

**Resultados de la Encuesta de Satisfacción a  
Usuarios  
de los Servicios Públicos ofrecidos por el  
Instituto de Innovación en Biotecnología e  
Industria (IIBI)**

# Contenido:

- **Introducción**
- **Ficha técnica**
- **Metodología**
- **Resultados de Satisfacción Servicios Presenciales**
- **Resultados de Satisfacción a Usuarios Institucionales**
- **Plan de acción**

# Introducción

El Instituto de Innovación en Biotecnología e Industria (IIBI), tiene dentro de sus atribuciones ofrecer servicios de laboratorios acreditados, consultoría, capacitación y asesoramiento técnico a entidades gubernamentales, empresas privadas y público en general.

El objetivo principal del instituto es contribuir al fortalecimiento del desarrollo nacional, para esto dispone de una carpeta de servicios, que ofrece a los clientes de manera presencial a través de diversas áreas.

A continuación se presentan los resultados obtenidos de la percepción de los usuarios de los servicios ofrecidos de manera presencial, relacionados con la calidad de los servicios realizados. El periodo de recolección de la información fue del 17 del mes de junio al 17 del mes de julio.

# Ficha técnica

- **Población:** promedio mensual de servicios presenciales entregados: 30.
- **Ámbito:** Sede central del Instituto de Innovación en Biotecnología e Industria (IIBI) y en el Centro de Biotecnología Vegetal (CEBIVE).
- **Método a utilizar:** cuestionario presencial
- **Fecha de levantamiento:** desde el 17 del mes de junio al 17 del mes de julio.
- **Responsables:** Servicios de Apoyo a la Producción (Elisa Gómez y Miguel Mendez) responsables de aplicar la encuesta y Calidad en la Gestión (Silvia Amanda Álvarez y Elsa Nurys Villegas), responsables de procesar la información.
- **Muestra:** basado en un error general de 5%, para un nivel de confianza del 95%, se determinaron 28 y 141 muestra para usuarios presenciales e institucionales respectivamente con la siguiente distribución:

## ➤ Muestra usuarios presenciales

Servicio	Tamaño de la muestra
Laboratorio Microbiología	9
Laboratorio Ensayos Químicos	1
Laboratorio Mineralogía	1
Laboratorio Ensayos Físicos	1
Laboratorio Aguas	3
Capacitación y Formación Continua	2
CEBIVE	11
<b>Total</b>	<b>28</b>

## ➤ Muestra usuarios institucionales

Servicio	Tamaño de la muestra
Laboratorio Microbiología	87
Laboratorio Ensayos Químicos	31
Laboratorio Mineralogía	4
Laboratorio Ensayos Físicos	3
Laboratorio Aguas	11
Capacitación y Formación Continua	3
CEBIVE	1
<b>Total</b>	<b>141</b>

## Metodología

La metodología utilizada para este estudio es basado en el modelo SERVQUAL, el cual identifica las cinco dimensiones relativas a los criterios de evaluación que utilizan los clientes para valorar la calidad en un servicio. En este estudio se identificaron los servicios prestados en la modalidad presencial a entidades gubernamentales, empresas privadas y público en general.

Elementos Tangibles

Fiabilidad

Capacidad de Respuesta

Empatía

# Dimensiones:

## Elementos Tangibles

Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación

- La comodidad en el área de espera de los servicios.
- Los elementos materiales (folletos, letreros, afiches, señalización) son visualmente llamativos y de utilidad.
- La apariencia física de las instalaciones y los equipos.
- Las oficinas están debidamente identificadas (ventanillas y módulos).
- La apariencia física de los empleados es adecuada (identificación, higiene y lenguaje corporal).

## Fiabilidad

Habilidad para realizar el servicio de modo cuidadoso y fiable

- La confianza en la atención brindada.
- La profesionalidad del personal que le atendió.

## Capacidad de Respuesta

Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para concitar credibilidad y confianza

- El tiempo de espera antes de ser atendido.
- El tiempo que le ha dedicado el personal que le atendió.
- El tiempo que tarda la institución en darle respuesta a la solicitud

## Empatía

Atención personalizada que dispensa la organización a sus clientes

- La información proporcionada sobre el servicio fue de utilidad y suficiente.
- El horario de atención al público
- Las instalaciones de la institución son fácilmente localizables.
- El trato que le ha dado el personal.

## Parámetros de valoración para la tabulación de los datos

Para establecer los niveles de satisfacción, el cuestionario aplicado a los encuestados contaba con una escala del **0-10**, donde:

Satisfecho



**7-10**

Poco satisfecho



**4-6**

Insatisfecho



**1-3**

**Nota:** **0** es la peor valoración y por lo tanto el menor grado de satisfacción mientras que,

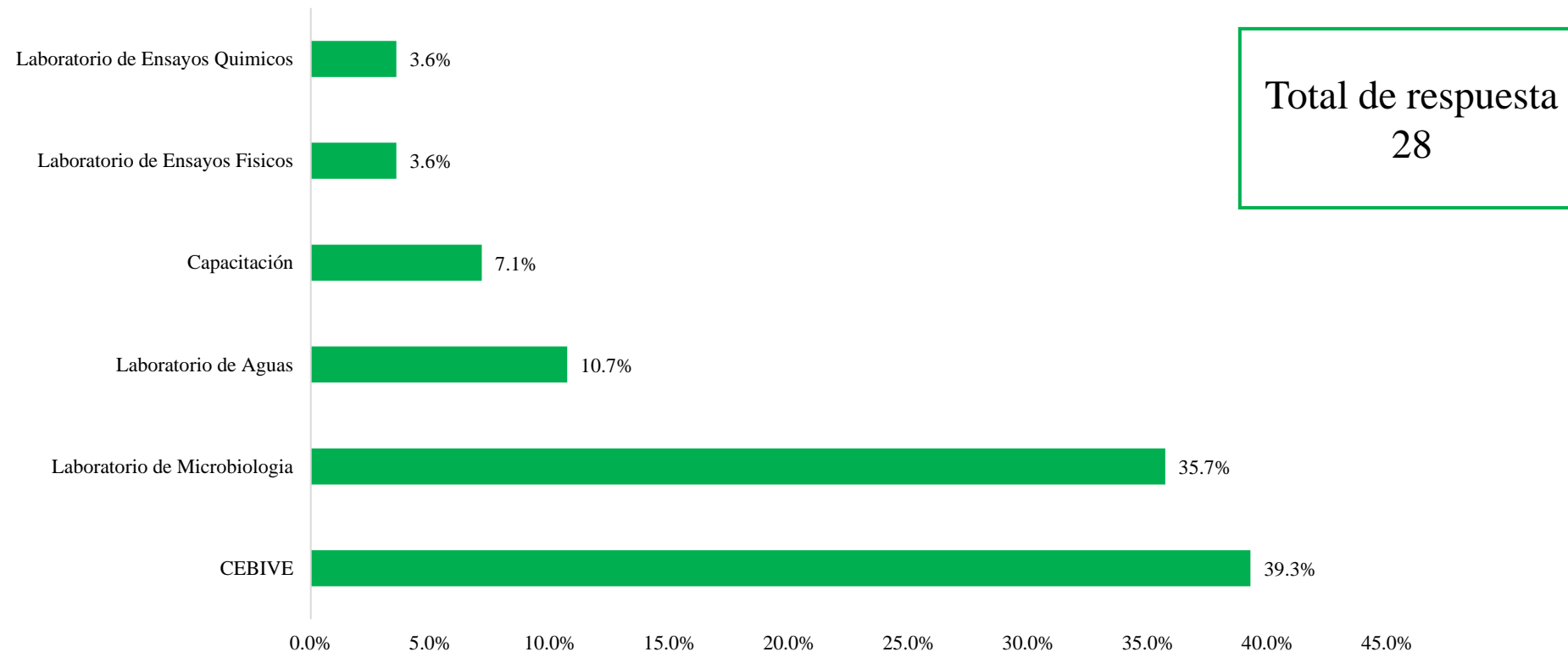
**10** la mejor valoración y consecuentemente el mayor grado de satisfacción.

**99** corresponde a NS/NR (no sabe, no responde).

# **Resultados de satisfacción : Usuarios de servicios presenciales**

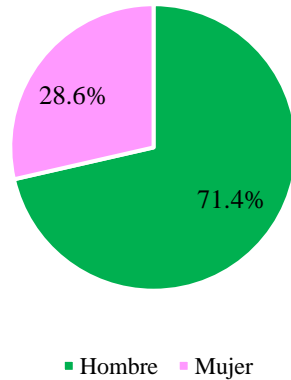


# Usuarios de servicios presenciales

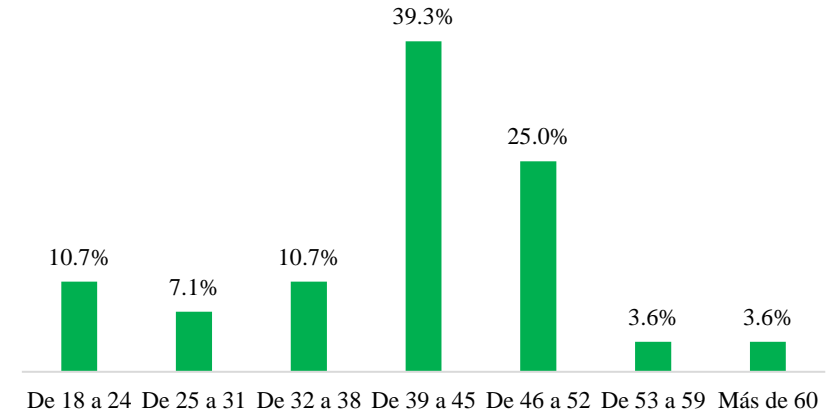


# Perfil del encuestado servicios presenciales

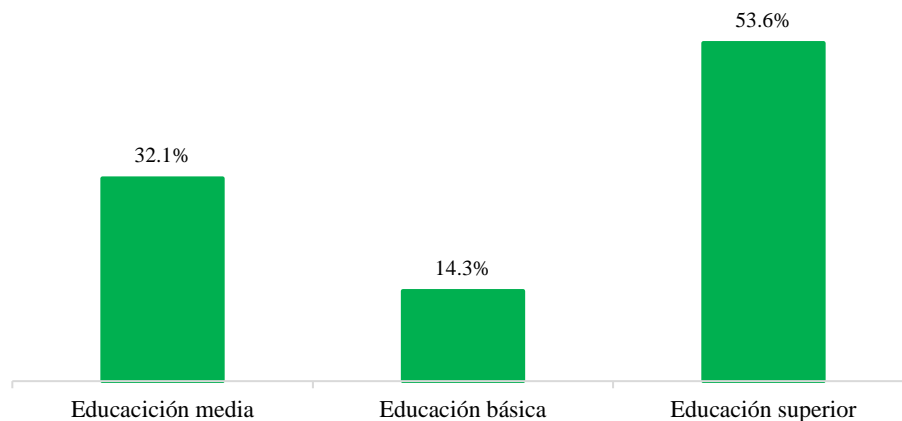
Distribución por sexo



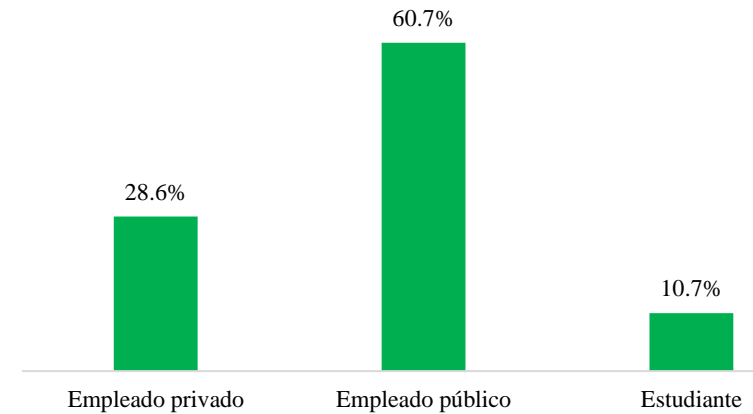
Distribución de los encuestados por rango etario



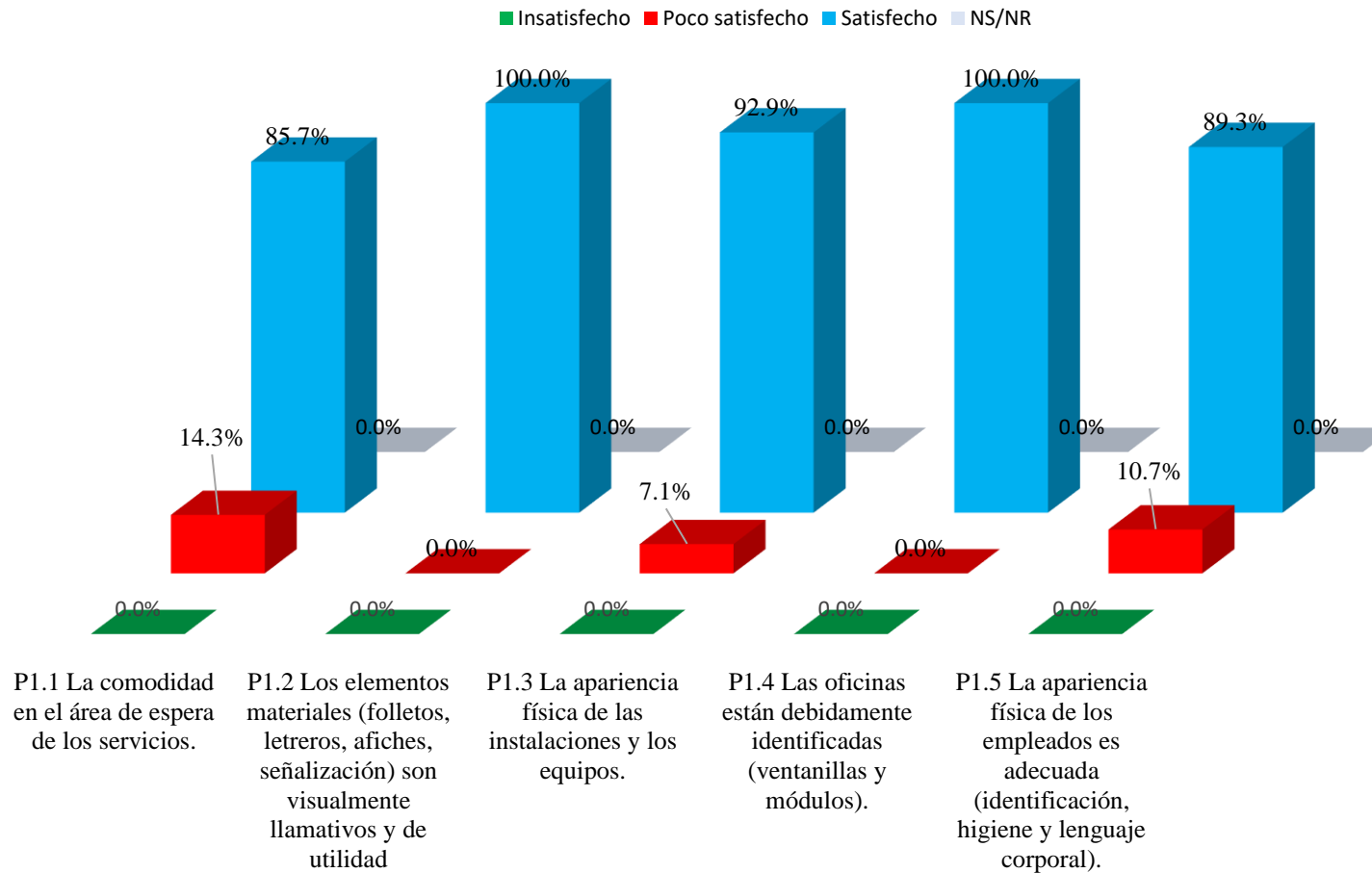
Distribución de los encuestados según grado alcanzado



Distribución de los encuestados según ocupación



# Dimensión: Elementos tangibles

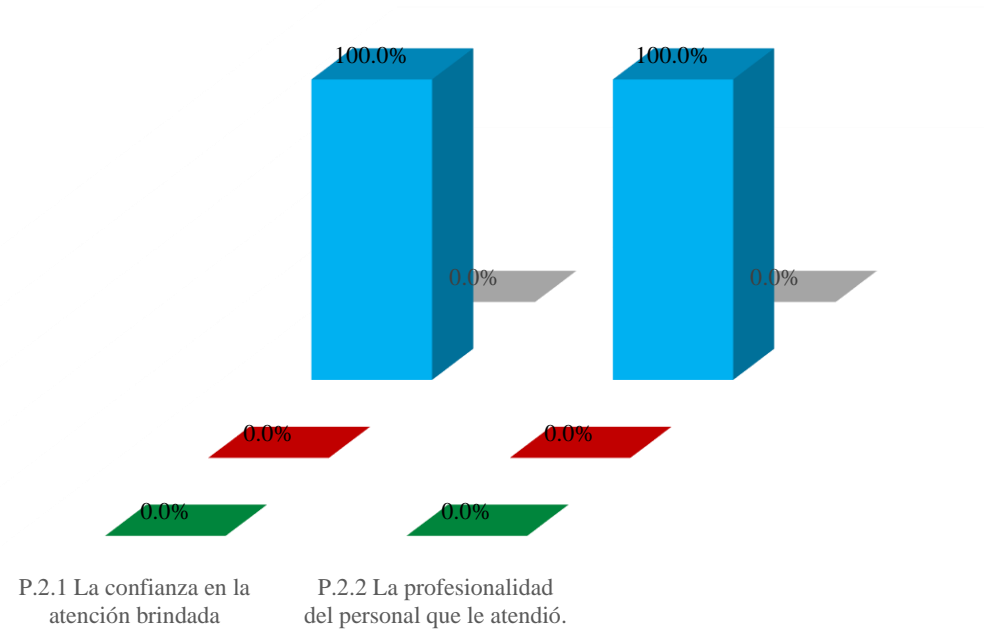


Promedio de satisfacción de la dimensión

93.6%

# Dimensión: Fiabilidad

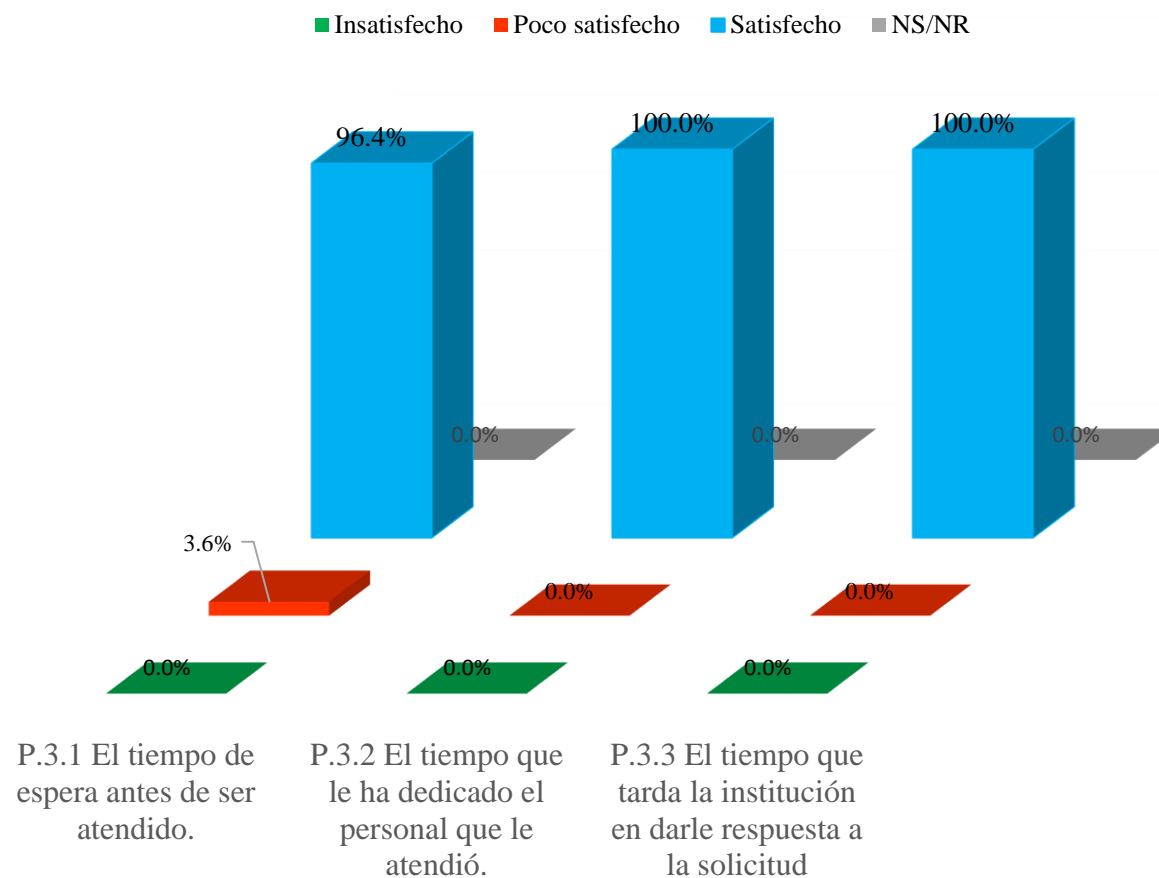
■ Insatisfecho ■ Poco satisfecho ■ Satisfecho ■ NS/NR



**Promedio de satisfacción de la dimensión**

**100.0%**

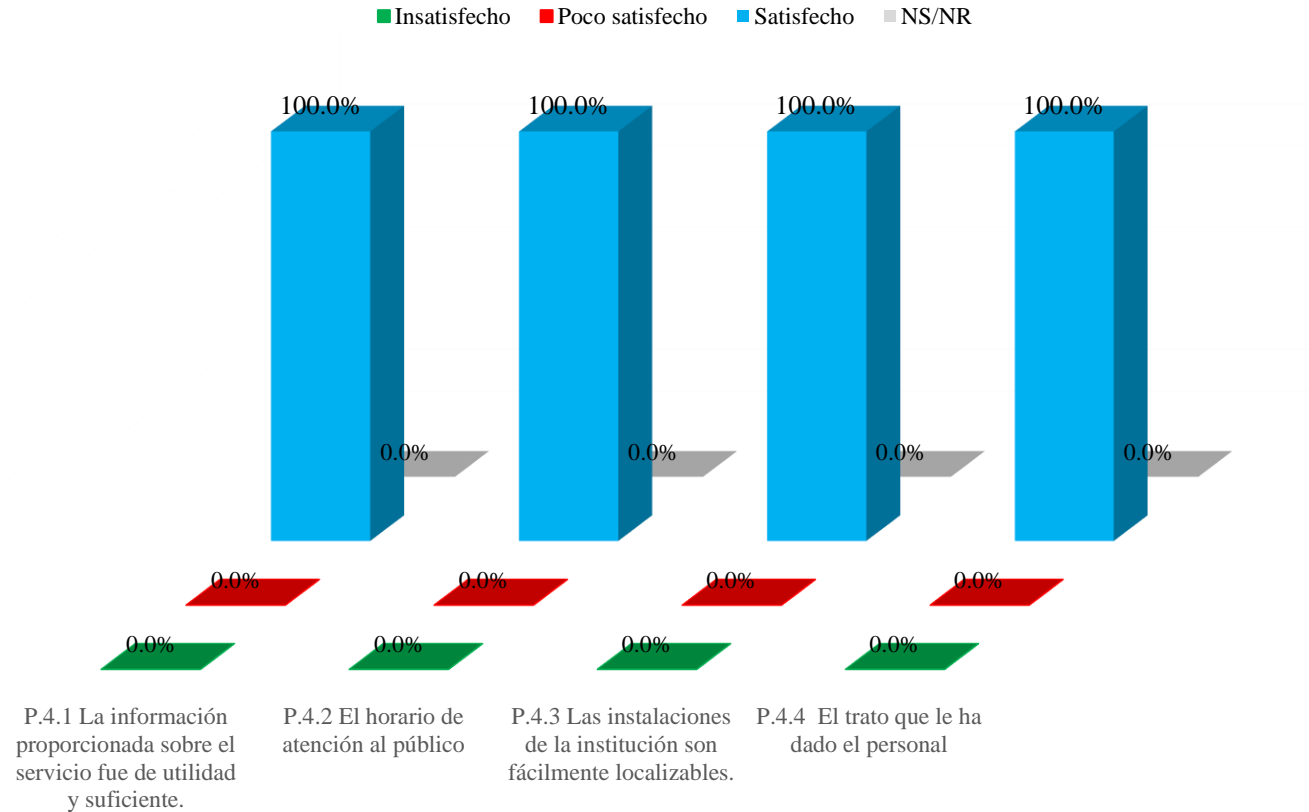
# Dimensión: Capacidad de respuesta



**Promedio de satisfacción de la dimensión**

**98.8%**

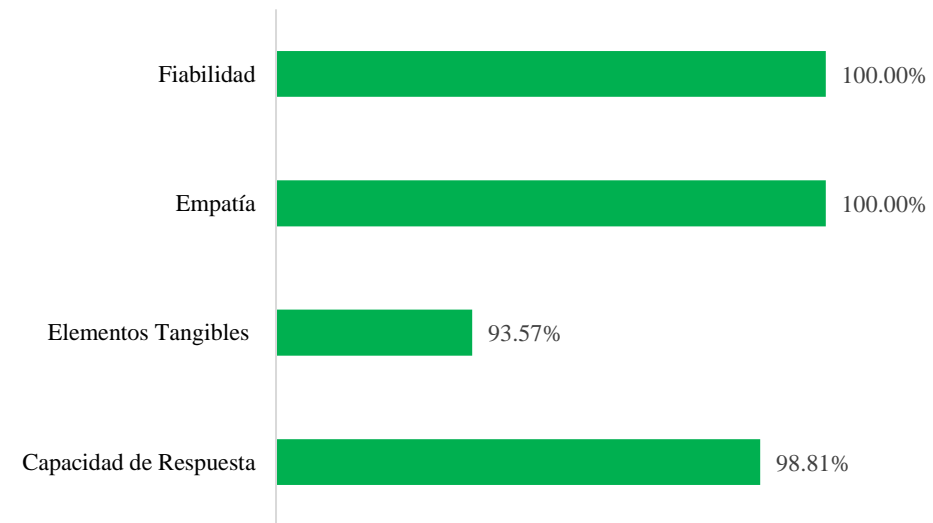
# Dimensión: Empatía



**Promedio de satisfacción de la dimensión**

**100%**

# Promedio de satisfacción de servicios presenciales (a usuarios )

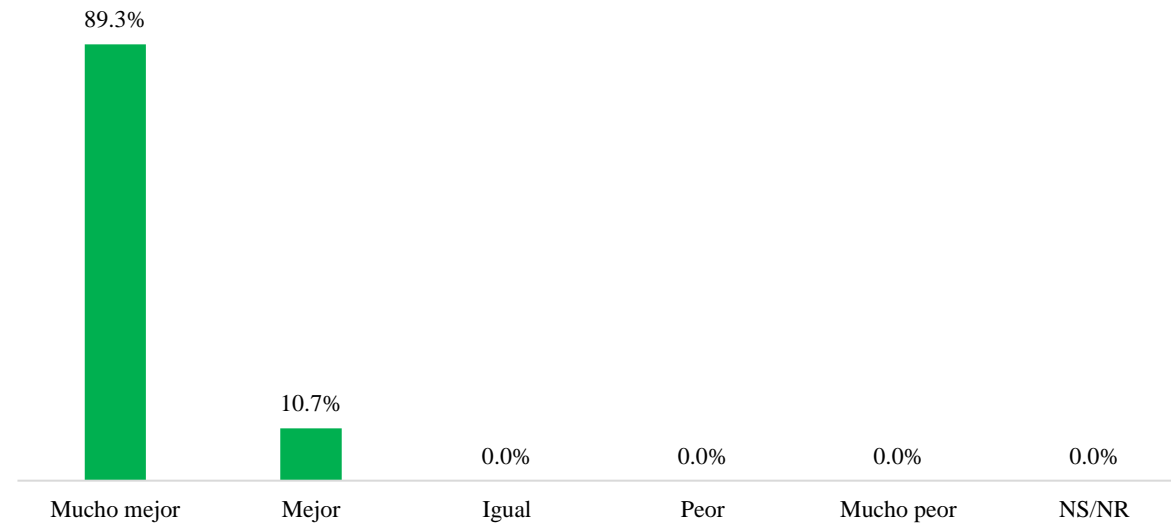


**Promedio de satisfacción  
de la dimensión**

**98.10%**

# Servicios esperados

¿El servicio recibido, le ha parecido mucho mejor, mejor, peor o mucho peor que lo que usted esperaba?



89.3%

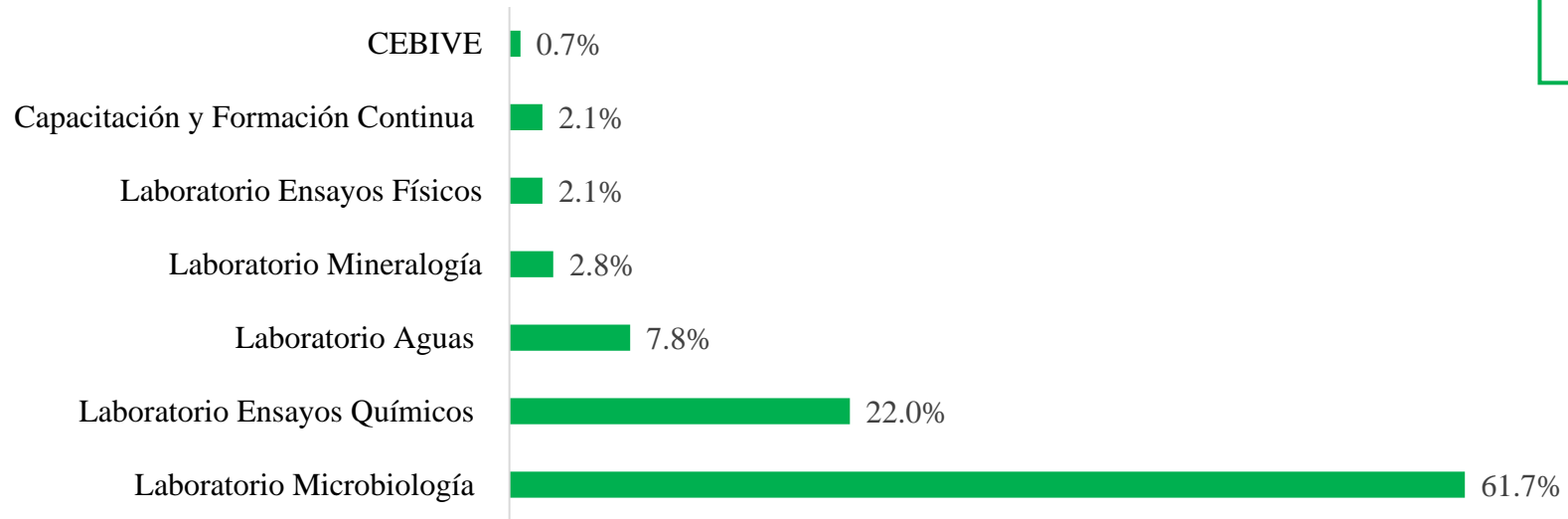
*El 89.3 % del servicio recibido es mucho mejor de lo que esperaba.*



# **Resultados de satisfacción : Servicios ofrecidos a usuarios institucionales**

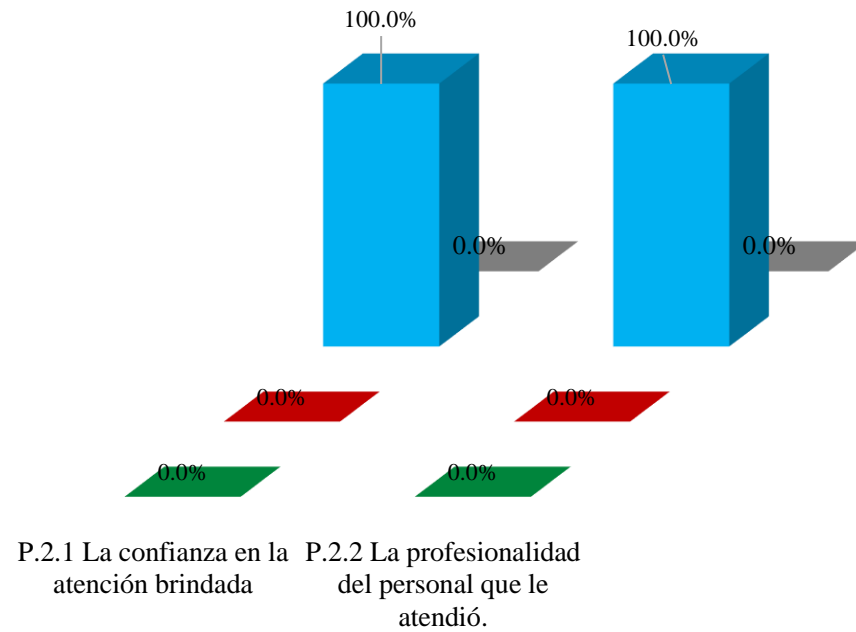
# Servicios a usuarios institucionales

Total de respuesta  
141



# Dimensión: Seguridad/fiabilidad

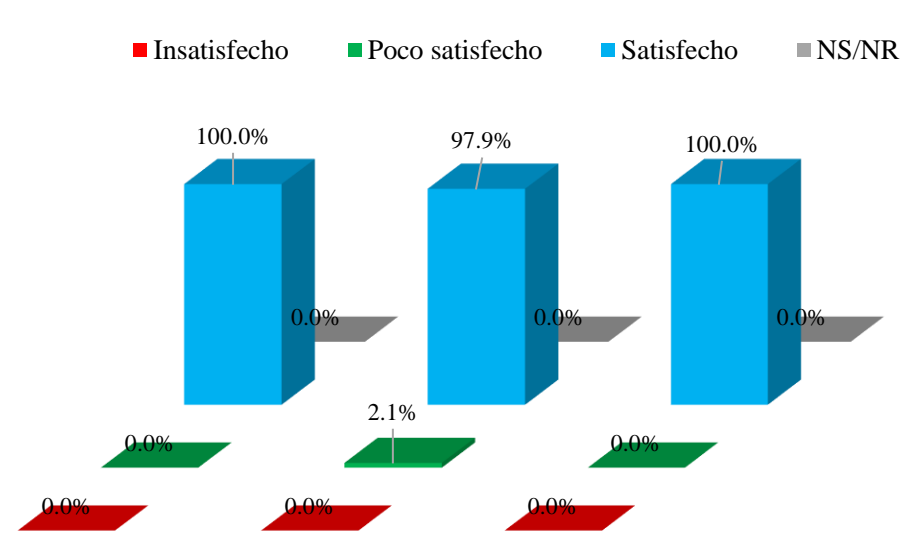
■ Insatisfecho ■ Poco satisfecho ■ Satisfecho ■ NS/NR



Promedio de satisfacción de la dimensión

100.00%

# Dimensión: Capacidad de respuesta



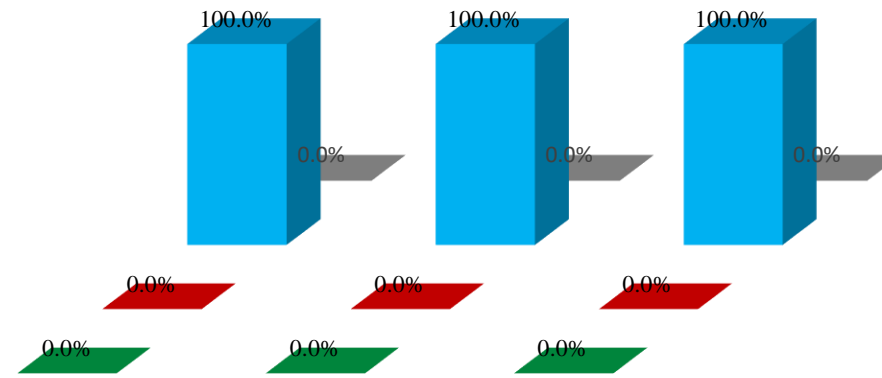
**Promedio de satisfacción de la dimensión**

**99.29%**

P.3.1 El tiempo de espera antes de ser atendido.  
P.3.2 El tiempo que le ha dedicado el personal que le atendió.  
P.3.3 El tiempo que tarda la institución en darle respuesta a la solicitud

# Dimensión: Seguridad/fiabilidad

■ Insatisfecho ■ Poco satisfecho ■ Satisfecho ■ NS/NR



P.4.1 La información proporcionada sobre el servicio fue de utilidad y suficiente.

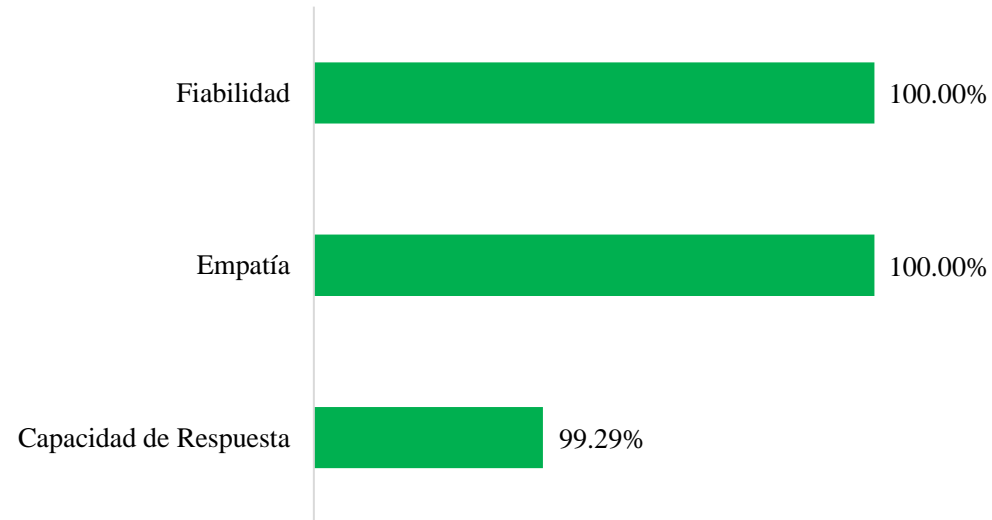
P.4.2 El horario de atención al público

P.4.3 Facilidad de comunicación con la unidad

**Promedio de satisfacción de la dimensión**

**100.00%**

# Promedio de satisfacción de servicios a usuarios institucionales

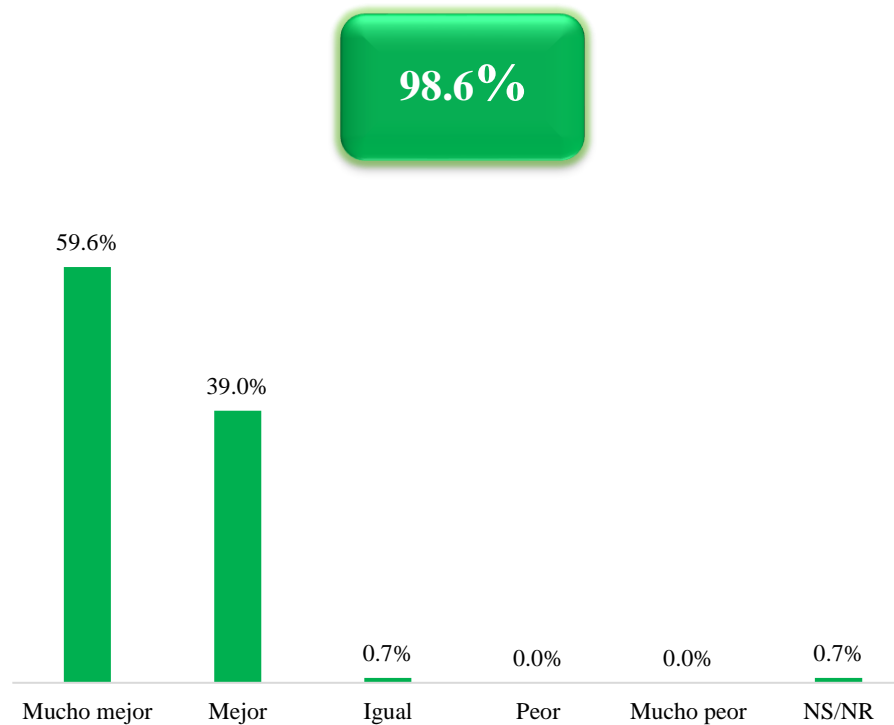


**Promedio de satisfacción  
de la dimensión**

**99.76%**

# Servicios esperados

¿El servicio recibido, le ha parecido mucho mejor, mejor, peor o mucho peor que lo que usted esperaba?



El 98.6 % del servicio recibido es mejor o mucho mejor de lo que esperaba

# Índice de satisfacción de usuarios



## Índice de satisfacción de usuarios: servicios presenciales e institucionales

Promedio de Satisfacción de servicios presenciales (a ciudadanos)

98.10%

Promedio de satisfacción de servicios a usuarios institucionales (a usuarios de otras instituciones)

99.76%

98.93%

*El 98.3% de los encuestados indican que el servicio recibido le ha parecido mucho mejor o mejor de lo que esperaba*

## Expectativa servicios presenciales y servicios a usuarios institucionales

Promedio de Satisfacción de servicios presenciales (a ciudadanos)

89.3%

Promedio de satisfacción de servicios a usuarios institucionales (a usuarios de otras instituciones)

98.6%

---

93.95%

*El 93.95% de los encuestados indican que el servicio recibido le ha parecido mucho mejor o mejor de lo que esperaba*

# Plan de acción

# Plan de acción IIBI 2024

Modalidad de prestación del servicio	Dimensión	Oportunidad de mejora	Acción de mejora	Fecha inicio	Fecha fin	Área responsable
Servicios presenciales	Elementos tangibles	Acondicionamiento del area de espera e instalaciones así como la apariencia física de los empleados	Adecuar el área de atención a los usuarios de los servicios, ampliando y optimizando su distribución (cambio de mobiliario y ventanas) Mejorar el entorno visual del área de servicios Mejorar vestimenta y apariencia estética del personal Solicitar charlas y/o talleres de atención al cliente (Todo el personal)	ago-24	mar-25	Dirección Ejecutiva /Compras/Recursos Humanos/Servicios de Apoyo a la Producción
Servicios presenciales	Capacidad de respuesta	Disminución tiempo de espera	Mejorar la digitalización del proceso de apertura del servicio. Implementación de herramientas para digitalción de documentos	ago-24	feb-25	Tecnología de la Información y Comunicación/Servicios de Apoyo a la Producción
Servicios usuarios insituacionales		Aumentar el tiempo de asistencia del personal que le atendió	Solicitar charlas y/o talleres de atención al cliente (area de servicios, caja, recepción y seguridad)	ago-24	dic-24	Dirección Ejecutiva/Servicios de Apoyo a la Producción