

Informe encuestas de satisfacción del cliente

Instituto de Turismo del Meta

Primer semestre 2023

HACEMOS
GRANDE AL META  ¡ES CON HECHOS!


Somos la ruta natural



Informe de satisfacción al cliente

La revisión y mejora continua de la calidad en el servicio prestado es uno de los propósitos de la entidad, por medio de la encuesta de satisfacción de cliente interno y externo se plantea como objetivo principal realizar el seguimiento de las percepciones de los clientes y el grado en que se cumplen sus necesidades y expectativas respecto de los servicios prestados.

A partir del análisis de los resultados de satisfacción se podrán evidenciar las debilidades y las buenas prácticas implementadas por los diferentes procesos, para identificar áreas y aspectos que necesiten atención y de esta manera fortalecer los propósitos misionales y el mejoramiento continuo de los procesos institucionales, con el fin de aumentar la competitividad, eficiencia, eficacia, calidad y la satisfacción de las partes interesadas.





Informe de satisfacción al cliente 2

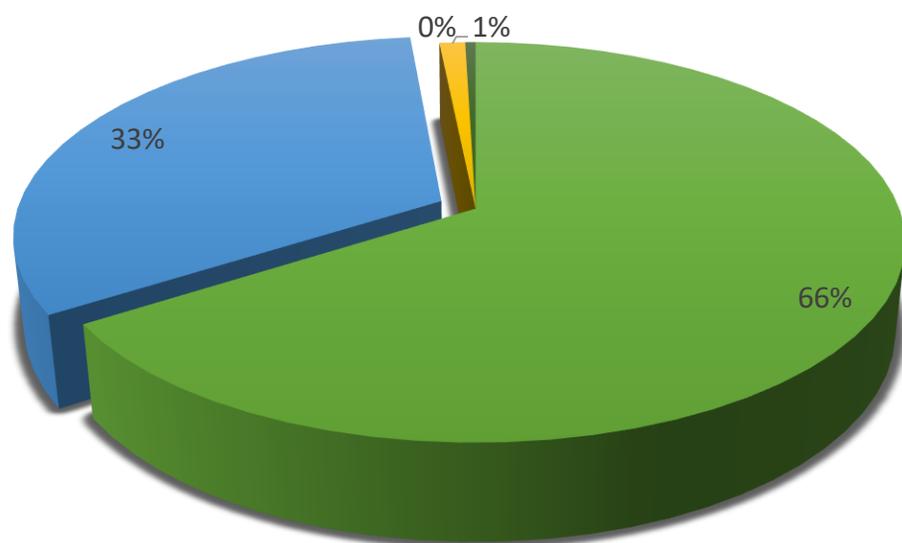
- 🌙 **Objetivo:** Medir el grado de satisfacción de los clientes a través de tres aspectos que engloban elementos de la entidad como son; (Servicio al Cliente, Gestión y Operatividad e Infraestructura).
- 🌙 **Muestra:** Cliente Externo-> 280 ciudadanos Villavicenses
Cliente Interno -> 160 servidores públicos -Instituto de Turismo del Meta. Total de la muestra: 440 personas

Respecto de la muestra para cliente externo el cumplimiento fue del 92% y la muestra del cliente interno se cumplió al 100%.

- 🌙 **Periodo de Muestreo:** 25/04/2023- 12/05/2023.

Atención del cliente

¿Cómo califica la atención recibida?



■ Excelente ■ Bueno ■ Regular ■ Malo



El **66%** calificó la atención recibida en los diferentes procesos de la entidad como excelente, el **33%** calificó una buena atención el **1%** restante califico regular y mala la atención recibida sin embargo no hicieron observación al respecto.

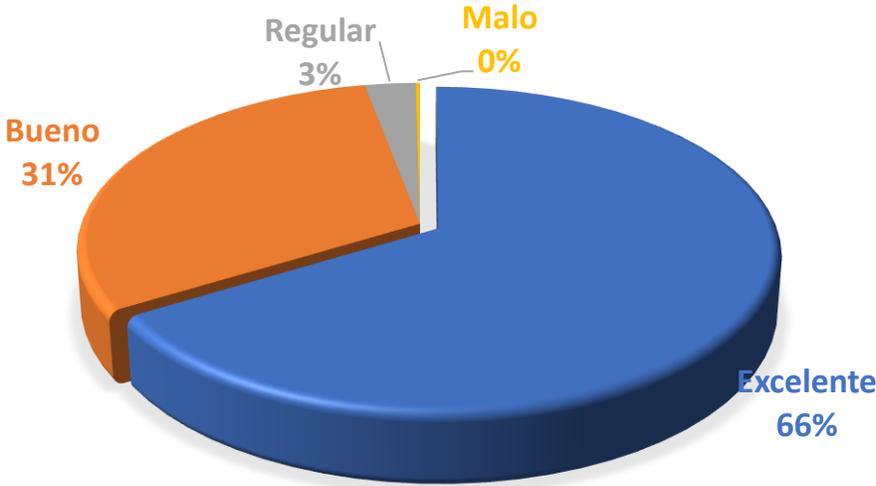
De acuerdo con el resultado se evidencia que la percepción de los clientes es favorable.



Atención del cliente

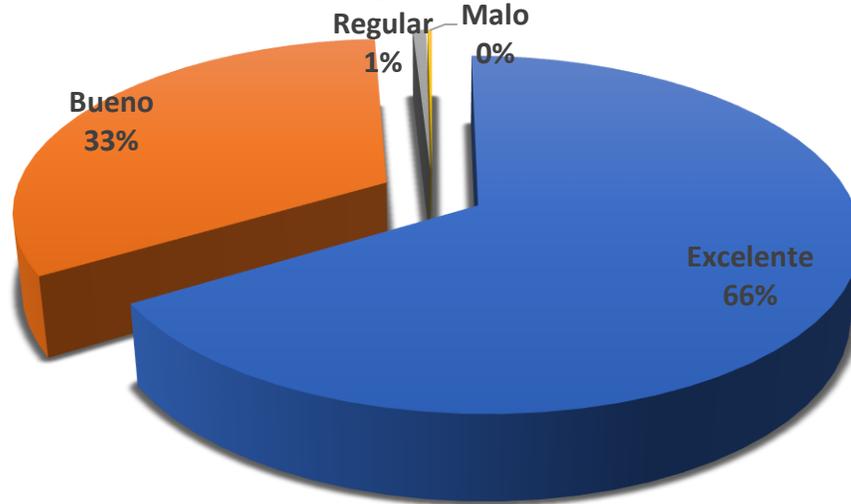
EL TIEMPO QUE TUVO QUE ESPERAR PARA SER ATENDIDO FUE

Se evidencia con los resultados de la encuesta que los diferentes procesos brindan información y atención de manera oportuna lo que indica que se da información completa y clara, aplicando los principios de igualdad, eficiencia, transparencia, consistencia, calidad y oportunidad, dando prioridad a las necesidades de las partes interesadas permitiendo con ello cumplir con sus expectativas.



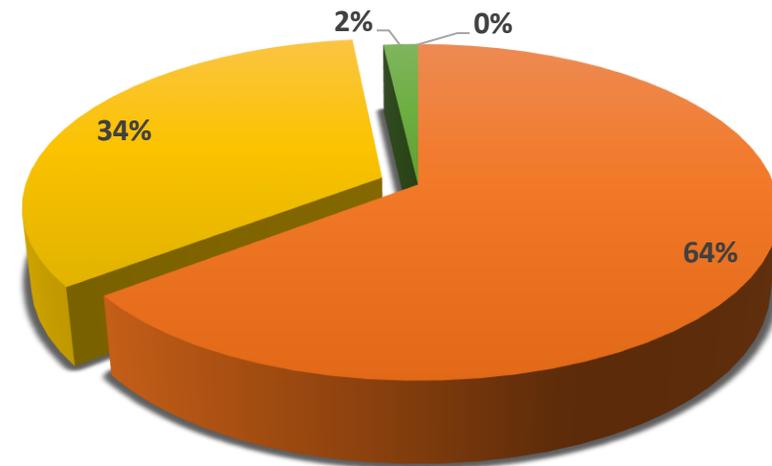
Gestión y operatividad

La información que recibió fue clara?



■ Excelente ■ Bueno ■ Regular ■ Malo

El trámite o servicio cumplió sus expectativas



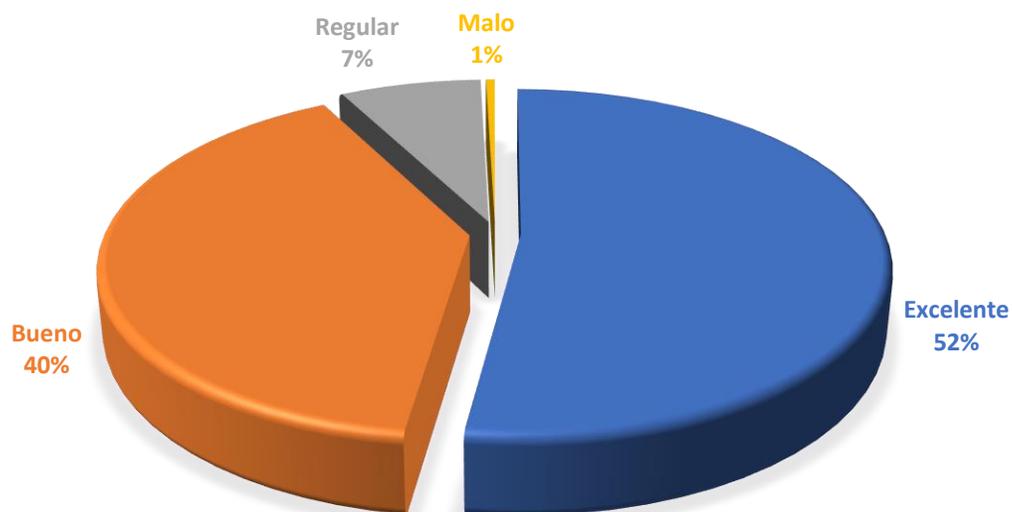
■ Excelente ■ Bueno ■ Regular ■ Malo

Para el elemento de gestión y operatividad la percepción de los clientes encuestados se encuentra con calificación excelente y buena lo que indica que los servidores cuentan con disposición, conocimientos y proactividad que permiten transmitir de manera clara y veraz la información requerida por los clientes y con ellos cumplir las expectativas del cliente respecto de la satisfacción de la necesidad del servicio.

Infraestructura



CÓMO EVALÚA LAS INSTALACIONES DONDE FUE ATENDIDO



Para el elemento infraestructura la percepción de los clientes encuestados se encuentra con calificación excelente y buena. Sin embargo, un **7%** de los encuestados manifiestan que las instalaciones son regulares o malas refiriéndose especialmente al estado de limpieza y mantenimiento.

Por lo que se recomienda a los procesos que tienen a cargo la coordinación de actividades de mantenimiento de los atractivos turísticos generar acciones que permitan atender las observaciones de los clientes encuestados.

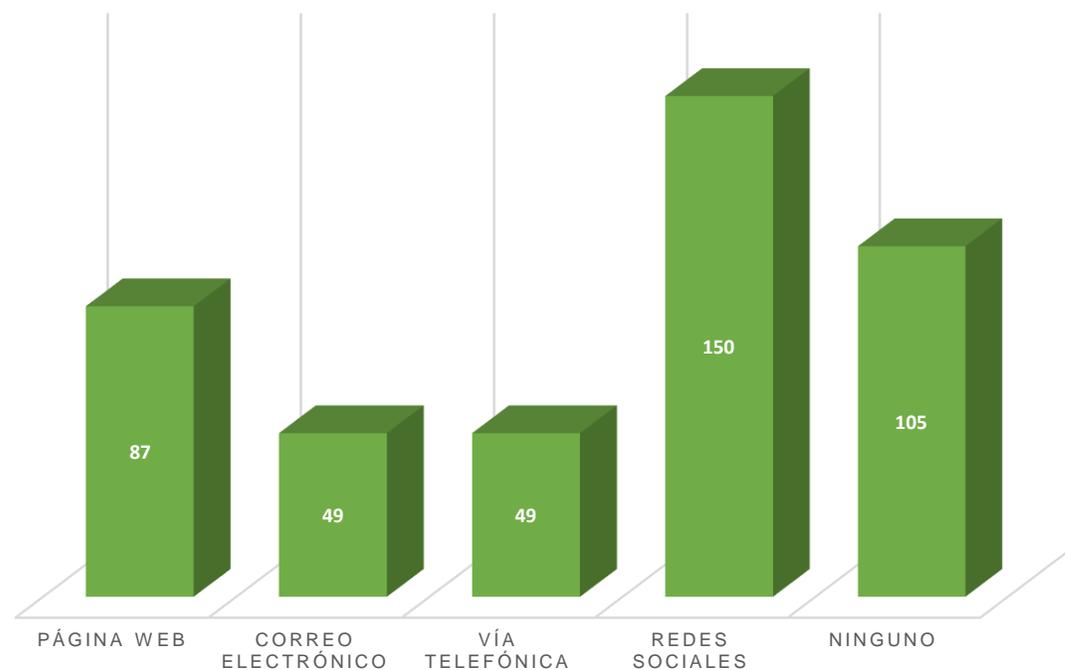


Del total de los encuestados el **34%** de los indica que las redes sociales son el medio a través del cual se tiene mayor interacción con los clientes tanto internos como externos, por lo que es indispensable fortalecer este canal brindando información de interés, clara y veraz.

El **19%** respondió que ha solicitado información por la página web, el **11%** por correo electrónico y vía telefónica con un **11%** todos los canales de la entidad deben contar con responsables a través de los cuales se garantice respuesta oportuna a las diferentes necesidades.

Infraestructura tecnológica

POR CUAL CANAL DE COMUNICACIÓN HA SOLICITADO INFORMACIÓN



Conclusión

El instituto cuenta con una estructura organizacional y un modelo de procesos enmarcado en un Sistema Integrado de Gestión armonizado con el Modelo Integrado de Planeación y Gestión MIPG esto facilita la operación ya que permite simplificar, estandarizar, optimizar y facilitar los procesos; reduciendo costos, tiempos, documentos, procesos y pasos en su interacción con la administración.

Del análisis general se reconoce un buen nivel de satisfacción con un aproximado de 90% en el cumplimiento de las expectativas de los clientes.

Es importante continuar fortaleciendo los canales de comunicación externa (redes sociales y pagina web) para que permitan mantener informada a la comunidad sobre los servicios que oferta la entidad.



Conclusión

Para el caso de los procesos misionales es importante que se realicen encuestas de satisfacción en las diferentes actividades que se realizan desde las estrategias y programas para el cumplimiento de las Metas de la entidad, con el fin de conocer el nivel de satisfacción frente al servicio recibido.

Se deben tener en cuenta las observaciones de los clientes frente al estado de limpieza y mantenimiento de las instalaciones de los diferentes atractivos turísticos.

Hay que continuar fortaleciendo a los servidores públicos en servicio al cliente y capacitarlos en lo que refiere al sector turismo con el fin de consolidar la oferta institucional como una herramienta fundamental para mejorar la competitividad de los actores de la cadena de valor en el Departamento.

Johana Norelly Guevara Guevara
Subdirectora General

Elaboró:
Mabel Lara Agudelo
Profesional CPS

HACEMOS
GRANDE AL META  ¡ES CON HECHOS!


Meta
Somos la ruta natural