



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



**INFORME DE ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN AL CLIENTE  
PRIMER SEMESTRE 2018**

**SUBDIRECCIÓN DE MERCADEO Y DIVULGACIÓN**

**Santiago de Cali, julio de 2018**



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



## **INTRODUCCION**

Como parte importante de 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**, desarrolla y 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 se aplica físicamente de manera presencial y en tiempo real a los visitantes que llegan a los centros y consta de seis (6) preguntas:

La primera está enfocada a medir el motivo de la visita, la segunda a calificar el grado de satisfacción del visitante, la tercera a calificar el servicio prestado por el personal de la institución, la cuarta a calificar el centro.

Adicionalmente se formulan preguntas que contienen variables medibles que califican la satisfacción general del servicio prestado en los centros y si volverían a visitarlo. Una última pregunta abierta por si hay observaciones adicionales perfecciona la encuesta.

### **OBJETIVO:**

Calificar en términos de porcentaje la satisfacción del cliente externo en relación con el 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 y analizar 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, aplicando la determinación de la muestra según lo establecido en los indicadores de gestión del proceso. Durante el primer semestre de 2018 se aplicó un formato de encuesta cualitativa y cuantitativa que permite calificar en términos de porcentaje la calidad del servicio prestado en los centros.

La tabulación y análisis se realizó en la sede central, Subdirección de Mercadeo y Divulgación, usando una hoja de Excel para determinar el porcentaje de resultados, según la siguiente escala valorativa, usada para la segunda, tercera y cuarta pregunta, que nos muestran en términos de porcentaje la satisfacción del cliente en su visita al centro.

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

## **CARACTERÍSTICAS Y FUENTES**

- **Universo:** Se determinó un número de encuestas para cada centro de acuerdo con el histórico de visitantes a cada lugar.
- **Muestra:** Los coordinadores de los centros reportaron un total de trescientos setenta y seis (376) 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 realizadas en el periodo 01 de enero a 30 de junio de 2018.

## **INFORMACIÓN RELEVANTE DE LA ENCUESTA:**

### **DETERMINACION DEL GÉNERO**

Las trescientos setenta y seis (376) encuestas aplicadas y reportadas por los centros operativos del **INCIVA**, entre el 01 de enero al 30 de junio de 2018, inicialmente se determinó el género de los encuestados. Ver tabla No. 1 (**Genero**).

**Tabla No.1 (Genero de los encuestados)**



**Gráfica No. 1 (Genero encuestados).**

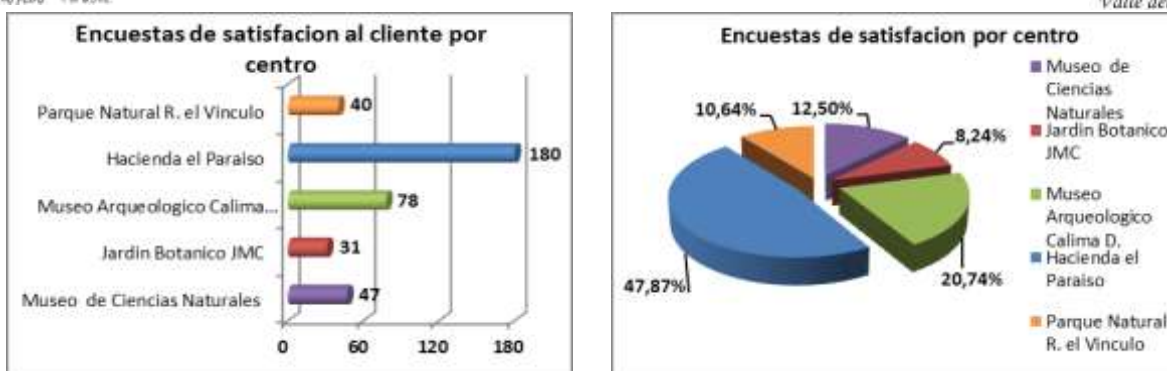
Del total de encuestas aplicadas trescientas setenta y seis (376), el 61,44%, (231) son diligenciadas por personas de género **femenino** y el 38,56%, (145) son de género **masculino**.

## **ENCUESTAS POR CENTRO OPERATIVO**

Las trescientas setenta y seis (376) encuestas aplicadas entre 01 de enero al 30 de junio de 2018, se aplicaron en los centros operativos en el siguiente orden: Museo de Ciencias Naturales (47), Jardín Botánico JMC (31), Museo arqueológico Calima Darién (78), Hacienda el Paraíso (180), Parque Natural Regional el Vínculo (40). Ver tabla No.2 (**Encuestas por centro operativo**).

<b>CENTRO</b>	<b># Encuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Museo de Ciencias Naturales	47	12,50%
Jardin Botanico JMC	31	8,24%
Museo Arqueologico Calima D.	78	20,74%
Hacienda el Paraiso	180	47,87%
Parque Natural R. el Vinculo	40	10,64%
<b>TOTALES</b>	<b>376</b>	<b>100,00%</b>

**Tabla No.2 (Encuestas de satisfacción por centro)**



**Gráfica No. 2 (Encuestas de satisfacción por centro).**

Del total de encuestas (376), el 47,87%, (180) se aplicaron en la Hacienda El Paraíso, el 20,74%, (78), en el Museo Arqueológico, el 12,50%, (47), Museo de Ciencias Naturales, el 10,64%, (40), en el Parque Natural Regional El Vínculo, el 8,24%, (31), en el Jardín Botánico.

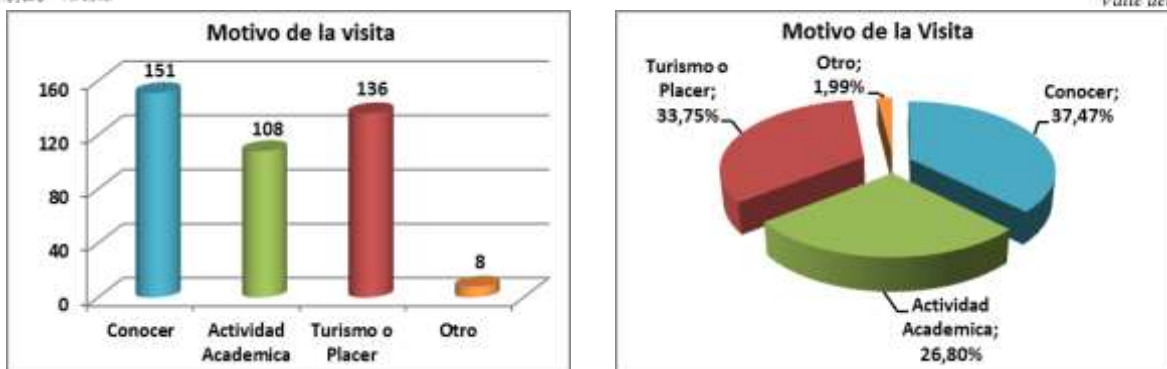
## ANALISIS ENCUESTA DE SATISFACCION PRIMER SEMESTRE DE 2018

### PREGUNTA No. 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 No. 3 (Pregunta No.1 Motivo de la visita).

<b>PREGUNTA 1</b>				
<b>MOTIVO DE LA VISITA</b>				
<b>CENTROS</b>	<b>Conocer</b>	<b>Actividad Académica</b>	<b>Turismo o Placer</b>	<b>Otro</b>
Museo Ciencias Naturales FCL	22	14	9	0
Jardin Botanico JMC	16	13	5	2
Museo Arqueologico Calima D.	36	23	27	3
Hacienda el Paraiso	72	31	88	2
Parque Natural R. el Vinculo	5	27	7	1
<b>TOTALES</b>	<b>151</b>	<b>108</b>	<b>136</b>	<b>8</b>
<b>PORCENTAJE</b>	<b>37,47%</b>	<b>26,80%</b>	<b>33,75%</b>	<b>1,99%</b>
		<b>TOTAL ENCUESTAS</b>		<b>403</b>

**Tabla No. 3 (Pregunta No.1. ¿Motivo de la visita?)**



**Grafica No. 3 (Pregunta No.1. Motivo de la visita).**

De las (376) encuestas aplicadas, la que más respondieron fue la opción “**conocer**”, (151), equivalente al 37,47%, “**Turismo o Placer**”, (136), equivalente al 33,75%, “**Actividad académica**”, (108), equivalente al 26,80%, y “**otro**”, (8), equivalente al 1,99%.

**PREGUNTA No. 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 No. 4 (**Pregunta No.2 ¿Cómo califica su experiencia en el centro operativo?**)

<b>PREGUNTA 2</b>					
<b>COMO CALIFICA SU EXPERIENCIA EN EL CENTRO OPERATIVO</b>					
<b>CENTROS</b>	<b>Excelente</b>	<b>Buena</b>	<b>Regular</b>	<b>Mala</b>	<b>N/S</b>
Museo Ciencias Naturales	33	14	0	0	0
Jardin Botanico JMC	24	5	1	1	0
Museo Arqueologico Calima	63	15	0	0	0
Hacienda el Paraiso	137	42	0	0	0
Parque Natural R. el Vinculo	6	24	5	1	0
<b>TOTALES</b>	<b>263</b>	<b>100</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>0</b>
<b>PORCENTAJES</b>	<b>70,89%</b>	<b>26,95%</b>	<b>1,62%</b>	<b>0,54%</b>	<b>0,00%</b>
			<b>TOTAL ENCUESTAS</b>	<b>371</b>	

**Tabla No. 4 (Pregunta No.2 ¿Cómo califica su experiencia en el centro operativo?).**



**Grafico No. 4 (Pregunta No. 2 ¿Cómo califica su experiencia en el centro operativo?).**

De las (376) encuestas aplicadas, (263) respondieron: “**Excelente**”, equivalente al 70,89%, (100) “**Buena**”, equivalente al 26,95%, (6) “**Regular**”, equivalente al 1,62%, (2) “**Mala**” equivalente al 0,54%, y “**N/S**”, con cero (0) respuestas.

Si sumamos los porcentajes de las respuestas “**Excelente**” y “**Buena**” obtenemos un **97,84%**, que corresponde a la calificación general que los usuarios y visitantes dan a la experiencia vivida en el centro, en relación a la calidad del servicio.

### **PREGUNTA No. 3 COMO CALIFICA LA ATENCIÓN DEL PERSONAL DE LA INSTITUCIÓN**

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 No. 5 (**Pregunta No. 3 calificaciones de personal de la institución**).

<b>PREGUNTA 3</b>							
<b>COMO CALIFICA LA ATENCIÓN DEL PERSONAL DE LA INSTITUCION</b>							
<b>CENTROS</b>	<b>Museo Ciencias Naturales FCL</b>	<b>Jardin Botanico JMC</b>	<b>Museo Arqueologico Calima D.</b>	<b>Hacienda el Paraiso</b>	<b>Parque Natural R. el Vinculo</b>	<b>CALIFICACION GENERAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Excelente	35	24	71	141	7	278	74,53%
Buena	11	4	7	36	26	84	22,52%
Regular	1	0	0	2	4	7	1,88%
Mala	0	1	0	0	0	1	0,27%
N/S	0	2	0	0	1	3	0,80%
<b>TOTALES</b>	<b>47</b>	<b>31</b>	<b>78</b>	<b>179</b>	<b>38</b>	<b>373</b>	<b>100,00%</b>

**Tabla No. 5 (Pregunta No.3. ¿Cómo califica la atención del personal de la institución?)**



**Grafica No. 5 (Pregunta No.3 ¿Cómo califica la atención del personal de la institución?)**

De las (376) encuestas aplicadas, (278), respondieron “**Excelente**”, equivalente al 74,53%, (84) “**Buena**”, equivalente al 22,52%, (7) “**Regular**”, equivalente al 1,88%, (3), “**N/S**”, equivalente al 0,80% y (1) “**Mala**” equivalente al 0,27%.

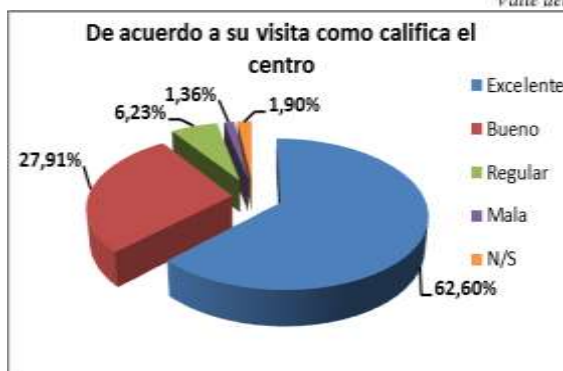
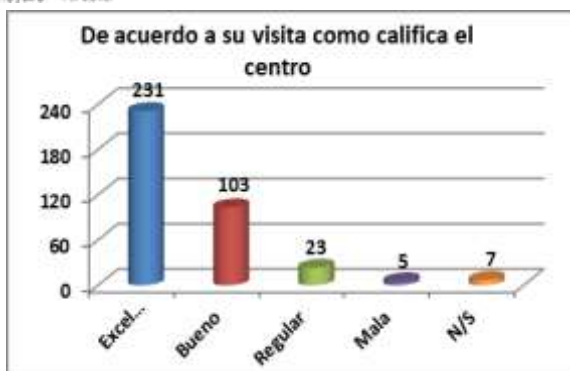
**PREGUNTA No. 4 DE ACUERDO A SU VISITA COMO CALIFICA EL CENTRO**

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 No. 6 (**Pregunta No.4 ¿De acuerdo a su visita cómo califica el centro operativo?**).

<b>PREGUNTA 4</b>							
<b>DE ACUERDO A SU VISITA COMO CALIFICA EL CENTRO</b>							
<b>CENTROS</b>	<b>Museo Ciencias Naturales FCL</b>	<b>Jardin Botanico JMC</b>	<b>Museo Arqueologico Calima D.</b>	<b>Hacienda el Paraiso</b>	<b>Parque Natural R. el Vinculo</b>	<b>CALIFICACION GENREAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Excelente	30	14	60	125	2	231	62,60%
Bueno	10	12	14	40	27	103	27,91%
Regular	4	3	2	8	6	23	6,23%
Mala	0	1	0	2	2	5	1,36%
N/S	1	1	1	3	1	7	1,90%
<b>TOTALES</b>	<b>45</b>	<b>31</b>	<b>77</b>	<b>178</b>	<b>38</b>	<b>369</b>	<b>100,00%</b>

**Tabla No.6 (Pregunta No.4 ¿De acuerdo a su visita cómo califica el centro operativo?)**





**Grafica No. 6 (Pregunta No.4 ¿De acuerdo a su visita cómo califica el centro operativo?).**

De las (376) encuestas aplicadas, (231), respondieron “**Excelente**”, equivalente al 62,60%, (103), respondieron “**Buena**”, equivalente al 27,91%, (23), “**Regular**”, equivalente al 6,23%, (7), “**N/S**”, equivalente al 1,90% y (5), “**Mala**”, equivalente al 1,36%.

### **PREGUNTA No. 5 ESTARÍA USTED INTERESADO EN VOLVER A VISITAR EL CENTRO**

Esta pregunta tiene su grado de importancia porque también nos permite medir el interés y las expectativas que los visitantes tienen de los centros operativos del **INCIVA**. Ver tabla Nro 7. **(Pregunta No. 5 ¿Estaría Ud interesado en volver a visitar el centro?)**.

<b>PREGUNTA Nro.5</b>		
<b>ESTARÍA UD. INTERESADO EN VOLVER A VISITAR</b>		
<b>CENTROS</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
Museo Ciencias Naturales FCL	43	0
Jardin Botanico JMC	30	1
Museo Arqueologico Calima D.	76	1
Hacienda el Paraiso	180	0
Parque Natural R. el Vinculo	37	1
	<b>TOTALES</b>	<b>366</b>
	<b>PORCENTAJE</b>	<b>99,19%</b>
	<b>T. RESPUESTAS</b>	<b>369</b>

**Tabla No. 7 (Pregunta No.5 ¿Estaría Ud. Interesado en volver a visitar el centro operativo?).**



**Grafica No.7 Estaría Ud. Interesado en volver a visitar el centro**

De las (376) encuestas aplicadas (366) respondieron que “**SI**” están interesados en volver a visitar el centro, equivalente al 99,19%, y (3) que “**NO**”, equivalente al 0,81%.

El alto porcentaje positivo de esta pregunta (**99,19%**), confirma la buena calificación obtenida en la pregunta No.2 , catalogando el buen servicio en los centros y satisfaciendo las necesidades y expectativas de los visitantes.

### **PREGUNTA No. 6 SI TIENE ALGUNA OBSERVACION O COMENTARIO ADICIONAL LE AGRADECEMOS MANIFESTARLO EN ESTE ESPACIO**

Dentro de las trescientas setenta y seis (376) encuestas aplicadas se hicieron las siguientes observaciones o comentarios en los centros operativos.

#### **MUSEO DEPARTAMENTAL DE CIENCIAS NATURALES F.C.L.**

- Falta de aseo en los baños (Malos olores).
- Falta de mantenimiento en los baños. (no todos están funcionando, presencia de fugas de agua).
- Mejorar la pintura de las paredes o hacer limpieza.
- Los servicios sanitarios están en muy mal estado. (abandonados).
- Mas puntualidad por parte del personal de guías, remodelar el museo, que haya inversión.
- Hay instalaciones que no funcionan (cartelera interactiva de aves), no hay interacción al presionar los botones, hay animales sin nombre.



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



### **JARDIN BOTANICO JUAN MARÍA CÉSPEDES**

- Es importante adecuar el sitio pensando en promover el turismo dando calidad y variedad en el servicio, Mejorar: Vía, señalización desde Tuluá, variedad de servicios, venta de alimentos, abrir todos los días.
- Es muy interesante porque dan a conocer los usos de las plantas.
- Felicidades, aprendimos muchos conceptos sobre la naturaleza y ecología.
- Falta de mantenimiento alrededor de las plantas.
- Adecuar las cabañas.
- No hubo guía, no hay buena identificación de los árboles.
- Demasiado monte por el lado del rio, no hay buena señalización ni presencia del guía, está muy abandonado.
- Hacer más promoción, disponer de cafetería.

### **MUSEO ARQUEOLOGICO CALIMA**

- Diseñar mapas con más colorido para mayor información para el turista extranjero, que identifique las regiones.
- La visita al museo es una oportunidad de culturizar y ampliar el saber de sentir orgullo por nuestros ancestros.
- Se debe proyectar la visita de las instituciones educativas como parte del área de sociales, para que los menores conozca de sus raíces.
- Falta de iluminación, no se ven bien algunas piezas.
- Se debe promocionar más para que los estudiantes hagan visitas pedagógicas.
- Mejorar el servicio de baños, falta de papel higiénico.
- Sugerencia de tener tienda de recuerdos, ofrecer artesanías de la región..
- Mejorar la señalización en el pueblo, y vías de acceso.

### **HACIENDA EL PARAISO**

- La carretera se encuentra en muy mal estado, puede ocasionar accidentes, mejorar la señalización de acceso al sitio.
- Obsequiar un plegable o recordatorio del lugar.
- El guía es muy histriónico y nos traslada a la historia, buen tono de voz y entonación romántica, limitar la cantidad de personas para facilitar los recorridos.
- Mejorar el servicio de baños, (falta de papel en los baños).
- El guía debe explicar con más sentimiento, parece una grabadora.
- El horario debe ser más temprano abren casi a las 10:00 a.m.
- Falta canecas para la basura, y señalización al interior de la casa (ubicación de baños).



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



- Prestar más atención en las áreas de la casa, hay personas que hacen desorden y tocan los objetos.
- La voz y sonsonete del guía resulta fastidiosa puede entenderse como burla a la historia.
- Tener en cuenta la atención a personas con discapacidad (sillas de ruedas) implementar rampas.
- La cafetería debe ser surtida con productos vallunos.
- Mejorar el servicio de transporte para llegar con más facilidad.
- Usar un vocabularios más a nivel de los niños, es más atractivo.
- Mejorar el personal de guías turísticos.
- Cambio de micrófono, no relatar los hechos tan monótono, ser más creativo y didácticos.
- Darle prioridad a los niños cuando el guía está narrando, en la parte de adelante.
- Mencionar la página web o redes donde se puede conocer o hacer recorrido virtual del museo.
- Relatar más fragmentos de la obra. (Inicio, nudo, desenlace).
- Por ser un sitio de interés cultural los precios de entrada son altos.
- Que el guía no sea tan cortante en las respuestas.

### **PARQUE NATURAL REGIONAL EL VÍNCULO**

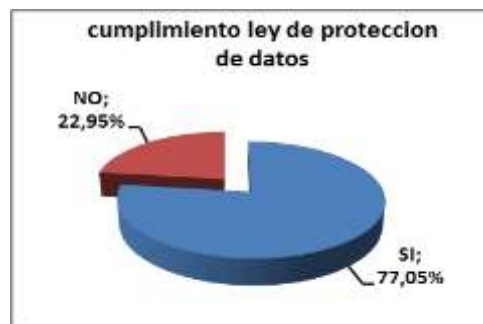
- Falta claridad en la señalética, no se alcanza a leer, están borrosa, hacer mantenimiento.
- Se deben mejorar los jardines con flores alrededor del kiosco o veraneras colgadas
- Mal servicio de baños, falta de aseo, papel higiénico, señalización,
- .Falta de mantenimiento y señalización en los senderos.

### **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 No. 8. (**Cumplimiento ley de protección de datos**).

CUMPLIMIENTO LEY DE PROTECCION DE DATOS		
CENTROS	SI	NO
Museo Ciencias Naturales FCL	3	3
Jardin Botanico JMC	11	0
Museo Arqueologico Calima D.	21	7
Hacienda el Paraiso	58	17
Parque Natural R. el Vinculo	1	1
	<b>TOTALES</b>	<b>94</b>
	<b>PORCENTAJE</b>	<b>77,05%</b>
	<b>T. ENCUESTAS</b>	<b>122</b>

**Tabla No. 8. (Cumplimiento ley de protección de datos).**



**Tabla No. 8 (Cumplimiento ley de protección de datos)**

De las (376) encuestas aplicadas, (122) dieron respuesta a la ley de protección de datos personales, de los cuales (94), equivalente al 77,05%, respondieron que “**SI**” autorizan para que el INCIVA, pueda usar, almacenar, recolectar sus datos para contactarlo nuevamente, y (28), equivalente al 22,95%, respondieron “**NO**”.



**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 3, 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 No.2. calificación “**Excelente**” y “**Buena**”, del 97,84%.

Pregunta No.3. calificación “**Excelente**” y “**Buena**”, del 97,05%.

Pregunta No.4. calificación “**Excelente**” y “**Buena**”, del 90,51%.

Queriendo decir que el servicio que recibieron cumple con los estándares de eficiencia, eficacia y calidad, adicionalmente en la pregunta No. 5. Los encuestados en un 99,19%, estarían interesados en volver a visitar los centros.

El nivel de participación en las respuestas a la pregunta No. 6. Corresponde a una calificación más baja con relación a las preguntas anteriores, según las observaciones y comentarios realizados por los encuestados que en su mayoría hacen referencia a aspectos a mejorar en los centros, algunos de atención al cliente y otro de mantenimiento y reparaciones.

## **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 deben 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”.



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



- 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 las encuestas, para que se tomen las decisiones pertinentes al requerimiento de mejora 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.