



**INSTITUTO
NACIONAL DE
SALUD**



**GOBIERNO
DE COLOMBIA**

INFORME DE RESULTADOS

PERCEPCIÓN PRODUCTOS Y SERVICIOS DIRECCION DE PRODUCCION

**GRUPO DE ATENCIÓN AL CIUDADANO
2018 – 11 – 27**

INTRODUCCIÓN

El Instituto Nacional de Salud, como parte de las acciones derivadas del Sistema Integrado de Gestión SIG, certificado bajo la Norma ISO 9001:2015 y el Modelo Estándar de Control Interno MECI 1000:2014, acreditado bajo la Norma NTC ISO/IEC 17025:2005 y NTC ISO/IEC 17043:2010 ha diseñado estrategias para conocer la percepción de los ciudadanos clientes frente a la calidad de los productos y servicios ofrecidos en busca de la mejorar continua de nuestro proceso y el incremento de la satisfacción de nuestros clientes. La medición de la satisfacción se realiza al servicio y producto de Antiveneno de la Dirección de Producción.

METODOLOGÍA

| | |
|-------------------------------|--|
| TECNICA DE RECOLECCIÓN | Aplicación de encuesta virtual y telefónica. |
| PRODUCTOS-SERVICIOS | Servicio y producto de Antiveneno |
| POBLACIÓN OBJETIVO | Se toma como población objetivo los ciudadanos/clientes que adquirieron el producto Antiveneno, según base de datos suministrada por la Dirección de Producción. |
| TAMAÑO DE LA MUESTRA | El total de la población objetivo enviada y de encuestas remitidas para esta medición asciende a 48. |
| FECHA DE APLICACIÓN | Noviembre 26 y 27 de 2018. |

ESCALA VALORATIVA

Para la determinación del grado de satisfacción de los participantes encuestados, se tomó como base la siguiente escala de valoración:

| CALIFICACIÓN |
|---------------------|
| Excelente |
| Muy Bueno |
| Bueno |
| Regular |
| Deficiente |
| No Aplica |

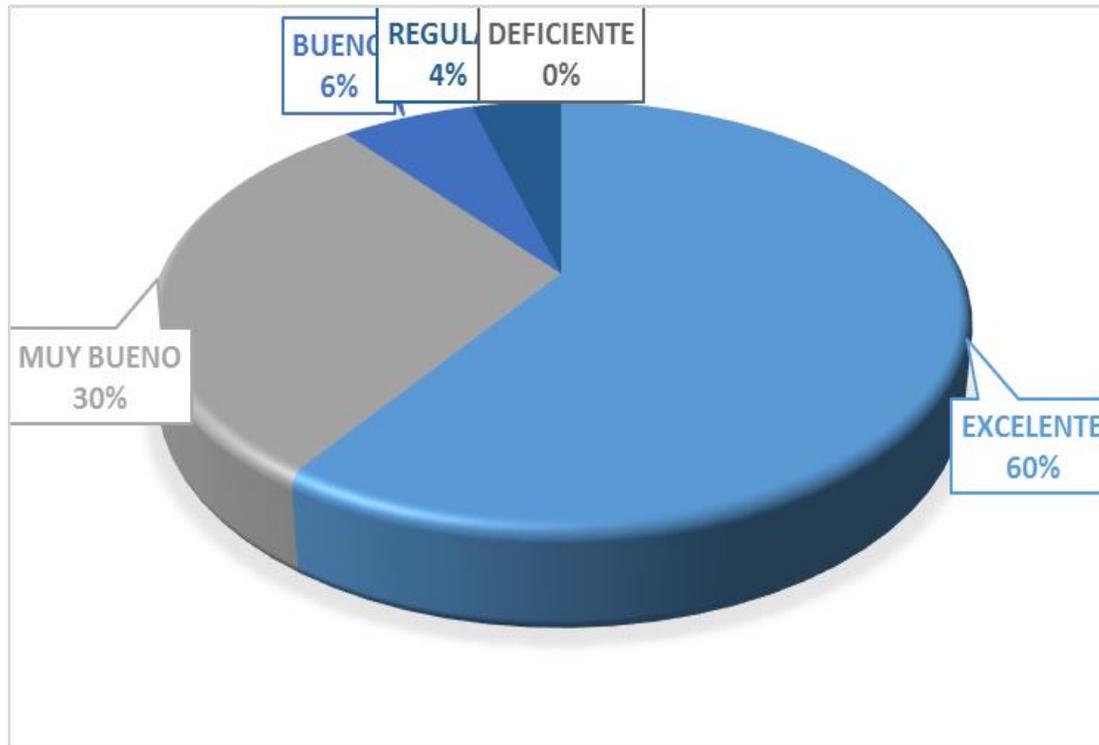
PERCEPCIÓN

El Grupo de Atención al Ciudadano y Correspondencia mide la percepción de los productos y servicios de la Dirección de Producción mediante la encuesta de satisfacción de productos y servicios FOR.A08.0000.003-V5, teniendo en cuenta variables como:

Calidad del servicio, acceso al servicio, disposición del funcionario, utilidad de la información, oportunidad en la entrega de los productos.

Resultados de la encuesta

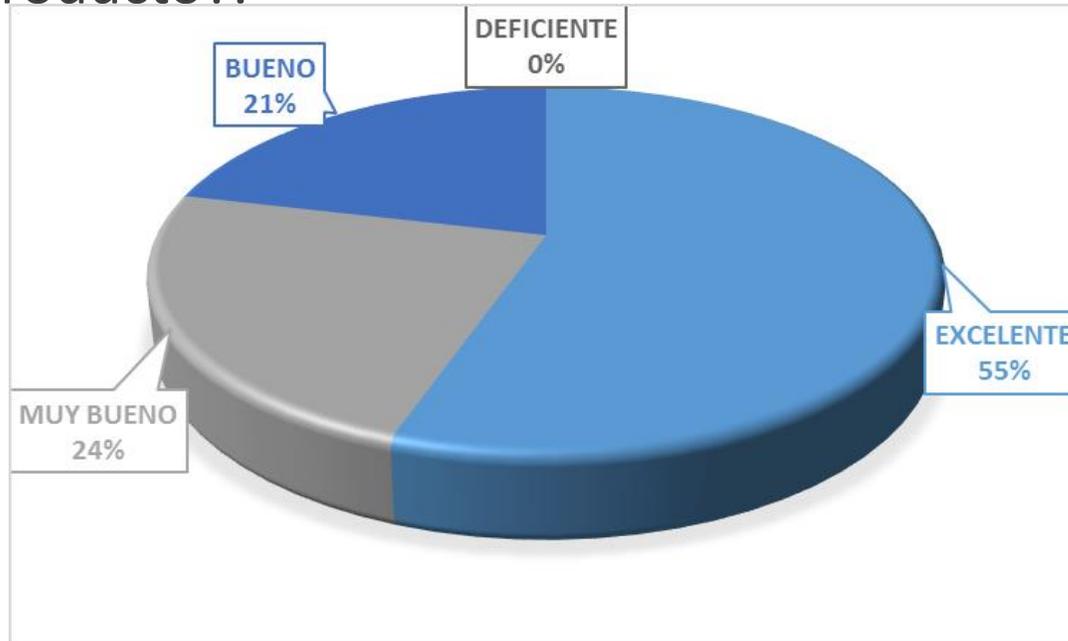
1. ¿La calidad del servicio/producto entregado?



De acuerdo a los datos obtenidos el 60% de las personas encuestadas calificaron como EXCELENTE la calidad de los productos y servicios, el 30% los califica como MUY BUENO, el 6% BUENO y el 4% REGULAR.

Resultados de la encuesta

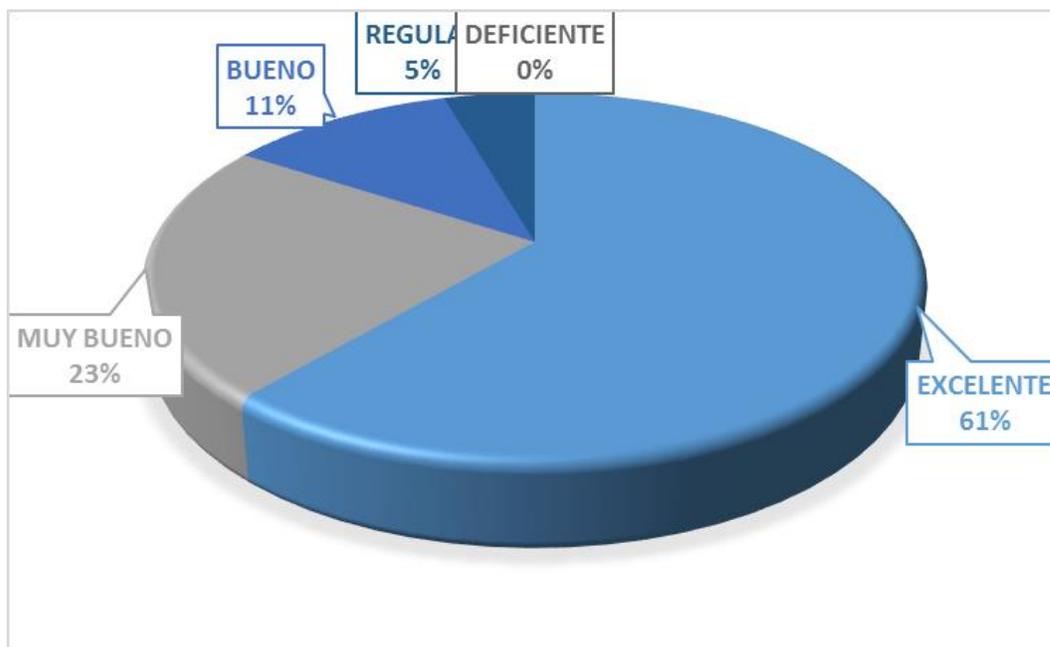
2. ¿El acceso al servicio o la adquisición del producto?



De acuerdo a los datos recolectados el 55% de las personas encuestadas calificaron como EXCELENTE el acceso al servicio, el 24% lo califican como MUY BUENO, y finalmente el 21% como BUENO.

Resultados de la encuesta

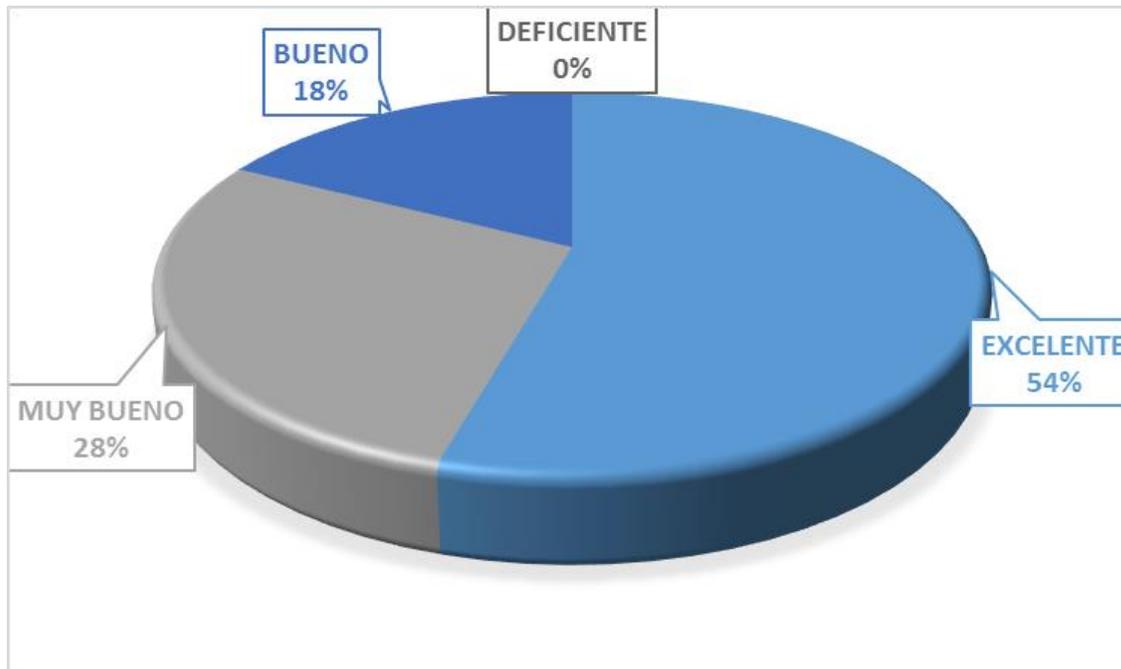
3. ¿Disposición del funcionario(s) que lo atendió en el INS?.



De acuerdo a los datos recolectados el 61% de las personas encuestadas calificaron como EXCELENTE la disposición del funcionario, el 23% lo califica como MUY BUENO, el 11% COMO BUENO y el 5% como REGULAR

Resultados de la encuesta

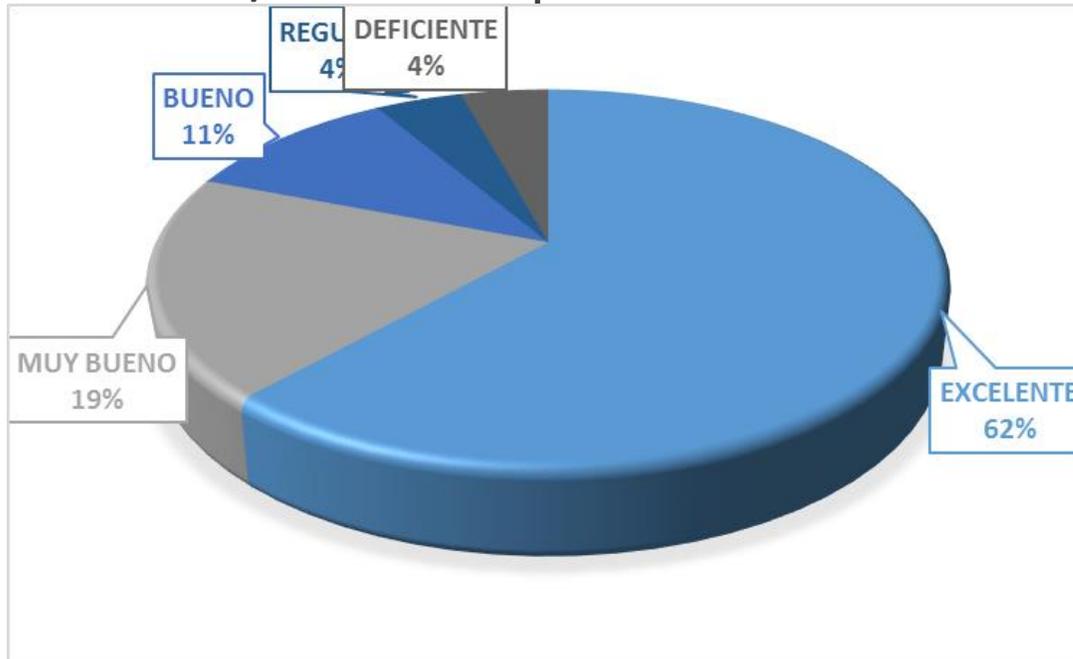
4. ¿La utilidad de la información o asesoría técnica brindada.



De acuerdo a los datos recolectados el 54% de las personas encuestadas calificaron como EXCELENTE la información o asesoría brindada, el 28% lo calificaron como MUY BUENO y finalmente el 18% como BUENO.

Resultados de la encuesta

5. ¿La oportunidad en la entrega de los productos/servicios que ofrece el INS.



De acuerdo a los datos recolectados el 62% de las personas encuestadas calificaron como EXCELENTE la información o asesoría brindada, el 19% lo calificaron como MUY BUENO y finalmente el 11% como BUENO y 4% como REGULAR

CONCLUSIONES

- Los ciudadanos/clientes presentan un alto nivel de satisfacción frente al producto/servicio ofrecido por el Instituto Nacional de Salud, en cuanto a la calidad del servicio, la oportunidad de la entrega del producto entre otros ítems de evaluación expuestos anteriormente a través de graficas, resultado que refleja el trabajo de la entidad.
- Se recomienda fortalecer los mecanismos que permitan mejorar la oportunidad para la entrega de los productos y mitigar la percepción regular o negativa, la cual se estimo para el presente, en un 4%.