



Septiembre de 2026

INFORME SATISFACCIÓN GENERAL I SEM 2026

Estudio para evaluar la satisfacción con el sistema de atención de *la Concesión Vial de los Llanos*.

cim CENTRO DE
INVESTIGACIÓN
DE MERCADOS
HABLEMOS DE SUS OBJETIVOS Y HAGAMOS HISTORIA



TABLA DE CONTENIDO



OBJETIVOS DEL ESTUDIO Razones por las cuales hemos desarrollado el siguiente estudio de mercado.		04
PRINCIPALES INDICADORES Principales resultados encontrados que dan respuesta a los objetivos planteados.		05
CONCLUSIONES Decisión o consecuencia obtenida fruto del estudio y examen de datos encontrados en la investigación.		30



EVALUACIÓN DE SATISFACCIÓN USUARIOS



Objetivos

ci:m CENTRO DE
INVESTIGACIÓN
DE MERCADOS

HABLEMOS DE SUS OBJETIVOS Y HAGAMOS HISTORIA



OBJETIVOS

GENERAL

Evaluar el nivel de satisfacción que tienen los usuarios con respecto al servicio que presta la concesión en la vía.

ESPECÍFICOS

1. Identificar la frecuencia de uso de la vía.
2. Determinar si hay conocimiento de los servicios que presta la Concesión.
3. Evaluar los servicios de la Concesión que conoce el grupo objetivo.
4. Evaluar la infraestructura vial de acuerdo a percepciones propias del grupo objetivo y sus razones.
5. Identificar si el grupo objetivo se ha comunicado con la Concesión.
6. Conocer los canales de comunicación más utilizados por parte del grupo objetivo.
7. Calificar la atención prestada en los canales de comunicación a partir de criterios fijados.



PRINCIPALES INDICADORES



DEMOGRÁFICOS

cim CENTRO DE
INVESTIGACIÓN
DE MERCADOS

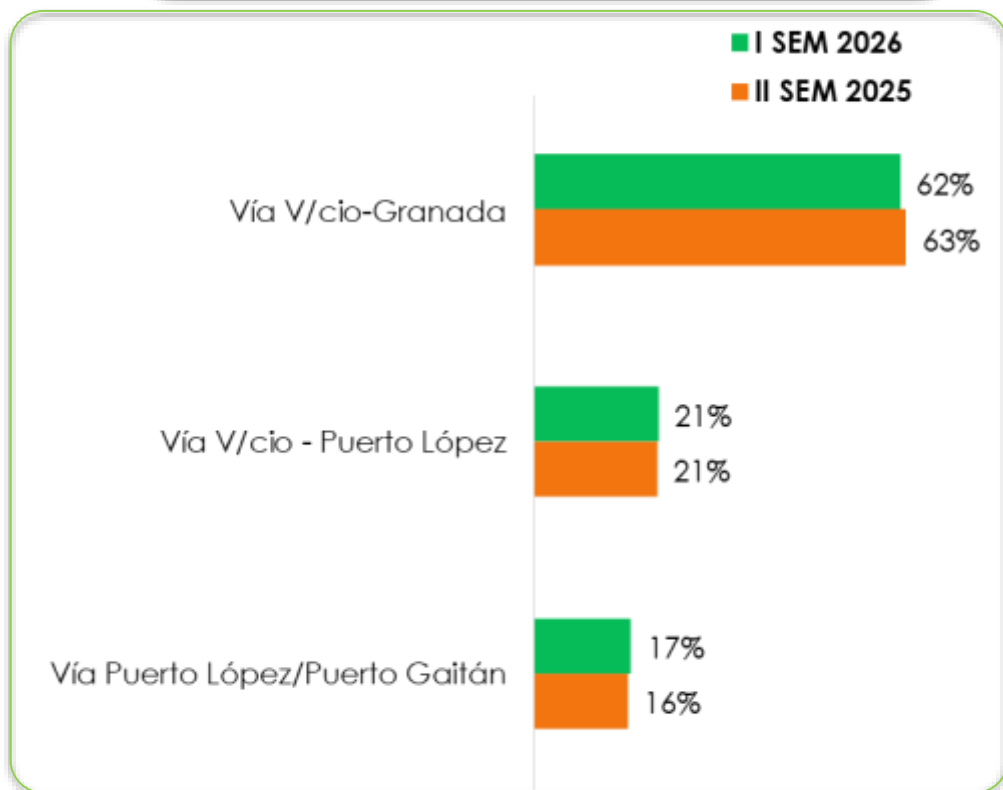
HABLEMOS DE SUS OBJETIVOS Y HAGAMOS HISTORIA



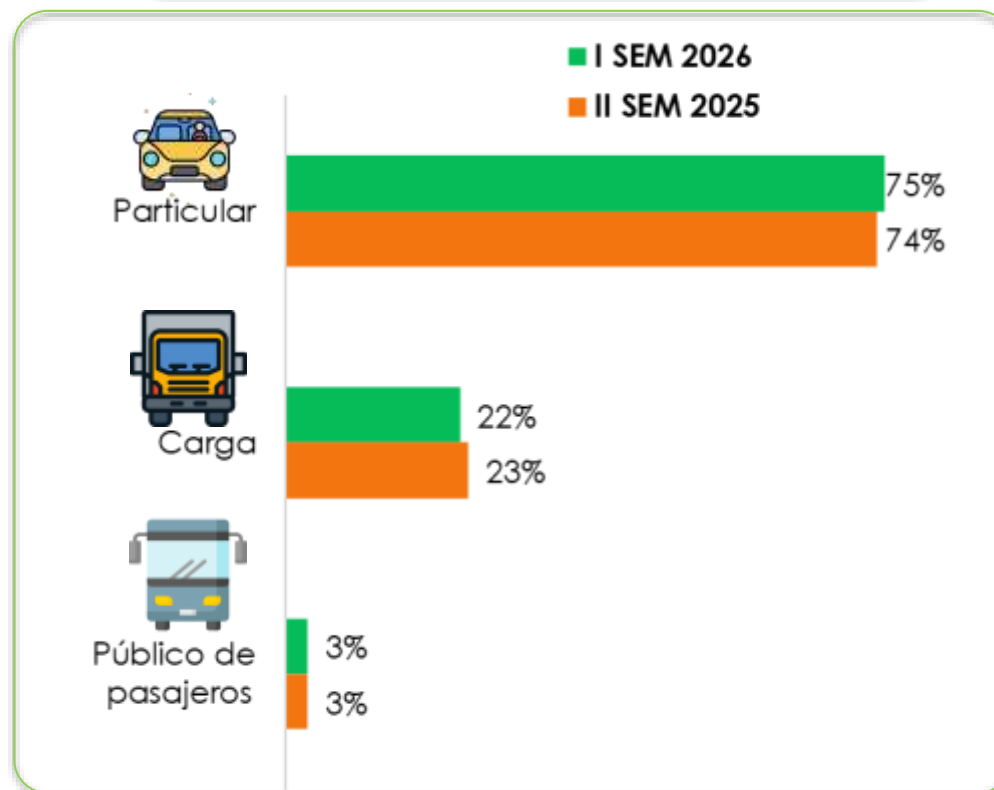
DEMOGRÁFICOS

Para el **I Semestre de 2026**, se mantiene la aplicación de la muestra con una distribución proporcional por tramo y tipo de vehículo. Sigue siendo la **Vía/Villavicencio Granada el tramo con mayor participación**, así como una mayor participación de vehículos **particulares**.

TRAMO



TIPO DE VEHÍCULO



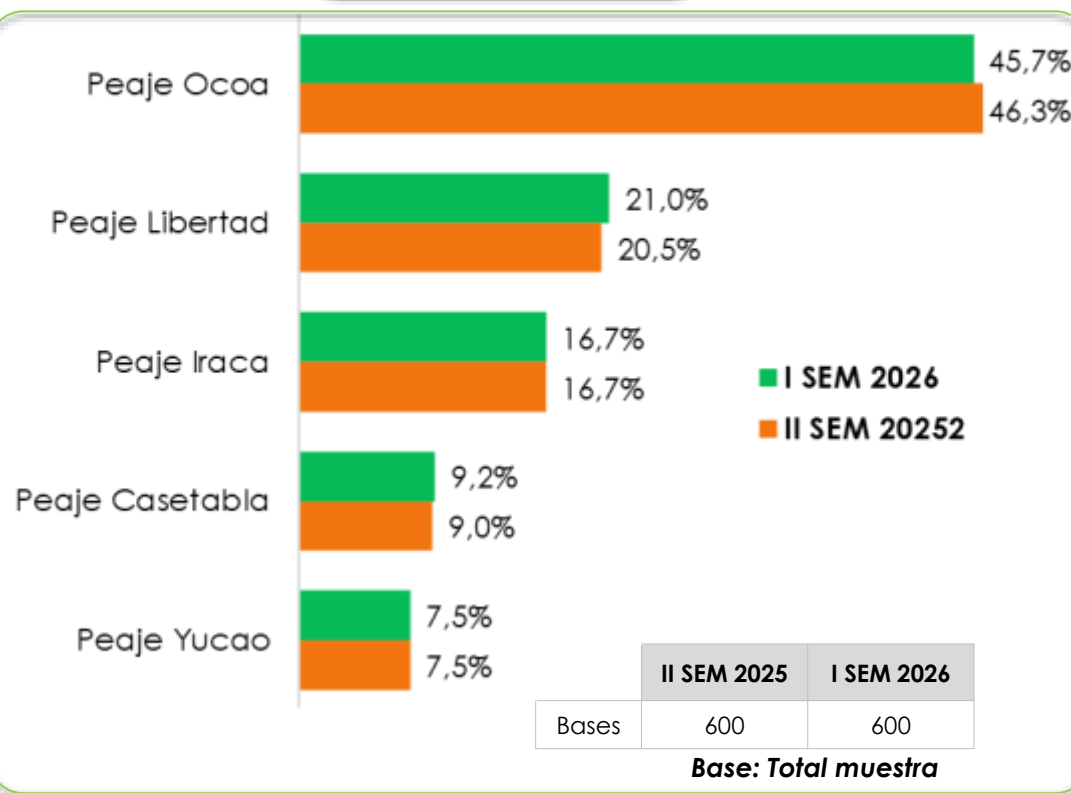
	II SEM 2025	I SEM 2026
Bases	600	600

DEMOGRÁFICOS

Así mismo, se la distribución de la muestra en cada uno de los peajes evaluados, con el fin de sí garantizar la comparación de los resultados.



PEAJE





PRINCIPALES INDICADORES



CONOCIMIENTO Y USO DE LOS SERVICIOS

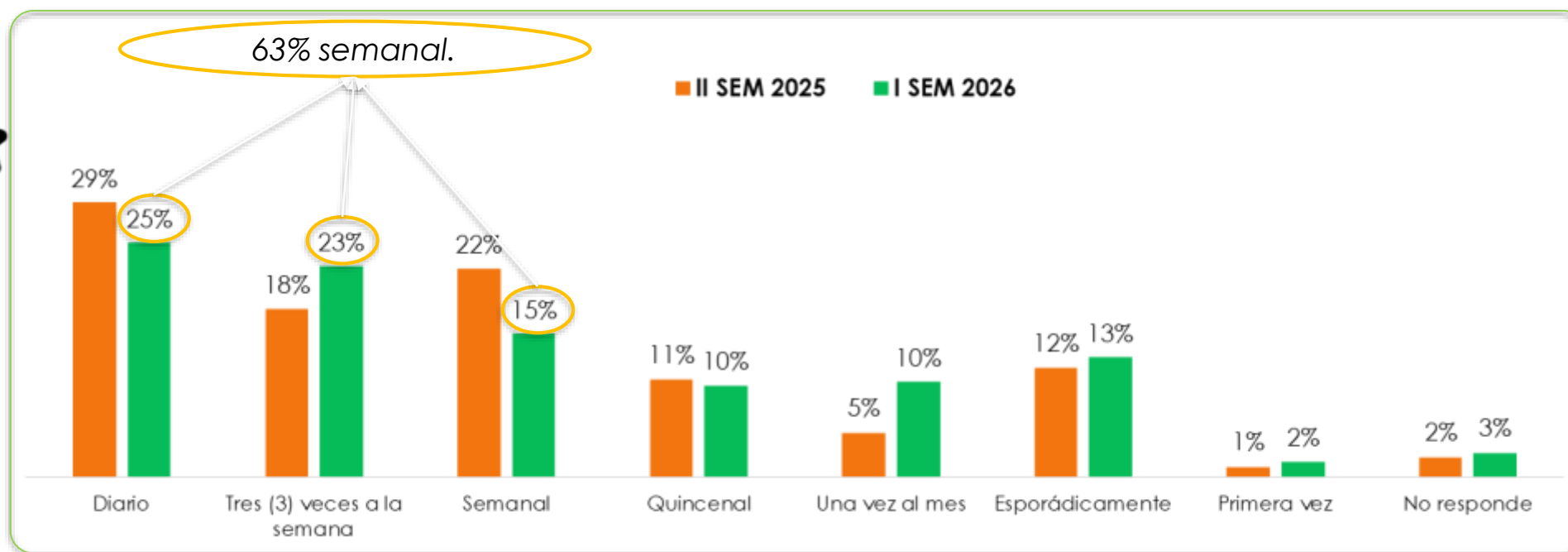
cim CENTRO DE
INVESTIGACIÓN
DE MERCADOS

HABLEMOS DE SUS OBJETIVOS Y HAGAMOS HISTORIA



FRECUENCIA DE USO DE LA VÍA

Para esta medición, I semestre del 2026, se evidencia una disminución en la frecuencia de uso de la vía, especialmente en los usuarios que la transitan a diario y semanal.

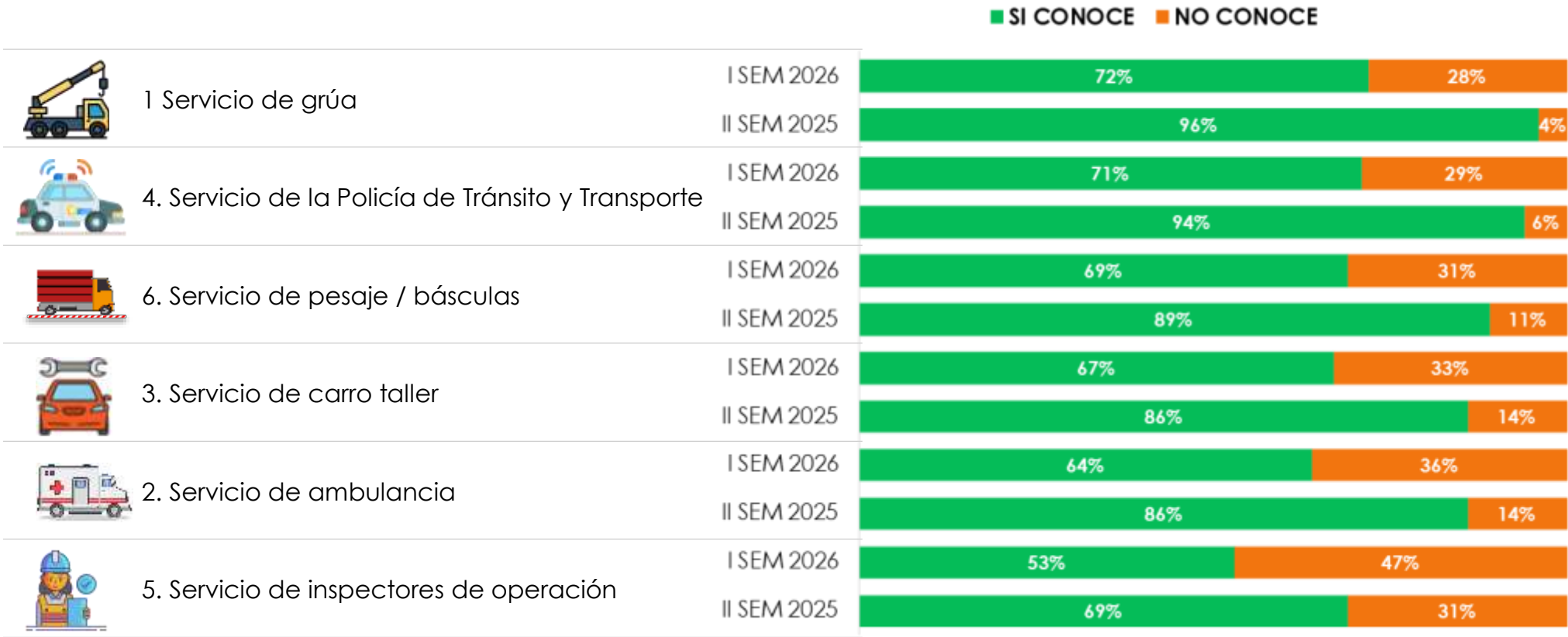


	II SEM 2025	I SEM 2026
Bases	600	600

Base: Total muestra

CONOCIMIENTO DE SERVICIOS

Para el I semestre del año 2026, se evidencia disminución a nivel general en el conocimiento de los diferentes servicios ofrecidos por la Concesión, con una reducción alrededor de 20 puntos porcentuales cada uno frente a II Sem de 2025.



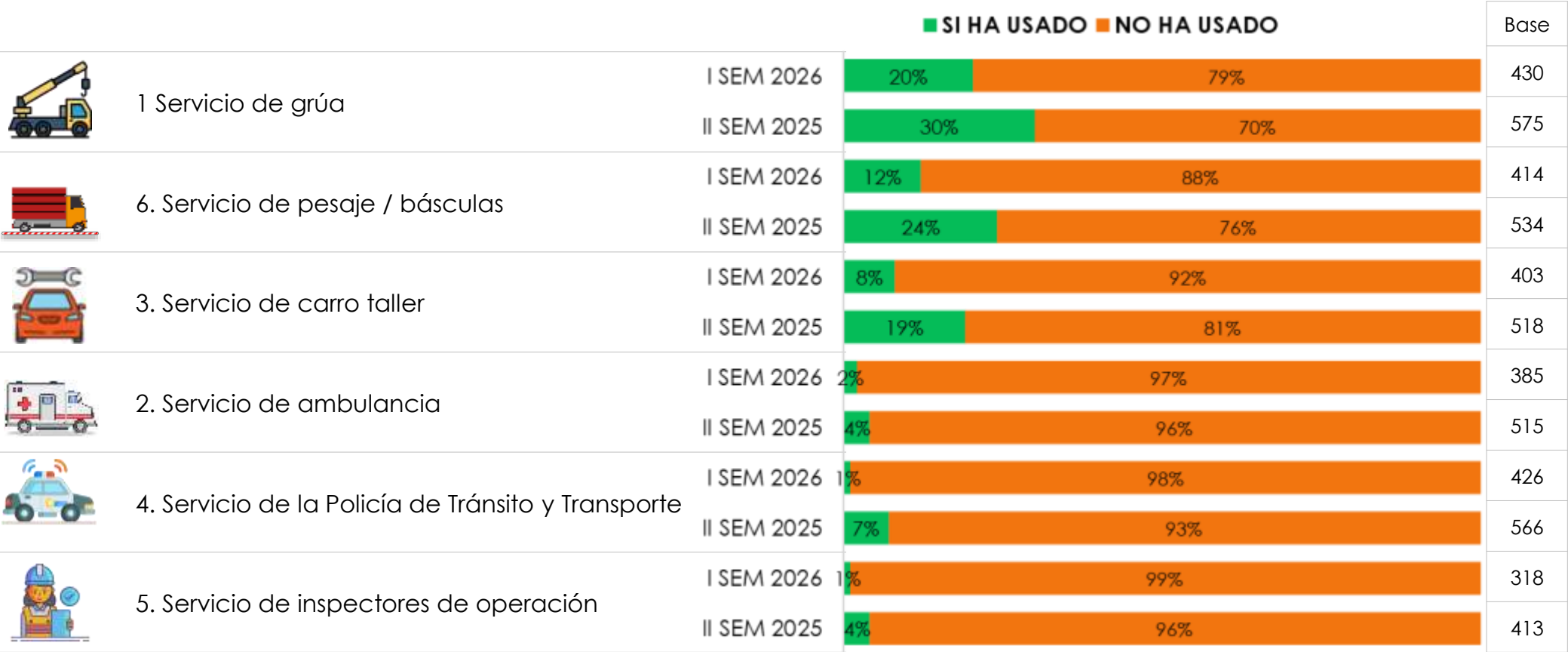
El porcentaje restante corresponde a encuestados que (No Responden).

	II SEM 2025	I SEM 2026
Bases	600	600

P2. De los siguientes servicios que presta la Concesionaria, ¿Cuáles conoce?

USO DE LOS SERVICIOS

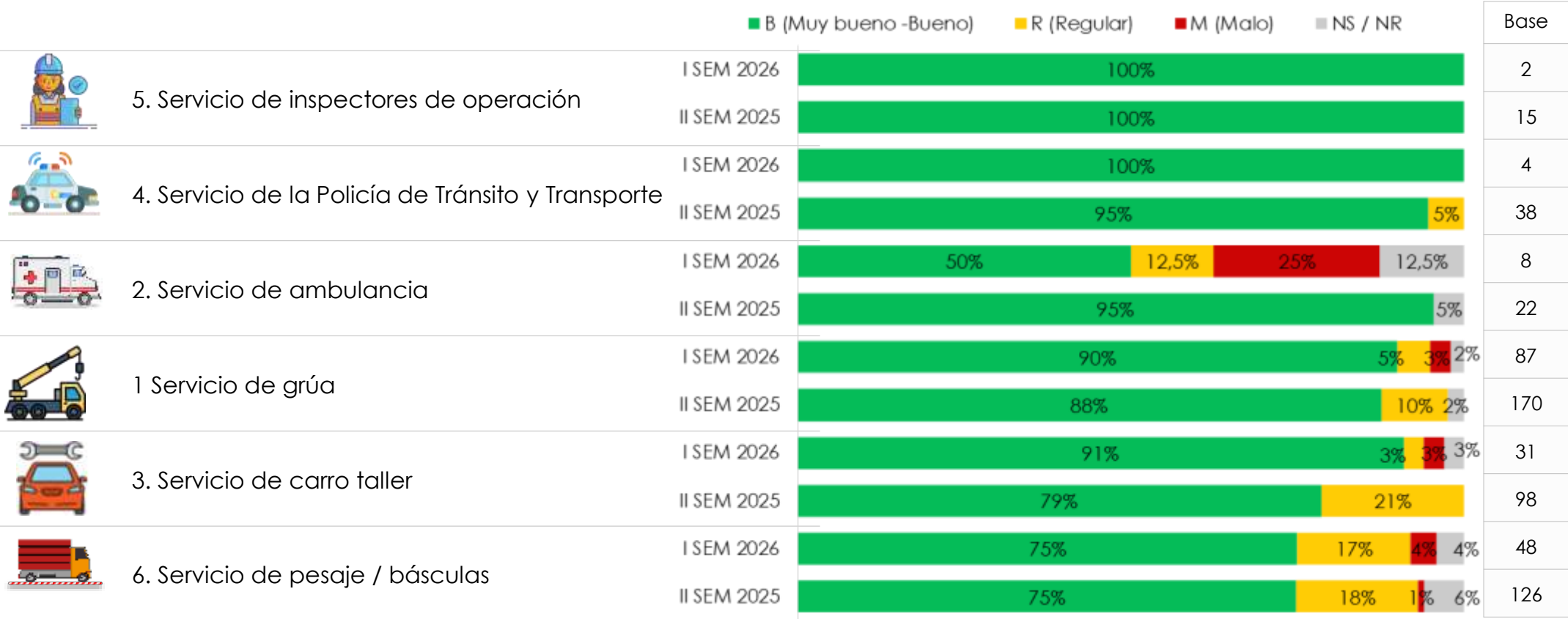
Asimismo, se presenta una disminución en el uso de éstos servicios prestados por la concesión; servicio de grúa y servicio de pesaje siguen siendo los más utilizados.



El porcentaje restante corresponde a encuestados que (No Responden).

EVALUACIÓN DE LOS SERVICIOS

La valoración de los servicios utilizados es mayoritariamente satisfactoria, aunque se identifican oportunidades de mejora principalmente en ambulancia, grúa, carro taller y pesaje, donde las calificaciones menos favorables están relacionadas con la demora en los tiempos de llegada al lugar solicitado.



COSTO SERVICIOS PRESTADOS

La mayoría de los usuarios señaló que los servicios solicitados y prestados por la concesión fueron recibidos sin ningún costo asociado.

SERVICIOS



	II SEM 2025	I SEM 2026
Bases	305	147

Base: Encuestados que afirman haber usado alguno de los servicios que presta la concesión (P3).

P5. ¿Han sido gratuitos los servicios prestados por el Concesionario en la vía? **P5.1.** Indique porqué considera que no han sido gratuitos; si recuerda describa fecha, lugar, nombre de la Persona que le atendió el servicio:



PRINCIPALES INDICADORES



INFORMACIÓN EN LA VÍA y PEAJES

cim CENTRO DE
INVESTIGACIÓN
DE MERCADOS

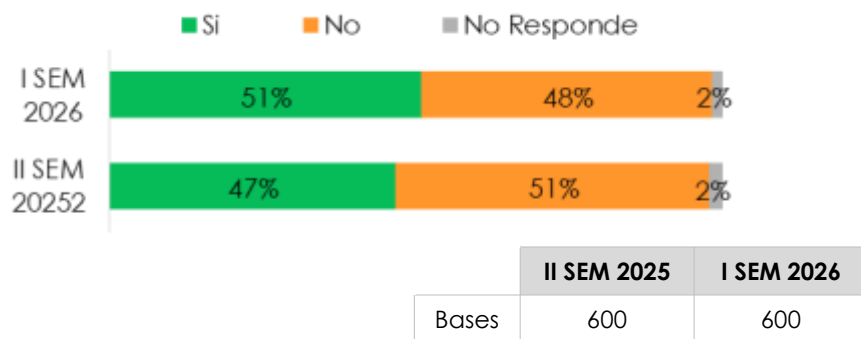
HABLEMOS DE SUS OBJETIVOS Y HAGAMOS HISTORIA



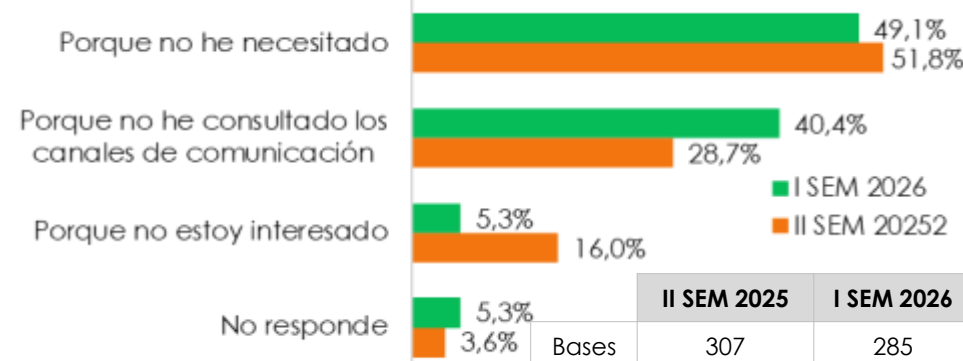
INFORMACIÓN EN LA VÍA

Para el I semestre del 2026 se observa una ligera mejora en la proporción de usuarios que manifiestan haber recibido información sobre la vía: pasa de 47% a 51%. Entre quienes manifiestan no haber recibido información, aumenta la proporción que señala no haber consultado los canales de comunicación, pasando de 28,7% a 40,4%. En I SEM 2026 se mantiene una clara preferencia por los canales de contacto directo y digitales: mensaje de texto y WhatsApp alcanzan cada uno el 28%, ubicándose entre las principales alternativas preferidas por los usuarios.

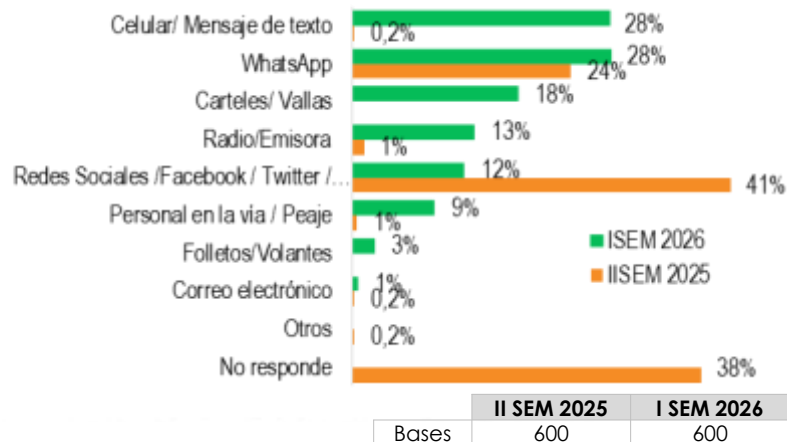
P6. ¿Ha recibido información de la vía?



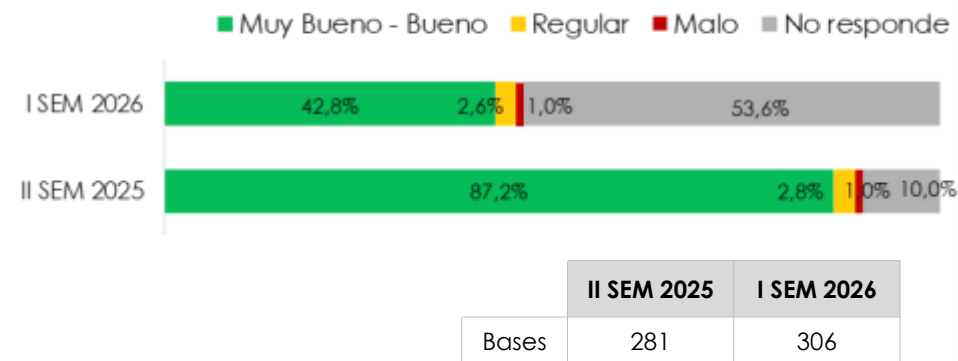
P6.1. ¿Por qué considera que no ha recibido información?



P6.2. ¿Por cuál medio le gustaría recibir información de la vía?



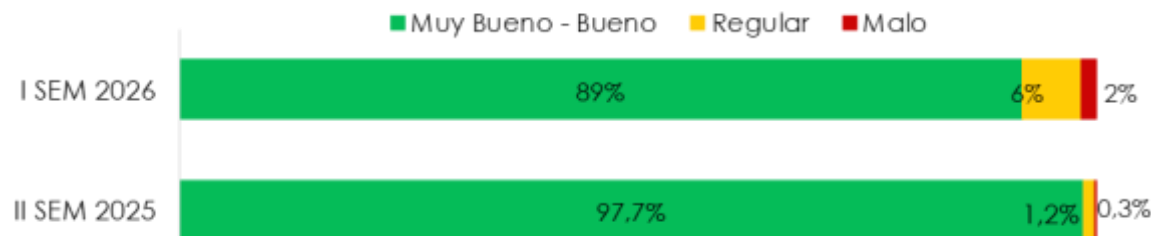
P6.3. ¿Cómo considera la veracidad de la información recibida?



EVALUACIÓN DE LOS PEAJES

La percepción sobre la **atención recibida** en los peajes se mantiene positiva, concentrándose las calificaciones en las categorías Muy Bueno y Bueno. No obstante, se evidencia una leve pérdida en la valoración favorable, acompañada de un incremento en las calificaciones de Regular y Malo; este comportamiento se relaciona con la percepción sobre el **tiempo de espera**, que continúa posicionándose como el principal factor de insatisfacción entre los usuarios.

Atención recibida

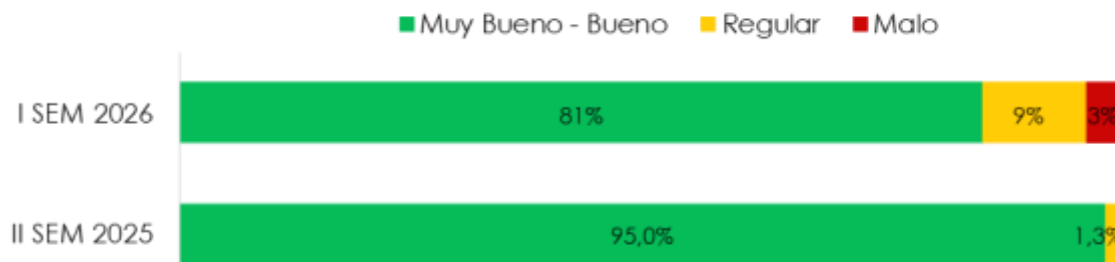


	II SEM 2025	I SEM 2026
Bases	600	600

Base: Total muestra.

El porcentaje restante corresponde a encuestados que (No Responden).

Tiempo de espera



	II SEM 2025	I SEM 2026
Bases	600	600

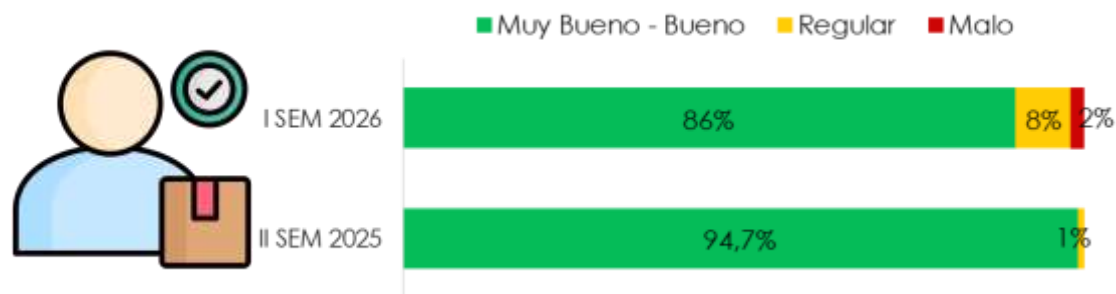
Base: Total muestra.

El porcentaje restante corresponde a encuestados que (No Responden).

EVALUACIÓN PERSONAL DE LAS VÍAS

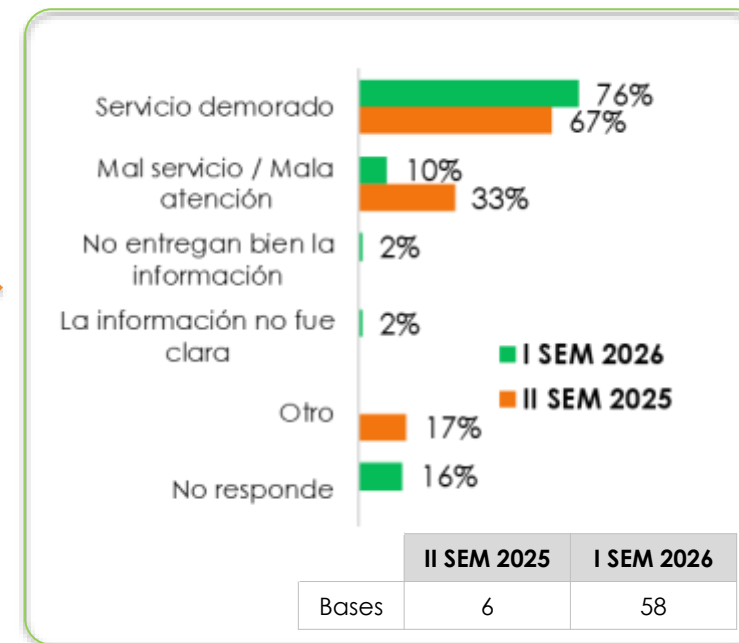
La percepción sobre el conocimiento y la atención brindada por el personal que labora en las vías se mantiene positiva, sin embargo, se evidencia un incremento en las calificaciones “Regular y Malo”; la principal causa asociada a esta valoración continúa siendo la demora en la prestación de este servicio.

Conocimiento y atención



El porcentaje restante corresponde a encuestados que (No Responden).

	II SEM 2025	I SEM 2026
Bases	600	600



*El tiempo promedio de demora fue de 28,2 min.

PERCEPCION DE LA INFRAESTRUCTURA VIAL

La percepción de los usuarios frente a la infraestructura vial se mantiene positiva. Sin embargo, se observa un leve incremento en las calificaciones “Regular” y “Malo”, especialmente en los aspectos relacionados con la información. Asimismo, los indicadores de seguridad, señalización y estado de la vía presentan una disminución en sus valoraciones positivas y mayor aumento de calificación “Regular”.



El porcentaje restante corresponde a encuestados que (No Responden).

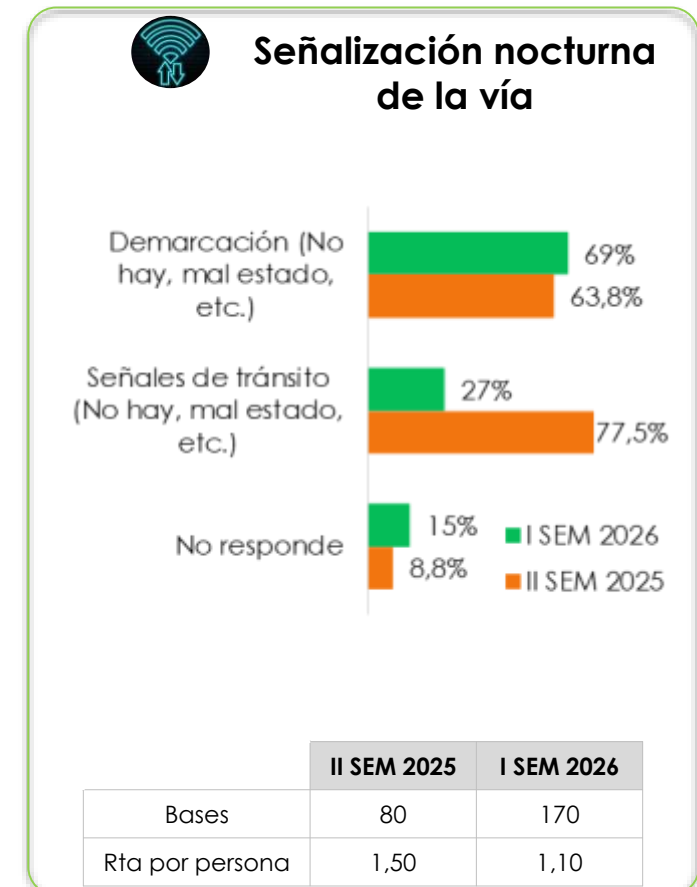
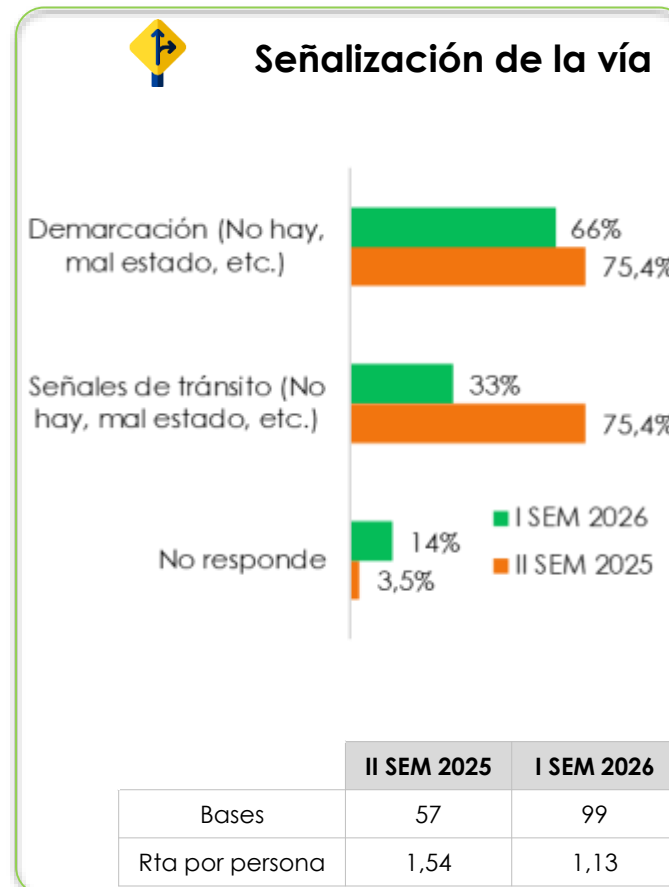
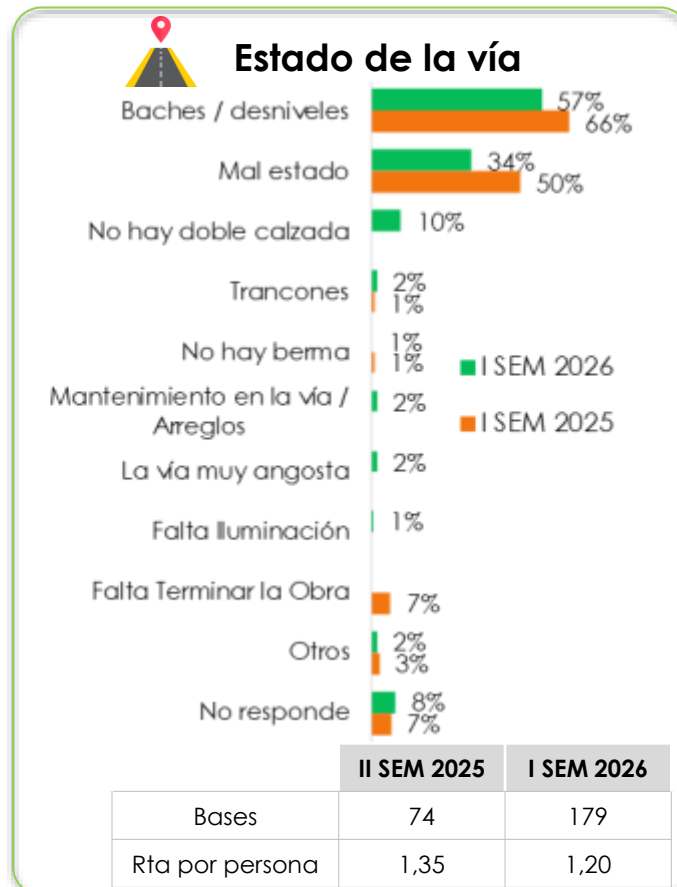
P10. De la infraestructura vial a cargo de la concesión evalué de acuerdo a su percepción...

	II SEM 2025	I SEM 2026
Bases	600	600

PROFUNDIZACION EN LA INFRAESTRUCTURA VIAL

(Regular y Mala).

En línea con lo anterior, las principales oportunidades evidenciadas por los usuarios frente a la infraestructura son: estado de la vía con baches y vías en mal estado, adicional los usuarios manifiestan la falta de demarcación y falta de señales de tránsito diurna y nocturna.



Base: Encuestados que califican de manera deficiente los aspectos evaluados de la infraestructura vial en la P10.

P11. Razones por las cuales le da una calificación de 1 o 2, a la infraestructura vial a cargo de la Concesión. (Regular y Mala).

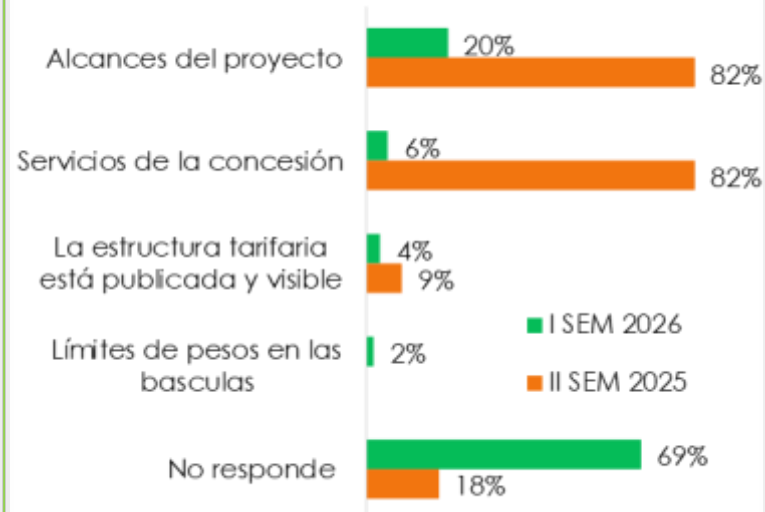
PROFUNDIZACION EN LA INFRAESTRUCTURA VIAL

(Regular y Mala).

En cuanto a la información del proyecto, los usuarios solicitan mayor detalle sobre los alcances del proyecto y sus servicios. Respecto a la limpieza de la vía, manifiestan suciedad o basura en algunos tramos.



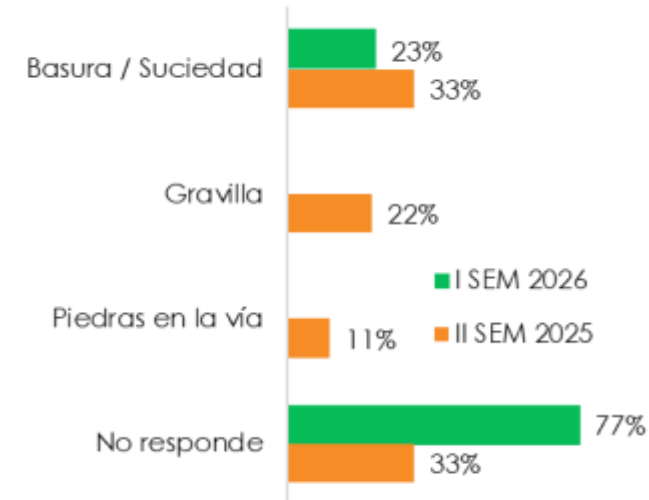
Información del proyecto



	II SEM 2025	I SEM 2026
Bases	11	54
Rta por persona	1,9	1



Limpieza general en la vía



	II SEM 2025	I SEM 2026
Bases	9	13
Rta por persona	1	1

PROFUNDIZACION EN LA INFRAESTRUCTURA VIAL

(Regular y Mala).

Con respecto a la seguridad al transitar por la vía, en esta medición los usuarios mencionan que la vía es muy angosta, le falta seguridad, está deteriorada o le falta iluminación y señalización.

El trancón también es el factor principal que afecta el tiempo empleado en cada trayecto.



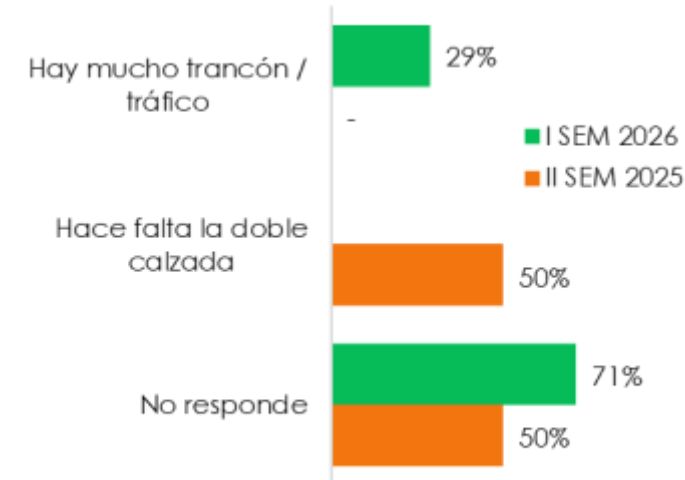
Seguridad al transitar por la vía



	II SEM 2025	I SEM 2026
Bases	12	58
Rta por persona	1	1



Tiempo empleado en el trayecto



	II SEM 2025	I SEM 2026
Bases	2	14
Rta por persona	1	1

TRAMOS CON MAL ESTADO



Señalización de la vía

11A_2_1 -Señales de tránsito	B:33	11A_2_2 - Demarcación	B:65
Toda la vía	6%	Ocoa	15%
Nohora	6%	Toda la vía	8%
Ocoa	6%	Biomax / Planta Biomax	5%
Zona Mercedes	6%	En Guamal	2%
Biomax / Planta Biomax	6%	Llegando a Villavicencio	2%
Llegando o en la Cuncia	3%	Nohora	2%
No responde	67%	No responde	68%



Señalización nocturna de la vía

11A_3_1 - Señales de tránsito	B:45	11A_3_2 - Demarcación	B:117
Ocoa	7%	Ocoa	11%
Toda la vía	4%	Biomax / Planta Biomax	6%
Biomax / Planta Biomax	4%	Toda la vía	5%
Nohora	4%	Entre Guamal y San Martin	4%
Zona Mercedes	4%	Pachaquiaro	3%
Llegando a la balsa	2%	Después de Pompeya	2%
Guamal Acacias	2%	Nohora	2%
No responde	71%	Bioenergy	2%
		Llegando o en la Cuncia	1%
		Acacias	1%
		Puerto Lopez Villavicencio	1%
		El tramo de humadea	1%
		No responde	62%

TRAMOS CON MAL ESTADO



Estado de la vía

11A_1_1 - Huecos – Baches	B:100	11A_1_2 - Mal estado	B:60
Llegando o en la Cuncia	6%	Toda la vía	10%
Toda la vía	5%	Llegando o en la Cuncia	5%
Acacias	4%	Japoneses	5%
Llegando a la balsa	3%	Llegando a Villavicencio	3%
En Guamal	3%	Nohora	3%
Después de Pompeya	3%	Vereda Toro	3%
Puerto López Villavicencio	3%	Guamal Acacias	2%
Bioenergy	3%	En la salida a San Martín	2%
Potosí	3%	Llegando a puerto Gaitán	2%
Vía Granada	2%	Pachaquiara	2%
Después de, o, en Guayuriba	2%	Después de Pompeya	2%
Zona Mercedes	2%	Zona Mercedes	2%
Vereda Toro	2%	Bioenergy	2%
Biomax / Planta Biomax	2%	Biomax / Planta Biomax	2%
Fedearroz	2%	No responde	57%
En la salida a San Martín	1%		
Llegando a puerto Gaitán	1%		
Nohora	1%		
Puerto López - Puerto Gaitán	1%		
Puerto Gaitán - Puerto López	1%		
Japoneses	1%		
No responde	49%		



Limpieza general en la vía

11A_4 - Seguridad	B:13
Toda la vía	8%
No responde	92%



Seguridad al transitar por la vía

11A_5 - Seguridad	B:58
Nohora	7%
Toda la vía	7%
Llegando o en la Cuncia	3%
Zona Mercedes	2%
No responde	81%



PRINCIPALES INDICADORES



CANALES DE COMUNICACIÓN

cim CENTRO DE
INVESTIGACIÓN
DE MERCADOS

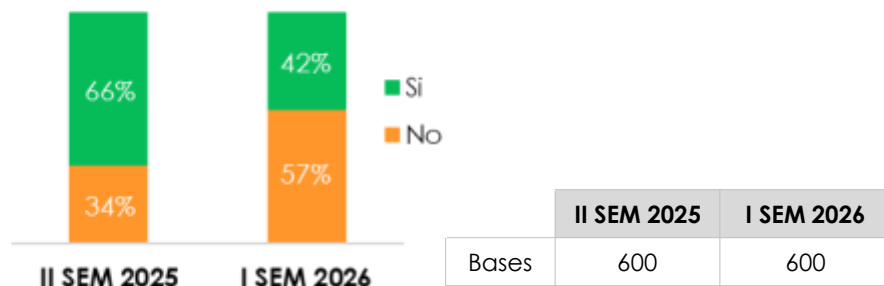
HABLEMOS DE SUS OBJETIVOS Y HAGAMOS HISTORIA



CANALES DE COMUNICACIÓN

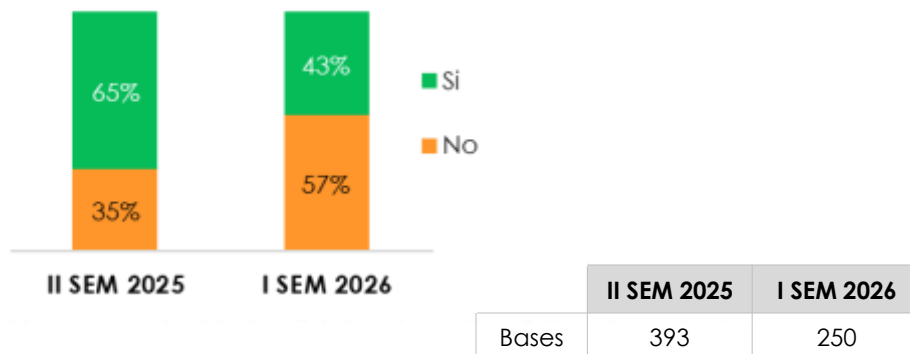
Para el I semestre de 2026 se observa una disminución en la proporción de usuarios que conocen los canales de comunicación de la concesión, pasando del 66% al 42%, lo que refleja menor cantidad de usuarios que han establecido contacto con esta, que pasa del 65% al 43%. La línea telefónica continúa siendo el principal medio de comunicación utilizado.

P12. ¿Sabe como comunicarse e informarse con el Concesionario?

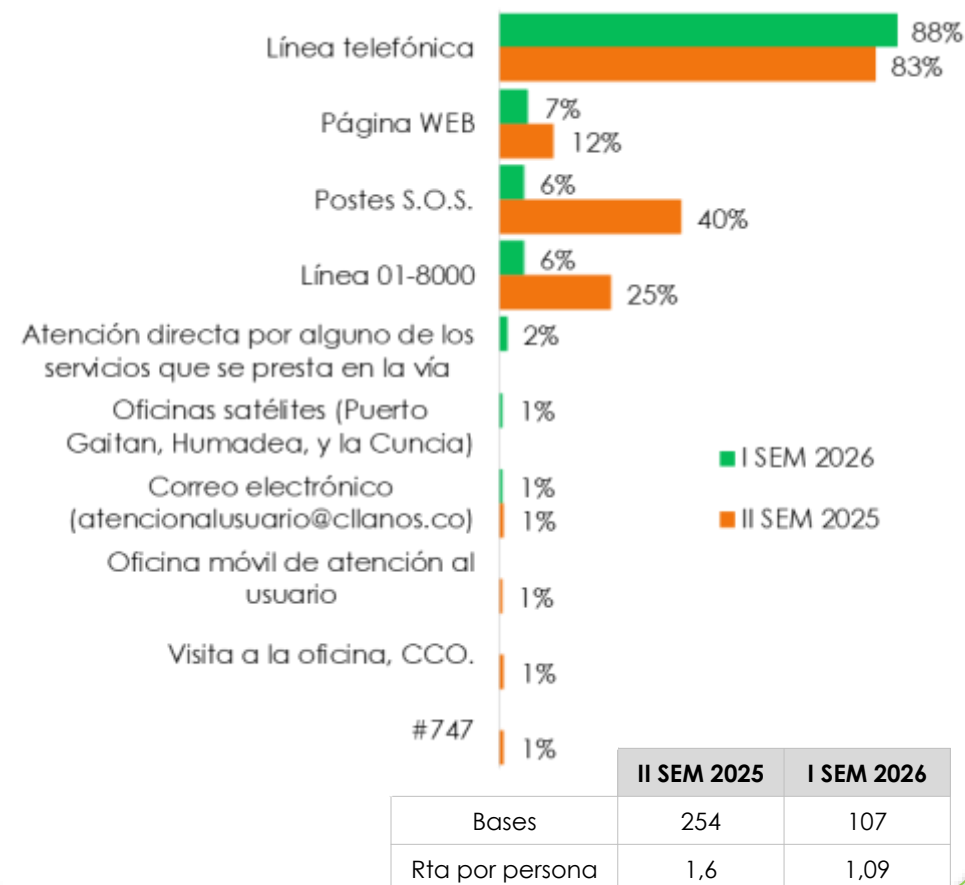


El porcentaje restante corresponde a encuestados que (No Responden).

P13. ¿Alguna vez se ha comunicado con la concesión?

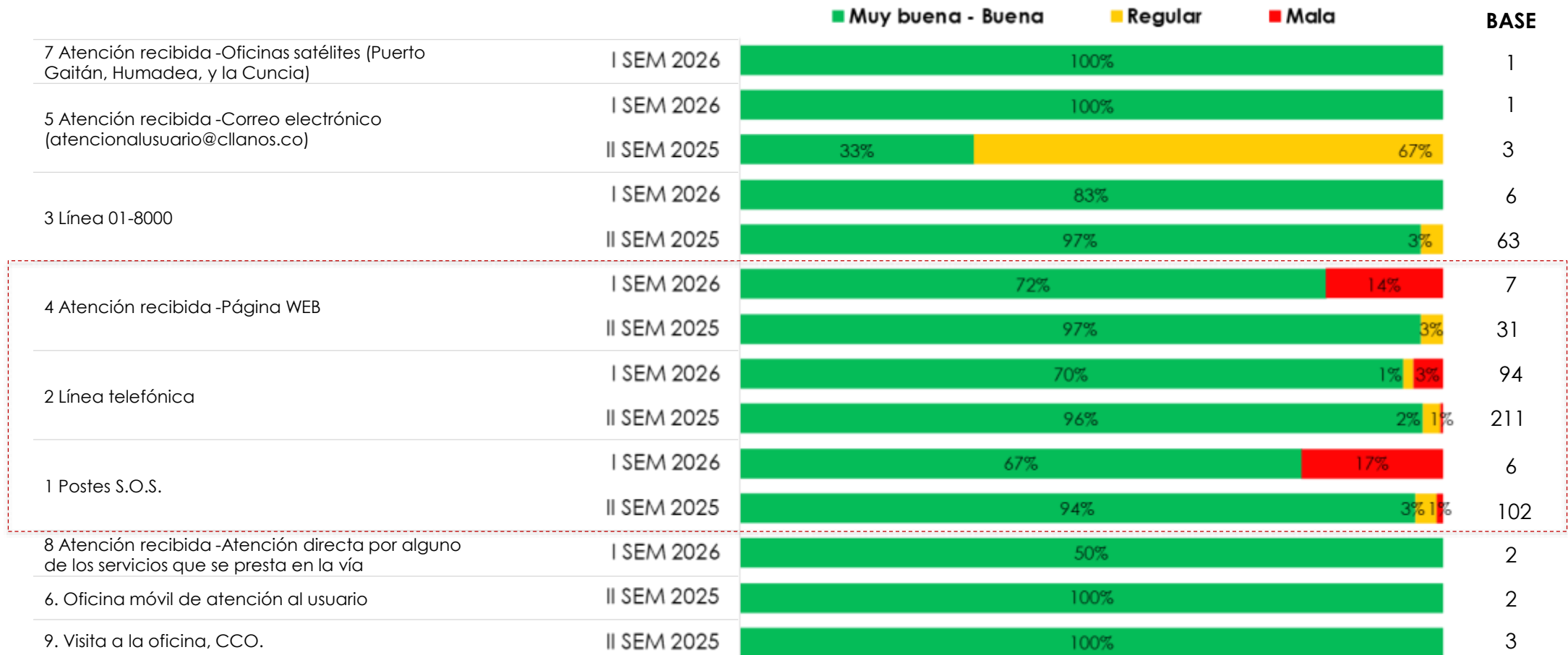


P14. ¿Cuáles canales de comunicación utilizó?



EVALUACIÓN DE CANALES DE COMUNICACIÓN

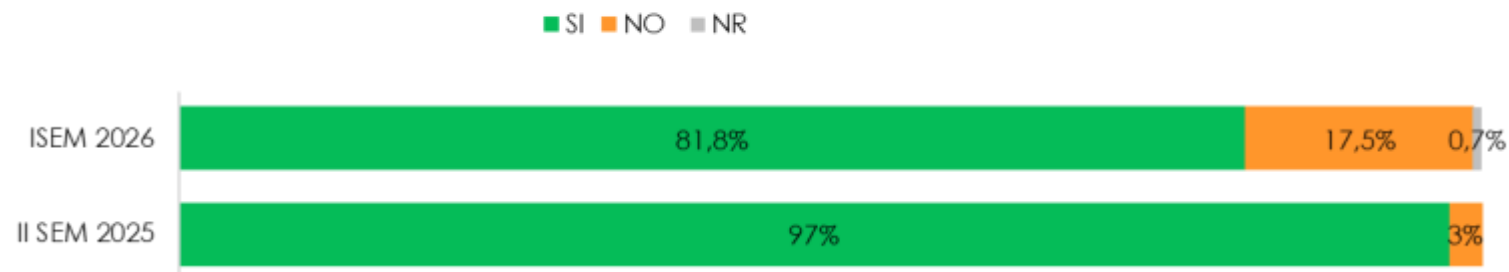
En general, los usuarios que se han comunicado con la concesión presentan una percepción positiva. No obstante, la línea telefónica, principal medio de contacto, así como la página web y los postes S.O.S., presentan oportunidades de mejora identificadas por algunos usuarios.



El porcentaje restante corresponde a encuestados que (No Responden).

PERCEPCIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS

La percepción de los usuarios frente a la administración de los recursos de la concesión se mantiene positiva; sin embargo, se evidencia una disminución en el nivel de conocimiento sobre el manejo y destinación de estos recursos



	II SEM 2025	I SEM 2026
Bases	600	600

P16. Sabía usted, que los ingresos del proyecto viabilizan la ejecución de las obras, el mejoramiento continuo de la infraestructura vial, la operación y mantenimiento continuo, además de la atención oportuna de los usuarios accidentados y varados en nuestros corredores.

OBSERVACIONES DE LOS USUARIOS

TEMA	COMENTARIOS	II SEM 2025	I SEM 2026
Ninguno	No tiene ningún comentario	82%	95,8%
Señalización	Más demarcación en la vía	4%	-
	Falta señalización / Señalización en la noche	1,3%	0,7%
	Arreglar las luces en la vía / poca iluminación en la vía		0,5%
	Falta colocar más postes de señalización / SOS	1,3%	-
	Las señales están en mal estado / sin pintura / sucias	1,2%	-
	Más señalización nocturna: ojos de gato, en la noche hay puntos ciegos	0,5%	-
Peaje	Bajar el costo del peaje / peaje costoso	2%	0,3%
	Problemas con la báscula: no está calibrada, debe estar a la derecha	0,7%	0,2%
	Están muy cerca los peajes / Quitar un peaje	0,5%	-
	Mejorar el servicio en el peaje	0,3%	-
	La persona del peaje no es amable / No saluda / Mala cara	0,3%	-
	El servicio en el peaje es lento / demorado	0,2%	-
	Problemas con los chip: Colpass	0,2%	-
Obras	Mejorar los baches / desniveles	4%	0,2%
	Falta mantenimiento de las vías / Mal estado	3%	0,3%
	Agilizar las obras / doble calzada	0,9%	0,7%
	Arreglar las luces en la vía / poca iluminación en la vía	0,2%	-
Problemas en la vía	La vía es angosta	0,2%	-
	Mal estado de la vía		0,5%
	No hay Berma	0,2%	-
	Mucho trancón		0,2%
Comunicación	No hay claridad en los de los números para comunicarse con la concesión	1%	
Falta limpieza en las vías	Mucha tierra en la vía / gravilla / basura / balasto	0,8%	-
	Más mantenimiento de zonas Verdes	0,2%	-
Otros	La grúa se demoró un poco / es demorado	0,2%	-
	Cuando llueve se desborda el río		0,2%
	Otros	0,7%	1,0%
Base:		600	600
Rta por persona		1,06	1,00

Aunque no se reflejan comentarios relevantes por parte de los usuarios, de acuerdo a lo ya mencionado hay quienes manifiestan la falta de señalización especialmente para las noches, el costo elevado de los peajes, falta de mantenimiento de las vías e inconvenientes con las básculas de pesaje.



EVALUACIÓN DE SATISFACCIÓN



CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES



CONCLUSIONES

Conocimiento y uso de los servicios

- Para el I semestre del año 2026, se evidencia disminución a nivel general en el conocimiento de los diferentes servicios ofrecidos por la Concesión, con una reducción alrededor de 20 puntos porcentuales cada uno frente a II Sem de 2025. Asimismo, se presenta una disminución en el uso de éstos servicios prestados por la concesión; servicio de grúa y servicio de pesaje, que siguen siendo los más utilizados.
- La valoración de los servicios utilizados es satisfactoria, aunque se identifican algunas oportunidades principalmente en ambulancia, grúa, carro taller y pesaje, donde las calificaciones menos favorables están relacionadas con la demora en los tiempos de llegada al lugar solicitado.

Información en la vía y peajes

- Se mantiene una clara preferencia por los canales de contacto directo y digitales: mensaje de texto y WhatsApp alcanzan cada uno el 28%, ubicándose entre las principales alternativas preferidas por los usuarios.
- La percepción sobre la **atención recibida** en los peajes se mantiene positiva, no obstante, se evidencia un incremento en las calificaciones de Regular y Malo; este comportamiento se relaciona con la percepción sobre el **tiempo de espera**, que continúa posicionándose como el principal factor de insatisfacción entre los usuarios.
- La percepción de los usuarios frente a la infraestructura vial se mantiene positiva. Sin embargo, se observa un leve incremento en las calificaciones "Regular" y "Malo", especialmente en los aspectos relacionados con la información. Asimismo, los indicadores de seguridad, señalización y estado de la vía presentan una disminución en sus valoraciones positivas y mayor aumento de calificación "Regular".

Comunicación

- Para el I semestre de 2026 se observa una disminución en la proporción de usuarios que conocen los canales de comunicación de la concesión, pasando del 66% al 42%, lo que refleja menor cantidad de usuarios que han establecido contacto con esta, pasa del 65% al 43%.
- La línea telefónica continúa siendo el principal medio de comunicación utilizado.

RECOMENDACIONES

Prestación de servicios

- Implementar estrategias de comunicación más visibles y frecuentes para dar a conocer nuevamente los servicios disponibles, especialmente aquellos cuyo nivel de conocimiento presentó mayores disminuciones. Se recomienda aprovechar los canales de mayor preferencia de los usuarios, como WhatsApp y mensajes de texto, complementándolos con información en peajes y puntos estratégicos de la vía.
- Validar el alcance en cada una de los tramos con el fin de mejorar los tiempos de respuesta y llegada de ambulancia, grúa, carro taller, dado que la demora constituye el principal motivo de valoración desfavorable.
- Mantener actualizadas las básculas con el fin de evitar errores al momento del paso de vehículos.

Información en la vía y peajes

- Revisar los procesos operativos que generan mayores tiempos de espera, especialmente en los momentos de mayor flujo vehicular. Se recomienda fortalecer la gestión de filas, disponer de recursos adicionales en horarios de alta demanda y monitorear periódicamente los tiempos de atención para prevenir incrementos en la insatisfacción.
- Fortalecer la comunicación dirigida al usuario durante su recorrido, especialmente en aspectos relacionados con señalización, seguridad, estado de la vía e información disponible. Se recomienda realizar revisiones periódicas de la señalización y priorizar aquellos puntos identificados por los usuarios como de mayor dificultad o falta de información.

Comunicación

- Diseñar una estrategia específica para incrementar el reconocimiento de los canales de contacto de la Concesión: qué canales existen, para qué sirven y cómo acceder a ellos,



HABLEMOS DE SUS OBJETIVOS Y HAGAMOS HISTORIA