



Meta
Somos la ruta natural

INFORME DE ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

Primer Semestre 2024
Instituto de Turismo del Meta

 turismo_meta_  @InstitutoDeTurismoMeta  @Turismo del Meta



SC-2000717

INFORME DE SATISFACCIÓN

La revisión y mejora de la calidad en el servicio prestado es uno de los propósitos de la entidad, por lo que la encuesta tiene por objetivo medir los niveles de satisfacción dentro de los grupos de valor que utilizan la oferta institucional del Instituto de Turismo del Meta a través de cinco aspectos que engloban elementos de la entidad: Servicio al Cliente, Gestión, Operatividad, Tiempos e Infraestructura.



MUESTREO Y PERIODO DE APLICACIÓN

- **Muestra:** Se estableció una muestra de *864 encuestas*, tomando como línea base la población atendida el año pasado por cada una de las estrategias y/o programas que conforman la oferta institucional, distribuida de la siguiente manera:

Proceso Misional	Programa y/o Estrategia	Numero de encuestas
Planificación Sector Turístico	Asistencia Técnica a Rutas	40
	Equipo Caracterización.	30
Desarrollo, Promoción y Posicionamiento Turístico	Programa CAT.	218
	Equipo RNT.	19
	Estrategia NTS.	19
	Equipo SITUR.	38
	Estrategia ESCNNA.	450
	Estrategia de Formación.	40
	Equipo de Promoción.	10

- **Periodo de Muestreo:** 25/06/2024-05/08/2024.



SC-2000717

ANALISIS DE RESULTADOS

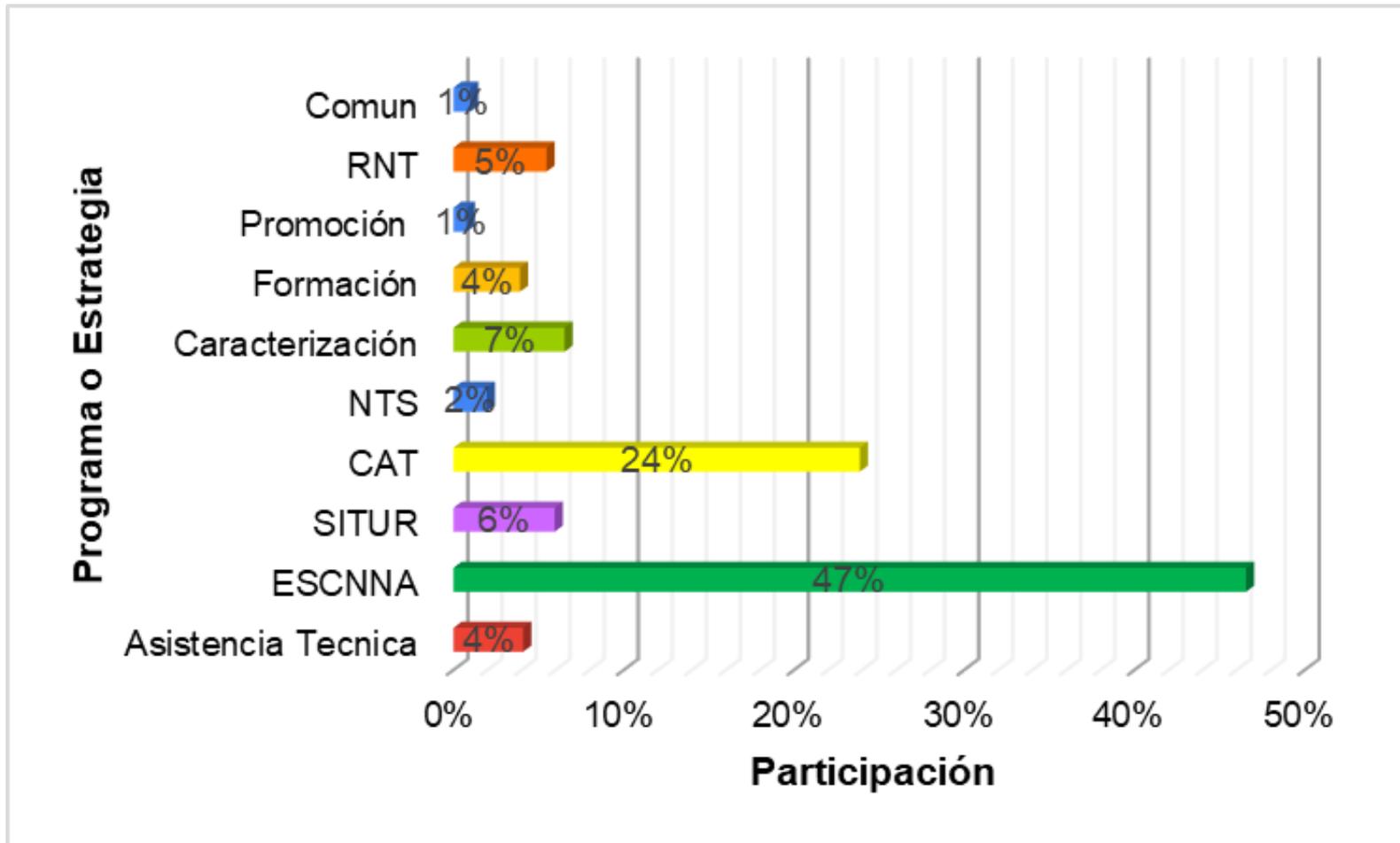
ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

RESULTADOS

Durante el periodo de muestreo comprendido entre el 25/06/2024 al 05/08/2024 se realizaron un total de **1027 encuestas** por medio de Formulario Google, de acuerdo con el formato SIG-F-38 ENCUESTA DE SATISFACCION. A continuación, se presenta el perfil del cliente encuestado así como los resultados agrupados en cinco aspectos: *Servicio al Cliente, Gestión, Operatividad, Tiempos e Infraestructura.*



PARTICIPACIÓN DE LOS PROGRAMAS Y/O ESTRATEGIAS



De acuerdo con el nivel de participación de las estrategias y/o programas en la evaluación de satisfacción tenemos:

47% ESCNNA

24% CAT

7% Caracterizaciones

6% SITUR

5% RNT

4% Asistencia Técnica

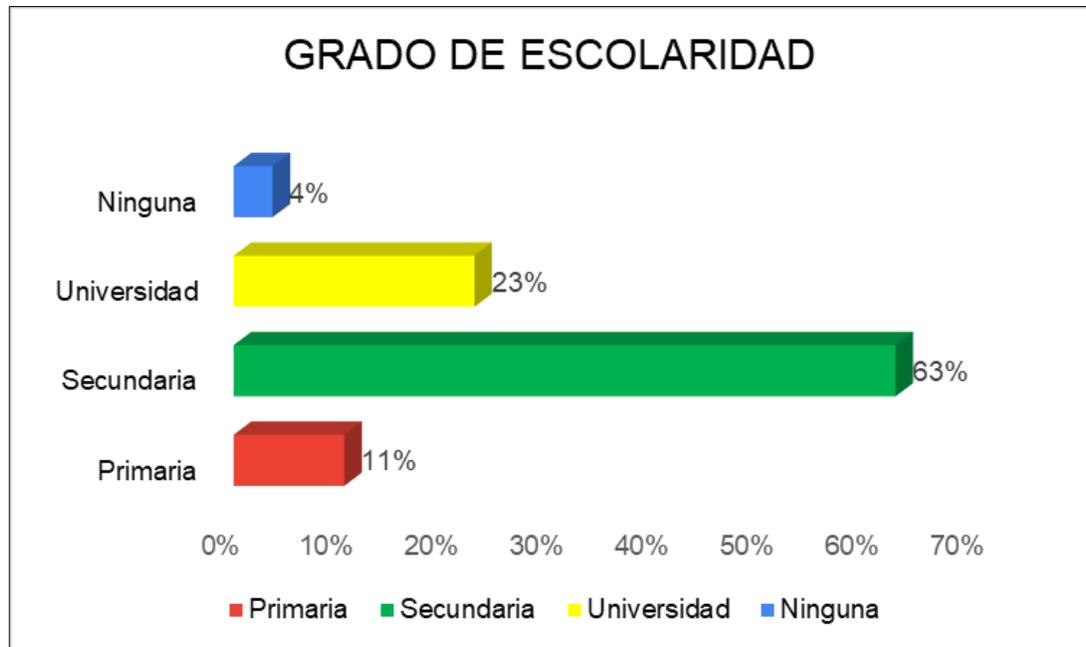
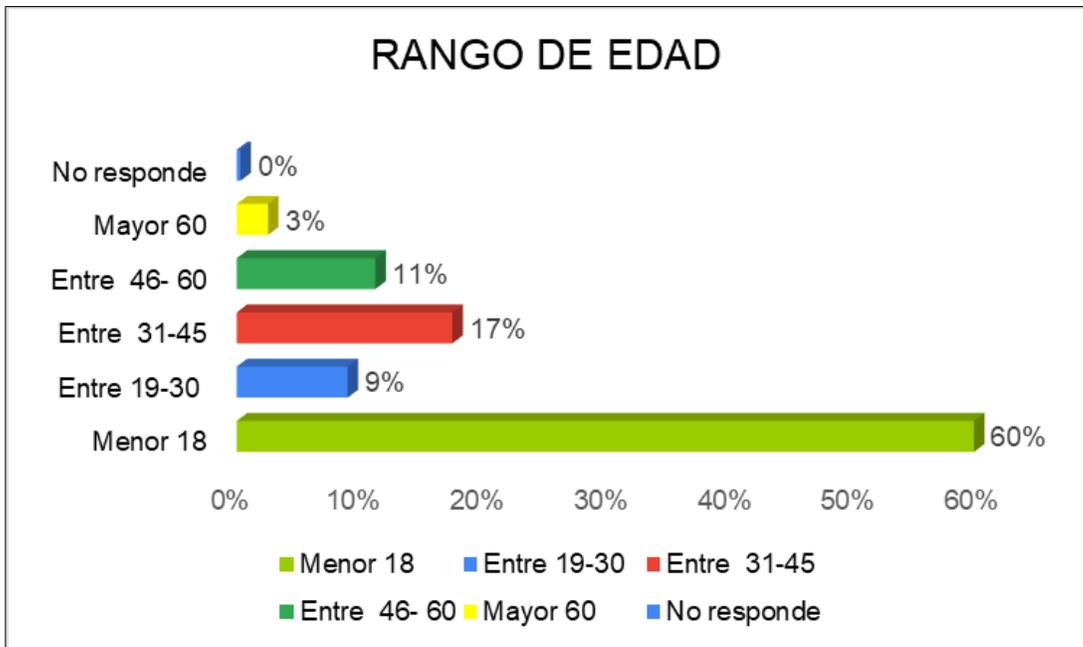
4% Formación

2% NTS

1% Promoción

1% Otros

PERFIL DEL CLIENTE



De acuerdo con las encuestas aplicadas el **47%** pertenecen a la estrategia ESCNNA y el **24%** a Colegios Amigos del Turismo - CAT por tanto la mayor participación de los encuestados son menores de 18 años, con un nivel de escolaridad de secundaria.

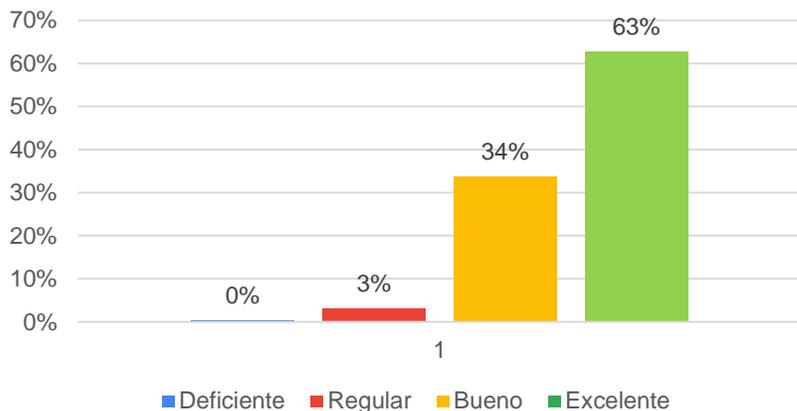


SC-2000717

1. GESTIÓN

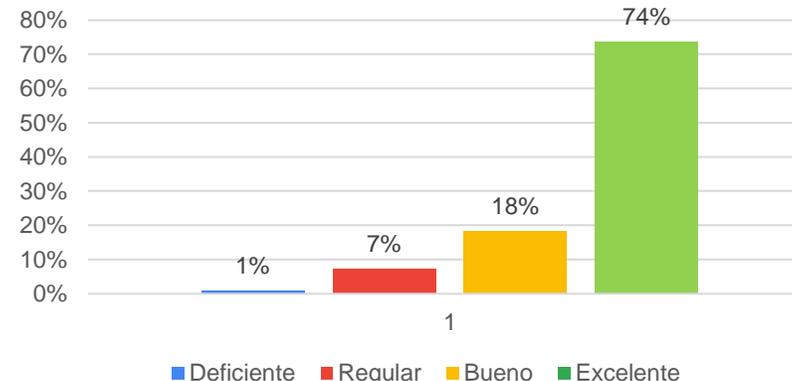
ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

1. Claridad en la información recibida en la oferta institucional - ESCNNA

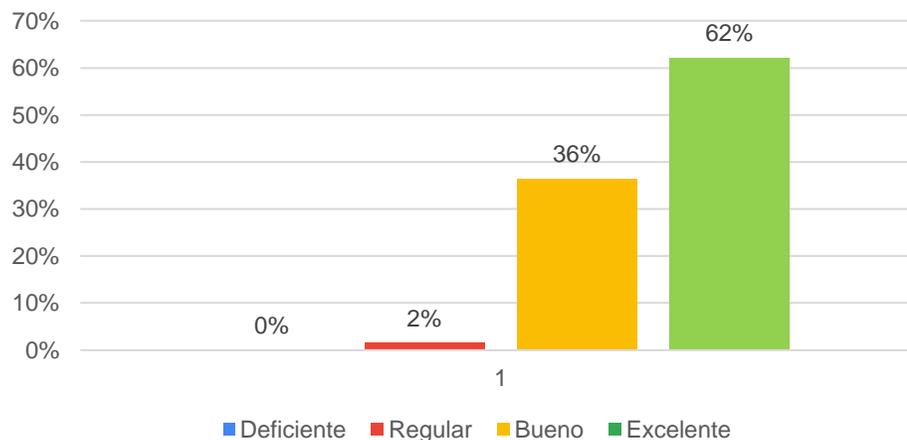


En promedio el **66.7%** de la población calificó excelente la información recibida, el **29.3%** valoró como buena y el restante **4%** regular para las estrategias **ESCNNA, CAT y Caracterizaciones**.

1. Claridad en la información recibida en la oferta institucional - CAT



1. Claridad en la información recibida en la oferta institucional - Caracterizaciones



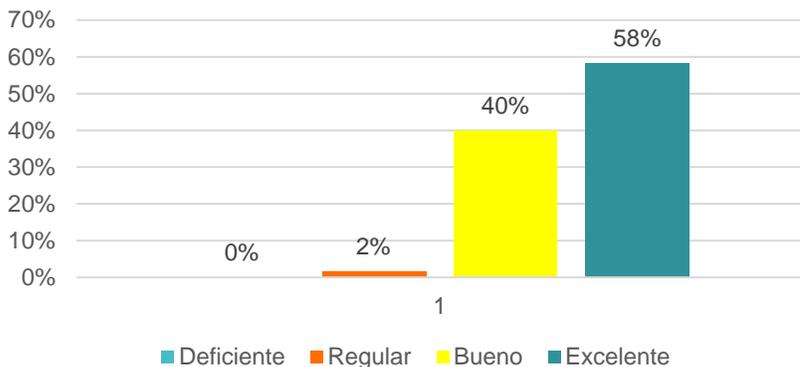
De acuerdo con el resultado; se evidencia que la calificación de los clientes es favorable, pues la información recibida logró resolver sus inquietudes.



SC-2000717

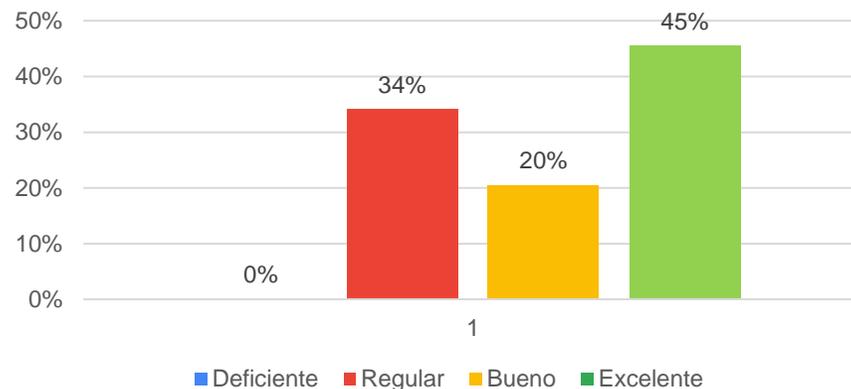


1. Claridad en la información recibida en la oferta institucional - SITUR



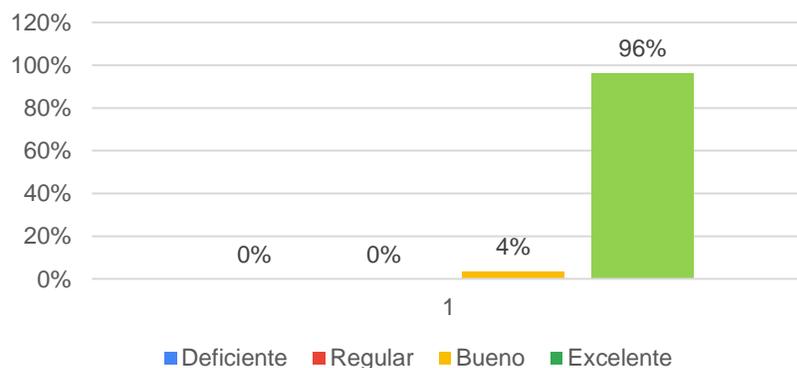
En promedio el **66.6%** de la población calificó excelente la información recibida, el **21.4%** valoró como buena y el restante **12%** regular para las estrategias **SITUR, Asistencia Técnica y RNT**

1. Claridad en la información recibida en la oferta institucional - Asistencia Técnica



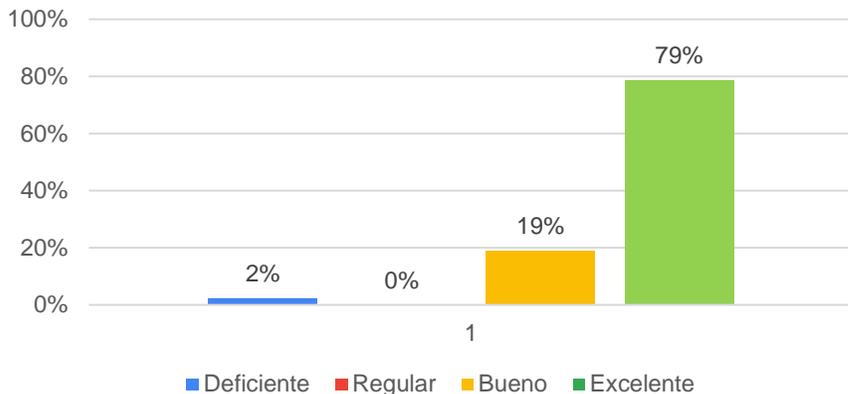
De acuerdo con el resultado; se evidencia que la calificación de los clientes es favorable para SITUR y RNT pues la información recibida logró resolver sus inquietudes. Es importante fortalecer Asistencia Técnica en Rutas.

1. Claridad en la información recibida en la oferta institucional - RNT



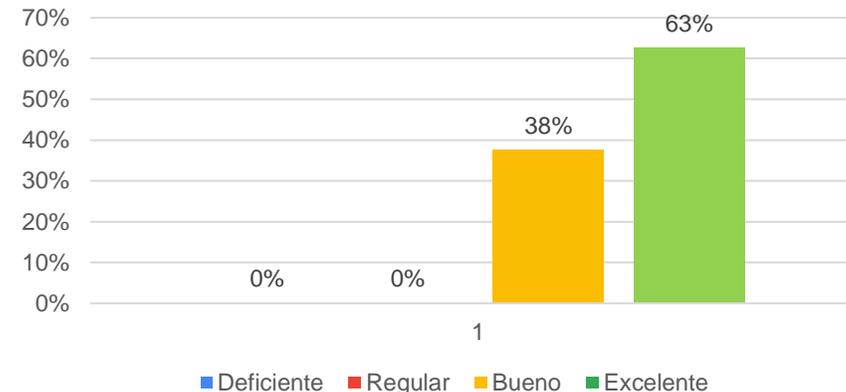
SC-2000717

1. Claridad en la información recibida en la oferta institucional - Capacitación y Formación



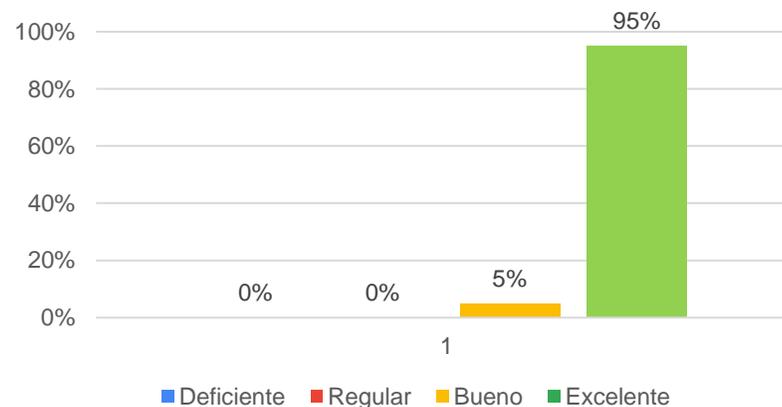
En promedio el **79%** de la población calificó excelente la información recibida, el **20%** valoró como buena y el restante **1%** deficiente para las estrategias **Capacitación, NTS y Promoción.**

1. Claridad en la información recibida en la oferta institucional - Promoción



De acuerdo con el resultado; se evidencia que la calificación de los clientes es favorable, pues la información recibida logró resolver sus inquietudes.

1. Claridad en la información recibida en la oferta institucional - NTS

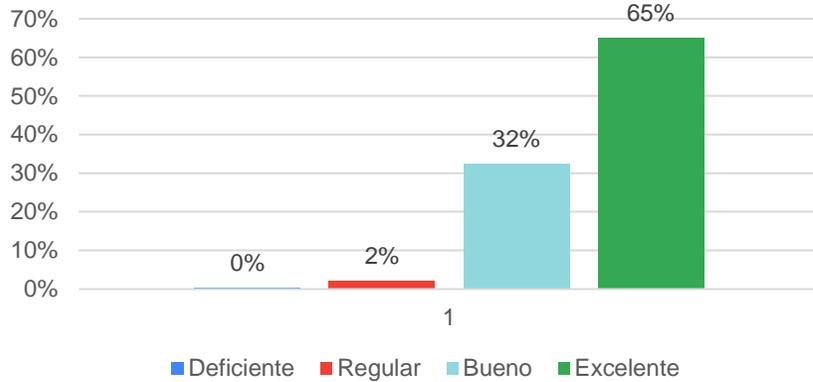


2. SERVICIO AL CLIENTE

ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

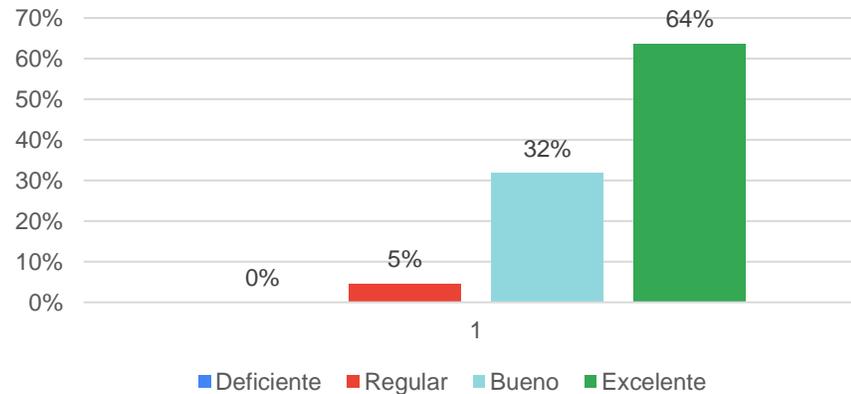
SERVICIO AL CLIENTE

2. Nivel de cordialidad y trato recibido por parte de la oferta institucional - ESCNNA

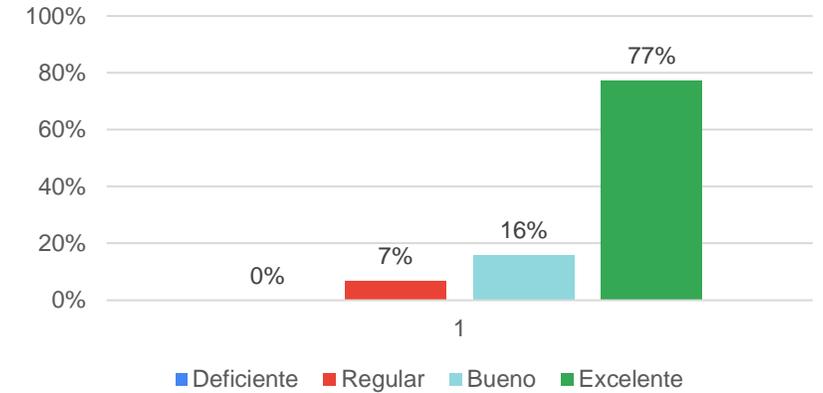


En promedio el **69%** de la población calificó excelente la cordialidad recibida, el **27%** valoró como buena y el restante **4%** regular para las estrategias **ESCNNA, CAT y Caracterizaciones**.

2. Nivel de cordialidad y trato recibido por parte de la oferta institucional - Caracterizaciones



2. Nivel de cordialidad y trato recibido por parte de la oferta institucional - CAT



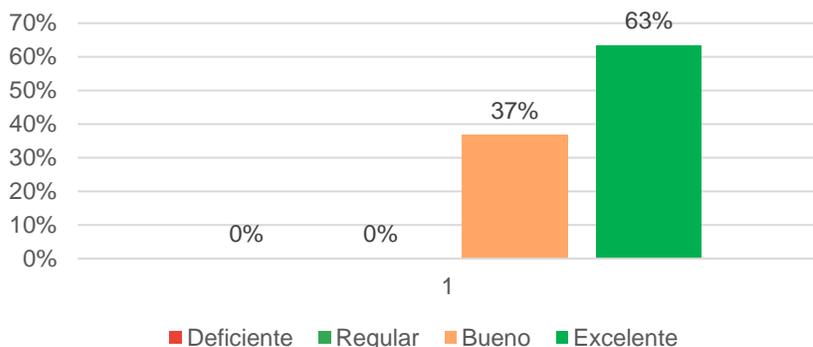
De acuerdo con el resultado; se evidencia que la calificación de los clientes es favorable, recibiendo un buen trato durante la Oferta Institucional.



SC-2000717

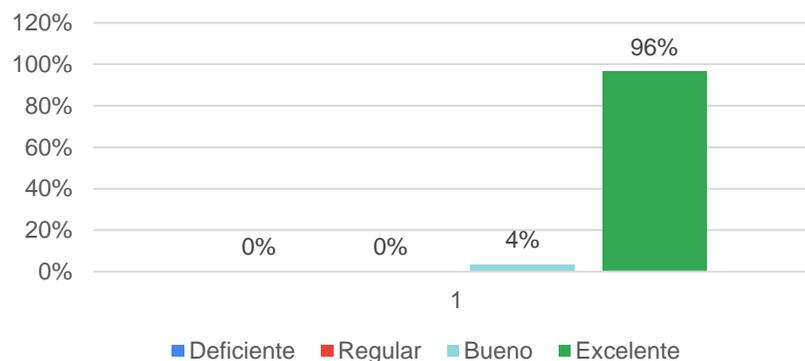
SERVICIO AL CLIENTE

2. Nivel de cordialidad y trato recibido por parte de la oferta institucional - SITUR

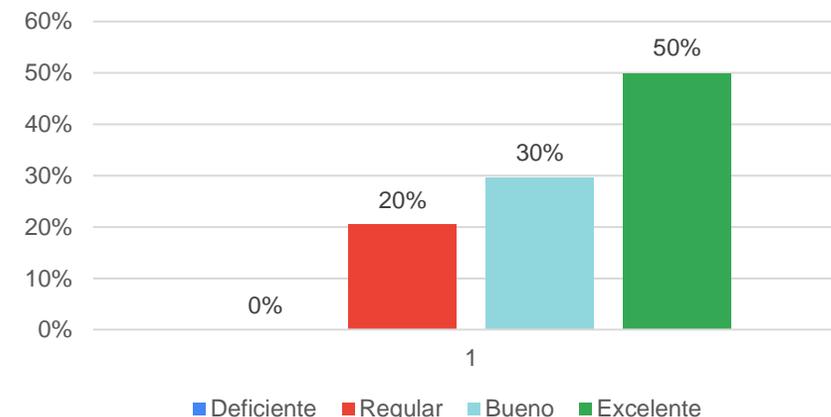


En promedio el **70%** de la población calificó excelente la cordialidad recibida, el **23.6%** valoró como buena y el restante **6.4%** regular para las estrategias **SITUR, Asistencia Técnica y RNT**

2. Nivel de cordialidad y trato recibido por parte de la oferta institucional - RNT



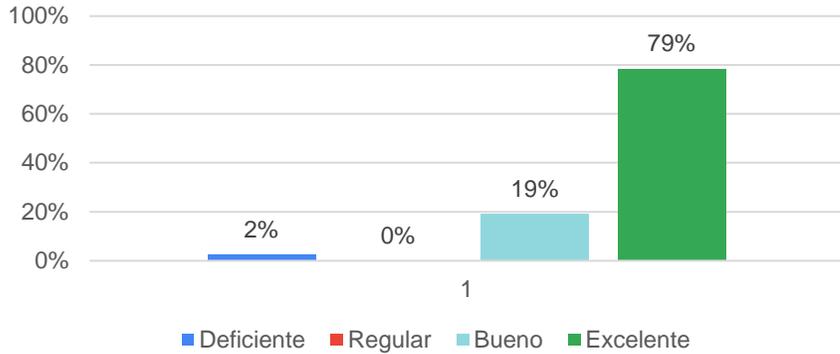
2. Nivel de cordialidad y trato recibido por parte de la oferta institucional - Asistencia Técnica



De acuerdo con el resultado; se evidencia que la calificación de los clientes es favorable para SITUR y RNT, recibiendo un buen trato durante la Oferta Institucional. Es importante fortalecer Asistencia Técnica en Rutas.

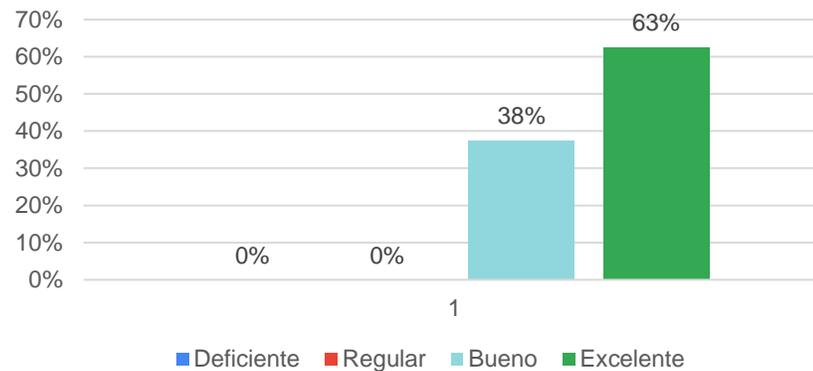
SERVICIO AL CLIENTE

2. Nivel de cordialidad y trato recibido por parte de la oferta institucional - Capacitación y Formación

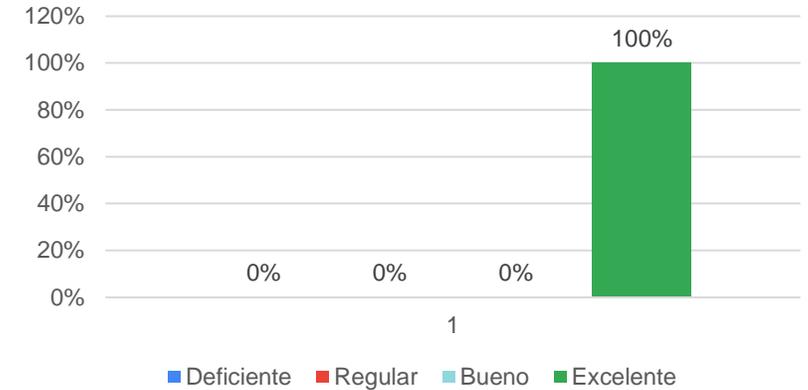


En promedio el **80.6%** de la población calificó excelente la cordialidad recibida, el **19%** valoró como buena y el restante **0.4%** deficiente para las estrategias **Capacitación, NTS y Promoción.**

2. Nivel de cordialidad y trato recibido por parte de la oferta institucional - Promoción



2. Nivel de cordialidad y trato recibido por parte de la oferta institucional - NTS



De acuerdo con el resultado; se evidencia que la calificación de los clientes es favorable, recibiendo un buen trato durante la Oferta Institucional.



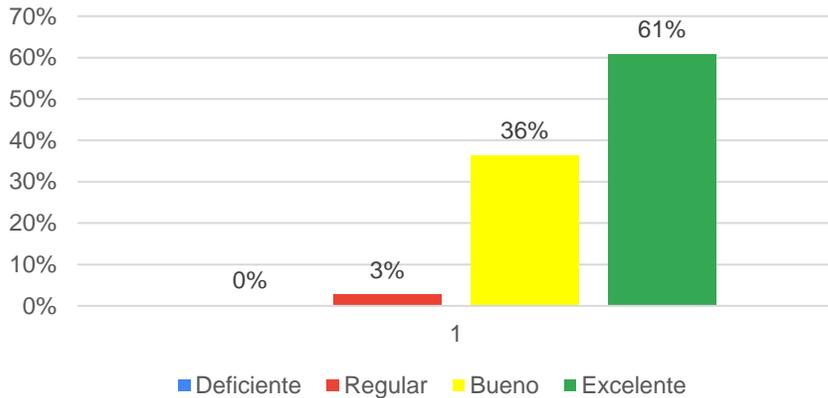
SC-2000717

3. TIEMPOS PROGRAMADOS

ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

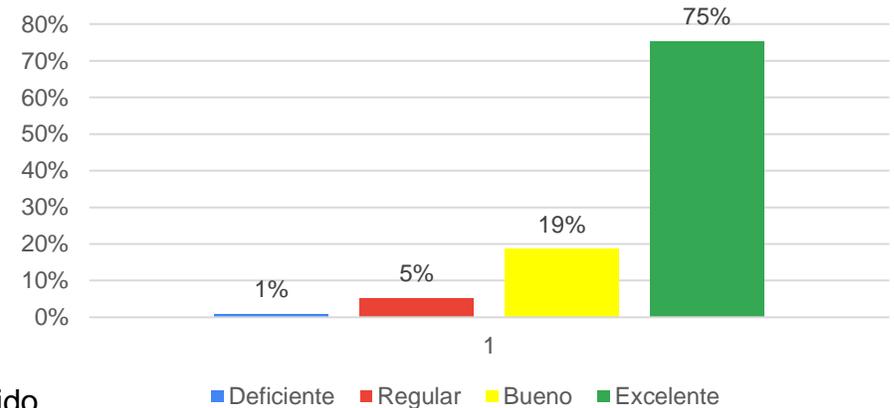
CUMPLIMIENTO DE PROGRAMACIÓN

3. Cumplimiento del cronograma establecido por parte Oferta Institucional - ESCNNA



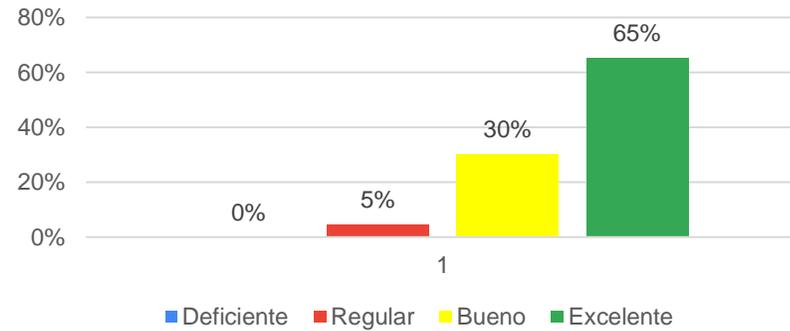
En promedio el **67%** de la población calificó excelente el cumplimiento de cronograma establecido, el **28%** valoró como buena y el restante **4.3%** regular para las estrategias **ESCNNA, CAT** y **Caracterizaciones.**

3. Cumplimiento del cronograma establecido por parte Oferta Institucional - CAT



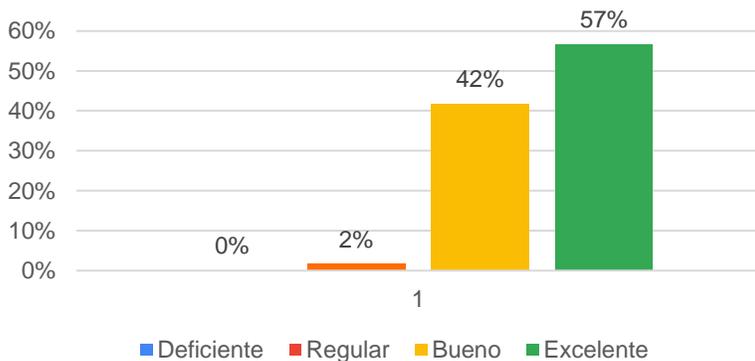
De acuerdo con el resultado; se evidencia que la calificación de los clientes es favorable, pues las actividades de la Oferta Institucional se desarrollo en los tiempos programados.

3. Cumplimiento del cronograma establecido por parte Oferta Institucional - Caracterizaciones



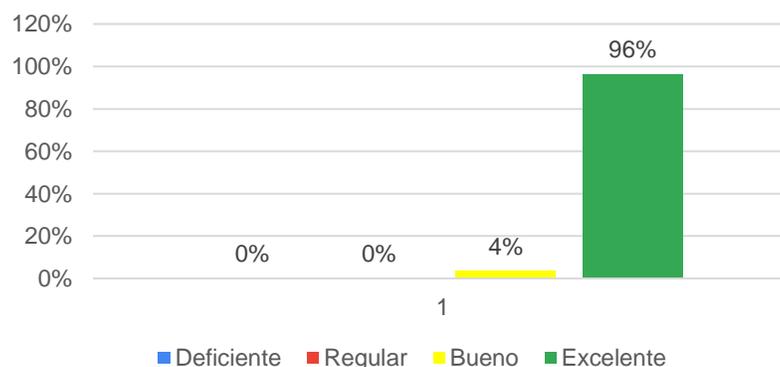
CUMPLIMIENTO DE PROGRAMACIÓN

3. Cumplimiento del cronograma establecido por parte Oferta Institucional - SITUR

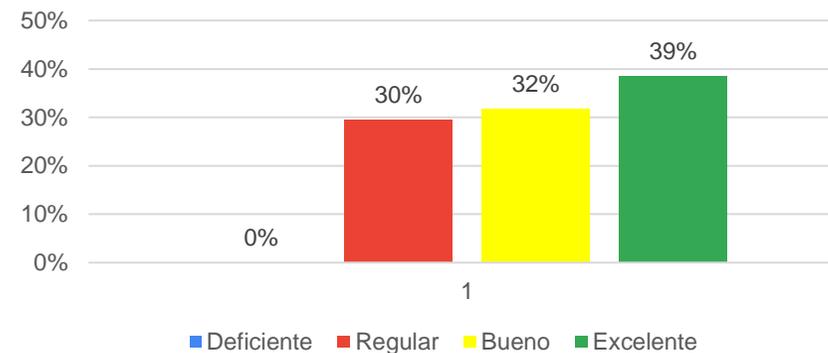


En promedio el **64%** de la población calificó excelente el cumplimiento de cronograma establecido, el **26%** valoró como buena y el restante **10%** regular para las estrategias **SITUR, Asistencia Técnica y RNT**

3. Cumplimiento del cronograma establecido por parte Oferta Institucional - RNT



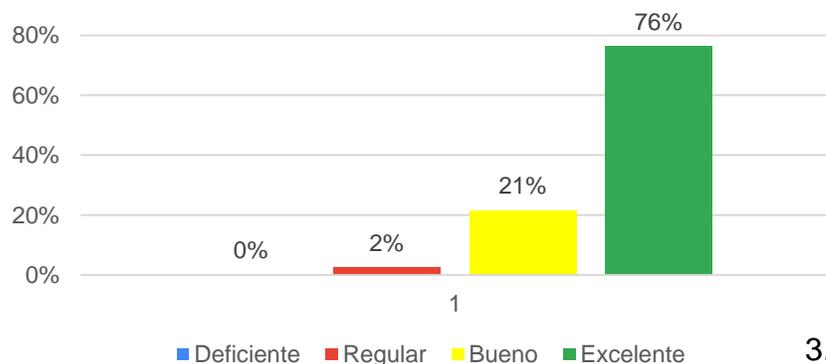
3. Cumplimiento del cronograma establecido por parte Oferta Institucional - Asistencia Técnica



De acuerdo con el resultado; se evidencia que la calificación de los clientes es favorable, pues las actividades de la Oferta Institucional se desarrollo en los tiempos programados. Sin embargo es importante fortalecer Asistencia Técnica en Rutas.

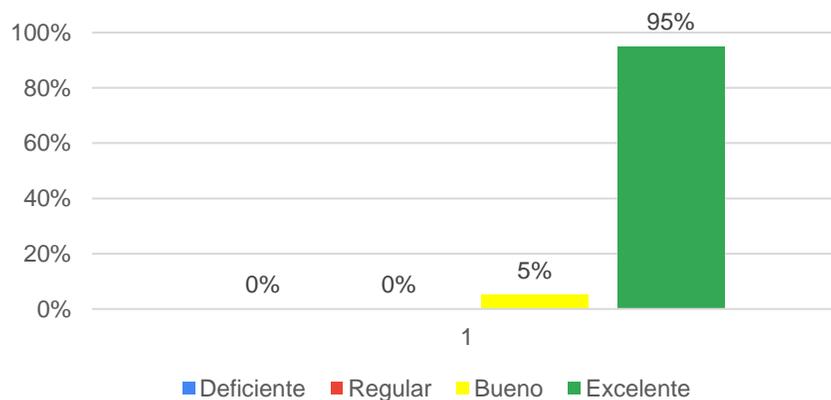
CUMPLIMIENTO DE PROGRAMACIÓN

3. Cumplimiento del cronograma establecido por parte Oferta Institucional - Capacitación y Formación

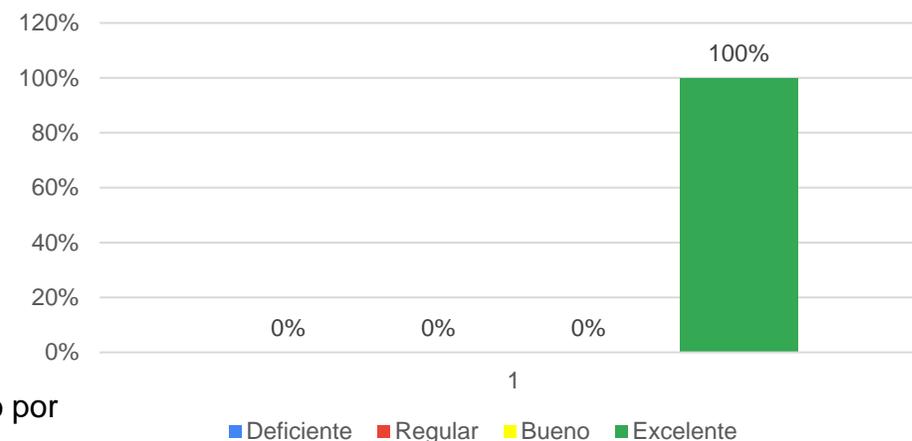


En promedio el **90.3%** de la población calificó excelente el cumplimiento de cronograma establecido, el **8.3%** valoró como buena y el restante **1.1%** regular para las estrategias **Capacitación, NTS y Promoción.**

3. Cumplimiento del cronograma establecido por parte Oferta Institucional - NTS



3. Cumplimiento del cronograma establecido por parte Oferta Institucional - Promoción



De acuerdo con el resultado; se evidencia que la calificación de los clientes es favorable, pues las actividades de la Oferta Institucional se desarrollo en los tiempos programados.



SC-2000717

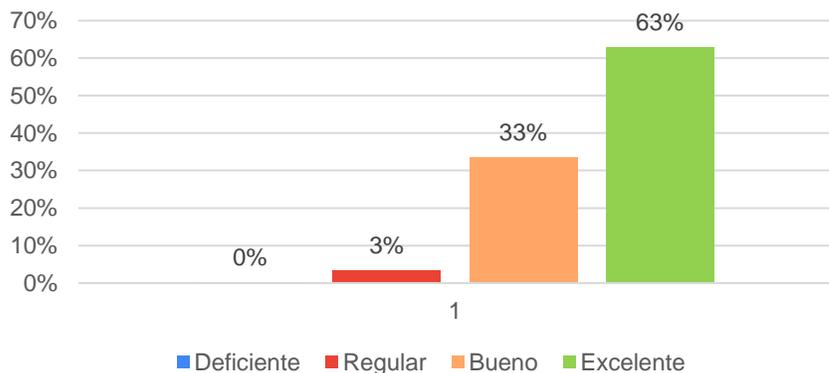


4. OPERATIVIDAD

ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

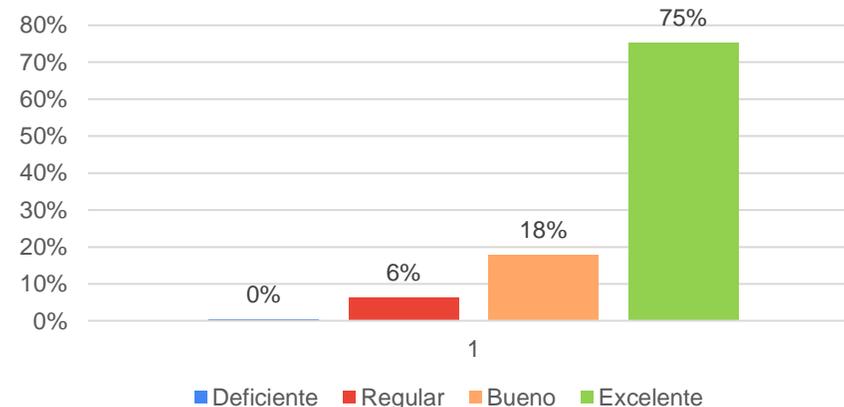
OPERATIVIDAD

4. Calificación orientación técnica recibida por Oferta Institucional - ESCNNA



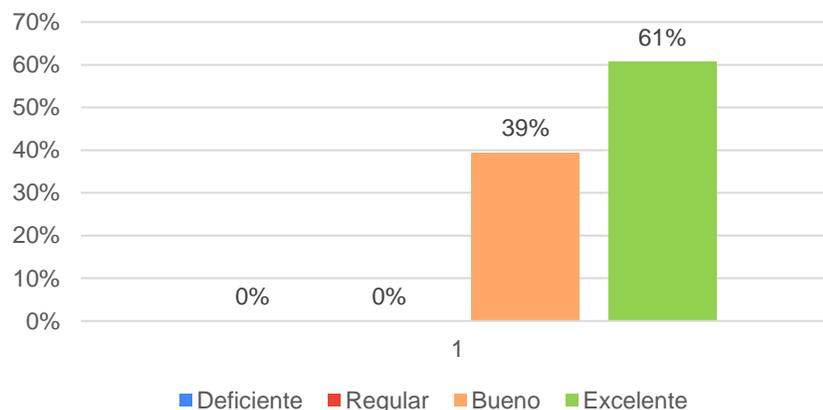
En promedio el **66.3%** de la población calificó excelente la orientación recibida el **30.7%** valoró como buena y el restante **3%** regular para las estrategias **ESCNNA, CAT y Caracterizaciones.**

4. Calificación orientación técnica recibida por Oferta Institucional - CAT



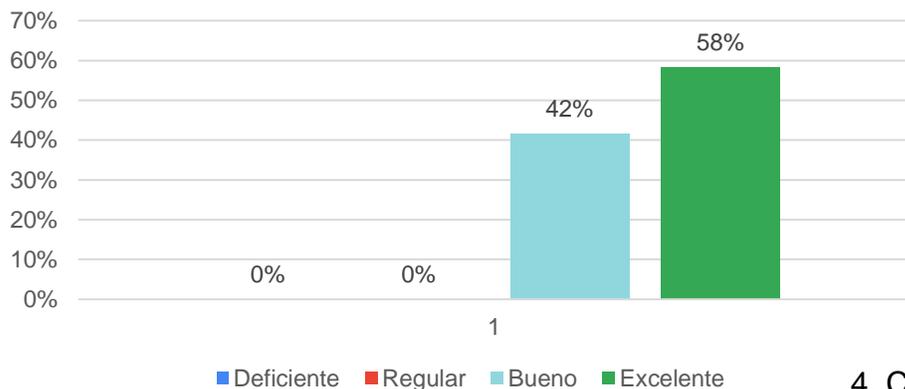
De acuerdo con el resultado; se evidencia que la calificación de los clientes es favorable, pues la orientación técnica recibida durante la Oferta Institucional logró encaminarlo a dar una solución.

4. Calificación orientación técnica recibida por Oferta Institucional - Caracterizaciones



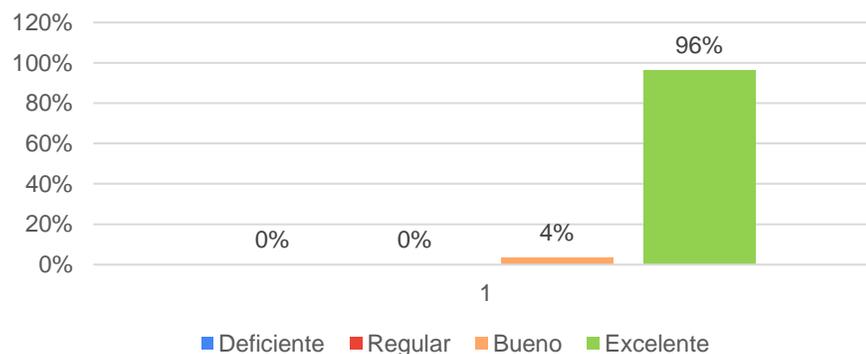
OPERATIVIDAD

4. Calificación orientación técnica recibida por Oferta Institucional - SITUR

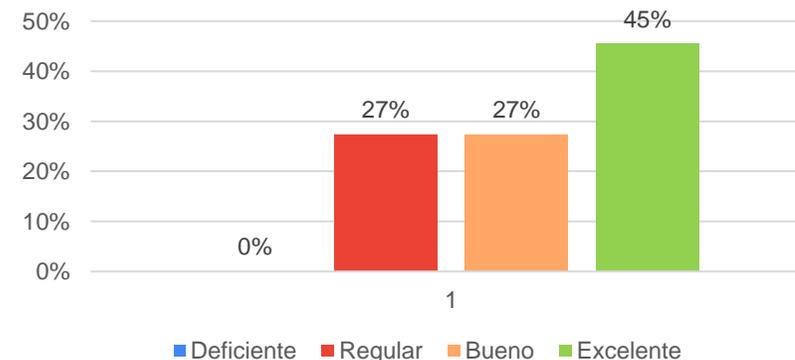


En promedio el **66.3%** de la población calificó excelente la orientación recibida el **24.3%** valoró como buena y el restante **9.4%** regular para las estrategias **SITUR, Asistencia Técnica y RNT**

4. Calificación orientación técnica recibida por Oferta Institucional - RNT



4. Calificación orientación técnica recibida por Oferta Institucional - Asistencia Técnica



De acuerdo con el resultado; se evidencia que la calificación de los clientes es favorable, pues la orientación técnica recibida durante la Oferta Institucional logró encaminarlo y dar una solución. Sin embargo es importante fortalecer Asistencia Técnica en Rutas.

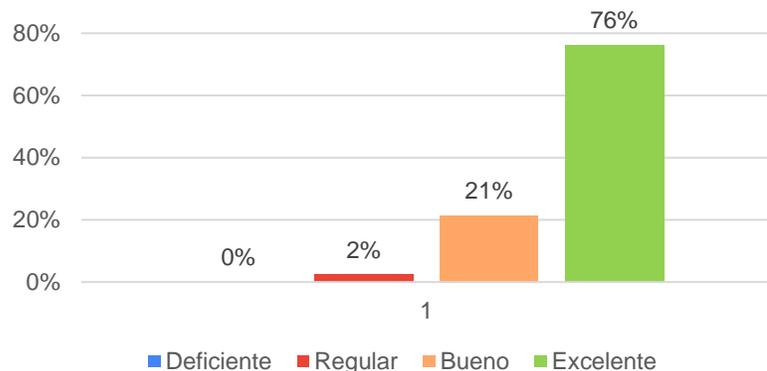


SC-2000717



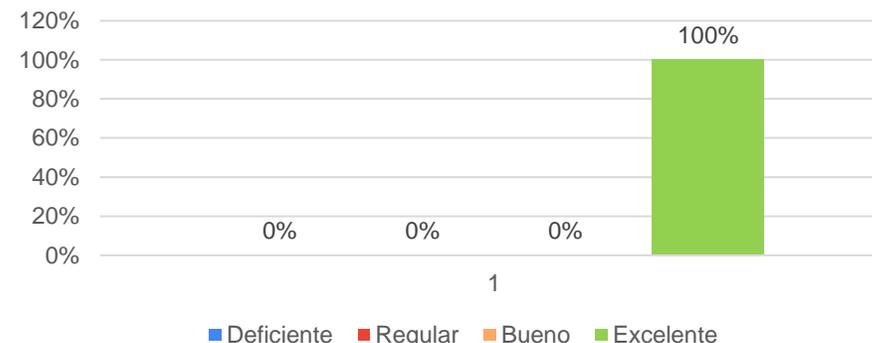
OPERATIVIDAD

4. Calificación orientación tecnica recibida por Oferta Institucional - Capacitación y Formación

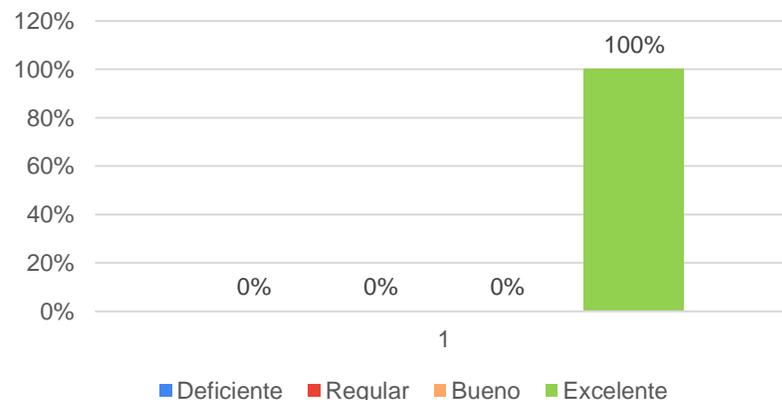


En promedio el **92%** de la población calificó excelente la orientación recibida el **7%** valoró como buena y el restante **1%** regular para las estrategias **Capacitación, NTS y Promoción.**

4. Calificación orientación tecnica recibida por Oferta Institucional - Promoción



4. Calificación orientación tecnica recibida por Oferta Institucional - NTS



De acuerdo con el resultado; se evidencia que la calificación de los clientes es favorable, pues la orientación técnica recibida durante la Oferta Institucional logró encaminarlo a dar una solución.



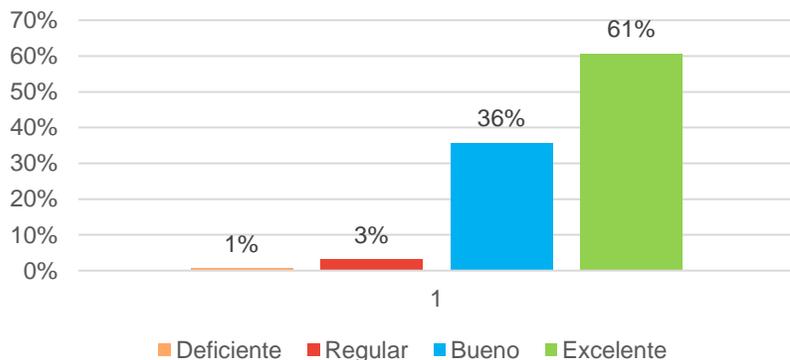
SC-2000717

5. INFRAESTRUCTURA

ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

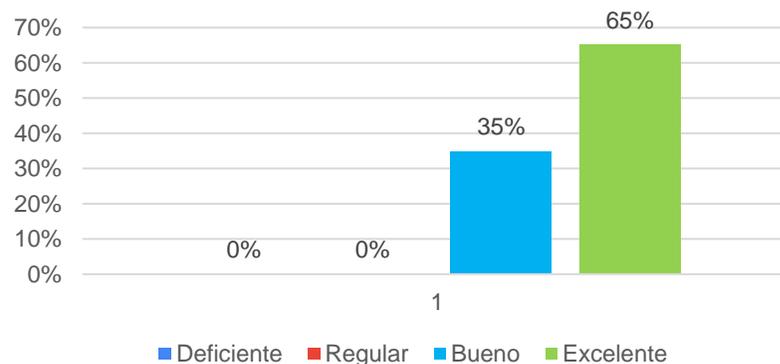
INFRAESTRUCTURA

5. Satisfacción con las condiciones físicas del espacio donde se desarrollo la Oferta institucional - ESCNNA

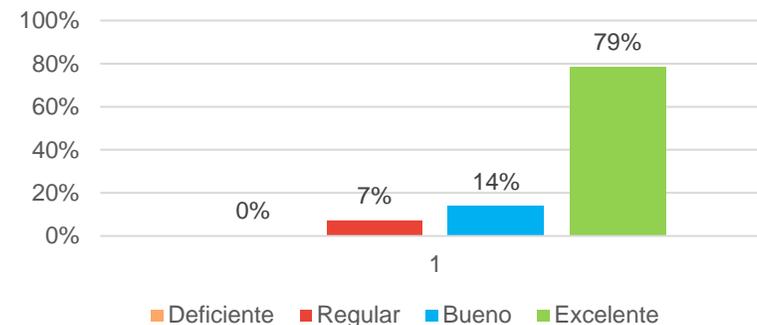


En promedio el **68.4%** de la población calificó excelente las condiciones físicas donde recibió la oferta institucional, el **28.3%** valoró como bueno y el restante **3.3%** regular para las estrategias **ESCNNA, CAT y Caracterizaciones**.

5. Satisfacción con las condiciones físicas del espacio donde se desarrollo la Oferta institucional - Caracterizaciones



5. Satisfacción con las condiciones físicas del espacio donde se desarrollo la Oferta institucional - CAT



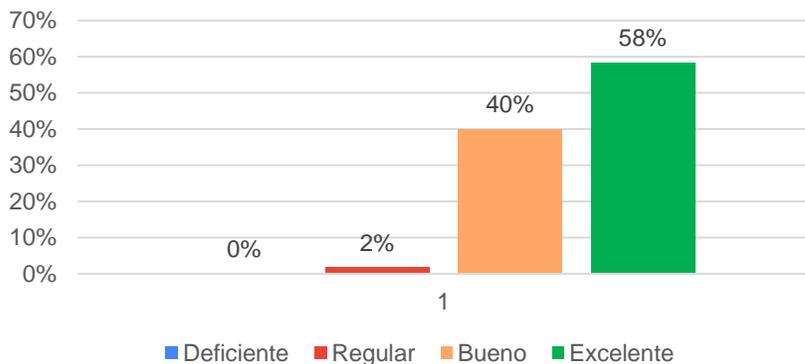
De acuerdo con el resultado; se evidencia que la calificación de los clientes es favorable, pues el espacio brindado para desarrollar la Oferta Institucional reúne las condiciones físicas mínimas necesarias.



SC-2000717

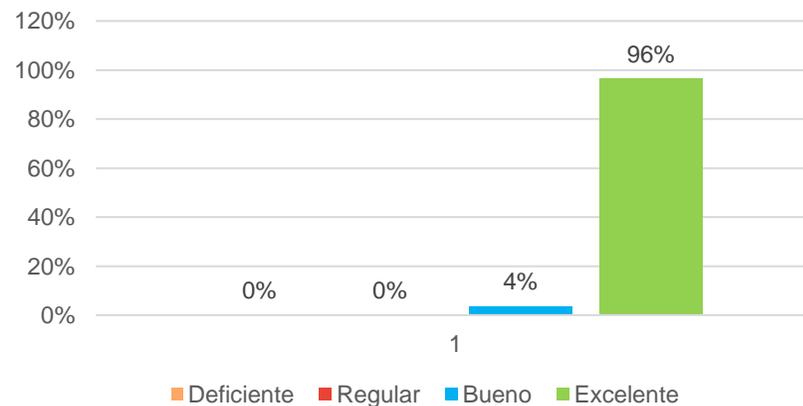
INFRAESTRUCTURA

5. Satisfacción con las condiciones físicas del espacio donde se desarrollo la Oferta institucional - SITUR

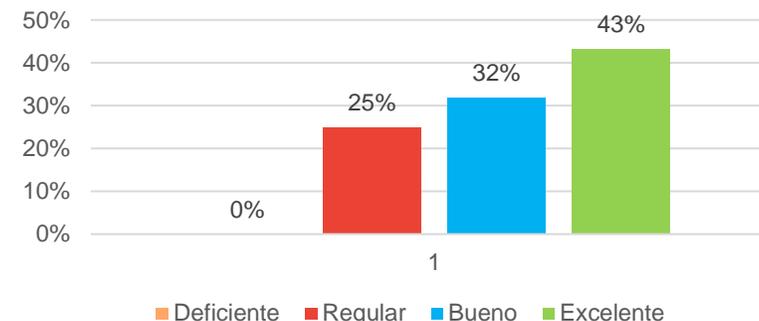


En promedio el **65.6%** de la población calificó excelente las condiciones físicas donde recibió la oferta institucional, el **25.3%** valoró como bueno y el restante **9.1%** regular para las estrategias **SITUR, Asistencia Técnica y RNT**

5. Satisfacción con las condiciones físicas del espacio donde se desarrollo la Oferta institucional - RNT



5. Satisfacción con las condiciones físicas del espacio donde se desarrollo la Oferta institucional - Asistencia Técnica



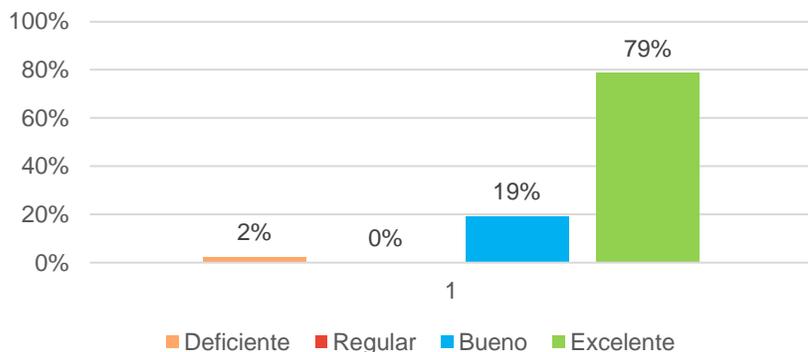
De acuerdo con el resultado; se evidencia que la calificación de los clientes es favorable, pues el espacio brindado para desarrollar la Oferta Institucional reúne las condiciones físicas mínimas necesarias. Sin embargo es importante fortalecer Asistencia Técnica en Rutas.



SC-2000717

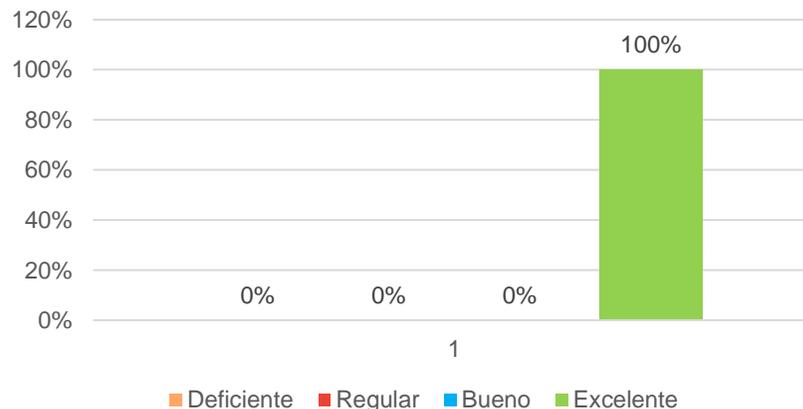
INFRAESTRUCTURA

5. Satisfacción con las condiciones físicas del espacio donde se desarrollo la Oferta institucional - Capacitación y Formación

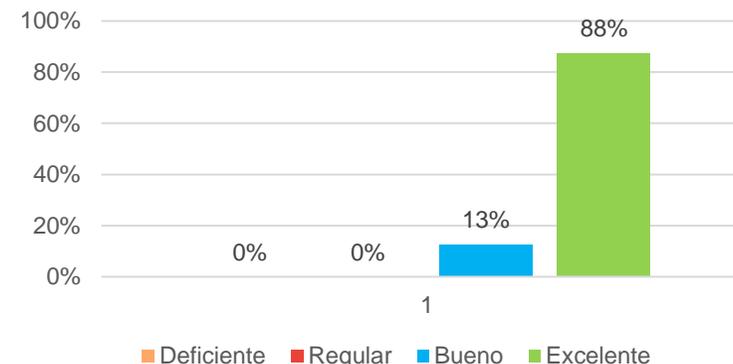


En promedio el **89%** de la población calificó excelente las condiciones físicas donde recibió la oferta institucional , el **10.4%** valoró como bueno y el restante **0.6%** consideró deficiente para las estrategias **Capacitación, NTS y Promoción.**

5. Satisfacción con las condiciones físicas del espacio donde se desarrollo la Oferta institucional - NTS



5. Satisfacción con las condiciones físicas del espacio donde se desarrollo la Oferta institucional - Promoción



De acuerdo con el resultado; se evidencia que la calificación de los clientes es favorable, pues el espacio brindado para desarrollar la Oferta Institucional reúne las condiciones físicas mínimas necesarias.

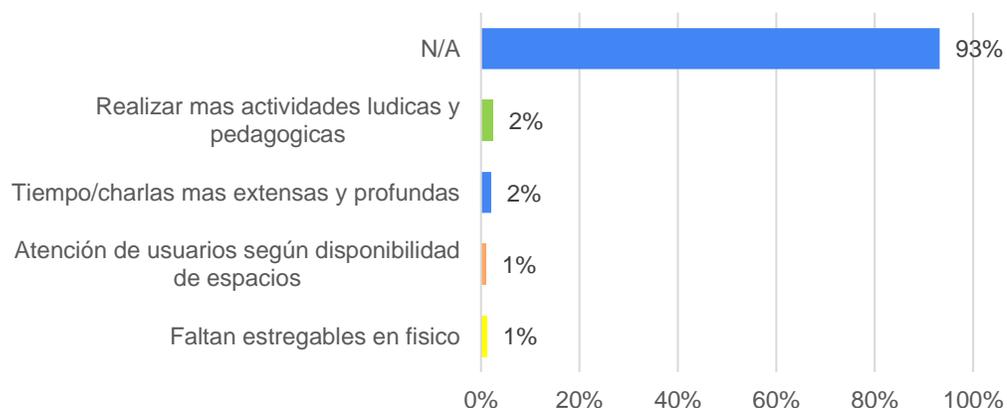


SC-2000717

6. ASPECTOS A FORTALECER

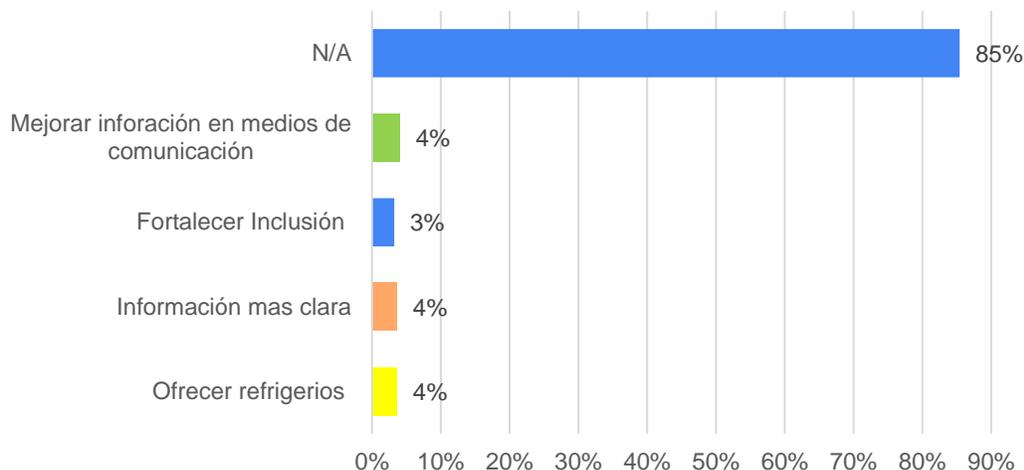
ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

6. Aspecto a fortalecer por parte de la Oferta Institucional - ESCNNA



Para la estrategia **ESCNNA**, el **2%** de nuestros clientes recomiendan realizar más actividades lúdicas y pedagógicas, así mismo otro **2%** aumentar el tiempo para las charlas y profundidad del tema y un restante **2%** realizar atención de acuerdo con los espacios disponibles y entregar información en físico.

6. Aspecto a fortalecer por parte de la Oferta Institucional - CAT

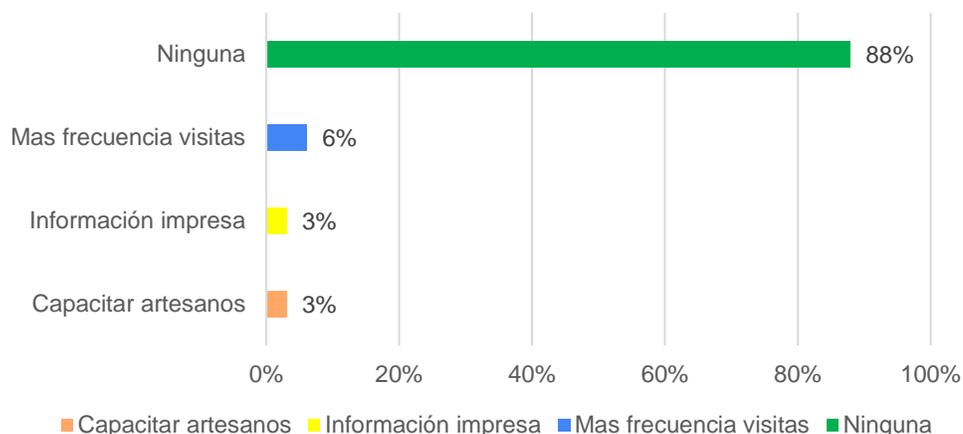


Para la estrategia **CAT**, el **4%** de nuestros clientes recomiendan fortalecer la información en medios de comunicación, **4%** ser mas claros con la información, otro **4%** Ofrecer refrigerios y mas salidas y un restante **3%** tener en cuenta el tema de inclusión



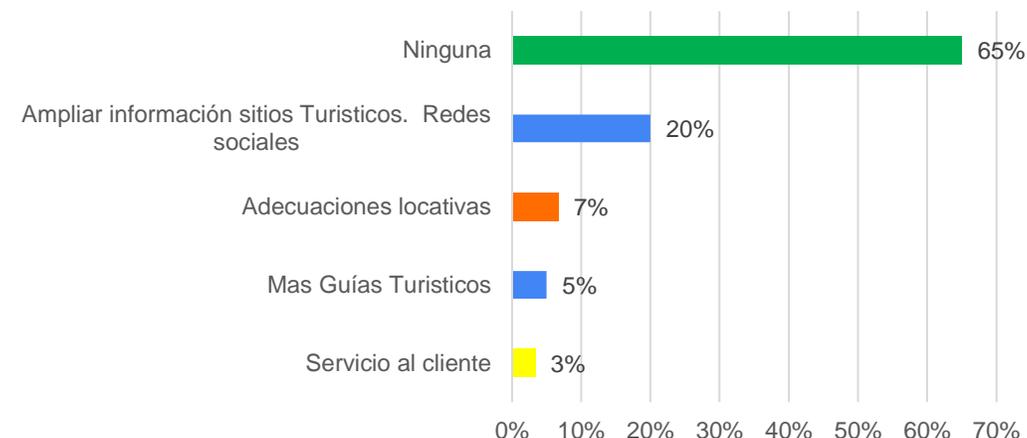
SC-2000717

6. Aspecto a fortalecer por parte de la Oferta Institucional - Caracterizaciones



Para la estrategia **CHARACTERIZACIÓN**, el **6%** de nuestros clientes recomiendan realizar visitas con mas frecuencia, un **3%** suministrar información impresa y un restante **3%** realizar capacitaciones a los artesanos.

6. Aspecto a fortalecer por parte de la Oferta Institucional - SITUR

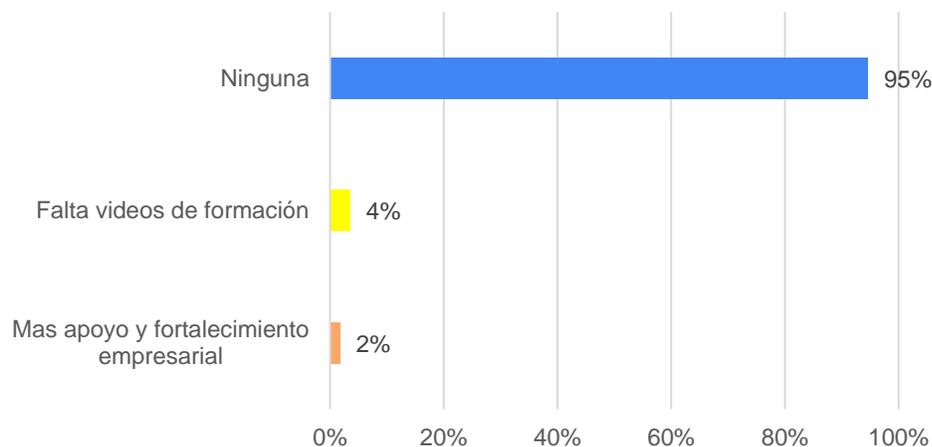


Para la estrategia **SITUR**, el **20%** de nuestros clientes recomiendan ampliar la información de sitios turísticos en redes sociales, un **7%** adecuar las locaciones de sitios turísticos, **5%** contar con más guías turísticas y un restante **3%** mejorar el servicio al cliente.



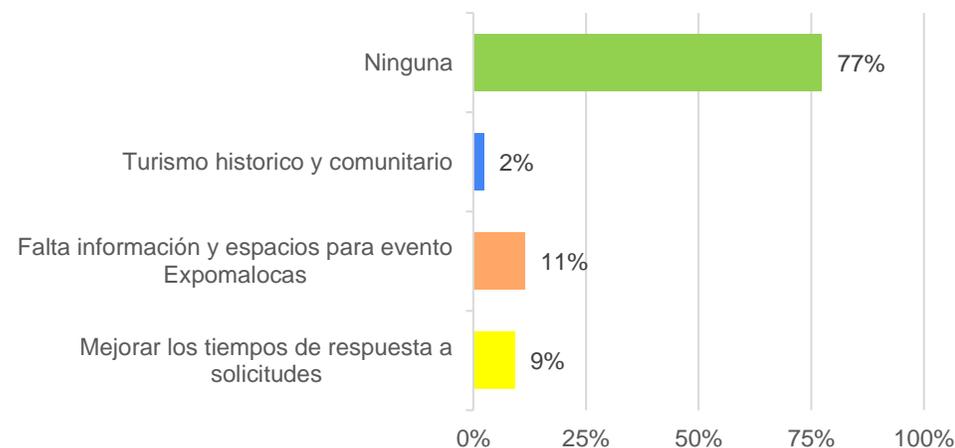
SC-2000717

6. Aspecto a fortalecer por parte de la Oferta Institucional - RNT



Para la estrategia **RNT**, el **4%** de nuestros clientes recomiendan realizar videos de formación y un **2%** prestar mas apoyo y fortalecimiento al sector de empresarial (mejorar conectividad).

6. Aspecto a fortalecer por parte de la Oferta Institucional - Asistencia Técnica

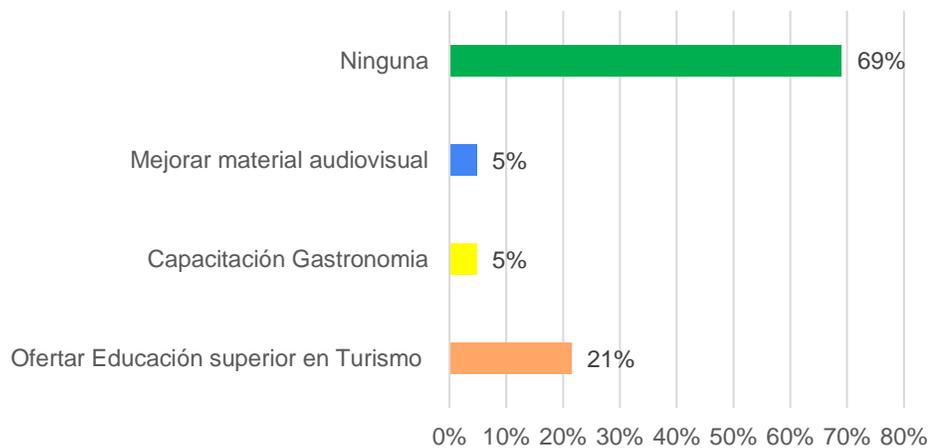


Para la estrategia **ASISTENCIA TECNICA**, el **11%** de nuestros clientes recomiendan suministrar mayor información y mejorar organización de espacios en eventos como Expomalocas, un **9%** mejorar los tiempos de respuesta en solicitudes y un **2%** mas apoyo a turismo histórico y comunitario.



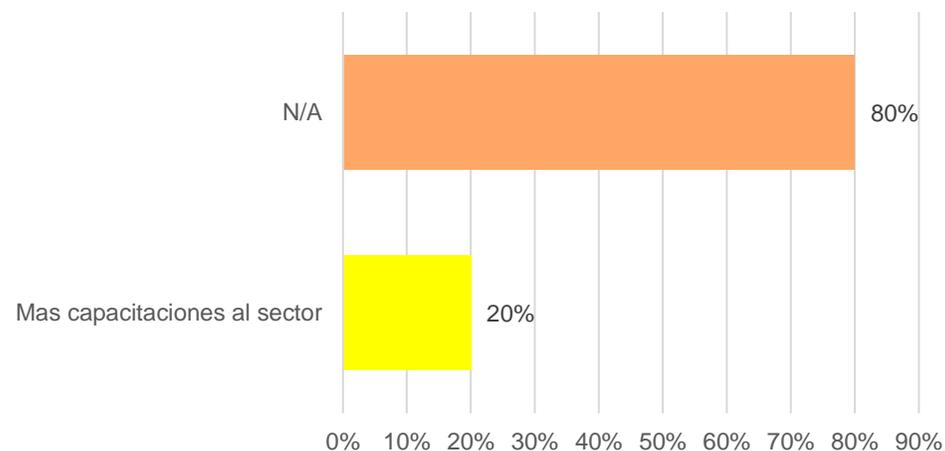
SC-2000717

6. Aspecto a fortalecer por parte de la Oferta Institucional - Capacitación y Formación



Para la estrategia **CAPACITACION Y FORMACIÓN**, el **21%** de nuestros clientes recomiendan ofertar educación superior en Turismo, un **5%** ofrecer capacitación en el área de gastronomía y un **5%** mejorar el material audiovisual utilizado.

6. Aspecto a fortalecer por parte de la Oferta Institucional - NTS

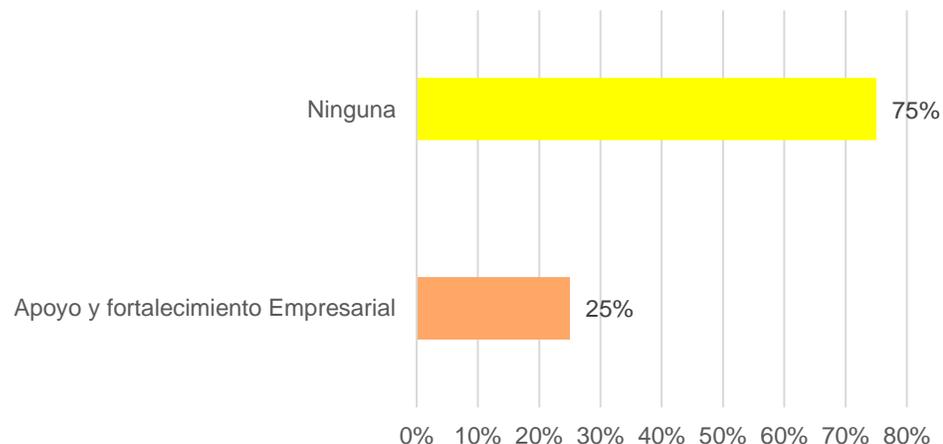


Para la estrategia **NTS**, el **80%** de nuestros clientes no realizaron recomendaciones de aspectos por mejorar. Solo un **20%** recomiendan realizar más capacitaciones sobre Normas Técnicas Sectoriales.



SC-2000717

6. Aspecto a fortalecer por parte de la Oferta Institucional - Promoción

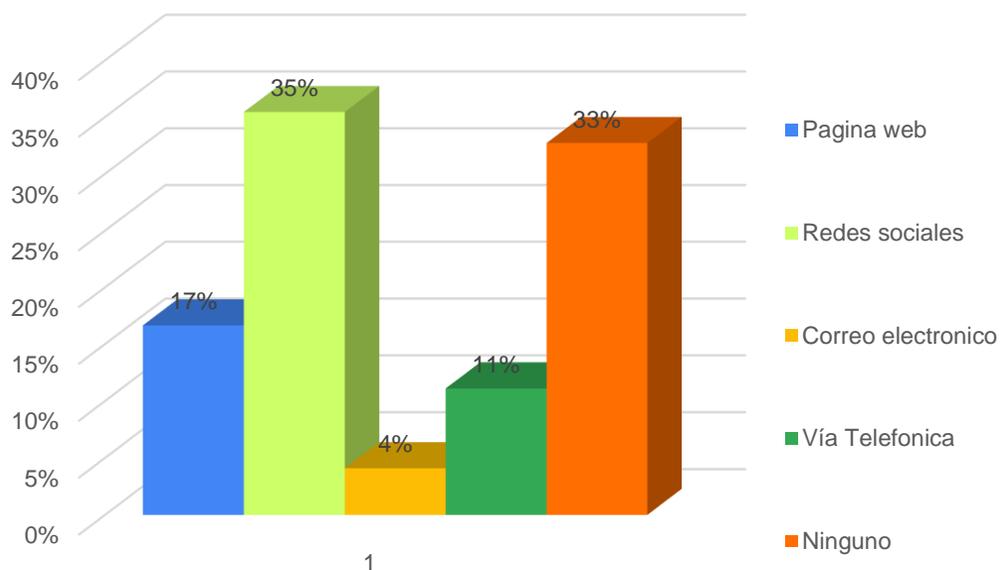


Para la estrategia **PROMOCIÓN**, el **75%** de nuestros clientes no realizaron recomendaciones de aspectos por mejorar. Solo un **25%** recomiendan mas apoyo para fortalecer el sector empresarial con la promoción de los sitios turísticos y establecimientos de la cadena de valor.

7. CANALES DE COMUNICACIÓN MAS UTILIZADOS

ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

Canales de comunicación más utilizados por clientes para recibir información del ITM



La población encuestada nos menciona que los canales de comunicación más utilizados para recibir información sobre el Instituto de Turismo del Meta son las **Redes sociales con el 35%**, **Ninguno 33%**, **página web 17%**, vía telefónica 11% y correo electrónico 4%. Por tanto se recomienda fortalecer aquellos canales comunicativos que son de gran impacto y permiten dar cobertura a más población.

CONCLUSIÓN

ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

A partir del análisis de los resultados de satisfacción se puede evidenciar las debilidades y las buenas prácticas implementadas por las diferentes estrategias y programas Misionales; por tanto es importante generar acciones que logren mejorar el servicio ofrecido desde la Oferta Institucional, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- Fortalecer la Asistencia Técnica en las diferentes rutas.
- Mejorar el servicio al cliente en todos los programas.
- Mayor claridad e información general brindada a las partes interesadas sobre cada estrategia y/o programa; así como de los eventos programados por la entidad.
- Cumplimiento en la programación de actividades establecida.
- Desarrollar mas actividades lúdicas dentro de la estrategia ESCNNA
- Programa CAT fortalecer la información en medios de comunicación.
- La actividad de Caracterizaciones realizar visitas con mas frecuencia.
- En SITUR se recomienda ampliar la información de sitios turísticos en redes sociales.
- Realizar videos formativos o de capacitación desde las estrategias NTS y de formalización RNT
- Para el Programa de Capacitación y Formación: es importante gestionar y ofertar programas de nivel superior en Turismo
- Ampliar y mejorar la promoción de sitios turísticos y establecimientos de la cadena de valor en los diferentes canales de comunicación

Elaborado por:

Gloria Esperanza Silva

CPS Sistemas Integrados de Gestión

María Fernanda Castillo

CPS Profesional



Meta

Somos la ruta natural



Km 7 Vía Camino Ganadero, Parque Las Malocas



(57) (8) 683 08 48 Soporte Estampilla 322 898 96



55
www.turismometa.gov.co



admin@turismometa.gov.co