

DIRECCIÓN
DE SERVICIO AL
CLIENTE



**Instructivo
Para la evaluación de la satisfacción de los
clientes externos y la efectividad de los canales
de comunicación**



Gobernación de
Cundinamarca



EMPRESAS PÚBLICAS DE
CUNDINAMARCA S.A.E.P.



Cundinamarca



TABLA DE CONTENIDO

1	PRESENTACIÓN	3
2	RESPONSABLE DEL DOCUMENTO.....	3
3	OBJETIVO.....	3
4	ALCANCE.....	3
5	NORMATIVIDAD APLICABLE.....	3
6	DEFINICIONES	4
7	ENCUESTA DE SATISFACCIÓN CLIENTES EXTERNOS Y EFECTIVIDAD DE MEDIOS.....	5
7.1	NOMBRE DE LAS HERRAMIENTAS	5
7.2	PÚBLICO OBJETIVO.....	6
7.3	VARIABLES EVALUADAS.....	6
8	METODOLOGÍA DE RECOLECCIÓN.....	6
8.1	TÉCNICAS DE APLICACIÓN	7
8.2	HERRAMIENTA DE MEDICIÓN	7
8.3	DISEÑO DEL INSTRUMENTO	9
8.4	MUESTREO	10
9	PROCESAMIENTO Y ÁNALISIS DE DATOS.....	10
9.1	FASES DEL ANÁLISIS.....	10
9.2	ENTREGA DE RESULTADOS	10
10	USO DE LOS RESULTADOS	11
11	DOCUMENTOS DE REFERENCIA.....	11
12	CONTROL DE CAMBIOS	11

1 PRESENTACIÓN

Empresas Públicas de Cundinamarca S.A. E.S.P., comprometida con la mejora continua de sus servicios, realiza evaluaciones periódicas para conocer la percepción de sus clientes y partes interesadas. Este instructivo proporciona las directrices para la aplicación y análisis de la Encuesta de Satisfacción de Clientes y Efectividad de Canales de Comunicación, permitiendo tomar decisiones informadas para fortalecer la atención, la comunicación institucional y la prestación de servicios.

2 RESPONSABLE DEL DOCUMENTO

Dirección Servicio al Cliente

3 OBJETIVO

Definir el proceso de diseño, aplicación, análisis y uso de resultados de las encuestas **SAC-F189** Satisfacción de Clientes y **SAC-F232** Efectividad de Canales de Comunicación. Estas encuestas entregarán un diagnóstico y objetivo definido que aportará a un propósito individual, con el fin de:

- Evaluar el nivel de satisfacción de los clientes externos con los productos y servicios ofrecidos por EPC, para dar respuesta tanto al indicador del proceso como a la meta del plan estratégico
- Medir la efectividad de los canales de comunicación institucional, para dar respuesta al indicador del proceso.
- Proponer acciones de mejora basadas en los resultados obtenidos.

4 ALCANCE

Este instructivo aplica a todas las áreas responsables de la interacción directa con clientes y partes interesadas, incluyendo proyectos, atención al cliente, comunicaciones y procesos administrativos.

5 NORMATIVIDAD APLICABLE

- ISO 9001:2015 – Sistemas de gestión de la calidad – Requisitos: establece los principios para medir la satisfacción del cliente y la mejora continua.
- Ley 872 de 2003 – Por la cual se crea el Sistema de Gestión de la Calidad en la Rama Ejecutiva del Poder Público.

- Ley 1581 de 2012 – Protección de datos personales: reglamenta el tratamiento de información personal.
- Decreto 1072 de 2015 – Decreto Único Reglamentario del Sector Trabajo, capítulo de gestión del servicio al cliente.
- Ley 1712 de 2014 – Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional.
- Política de Gobierno Digital – MinTIC: lineamientos para la publicación de información y canales de atención al ciudadano.

6 DEFINICIONES

Término / Sigla	Definición
EPC	Empresas Públicas de Cundinamarca S.A. E.S.P.
Satisfacción del cliente	Percepción que tiene el cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos y expectativas.
Partes interesadas	Personas, grupos u organizaciones que pueden afectar o verse afectados por las decisiones o actividades de la empresa (ej. clientes, proveedores, comunidad).
Encuesta SAC-F189	Formato oficial utilizado por EPC para evaluar la satisfacción del cliente.
Encuesta SAC-F232	Formato oficial utilizado por EPC para evaluar la efectividad de los medios de comunicación.
Canales de comunicación	Medios a través de los cuales EPC entrega información y presta atención a sus clientes (presencial, web, redes, correo, etc.).
Escala Likert	Método de medición que permite evaluar el grado de acuerdo o satisfacción con una afirmación, generalmente en rangos de 1 a 5.
Muestreo probabilístico	Técnica de selección de muestra donde todos los elementos de la población tienen una probabilidad conocida y diferente de cero de ser seleccionados.
Muestreo Estratificado	Técnica en la que se divide una población en grupos o "estratos" con características similares (como edad, género o región) y luego se toma una muestra de cada grupo. Esto ayuda a que los resultados sean más representativos de toda la población.
Indicador de satisfacción	Medición cuantitativa del nivel de satisfacción de los clientes con respecto a los productos o servicios prestados.
PDA	Plan Departamental de Agua: estrategia nacional para la planeación y ejecución de proyectos de agua potable y saneamiento básico.
PQRSD	Peticiones, Quejas, Reclamos, Sugerencias y Denuncias: mecanismo formal de atención ciudadana.

7 ENCUESTA DE SATISFACCIÓN CLIENTES EXTERNOS Y EFECTIVIDAD DE MEDIOS

7.1 Nombre de las herramientas

Las encuestas estarán disponibles en formato físico dentro del Sistema Integrado de Gestión.

Si no tienes conexión a internet, puedes completar la encuesta en este formato impreso. Una vez que tengas conexión, el contratista que diligenció el formato físico deberá subir esa información a la versión digital de la encuesta.

- SAC-F189 Encuesta de Satisfacción de Clientes <https://epc.com.co/encuesta-satisfaccion-al-cliente-epc/>



- SAC-F232 Encuesta de Efectividad de Canales de Comunicación: <https://epc.com.co/evaluacion-de-efectividad-en-nuestros-canales-de-comunicacion/>



7.2 Público objetivo

La encuesta está dirigida a:

- Gobernación
- Alcaldías y funcionarios municipales
- Empresas de servicios públicos domiciliarios
- Veedurías ciudadanas
- Comunidad educativa, urbana y rural
- Proveedores y contratistas
- Prestadores de servicios públicos
- Prestadores rurales de acueducto
- Prestadores rurales de alcantarillado

7.3 Variables evaluadas

Satisfacción de servicios:

- Cumplimiento de expectativas
- Calidad del producto o servicio
- Cumplimiento de plazos
- Acompañamiento en la gestión
- Recomendación del servicio

Atención al ciudadano:

- Amabilidad y respeto del personal
- Conocimiento técnico
- Claridad en la información
- Tiempo de respuesta

Canales de comunicación:

- Accesibilidad y facilidad de uso
- Claridad y utilidad de la información
- Percepción sobre medios oficiales (web, redes, reuniones, etc.)

8 METODOLOGÍA DE RECOLECCIÓN

El seguimiento y análisis de las encuestas es responsabilidad de la Dirección de Servicio al Cliente, la recolección de la información de la encuesta de Satisfacción del Cliente Externo, será responsabilidad de las direcciones con las que se trabajará

de manera transversal y cuentan con programas y servicios que hacen parte del Plan Estratégico de la Empresa. En el caso de la Encuesta de Efectividad de Canales de Comunicación, la Dirección de Servicio al Cliente, será la responsable del seguimiento, análisis y recolección de la información.

8.1 Técnicas de aplicación

- Presencial (en visitas técnicas o entregas)
- Telefónica
- Digital (correo electrónico, WhatsApp, redes sociales, formulario web)
- En el caso de las redes sociales, debido a su dinamismo, es posible formular y aplicar preguntas de manera independiente, logrando mayor efectividad para obtener mejores resultados, siempre y cuando no se altere la esencia de la encuesta principal, la persona responsable deberá entregar la información consolidada aplicable en el formato de la herramienta oficial.
- Cuando alguna dirección aplique la encuesta mediante otra herramienta tecnológica, deberá conservar la misma esencia y estructura de la encuesta principal. La información deberá entregarse de forma consolidada y bajo el mismo formato generado por la herramienta oficial. En caso de no ser posible, la dirección responsable deberá cargar los datos directamente en la plataforma de la encuesta principal.

8.2 Herramienta de medición

Escala tipo Likert de 1 a 5, donde:

- 1 = Totalmente en desacuerdo
- 2 = En desacuerdo
- 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 = De acuerdo
- 5 = Totalmente de acuerdo

Grupo muestral:

8.2.1 SAC-F232 Encuesta de Efectividad de Canales de Comunicación

- 116 alcaldes
- 1.572 prestadores rurales de acueducto
- 80 prestadores rurales alcantarillado
- 116 gerentes o jefes de servicios públicos

- 116 jefes de planeación
- 2500 comunidad educativa

Tamaño Total de la Población (N): **4500** (Esta es la suma de todos los individuos en los diferentes grupos de interés, Muestreo aleatorio simple, como referencia).

Nivel de Confianza: **95%**

Margen de Error: **5%**

Puntuación Z: **1.96**

Tamaño de Muestra Requerido (n): **354**

Esto indica que, para lograr un nivel de confianza del 95% con un margen de error del 5% para tu encuesta, necesitarías encuestar a 354 individuos del total de la población de 4500.

Consideraciones Importantes:

Muestreo Estratificado: Aunque se venía trabajando con el muestreo aleatorio simple, se modificó por un muestreo aleatorio estratificado. Esto implica dividir la población en subgrupos (estratos) – en este caso, los diferentes grupos de interés (alcaldes, gerentes, etc.) – y luego tomar una muestra aleatoria de cada estrato. A menudo, esto conduce a estimaciones más precisas, ya que asegura que cada grupo esté adecuadamente representado en tu muestra.

Tamaño de Muestra por Estrato (Asignación Proporcional):

Grupo de Interés	Cantidad	Tamaño de Muestra
Alcaldes	116	9
Gerentes/jefes de Servicios Públicos	116	9
Jefes de Planeación	116	9
Prestadores Rurales de Alcantarillado	80	6
Prestadores Rurales de Acueducto	1572	124
Comunidad Educativa	2500	197

8.2.2 SAC-F189 Encuesta de Satisfacción de Clientes

Consideraciones Importantes:

Muestreo Estratificado: Aunque se venía trabajando con el muestreo aleatorio simple, se modificó por un muestreo aleatorio estratificado. Esto implica dividir la población en subgrupos (estratos) – en este caso, los diferentes grupos de interés dado por el alcance de las metas del Plan de desarrollo – y luego tomar una muestra

aleatoriedad de cada estrato. A menudo, esto conduce a estimaciones más precisas, ya que asegura que cada grupo esté adecuadamente representado en tu muestra.

La planeación del número de encuestas se definirá anualmente, en concordancia con las metas establecidas en el Plan Estratégico para cada vigencia, específicamente en lo relacionado con la entrega de bienes y servicios. Esta programación será elaborada y socializada con las áreas responsables durante el mes de enero.

8.3 Diseño del instrumento

Las encuestas están divididas en las siguientes secciones:

SAC-F189 Encuesta de Satisfacción de Clientes:

1. Información general
 - Información demográfica
 - Tipo de público
 - Dirección que lo atendió
 - Servicio solicitado
2. Satisfacción con los servicios de EPC
 - Servicios ofrecidos
 - Calidad del producto o servicio entregado
 - Cumplimiento de entrega de producto o servicio
 - Satisfacción del acompañamiento recibido
 - Recomendación de EPC
3. Calidad en la Atención al ciudadano
 - Fue atendido con amabilidad y respeto
 - Conocimiento en los temas consultados
 - Información clara y comprensible
 - Tiempo de respuesta
4. Sugerencias y comentarios

SAC-F232 Encuesta de Efectividad de Canales de Comunicación

1. Información general
 - Información demográfica
2. Canales de comunicación y acceso a la información

- Que canales de comunicación a utilizado con EPC en el último año
 - Facilidad de acceso y uso del canal utilizado
 - Respuesta recibida fue clara y útil
3. Comunicación institucional de EPC
- En cuales medios oficiales ha recibido información
 - La información divulgada por EPC, fue clara y entendible
 - Uso de herramientas audiovisuales facilitaron la comprensión
 - La información fue oportuna y de interés
4. Sugerencia y comentarios

8.4 Muestreo

SAC-F232 Encuesta de Efectividad de Canales de Comunicación

Tipo: Estratificado

Población estimada: 4500 clientes (alcaldías y prestadores)

Muestra mínima sugerida: 354 encuestas

Frecuencia: Anual

9 PROCESAMIENTO Y ÁNALISIS DE DATOS

9.1 Fases del análisis

1. Recolección de datos: Los formularios diligenciados, serán responsabilidad de las Direcciones de: Aseguramiento de la Prestación, DOPE, Estructuración de Proyectos, Interventoría, Asuntos Ambientales y Servicio al Cliente.
2. Organización y validación: En archivo Excel, identificando inconsistencias (Curaduría de las encuestas de manera aleatoria).
3. Tabulación y gráficos: Visualización de datos para análisis.
4. Análisis cualitativo y cuantitativo: Identificación de fortalezas y oportunidades.
5. Informe final: Con conclusiones y plan de mejora.

9.2 Entrega de resultados

- Se realizarán sondeos de seguimiento, donde se le informará a las diferentes Direcciones, el avance según compromiso por meta estipulado.
- Informe anual antes del 30 de diciembre

- Publicación en el Sistema Integrado de Gestión y en la página web institucional, cumpliendo los lineamientos de gobierno digital.

10 USO DE LOS RESULTADOS

Los resultados de la encuesta serán insumo para:

- Evaluación de desempeño institucional
- Retroalimentación a las áreas responsables
- Diseño de planes de mejora
- Alimentación de indicadores estratégicos

11 DOCUMENTOS DE REFERENCIA

- SAC-F189 Encuesta de Satisfacción de Clientes
- SAC-F232 Encuesta Efectividad de Canales de Comunicación
- PDE-F245 Ficha técnica de indicadores de gestión
- Política de tratamiento de datos personales de EPC

12 CONTROL DE CAMBIOS

CONTROL DE CAMBIOS				
VERSIÓN	FECHA	DESCRIPCION DEL CAMBIO	RESPONSABLE	CARGO
0	29/05/2015	Versión Inicial	María Fenney Ramírez	DIRECTOR DE SERVICIO AL CLIENTE
1	11/08/2016	Cambio de Imagen Corporativa	Guillermo Rincón Triana	DIRECTOR DE SERVICIO AL CLIENTE
2	23/08/2016	Cambio general del documento	Guillermo Rincón Triana	DIRECTOR DE SERVICIO AL CLIENTE
3	06/07/2018	Reestructuración y actualización de acuerdo con los cambios de Norma ISO 9001:2015	Guillermo Rincón Triana	DIRECTOR DE SERVICIO AL CLIENTE
4	12/11/2020	Cambio portada documento Y cambios generales en el documento	German Felipe Vanegas Cala	DIRECTOR DE SERVICIO AL CLIENTE
5	15/11/2022	Se realiza cambios en la formulación y aplicación de la encuesta	German Felipe Vanegas Cala	DIRECTOR DE SERVICIO AL CLIENTE

**INSTRUCTIVO, PARA LA EVALUACIÓN DE LA
SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES Y LA
EFECTIVIDAD DE LOS CANALES DE
COMUNICACIÓN**

Código: SAC-I006

Versión: 7

18/09/2025

Página 12 de 12

CONTROL DE CAMBIOS

VERSIÓN	FECHA	DESCRIPCION DEL CAMBIO	RESPONSABLE	CARGO
6	14/08/2025	Rediseño del instructivo y fusión de encuestas	Miller Cometa Hortua	DIRECTOR DE SERVICIO AL CLIENTE
7	15-09-2025	Se actualiza técnica de aplicación, se realiza ajuste en cambio en el alcance en encuesta de satisfacción clientes y se modifica fecha de proyección de encuestas.	Diego Guevara Forero	DIRECTOR DE SERVICIO AL CLIENTE (E)

PROYECTÓ	REVISÓ	APROBÓ
Nombre: Nelson Tussó	Nombre: Carlos Julián Garavito	Nombre: Diego Guevara Forero
Cargo: Contratista	Cargo: Contratista	Cargo: director de Servicio al Cliente (E)
Subgerencia y/o Dirección: Servicio al Cliente	Subgerencia y/o Dirección: Dirección de Planeación	Subgerencia y/o Dirección: Servicio al Cliente
Fecha: 08/09/2025	Fecha: 08/09/2025	Fecha: 08/09/2025