inconformidad identificadas

Técnicas

- Calidad del agua.
- Continuidad del servicio de acueducto.

Percepción

- Sensación de costo alto del servicio frente a la experiencia recibida.

Brecha del usuario

- Se siguen atribuyendo a ALP situaciones originadas en redes internas de Acueducto y manejo interno de los shuts de los conjuntos.

Acciones de Mejora – Satisfacción del Usuario

- **Estado del indicador**

La **satisfacción general se mantiene estable en 75 %**.

La calidad y continuidad del agua continúan siendo los factores con mayor influencia en la percepción del servicio y en la confianza de los usuarios.

- **Hallazgo relevante**

La mejora técnica del Acueducto es condición necesaria, pero no suficiente sin fortalecimiento del relacionamiento social.

- **Estrategia de intervención integral**

Técnica

- Acciones orientadas a fortalecer la calidad y continuidad del agua en zonas prioritizadas.

Social

- Fortalecimiento del relacionamiento comunitario.
- Conformación y activación de Comités de Quejas como espacios de diálogo y corresponsabilidad.
- Presencia territorial focalizada en los conjuntos prioritizados.

Comunicativa

- Información clara y oportuna adaptada a los hábitos digitales y presenciales de la comunidad mediante:
 - Chatbot ABI
 - APP ALP



Aguas de La Prosperidad S.A.S. E.S.P.

- Redes sociales
- Gestión comunitaria directa

- **Resultado esperado**

Lograr una mejora progresiva y sostenible del indicador de satisfacción, fortaleciendo la confianza de los usuarios y la percepción positiva del servicio.