



INFORME DE RESULTADOS

PERCEPCIÓN PRODUCTOS Y SERVICIOS REUNION NACIONAL DE BANCOS DE SANGRE 2018 SISTEMA DE INFORMACIÓN DE HEMOVIGILANCIA -SIHEVI-

**GRUPO DE ATENCIÓN AL CIUDADANO
2018 – 11 – 23**



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 Sistema de información de Hemovigilancia SIHEVI

METODOLOGÍA

TECNICA DE RECOLECCIÓN	Aplicación de encuesta en físico.
PRODUCTOS-SERVICIOS	SISTEMA DE INFORMACION DE HEMOVIGILANCIA – SIHEVI-
POBLACIÓN OBJETIVO	Se toma como población objetivo los ciudadanos/clientes asistentes a la reunión nacional de bancos de sangre 2018 llevada a cabo los días 30 de octubre y 1 y 2 de noviembre de 2018.
TAMAÑO DE LA MUESTRA	El total de la población objetivo enviada y de encuestas remitidas para esta medición fue de 22.
FECHA DE APLICACIÓN	Octubre 30 - Noviembre 1 y 2 de 2018.

ESCALA VALORATIVA

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

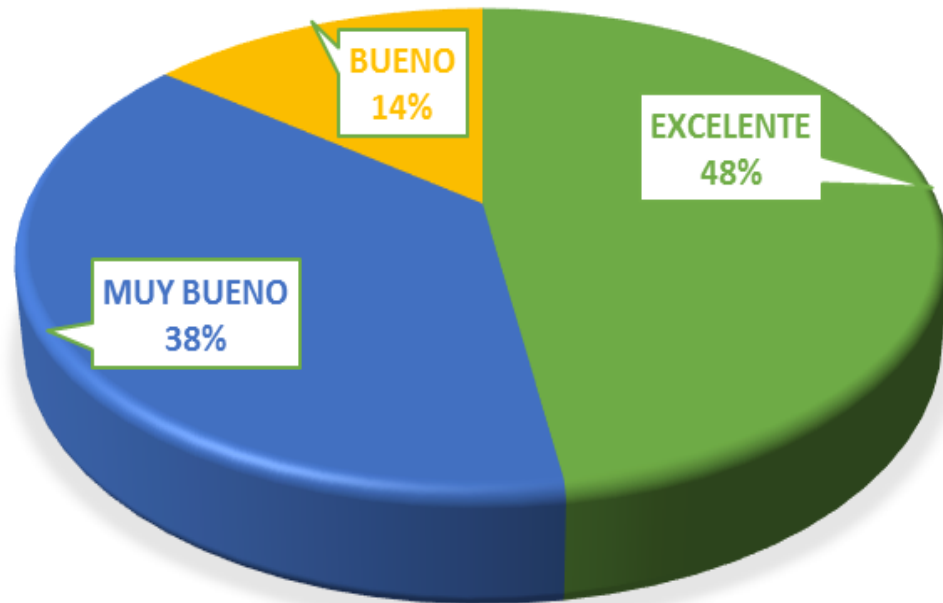
CALIFICACIÓN
Excelente
Bueno
Regular
Deficiente
No Aplica

PERCEPCIÓN

El Grupo de Atención al Ciudadano mide la percepción de los productos y servicios de la Dirección de Redes en Salud Pública 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

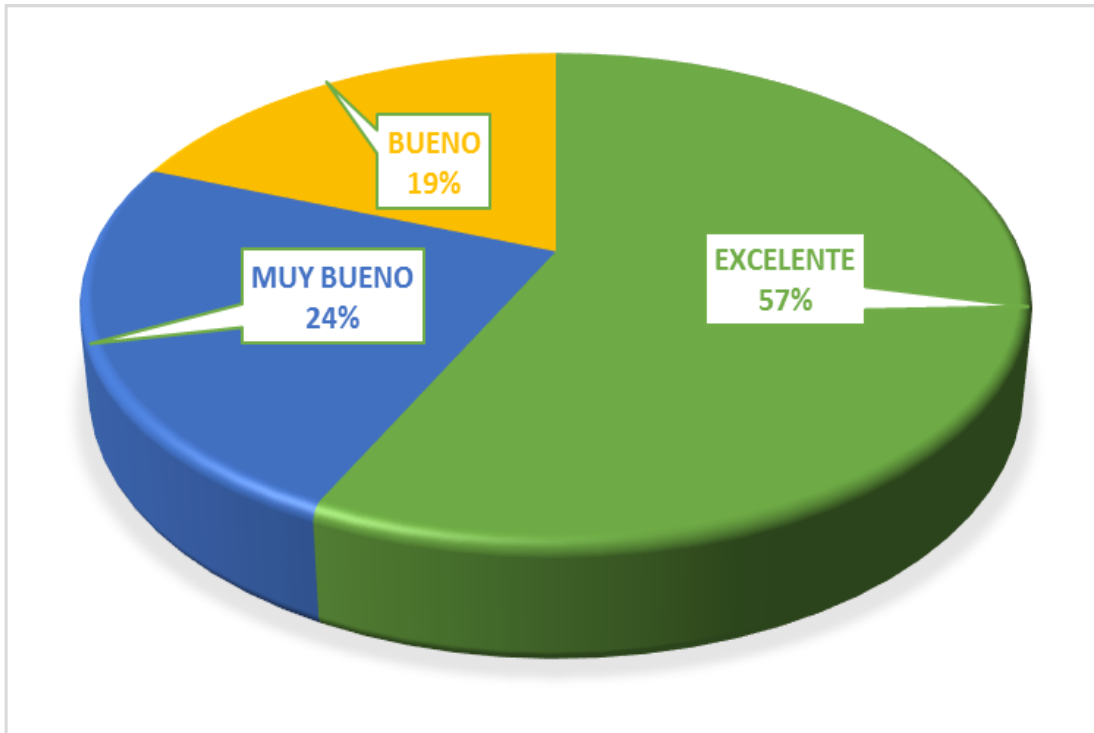
1. ¿La calidad del servicio/producto entregado?



De acuerdo a los datos recolectados el 48% de las personas encuestadas calificaron como EXCELENTE la calidad de los productos y servicios, el 38% los califica como MUY BUENO, el 14% BUENO.

Resultados de la encuesta

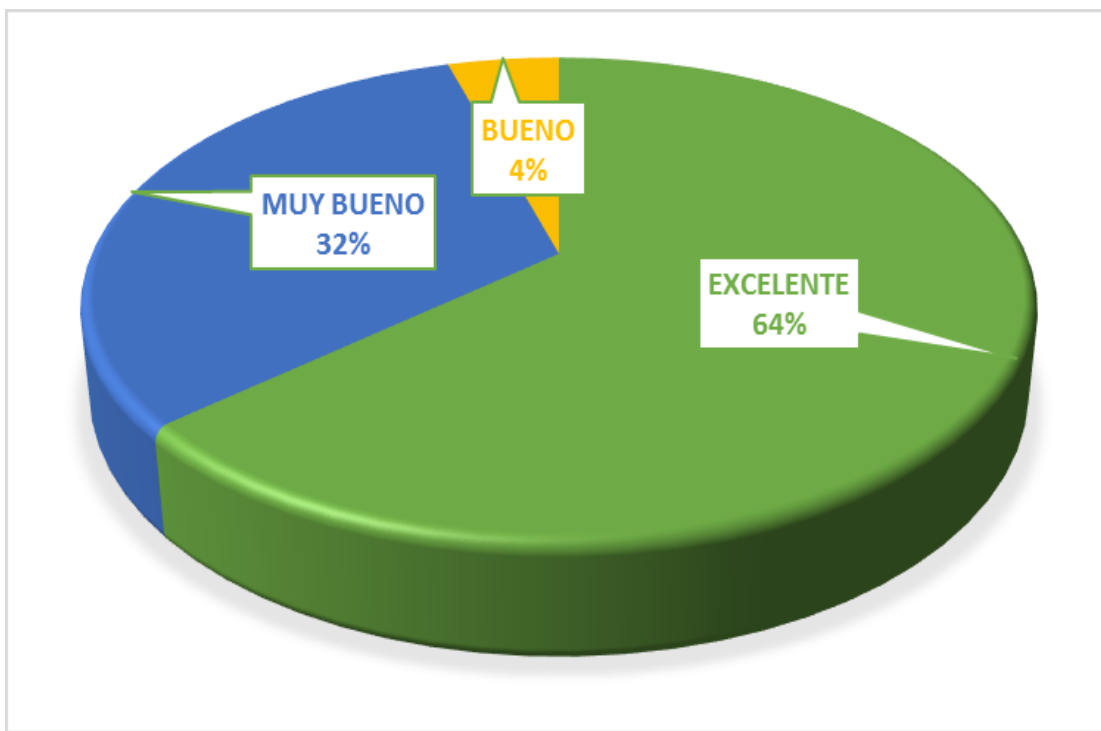
2. ¿El acceso al servicio o la adquisición del producto?.



De acuerdo a los datos recolectados el 57% de las personas encuestadas calificaron como EXCELENTE el acceso al servicio, el 24% lo califican como MUY BUENO, y finalmente el 19% como BUENO.

Resultados de la encuesta

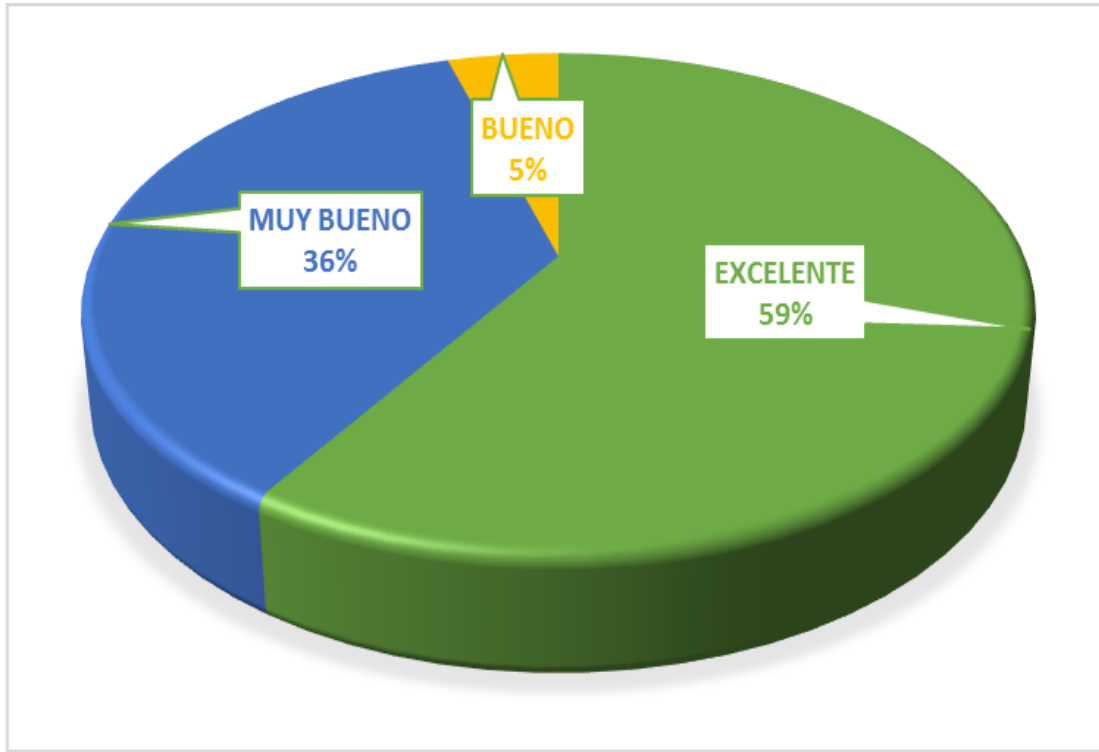
3. ¿Disposición del funcionario(s) que lo atendió en el INS?



De acuerdo a los datos recolectados el 64% de las personas encuestadas calificaron como EXCELENTE la disposición del funcionario, el 32% lo califica como MUY BUENO, Y el 4% COMO BUENO.

Resultados de la encuesta

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



De acuerdo a los datos recolectados el 59% de las personas encuestadas calificaron como EXCELENTE la información o asesoría brindada, el 36% lo calificaron como MUY BUENO y finalmente el 5% como BUENO.

Resultados de la encuesta

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



De acuerdo a los datos recolectados el 50% de las personas encuestadas calificaron como EXCELENTE la oportunidad de entrega del producto o servicio, el 40% la calificaron como MUY BUENO, y el 10% como BUENO.

CONCLUSIONES

- Se refleja según los datos recolectados que los ciudadanos/clientes resaltan la disposición del funcionario que les atendió ya que logro un 64% de calificaciones de excelente.
- Se evidencia que los productos/servicios del sistema de información de Hemovigilancia –SIHEVI- del Grupo Red Nacional de Bancos de Sangre de la Dirección de Redes en Salud Pública se encuentran en rango satisfactorio para las variables de conformidad, accesibilidad, disposición del funcionario y pertinencia de la información proporcionada.

CONCLUSIONES

- Es preciso mantener y perseguir el buen servicio respecto y la calidad del producto o servicio, ya que este resultado permite diferenciarse y sobresalir como entidad pública.
- La fidelización de los clientes o usuarios que acceden al sistema de información, fortalece y resalta los beneficios que se brindan a través de este producto o servicios calificado, y se observa en los resultados positivos respecto a la utilidad de la información.