



Instituto para la Investigación y la Preservación
del Patrimonio Cultural y Natural del Valle del Cauca
INCIVA



INFORME DE ENCUESTA DE SATISFACCION AL CLIENTE

PRIMER SEMESTRE

2019

**SUBDIRECCIÓN DE MERCADEO Y
DIVULGACIÓN**

CALI 2019



**Instituto para la Investigación y la Preservación
del Patrimonio Cultural y Natural del Valle del Cauca
INCIVA**



INTRODUCCION

Para la implementación de un sistema de gestión de calidad eficiente que conduzca al mejoramiento de los procesos y procedimientos enmarcados bajo la norma NTCGP 1000:2009, el Instituto para la Investigación y la Preservación del Patrimonio Cultural y Natural del Valle del Cauca – **INCIVA**, aplica la encuesta de satisfacción al cliente, con el fin de determinar la percepción que estos tienen sobre la calidad del servicio prestado en los centros operativos, así como sus observaciones, comentarios o sugerencias.

La encuesta es aplicada físicamente de manera presencial y en tiempo real a los visitantes que llegan a los centros operativos.

La encuesta consta de seis (6) preguntas: La 1ra., está enfocada medir si el Motivo de la visita: conocer, actividad académica, turismo o placer y otro. La 2da., como califica su experiencia en el centro operativo; califica en términos de porcentaje el grado de satisfacción que el usuario o visitante tiene de los centros operativos. La 3ra., como califica el servicio prestado por el personal de la institución, y la 4ta., de acuerdo a su visita como califica el centro, son preguntas que contiene las variables medibles que complementan la pregunta 2da., que califican la satisfacción general del servicio prestado en los centros, la 5ta., estaría usted motivado a volver a visitar el centro operativo, “**Si**”, “**No**”, y la 6ta., si tiene alguna observación o comentario le agradeceríamos manifestarlo, perfeccionan la encuesta.

OBJETIVO:

Calificar en términos de porcentaje la satisfacción del cliente externo en relación al servicio ofrecido en los centros operativos del **INCIVA**.

OBJETIVO ESPECÍFICO:

Identificar la eficiencia, eficacia y calidad del servicio que se presta en los centros operativos del **INCIVA**.

ALCANCE:

Recolectar la información de las encuestas con el fin de identificar el porcentaje de calificación de la satisfacción del cliente y la implementación de los correctivos necesarios.

METODOLOGÍA:

Se utilizó la técnica de encuesta escrita, la muestra se determinó de acuerdo a los datos establecidos en los indicadores de gestión del proceso “Medición de la satisfacción del cliente”, número de encuestas realizadas. Se aplicó un formato de encuesta cualitativa y cuantitativa que permite calificar el grado de satisfacción del cliente y la calidad del servicio prestado en los centros operativos.

La tabulación, consolidación y análisis se realizó en la oficina de la Subdirección de Mercadeo y Divulgación, usando una hoja de Excel que nos permitió obtener resultados en términos de porcentaje, según la siguiente escala valorativa usada para las preguntas 2da, 3era, y 4ta, las cuales arrojan los porcentajes que califican la satisfacción del cliente en su visita al centro operativo.

Marca con una X	Escala Valorativa				
	Excelente	Buena	Regular	Mala	N/S

CARACTERISTICAS Y FUENTES

- **Universo:** Se determinaron las encuestas practicadas a los usuarios o visitantes a los centros operativos por parte del personal del centro durante el primer semestre de 2019.
- **Muestra:** Los coordinadores de los centros reportaron un total de trescientas treinta y nueve (339) encuestas aplicadas para ser tabuladas.
- **Contenido:** La encuesta consta de seis (6) preguntas cerradas y de selección múltiple con única respuesta.
- **Fundamento:** Estas encuestas tienen origen en los resultados arrojados en las encuestas aplicadas en el periodo 01 de enero a 30 de junio de 2019.

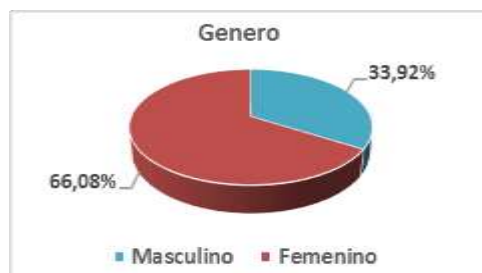
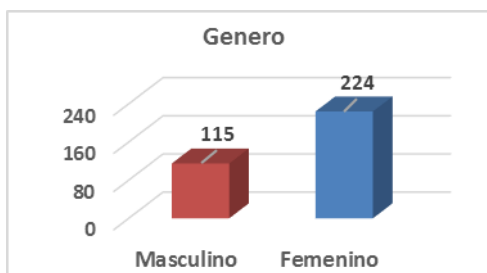
INFORMACIÓN RELEVANTE DE LA ENCUESTA:

DETERMINACION DEL GÉNERO

Para una caracterización del cliente visitante de los centros operativos de **INCIVA**, las trescientas treinta y nueve (339) encuestas aplicadas durante el primer semestre de 2019 se les determinó el género a los encuestados. Ver tabla Nro. 1 (**Determinación del Género**).

CENTRO	GENERO	
	Masculino	Femenino
Museo de Ciencias Naturales	26	55
Jardin Botanico JMC	10	31
Museo Arqueologico Calima D.	36	41
Hacienda el Paraiso	34	72
Parque Natural R. el Vinculo	9	25
TOTALES	115	224
PORCENTAJE	33,92%	66,08%
	TOTAL ENC.	339

Tabla Nro.1 (Genero de los encuestados).



Gráfica Nro. 1 (Genero encuestados).

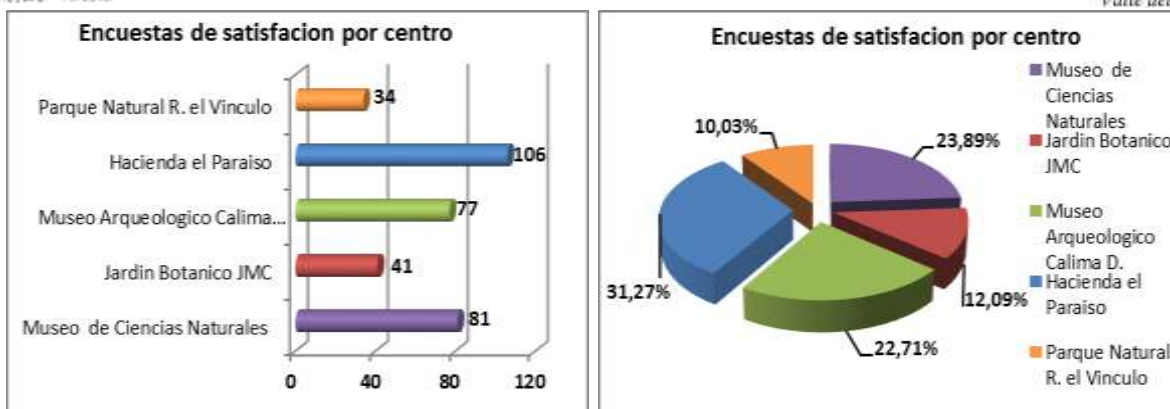
Del total de encuestas aplicadas trescientas treinta y nueve (339), el 66,08%, (224) son de género **femenino** y el 33,92%, (115) son de género **masculino**.

ENCUESTAS POR CENTRO OPERATIVO

Las trescientas treinta y nueve (339) encuestas aplicadas en los centros operativos en el primer semestre de 2019, se aplicaron así: Museo de Ciencias Naturales (81), Jardín Botánico JMC (41), Museo arqueológico Calima (77), Hacienda el Paraíso (106), Parque Natural Regional el Vínculo (34). Ver tabla Nro.2 (**Encuestas de satisfacción por centro operativo**).

CENTRO	# Encuestas	Porcentaje
Museo de Ciencias Naturales	81	23,89%
Jardin Botanico JMC	41	12,09%
Museo Arqueologico Calima D.	77	22,71%
Hacienda el Paraiso	106	31,27%
Parque Natural R. el Vinculo	34	10,03%
TOTALES	339	100,00%

Tabla Nro.2 (Encuestas de satisfacción por centro operativo).



Gráfica Nro. 2 (Encuestas de satisfacción por centro).

Del total de encuestas (339), el 31,27%, (106) se aplicaron en la Hacienda el Paraíso, el 23,89%, (81), en el Museo de Ciencias Naturales, el 22,71%, (77), Museo Arqueológico Calima, el 12,09%, (41), Jardín Botánico, el 10,03%, (34), Parque Natural Regional el vínculo.

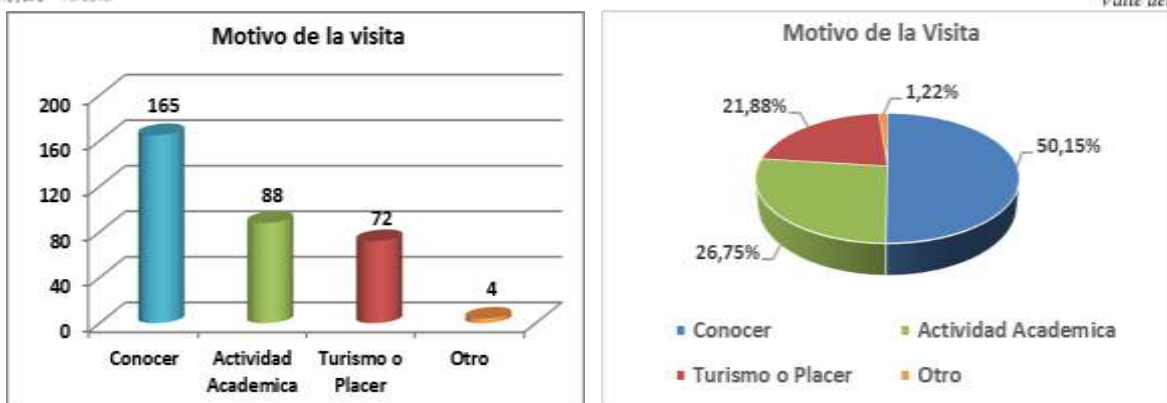
ANALISIS ENCUESTA DE SATISFACION PRIMER SEMESTRE DE 2019.

PREGUNTA Nro. 1: MOTIVO DE LA VISITA

Pregunta tipo opción múltiple con múltiple respuestas posibles, esta pregunta permite medir cuál es el motivo para visitar los centros operativos. Ver tabla Nro. 3 (Pregunta Nro.1 Motivo de la visita).

PREGUNTA 1				
MOTIVO DE LA VISITA				
CENTROS	Conocer	Actividad Académica	Turismo o Placer	Otro
Museo Ciencias Naturales FCL	38	23	16	1
Jardin Botánico JMC	18	17	5	0
Museo Arqueológico Calima D.	37	14	21	2
Hacienda el Paraíso	56	16	30	1
Parque Natural R. el Vínculo	16	18	0	0
TOTALES	165	88	72	4
PORCENTAJE	50,15%	26,75%	21,88%	1,22%
		TOTAL ENCUESTAS		329

Tabla Nro. 3 (Pregunta Nro.1. ¿Motivo de la visita?).



Grafica Nro. 3 (Pregunta Nro.1. Motivo de la visita).

De las (339) encuestas aplicadas, la opción que más respondieron fue **“conocer”**, (165), equivalente al 50,15%, **“Actividad académica”**, (88), equivalente al 26,75%, **“Turismo o Placer”**, (72), equivalente al 21,88%, **“otro”**, (4), equivalente al 1,22%.

PREGUNTA Nro. 2 COMO CALIFICA SU EXPERIENCIA EN EL CENTRO OPERATIVO

Pregunta opción múltiple con única respuesta posible, esta pregunta es determinante porque califica en términos de porcentaje la satisfacción de los visitantes a los centro operativos, obteniendo parámetros de comparación de la calidad eficiencia y eficacia del servicio, satisfaciendo las expectativas de los clientes. Ver tabla Nro. 4 (**Pregunta Nro.2 ¿Cómo califica su experiencia en el centro operativo?**)

PREGUNTA 2					
COMO CALIFICA SU EXPERIENCIA EN EL CENTRO OPERATIVO					
CENTROS	Excelente	Buena	Regular	Mala	N/S
Museo Ciencias Naturales	46	32	1	0	0
Jardin Botanico JMC	37	3	0	0	0
Museo Arqueologico Calima	67	8	0	0	0
Hacienda el Paraiso	87	16	2	0	0
Parque Natural R. el Vinculo	8	25	1	0	0
TOTALES	245	84	4	0	0
PORCENTAJES	73,57%	25,23%	1,20%	0,00%	0,00%
TOTAL ENCUESTAS					333

Tabla Nro. 4 (Pregunta Nro.2 ¿Cómo califica su experiencia en el centro operativo?).

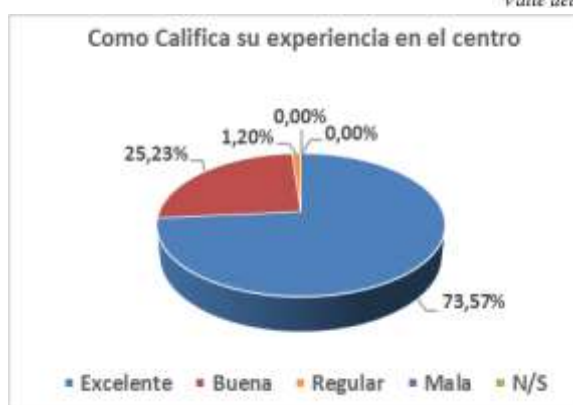
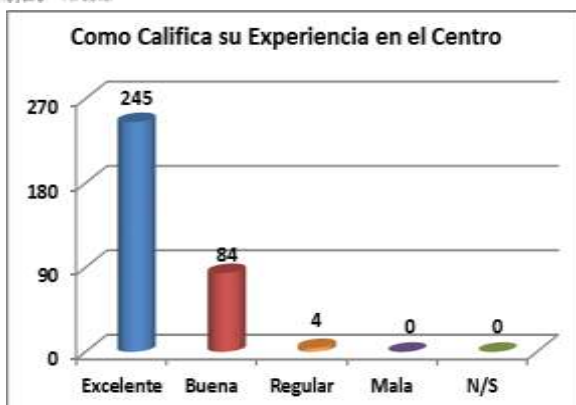


Grafico Nro. 4 (Pregunta Nro. 2 ¿Cómo califica su experiencia en el centro operativo?).

De las (339) encuestas aplicadas, (245) respondieron: “**Excelente**”, equivalente al 73,57%, (84) “**Buena**”, equivalente al 25,23%, (4) “**Regular**”, equivalente al 1,20%.

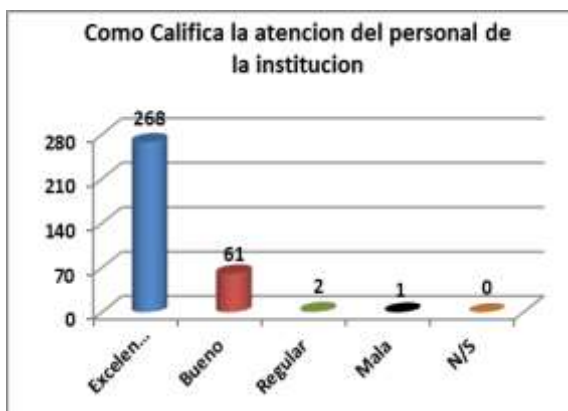
Si sumamos los porcentajes de las respuestas “**Excelente**” y “**Buena**” obtenemos un **98,08%**, que corresponde a la calificación general que los usuarios y visitantes dan a su experiencia en el centro operativo, en relación a la calidad del servicio.

PREGUNTA Nro. 3 COMO CALIFICA LA ATENCION DEL PERSONAL DE LA INSTITUCION

Esta pregunta comprende temas como: La atención del personal de la institución, Claridad de información emitida por los guías, Presentación personal de los guías, Amabilidad de los guías. Ver Tabla Nro. 5 (**Pregunta Nro. 3 calificaciones de personal de la institución**).

PREGUNTA 3							
COMO CALIFICA LA ATENCION DEL PERSONAL DE LA INSTITUCION							
CENTROS	Museo Ciencias Naturales FCL	Jardin Botanico JMC	Museo Arqueologico Calima D.	Hacienda el Paraiso	Parque Natural R. el Vinculo	Calificacion General	Porcentaje
Excelente	53	36	68	92	19	268	80,72%
Buena	25	6	6	10	14	61	18,37%
Regular	0	0	0	1	1	2	0,60%
Mala	0	0	0	1	0	1	0,30%
N/S	0	0	0	0	0	0	0,00%
TOTALES	78	42	74	104	34	332	100,00%

Tabla Nro. 5 (Pregunta Nro.3. ¿Cómo califica la atención del personal de la institución?)



Grafica Nro. 5 (Pregunta Nro.3 ¿Cómo califica la atención del personal de la institución?).

De las (339) encuestas aplicadas, (268), respondieron “**Excelente**”, equivalente al 80,72%, (61) “**Buena**”, equivalente al 18,37%, (2) “**Regular**”, equivalente al 0,60%, (1), “**Mala**” equivalente al 0,30%.

PREGUNTA Nro. 4 DE ACUERDO A SU VISITA COMO CALIFICA EL CENTRO

Esta pregunta comprende temas como: El aseo y el orden durante el recorrido, La señalética, El aseo de los baños, La facilidad para llegar al centro operativo, Estado general de las instalaciones. Ver tabla Nro. 6 (**Pregunta Nro.4 ¿De acuerdo a su visita cómo califica el centro operativo?**).

PREGUNTA 4							
DE ACUERDO A SU VISITA COMO CALIFICA EL CENTRO							
CENTROS	Museo Ciencias Naturales FCL	Jardin Botanico JMC	Museo Arqueologico Calima D.	Hacienda el Paraiso	Parque Natural R. el Vinculo	Calificacion General	Porcentaje
Excelente	44	17	68	85	1	215	65,35%
Bueno	26	21	5	15	20	87	26,44%
Regular	6	1	1	2	10	20	6,08%
Mala	0	1	0	0	3	4	1,22%
N/S	0	0	1	2	0	3	0,91%
TOTALES	76	40	75	104	34	329	100,00%

Tabla Nro.6 ((Pregunta Nro.4 ¿De acuerdo a su visita cómo califica el centro operativo?).



Grafica Nro. 6 (Pregunta Nro.4 ¿De acuerdo a su visita cómo califica el centro operativo?).

De las (339) encuestas aplicadas, (215), respondieron “**Excelente**”, equivalente al 65,35%, (87) respondieron “**Buena**”, equivalente al 26,44%, (20) “**Regular**”, equivalente al 6,08%, (4) “**Mala**”, equivalente al 1,22% y (3) “**N/S**”, equivalente al 0,91%.

PREGUNTA Nro. 5 ESTARIA USTED INTERESADO EN VOLVER A VISITAR EL CENTRO

Esta pregunta es de gran importancia porque tambien nos permite medir el interes y las expectativas que los visitantes tienen de los centros operativos del **INCIVA**. Ver tabla Nro 7. (**Pregunta Nro. 5 ¿Estaría Ud interesado en volver a visitar el centro?**).

PREGUNTA Nro.5		
ESTARIA UD. INTERESADO EN VOLVER A VISITAR		
CENTROS	SI	NO
Museo Ciencias Naturales FCL	77	0
Jardin Botanico JMC	39	0
Museo Arqueologico Calima D.	73	1
Hacienda el Paraiso	99	5
Parque Natural R. el Vinculo	0	0
	TOTALES	288
	PORCENTAJE	97,96%
	T. RESPUESTAS	294

Tabla Nro. 7 (Pregunta Nro.5 ¿Estaría Ud. Interesado en volver a visitar el centro operativo?).



Grafica Nro.7 Estaría Ud. Interesado en volver a visitar el centro

De las (339) encuestas aplicadas (288) respondieron que “**SI**” les interesa volver a visitar el centro, equivalente al 97,96%, y (6) que “**NO**”, equivalente al 2,04%.

Este gran porcentaje (**97,96%**), confirma la gran calificación obtenida en la pregunta Nro.2 , catalogando el buen servicio en los centros y satisfaciendo las necesidades y expectativas de los usuarios y visitantes.

PREGUNTA Nro. 6 SI TIENE ALGUNA OBSERVACION O COMENTARIO ADICIONAL LE AGRADECEMOS MANIFESTARLO EN ESTE ESPACIO

A las trescientas treinta y nueve (339) encuestas aplicadas se hicieron las siguientes observaciones o comentarios en los centros operativos.

MUSEO DE CIENCIAS NATURALES F.C.L.

- MEJORAR EL ESPACIO MARINO, FALTA INFORMACION SOBRE PECES.
- COLOCAR PAPEL HIGIENICO EN LOS BAÑOS Y JABON ANTIBACTERIAL.
- MUY INTERESANTE QUE HAYA MAS EXHIBICIONES PARA MOSTRAR.
- EL AIRE ACONDICIONADO ES DEFICIENTE, MALO, EN EL SEGUNDO PISO SE FILTRAN OLORES A QUIMICOS.
- FALTA MAS ILUMINACION, POCA VISIBILIDAD PARA LEER.
- NUMERAR LAS ROCAS PARA PODER SABER LA ESPECIFICACION DE CADA UNA
- MODERNIZAR EL MUSEO.
- MUCHO DESPERDICIO DE AGUA EN LOS BAÑOS, FALTA DE MANTENIMIENTO.
- FALTAN MAS FOLLETOS DIDACTICOS PARA LAS TAREAS.

JARDIN BOTANICO J.M.C.

- FACILIDAD DE ADQUIRIR ALIMENTOS O BEBIDAS DENTRO DEL CENTRO OPERATIVO

- IMPORTANTE REALIZAR ACTIVIDADES DIDACTICAS Y EDUCATIVAS PARA LOS NIÑOS.
- MEJORAR LA SEÑALIZACION EN LAS VIAS DE ACCESO AL LUGAR.
- ES UN ESPACIO AGRADABLE, DEBERIA CONTAR CON ESPACIOS HABILITADOS PARA ALOJAMIENTO.
- DAR REFRIGERIOS.
- NOS GUSTARIA ENCONTRAR VENTA DE AGUA, REFRESCOS Y MECATO.
- MANTENIMIENTO Y ASEO PERMANENTE AL SERVICIO DE LOS BAÑOS PUBLICOS.

MUSEO ARQUEOLOGICO CALIMA DARIEN

- TENER LA OPCION DE MANEJAR EL INGLES EN EL RECORRIDO DE LOS GUIONES ESCRITOS, FORTALECER MULTIMEDIA EN DISTINTOS IDIOMAS.
- MEJORAR LA ILUMINACION DEL MUSEO.
- TRATAR DE BUSCAR MAS INFORMACION DE NUESTRAS CULTURAS Y TENER MAS DIVERSIDAD DE CULTURAS.
- NO MENCIONAR PORQUE ES ORIGINAL LA NARIGUERA DE LA MUESTRA ORFEBRERIA PREHISPANICA
- TENER EN EXHIBICION MAS ARTICULOS.
- INCLUIR PELICULAS O VIDEOS DE FORMA INTERACTIVA.
- IMPLEMENTACION DE FOLLETOS INFORMATIVOS RESPALDANDO LAS OBRAS LOCALIZADAS EN EL MUSEO
- MEJORAR LA SEÑALIZACION EN EL MUNICIPIO PARA FACILITAR EL ACCESO AL LUGAR.
- HACER MAS DIVULGACION DEL MUSEO.

HACIENDA EL PARAISO

- DEBERIA HABER DISPONIBILIDAD DE TRANSPORTE PARA LOS TURISTAS, ES DIFICIL LA LLEGADA Y SALIDA.
- ARREGLAR POR FAVOR EL BALCON, ESTA CONDICIONES DE PELIGRO.
- MEJORAR EL SERVICIO Y LAS INSTALACIONES DE LOS BAÑOS, ESTAN MUY FEOS Y ANTIHIGIENICOS.
- TENER SERVICIO DE CAFETERIA.
- MEJORAR LA SEÑALIZACION QUE FACILITE NEL ACCESO AL SITIO.
- QUISIERA SABER COMO ERAN LOS BAÑOS DE LA EPOCA
- QUE HALLA MAS GUIAS Y PUEDEN HACER GRUPOS DE RECORRIDA MAS PEQUEÑOS PARA HACER MAS PRODUCTIVA LA VISITA.
- PERMITIR PREGUNTAS EN LA PRESENTACION
- SE NECESTAN GUIAS EN INGLES O CARTILLASEN INGLES
- QUE LAS PERSONAS QUE ATIENDEN ESTE HERMOSO E HISTORICO LUGAR VISTIERAN LOS ATUENDOS DE LA EPOCA

CUMPLIMIENTO LEY DE PROTECCION DE DATOS

Para el INCIVA es importante contar con su autorización para el cumplimiento de la ley de protección de datos. Ver tabla Nro. 8. **(Cumplimiento ley de protección de datos).**

CUMPLIMIENTO LEY DE PROTECCION DE DATOS		
CENTROS	SI	NO
Museo Ciencias Naturales FCL	3	0
Jardin Botanico JMC	15	1
Museo Arqueologico Calima D.	16	4
Hacienda el Paraiso	1	1
Parque Natural R. el Vinculo	0	0
	TOTALES	35
	PORCENTAJE	85,37%
	T. ENCUESTAS	41

Tabla Nro. 8. (Cumplimiento ley de protección de datos).

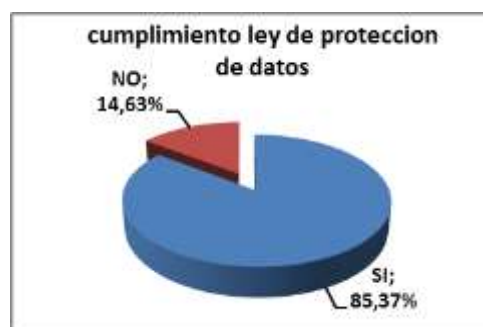
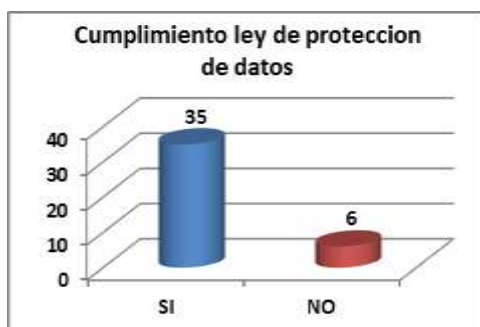


Tabla Nro. 8 (Cumplimiento ley de protección de datos)

De las (339) encuestas aplicadas, solo cuarenta y uno (41) respondieron la pregunta, de los cuales (35) dieron respondieron que “**SI**” autorizan para que el INCIVA, pueda usar, almacenar, recolectar sus datos para contactarlo nuevamente, ley de protección de datos personales, equivalente al 85,37%, y (6) respondieron “**NO**”, equivalente al 14,63%.



**Instituto para la Investigación y la Preservación
del Patrimonio Cultural y Natural del Valle del Cauca
INCIVA**



CONCLUSIONES

El Instituto para la Investigación y la Preservación del Patrimonio Cultural y Natural del Valle del Cauca **INCIVA**, dentro de los planes del proceso tiene establecido la aplicación de encuestas de satisfacción al cliente externo en los centros operativos con el fin de determinar la percepción que estos tienen sobre la calidad del servicio prestado, así como sus observaciones, comentarios o sugerencias.

De acuerdo a la consolidación y análisis de las encuestas aplicadas, los encuestados califican su experiencia en los centros, el servicio prestado por el personal de la institución y las instalaciones generales en el siguiente orden:

Pregunta Nro.2. calificación “**Excelente**” y “**Buena**”, suman el 98,08%.

Pregunta Nro.3. calificación “**Excelente**” y “**Buena**”, del 99,09%.

Pregunta Nro.4. calificación “**Excelente**” y “**Buena**”, del 91,79%.

Es decir que el servicio recibido cumple con los estándares de eficiencia, eficacia y calidad, adicionalmente en la pregunta Nro. 5. Los encuestados en un 97,96%, estarían interesados en volver a visitar los centros.

El nivel de participación en las observaciones o comentarios emitidos como respuestas a la pregunta Nro. 6. Corresponde a una calificación más baja con relación a las preguntas anteriores, según las observaciones y comentarios realizados por los encuestados en su mayoría hacen referencia a aspectos a mejorar en la prestación del servicio al cliente en los centros, relacionados con atención al cliente, promoción y divulgación de los centros, señalética para facilidad de acceso al lugar, servicios complementarios y mantenimiento y reparaciones de áreas locativas.

Aspectos importantes del servicio en los centros operativos que deben ser socializados en comités, para la toma de decisiones de acciones correctivas a futuro.



**Instituto para la Investigación y la Preservación
del Patrimonio Cultural y Natural del Valle del Cauca
INCIVA**



RECOMENDACIONES

- Fomentar el buen uso del formato y la aplicación de la encuesta, dándole a conocer a la comunidad que es un medio de comunicación efectivo con la Entidad para el mejoramiento en la calidad de los servicios.
- Fortalecer la socialización de los mecanismos que posee la Entidad para la atención y fortalecimiento de los resultados que arrojan las encuestas.
- Aunque los resultados de las Encuestas de satisfacción arrojan un nivel satisfactorio, se debe tomar acciones de mejora que permitan aumentar este nivel de satisfacción, haciendo énfasis en las variables que obtuvieron un porcentaje más alto en la calificación correspondiente a “Regular”.
- Realizar retroalimentación con los funcionarios de cada proceso y la dirección, las observaciones, recomendaciones y comentarios de los encuestados con la intención de fortalecer el compromiso de la competitividad y el mejoramiento continuo en la prestación de un servicio.
- Socializar en comité directivo, las observaciones y recomendaciones de la encuesta, para que se tomen las decisiones pertinentes al requerimiento de mejoras y brindar satisfacción a las expectativas de nuestros clientes.
- Medir la satisfacción del cliente de manera frecuente para efectuar análisis y tomar decisiones oportunas para el mejoramiento del servicio.



**Instituto para la Investigación y la Preservación
del Patrimonio Cultural y Natural del Valle del Cauca
INCIVA**

