

240/0072

Bogotá, julio de 2025

CLUB MILITAR INFORME MEDICIÓN DE PERCEPCIÓN Y SATISFACCIÓN SEGUNDO TRIMESTRE 2025

De acuerdo a la Encuesta de Percepción que se aplica por parte de las Líneas de Bienestar (Alimentos y bebidas, alojamiento, recreación y deportes y eventos) de las tres Sedes mensualmente, el Grupo de Gestión al Socio-Área de Atención al Ciudadano realiza la respectiva consolidación, análisis y resultado de dichos factores de fidelización evaluados.

El presente informe contiene el análisis de los resultados obtenidos entre abril y junio de 2025, el cual incluye estadísticas de acuerdo con el número total de encuestas diligenciadas; así mismo un análisis general e identificando inconformidades o debilidades en la información, formulando de esta manera recomendaciones.

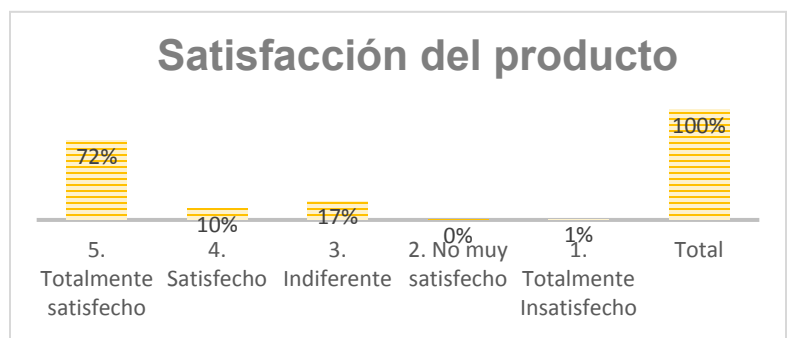
Por lo anterior, para este segundo trimestre de 2025, se obtuvo un total del 88% con un logro de 103.1% frente a las 814 encuestas diligenciadas para este periodo evaluado, así mismo, se analiza la distribución de las mismas así:

- **Sede Principal- un total de 0 encuestas**
- **Sede Las Mercedes- un total de 85 encuestas**
- **Sede Sochagota- un total de 729 encuestas**

RESULTADOS DE LA ENCUESTA

1. ¿Cómo evalúa nuestra oferta de servicios? [Restaurantes, Cafeterías y Bares] [Hospedaje]; [Escenarios deportivos y de recreación] y [Eventos]

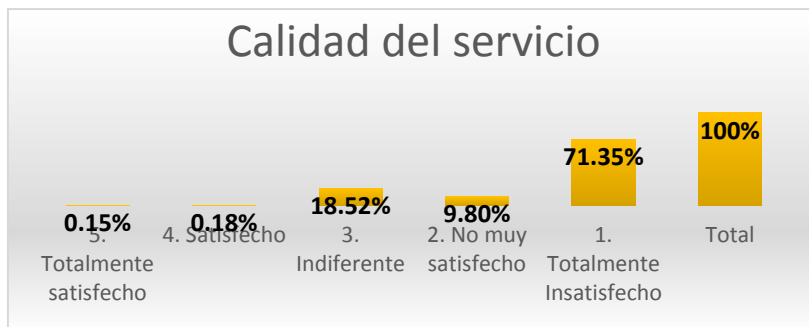
5. Totalmente satisfecho	72%	584
4. Satisfecho	10%	83
3. Indiferente	17%	154
2. No muy satisfecho	0%	1
1. Totalmente Insatisfecho	1%	6
Total	100%	814



De acuerdo a los resultados se obtuvo un porcentaje de “SATISFACCIÓN DEL PRODUCTO” por parte de nuestro grupo de valor del 72. %, donde tenemos un total de 584 encuestados satisfechos frente a un total de 814 encuestas aplicadas.

2. ¿De los servicios ofertados, cómo califica sus productos? [Gastronomía]; [Salones]; [Habitaciones y cabañas] y [Escenarios deportivos]

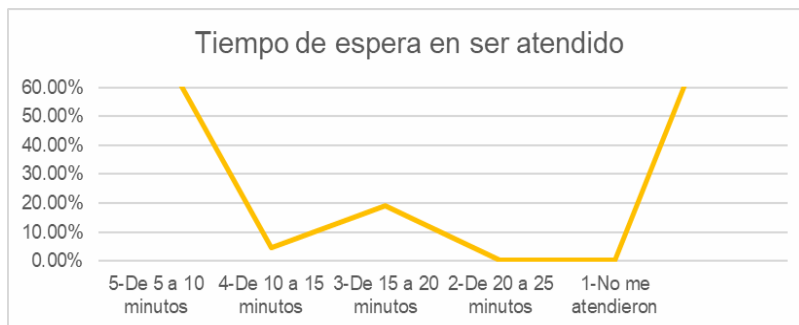
1. Muy malo	0.15%	1.25
2. Malo	0.18%	1.5
3. Neutral	18.52 %	150.75
4. Muy Bueno	9.80%	79.75
5. Excelente	71.35 %	580.75
total	100%	814



De acuerdo a este ítem, se dio como resultado de la “CALIDAD DEL SERVICIO” un total de 81,15 %, lo que indica que los encuestados percibieron una muy buena calidad de servicios prestados por la entidad.

3. ¿Cuándo llegó a nuestras instalaciones, el tiempo en ser atendido fue de? [Restaurantes, Cafeterías y Bares]; [Recepción en Alojamiento]; [Escenarios Deportivos y Recreación] y [Eventos]

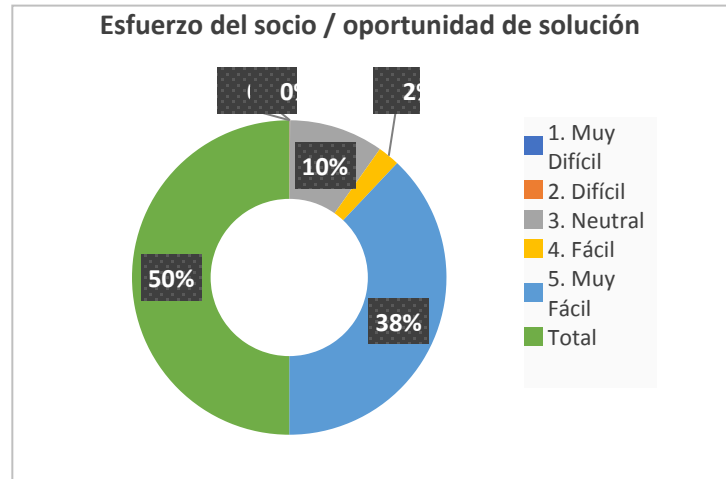
5. 05 min - 10 minutos	76.01%	618.75
4. 11 min - 15 minutos	4.70%	38.25
3. 16 min - 20 minutos	18.92%	154
2. 21 min - 30 minutos	0.28%	2.25
1. No hubo atención	0.09%	0.75
Total	100%	814



De acuerdo al total de 814 encuestas realizadas, se tiene como resultado el “TIEMPO DE ESPERA EN SER ATENDIDO” para este segundo trimestre es de 80.71%, equivalentes a 11 minutos promedio por cliente frente a una meta variable de 30 minutos, en las líneas de bienestar en las tres Sedes.

4. ¿Durante su estadía en el Club Militar las observaciones o requerimientos solicitados a nuestro personal fueron resueltos? [Alimentos y Bebidas]; [Alojamiento]; [Recreación y Deportes] y [Eventos]

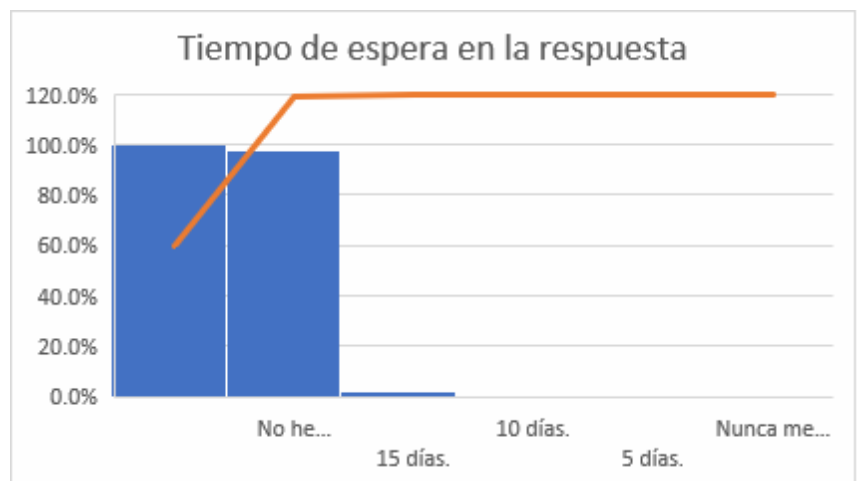
1. Muy Difícil	0.1%	0.75
2. Difícil	0.1%	0.75
3. Neutral	19.4%	157.75
4. Fácil	4.5%	36.75
5. Muy Fácil	75.9%	618
Total	100%	814



De acuerdo a este ítem, se obtuvo como resultado un 80.4% de “ESFUERZO DEL SOCIO” y “OPORTUNIDAD DE SOLUCIÓN”, lo que indica que los encuestados percibieron que, durante la estadía en la entidad, fueron aclaradas sus observaciones presentadas.

5. ¿Si en el pasado presentó una PQRSD, esta fue respondida:

5. 5 días.	0.1%	9
4. 10 días.	0.2%	0
3. 15 días.	1.7%	6
2. Nunca me respondieron	0.0%	2
1. No he presentado una PQRSD	97.9%	808
Total	100%	825

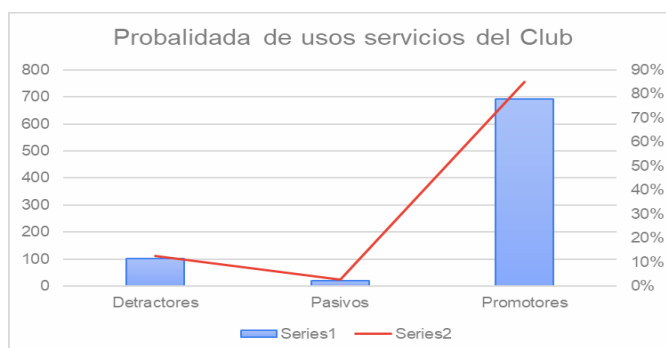


De acuerdo a este ítem, se observa una baja participación: El 97.9% no ha presentado una PQRSD, lo que sugiere que el sistema no ha sido ampliamente utilizado o que hay desconocimiento sobre el proceso, así mismo en Eficiencia limitada: Solo el 0.1% recibió respuesta en 5 días, lo que indica que los tiempos de respuesta podrían mejorarse.

En Retrasos y falta de respuesta: Aunque los casos sin respuesta son mínimos (0.0%), los tiempos de 10 y 15 días muestran que hay margen para optimizar la atención.

6. ¿En una escala del 1 al 10, con qué probabilidad volvería a usar los servicios del Club Militar?

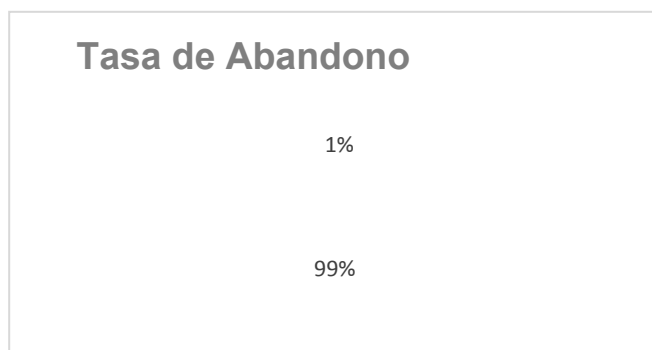
Detractores	102	13%
Pasivos	21	3%
Promotores	691	85%
Total	814	100%



De acuerdo a los resultados se obtuvo un porcentaje de “LEALTAD” de nuestro grupo de valor del 89,3% donde tenemos un total de 754 promotores frente a 54 detractores sobre un total de 825 encuestas aplicadas, conservando el % de lealtad frente al periodo anterior.

7. Tasa de abandono

Diferencia afiliación - retiro		18026
Línea base socios 2024		18235
Tasa de Abandono		1%



De acuerdo al total de 18689 socios para la vigencia 2024 y con el acumulado ¿se obtiene que para este segundo trimestre se tiene un acumulado de TASA DE ABANDONO del 1%

ANÁLISIS POR SEDE

Para este segundo trimestre, se realiza un análisis por Sede con sus respectivos resultados en las líneas de bienestar, así:

- **SEDE PRINCIPAL- con un promedio del 0.0%**
- **SEDE LAS MERCEDES-con un promedio del 89.8%**

De acuerdo a los resultados obtenidos de las 814 encuestas realizadas, se analiza el resultado de las variables que se encuentran a nivel de Sede así:

- LEALTAD-resultado de 84.7%
 - ¿Espero que haya disfrutado de nuestra hospitalidad, si no fue así, que fue lo que menos le gusto?
- ✓ Todo muy agradable
- ✓ felicitaciones nuevamente por el jardín tan precioso
- ✓ para reconocer la atención, profesionalismo y calidad del servicio prestado por maikol muñoz en el servicio de salvavidas de la piscina principal.
- ✓ todo me gusto
- ✓ Todo muy rico y rapido
- TIEMPO DE PRIMERA RESPUESTA- resultado de 98.8%
 - ¿Podríamos mejorar en:?
- ✓ No hay ningún comentario

Así mismo, el resultado de las variables evaluadas en las líneas de bienestar como es:

Alojamiento- logro del 85.9%

- *SATISFACCIÓN DEL PRODUCTO* (61.2%)
 - ¿Qué considera que debemos mejorar?
- ✓ Qué pueda llevar mi perrito
- *CALIDAD DEL SERVICIO* (75.3%)
- *TIEMPO DE ESPERA EN SER ATENDIDO* (106.%)
 - ¿Algo que felicitar o mejorar?
- ✓ Falta actividades para con la familia
- *ESFUERZO DEL SOCIO Y OPORTUNIDAD DE SOLUCIÓN* (96.5%)
 - ¿Algo particular que nos quiera decir?
- ✓ No hay ningún comentario

Alimentos y bebidas-logro del 95.3%

- *SATISFACCIÓN DEL PRODUCTO* (90.6%)

- ¿Qué considera que debemos mejorar?
- ✓ No hay ningún comentario.
- CALIDAD DEL SERVICIO (77.7%)
- TIEMPO DE ESPERA EN SER ATENDIDO (88.2%)
- ¿Algo que felicitar o mejorar?
- ✓ No hay ningún comentario
- ESFUERZO DEL SOCIO Y OPORTUNIDAD DE SOLUCIÓN (96.5%)
- ¿Algo particular que nos quiera decir?
- ✓ No hay ningún comentario

Recreación y Deportes-logro del 86.9%

- SATISFACCIÓN DEL PRODUCTO (100%)
- ¿Qué considera que debemos mejorar?
- ✓ No hay ningún comentario
- CALIDAD DEL SERVICIO (69.4%)
- TIEMPO DE ESPERA EN SER ATENDIDO (105.1%)
- ¿Algo que felicitar o mejorar?
- ✓ No hay ningún comentario
- ESFUERZO DEL SOCIO Y OPORTUNIDAD DE SOLUCIÓN (100%)
- ¿Algo particular que nos quiera decir?
- ✓ No hay ningún comentario

Eventos-logro del 87.89%

- SATISFACCIÓN DEL PRODUCTO (65.3%)
- ¿Qué considera que debemos mejorar?
- No hay ningún comentario registrado
- CALIDAD DEL SERVICIO (74.4%)
- TIEMPO DE ESPERA EN SER ATENDIDO (104.2%)
- ¿Algo que felicitar o mejorar?
- ✓ No hay ningún comentario registrado
- ESFUERZO DEL SOCIO Y OPORTUNIDAD DE SOLUCIÓN (99.2%)
- ¿Algo particular que nos quiera decir?
- ✓ No hay ningún comentario registrado

• SEDE SOCHAGOTA-con un promedio del 89.9%

De acuerdo a los resultados obtenidos de las 625 encuestas realizadas, se analiza el resultado de las variables que se encuentran a nivel de Sede así:

- LEALTAD-resultado de 71.7%
- ¿Espero que haya disfrutado de nuestra hospitalidad, si no fue así, que fue lo que menos le gusto?
- ✓ Solicita aumentar el servicio de mascotas

- ✓ Muy bien servicio, ágil, deliciosa comida
- ✓ Todo me gustó mucho, gracias
- ✓ Todo satisfactorio
- ✓ Felicitaciones a la gerente de la sede, se evidencian muchos cambios favorables para tener una buena estadía
- ✓ Mejorar el equipo del bar
- TIEMPO DE PRIMERA RESPUESTA- resultado de 98.2%
- ¿Podríamos mejorar en:?
- ✓ No hay ningún comentario registrado.

Así mismo, el resultado de las variables evaluadas en las líneas de bienestar como es:

Alojamiento- logro del 92.7.8%

- *SATISFACCIÓN DEL PRODUCTO* (76.8%)
¿Qué considera que debemos mejorar?
- ✓ No hay ningún comentario registrado.
- *CALIDAD DEL SERVICIO* (77 %)
- *TIEMPO DE ESPERA EN SER ATENDIDO* (104.9%)
¿Algo que felicitar o mejorar?
- ✓ No registra comentario
- *ESFUERZO DEL SOCIO Y OPORTUNIDAD DE SOLUCIÓN* (100%)
¿Algo particular que nos quiera decir?
- ✓ La ducha de la cabaña es difícil graduar temperatura
- ✓ Servicio de ascensor

Alimentos y bebidas- logro del 90 %

- *SATISFACCIÓN DEL PRODUCTO* (76.8%)
¿Qué considera que debemos mejorar?
- ✓ Muy buena la comida
- ✓ Todo muy bien el servicio
- *CALIDAD DEL SERVICIO* (77 %)
- *TIEMPO DE ESPERA EN SER ATENDIDO* (106.4%)
¿Algo que felicitar o mejorar?
- ✓ No hay ningún comentario registrado.
- *ESFUERZO DEL SOCIO Y OPORTUNIDAD DE SOLUCIÓN* (100%)
¿Algo particular que nos quiera decir?
- ✓ El ceviche peruano deberían mejorarlo
- ✓ Excelente servicio y atención
- ✓ Ampliar la carta

Recreación y Deportes- logro del 96.5%

- *SATISFACCIÓN DEL PRODUCTO* (91.8%)

- ¿Qué considera que debemos mejorar?
- ✓ Atracciones recreativas
- ✓ La piscina esta fría
- ✓ Las canchas de tenis necesitan mantenimiento
- CALIDAD DEL SERVICIO (91.1%)
- TIEMPO DE ESPERA EN SER ATENDIDO (104.9%)
- ¿Algo que felicitar o mejorar?
- ✓ No hay comentarios registrados.
- ESFUERZO DEL SOCIO Y OPORTUNIDAD DE SOLUCIÓN (100%)
- ¿Algo particular que nos quiera decir?
- ✓ No hay comentario registrados

Eventos-logro del 89.9%

- SATISFACCIÓN DEL PRODUCTO (75%)
- ¿Qué considera que debemos mejorar?
- ✓ Escenarios y esparcimiento
- CALIDAD DEL SERVICIO (76.7%)
- TIEMPO DE ESPERA EN SER ATENDIDO (107.9%)
- ¿Algo que felicitar o mejorar?
- ✓ No hay ningún comentario registrado
- ESFUERZO DEL SOCIO Y OPORTUNIDAD DE SOLUCIÓN (100%)
- ¿Algo particular que nos quiera decir?
- ✓ Excelente acompañamiento musical.
- ✓ no hacer anuncios por parlantes después de las 18:00 porque afecta el descanso
- ✓ mejor información o ilustración de los horarios y lugares como caballos o el muelle para no preguntar sino verlo
- ✓ agradezco la organización y el buen servicio - gracias Ana María y Liliana
- ✓ Excelente organización para el evento

CONCLUSIONES

- ✓ Para este segundo trimestre de 2025, se obtuvo un índice de satisfacción del 90.7% superando la meta establecida para esta vigencia (88%)
- ✓ De las variables evaluadas mediante la encuesta de satisfacción para este Trimestre se obtuvo un total de:
 - NPS: LEALTAL-con un 72.7%-aumento frente al trimestre anterior del 7.2%
 - CSAT: SATISFACCION DEL PRODUCTO-con un 80.4%-aumento frente al trimestre anterior del 9.8%
 - CES: ESFUERZO DEL SOCIO- con un 99.8%
 - SPS: CALIDAD DEL SERVICIO-con un 80.8% (aumento frente al trimestre anterior del 3.2%)
 - FCR: OPORTUNIDAD DE SOLUCION- con un 99.8%

FRT: TIEMPO DE PRIMERA RESPUESTA- con un 90.9% (disminución frente al trimestre anterior del 6.3%)

TASA DE ABANDONO-con un 98.9%-con un acumulado del 0.4%-en aumento

TMA: TIEMPO DE ESPERA EN SER ATENDIDO- con un 102.6% (disminución para este trimestre en ser atendido a un promedio de 18 minutos)

- ✓ Teniendo en cuenta el posicionamiento de la entidad frente a nuestro grupo de valor, se debe continuar con la implementación de estrategias dirigidas al mejoramiento de la capacidad de respuesta tales como: el fortalecimiento de los canales de atención, capacitación permanente de los funcionarios y contratistas, actualización de información de interés.
- ✓ Es muy importante que se realice una divulgación más amplia de la encuesta de satisfacción por parte las Sedes, ya que la participación es muy baja y no permite realizar un análisis más certero y significativo.
- ✓ De acuerdo al análisis realizado por Sedes, se evidencia se presentó una mejora significativa en la satisfacción y percepción de los servicios en general que se prestan por parte de las Líneas de Bienestar.
 - Sede Principal-con un aumento de su índice de satisfacción del 0.0 %, en el primer trimestre 76.6% no se pudo comparar con el segundo (segundo trimestre)
 - Sede Las Mercedes- con un aumento de su índice de satisfacción del 2.7% pasando del 87.1% (primer trimestre) al 89.8% (segundo trimestre)
 - Sede Sochagota- con un aumento de su índice de satisfacción del 1.9% pasando del 93.6% (primer trimestre) al 95.5% (segundo trimestre)

Cordialmente,



Teniente Coronel (RA) **JORGE ELMER CALDERÓN BERMÚDEZ**
Coordinador Grupo de Mercadeo y Socios

Elaboró: Claudia Liliana Correal, Área de Relación con el socio y ciudadanía