



---

## Contenido

1. Introducción.....	1
2. Objetivo de la guía .....	1
3. A quién está dirigida esta guía.....	1
4. Esquema resumen de las fases que describe la guía. ....	2
5. Descripción de las fases de la guía. ....	3
6. Anexos. ....	10
7. Referencia Bibliográfica. ....	11

### **1. Introducción**

La mejora de los servicios que prestamos debe plantearse siempre desde el punto de vista de las personas usuarias. Un servicio de calidad es aquel que satisface las expectativas de quienes lo utilizan. Es necesario, por tanto, conocer la opinión y el grado de satisfacción de estas personas para determinar nuestros puntos fuertes y débiles y mejorar en función de estos últimos.

### **2. Objetivo de la guía**

Brindar apoyo y orientación para la ejecución de encuestas para medir la satisfacción del cliente.

### **3. A quién está dirigida esta guía.**

A las áreas del IECM que tengan por objetivo evaluar el grado de satisfacción de sus personas usuarias a través de una encuesta de satisfacción a fin de identificar las mejoras que requiere el servicio prestado.

Cabe mencionar que esta guía contiene la descripción de los pasos a seguir para la elaboración de encuestas, lo cual no limita el uso de otras herramientas cuantitativas y cualitativas empleadas dentro del IECM para recabar información sobre la percepción de las personas usuarias.

4. Esquema resumen de las fases que describe la guía.

<p><b>FASE 1.</b> Definición del servicio a evaluar.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Paso 1. Determinar alcance del servicio a evaluar.</li></ul>
<p><b>FASE 2.</b> Construcción de la encuesta de satisfacción</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Paso 1. Determinar los factores del servicio a evaluar.</li><li>• Paso 2. Redactar las preguntas del cuestionario.</li><li>• Paso 3. Establecer escala de evaluación.</li><li>• Paso 4. Determinar el tamaño de la muestra.</li><li>• Paso 5. Establecer periodicidad.</li><li>• Paso 6. Revisar la estructura de la encuesta por parte de la OGC.</li></ul>
<p><b>FASE 3.</b> Aplicación de la encuesta de satisfacción</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Paso 1. Realizar prueba piloto antes de aplicar la encuesta.</li><li>• Paso 2. Aplicación de la encuesta de satisfacción.</li></ul>
<p><b>FASE 4.</b> Análisis de la información</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Paso 1. Identificar fortalezas y debilidades del servicio</li><li>• Paso 2. Establecer acciones concretas para mejorarlo.</li><li>• Paso 3. Medir resultados posteriores y comparar nuevamente el grado de satisfacción.</li></ul>

## 5. Descripción de las fases de la guía.

Para desarrollar el análisis de las fases es necesario utilizar el documento anexo que se encuentra al final de esta guía. Idealmente, esta guía será utilizada previo a la realización del instrumento.

Cabe señalar que este documento es solamente una herramienta de apoyo, y que cada área del Instituto puede utilizar el formato y técnica que más le convenga en la elaboración de sus encuestas de satisfacción.

### FASE 1: Definición del servicio a evaluar.

El primer paso es decidir qué servicio vamos a analizar y qué tipo de análisis queremos hacer de este servicio.

Paso	Descripción de la actividad
<p><b>1. Determinar alcance del servicio a evaluar.</b></p>	<p>El primer paso consiste en definir qué servicio queremos analizar, sobre todo cuando no contamos con experiencias anteriores en cuanto análisis de satisfacción.</p> <p>Una vez que tengamos clara cuál es la prestación del servicio sobre la que vamos a analizar el nivel de satisfacción de las personas usuarias, debemos decidir qué tipo de recolección de información nos interesa hacer: de todo el servicio o de un aspecto en concreto.</p> <p><b>Análisis general del servicio:</b> se debe evaluar desde el primer contacto con los usuarios hasta la conclusión del servicio, en este caso, se harán preguntas relativas a todo el servicio. De esta forma conseguiremos conocer cuáles son los puntos fuertes y débiles de todo el proceso que conlleva el servicio.</p> <p><b>Análisis de un aspecto en concreto del servicio.</b> En este caso nuestro análisis se centrará en un aspecto específico o tramo del servicio. Esto significa que cuando se elabore la encuesta, todas las preguntas irán dirigidas a ese aspecto del servicio.</p> <p>En este punto también es importante tener claridad hacia qué sector de la población estará dirigida la evaluación del servicio, ya que en función de ello se determinará el tipo de lenguaje a utilizar en la redacción de las preguntas. Algunos ejemplos del sector de la población son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Población infantil</li> <li>• Jóvenes</li> <li>• Adultos</li> <li>• Adultos Mayores</li> <li>• Personas con discapacidad</li> </ul>

## FASE 2: Construcción de la Encuesta de Satisfacción.

Tanto si decidimos realizar una valoración de la satisfacción respecto a la prestación completa del servicio, como si nos centramos en un aspecto en concreto, hay que tener claro qué es lo que queremos preguntar, sobre qué aspectos o características del servicio queremos obtener información. Realizar un estudio de satisfacción a partir de la recolección de opiniones requiere diseñar y elaborar una herramienta sencilla, clara y útil.

Paso	Descripción
<p><b>1. Determinar los factores del servicio a evaluar.</b></p>	<p>Antes de empezar a formular las preguntas que incluirá la encuesta debemos tener claridad respecto a los factores del servicio sobre los que queremos obtener información. Son muchas las características o dimensiones del servicio que influyen sobre la percepción de calidad de servicio por parte de las personas usuarias.</p> <p>A continuación, se mencionan algunos ejemplos de aspectos que son universales en calidad y que pueden servir de referencia en este punto.</p> <p><i>1.-<b>Fiabilidad:</b> capacidad de realizar el servicio prometido de manera correcta y continua.</i></p> <p><i>2.-<b>Tiempo de respuesta:</b> velocidad de respuesta ante las necesidades del usuario.</i></p> <p><i>3.-<b>Competencia técnica:</b> capacidad y conocimiento de los recursos necesarios para realizar un servicio.</i></p> <p><i>4.-<b>Credibilidad:</b> confianza, reputación y honestidad de la persona que presta el servicio.</i></p> <p>Dado que la premisa es realizar estudios sencillos, debemos seleccionar los aspectos más importantes de forma que nuestro cuestionario se limite, idealmente, a máximo 12 preguntas.</p> <p>Los aspectos que elijamos son los que van a orientar las mejoras de nuestro servicio, por ello se debe tener en cuenta aquello que es más importante para las personas usuarias, es decir cuáles son sus expectativas.</p>

<p><b>2. Redactar las preguntas del cuestionario.</b></p>	<p>Todas las preguntas del cuestionario deben entenderse con facilidad. Esto quiere decir que debemos cuidar mucho la extensión, la redacción y el lenguaje.</p> <p>Es muy importante tener en cuenta lo siguiente:</p> <p>1.- La <b>extensión de la pregunta</b> debe ser corta, sin rodeos ni explicaciones innecesarias.</p> <p>Ejemplos:</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;"><i><b>Pregunta larga</b></i></th> <th style="text-align: center;"><i><b>Pregunta corta</b></i></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="padding: 5px;"><i>“Cuando acude a una oficina del IECM, ¿La persona que le atiende dispone de la información que usted necesitaba y para la que acudió a dicha oficina?”</i></td> <td style="padding: 5px;"><i>“Cuando acude a las oficinas del IECM, ¿“Recibe la información que necesita sobre el registro de proyectos?”</i></td> </tr> </tbody> </table>	<i><b>Pregunta larga</b></i>	<i><b>Pregunta corta</b></i>	<i>“Cuando acude a una oficina del IECM, ¿La persona que le atiende dispone de la información que usted necesitaba y para la que acudió a dicha oficina?”</i>	<i>“Cuando acude a las oficinas del IECM, ¿“Recibe la información que necesita sobre el registro de proyectos?”</i>
	<i><b>Pregunta larga</b></i>	<i><b>Pregunta corta</b></i>			
	<i>“Cuando acude a una oficina del IECM, ¿La persona que le atiende dispone de la información que usted necesitaba y para la que acudió a dicha oficina?”</i>	<i>“Cuando acude a las oficinas del IECM, ¿“Recibe la información que necesita sobre el registro de proyectos?”</i>			
	<p>2.-<b>No</b> debemos <b>realizar dos preguntas en una</b>. Solo debemos demandar una respuesta en cada pregunta. En caso contrario, no sabremos con certeza cuál de nuestras preguntas están respondiendo. Si necesitamos saber más, debemos hacer más preguntas.</p> <p>Ejemplos:</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;"><i><b>Pregunta múltiple</b></i></th> <th style="text-align: center;"><i><b>Pregunta simple</b></i></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="padding: 5px;"><i>¿Le ha resultado sencillo y útil obtener a través de la web o telefónicamente información sobre nuestros cursos?</i></td> <td style="padding: 5px;"><i>¿Resulta sencillo informarse de los cursos a través de nuestra web?</i>  <i>¿Resulta útil la información de nuestra web sobre los cursos de formación?</i></td> </tr> </tbody> </table>	<i><b>Pregunta múltiple</b></i>	<i><b>Pregunta simple</b></i>	<i>¿Le ha resultado sencillo y útil obtener a través de la web o telefónicamente información sobre nuestros cursos?</i>	<i>¿Resulta sencillo informarse de los cursos a través de nuestra web?</i>  <i>¿Resulta útil la información de nuestra web sobre los cursos de formación?</i>
<i><b>Pregunta múltiple</b></i>	<i><b>Pregunta simple</b></i>				
<i>¿Le ha resultado sencillo y útil obtener a través de la web o telefónicamente información sobre nuestros cursos?</i>	<i>¿Resulta sencillo informarse de los cursos a través de nuestra web?</i>  <i>¿Resulta útil la información de nuestra web sobre los cursos de formación?</i>				
<p>3.- El lenguaje que utilicemos deberá ser sencillo y entendible para cualquier persona. En ocasiones utilizamos un lenguaje que es habitual en nuestro ámbito de trabajo, pero que puede resultar difícil de entender para personas ajenas a nuestro entorno laboral.</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;"><i><b>Pregunta Técnica</b></i></th> <th style="text-align: center;"><i><b>Pregunta simple</b></i></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="padding: 5px;"><i>¿Le ha resultado sencillo registrar su proyecto en el SIPROE?</i></td> <td style="padding: 5px;"><i>¿Fue sencillo registrar su proyecto en el Sistema Informático de Registro de Proyectos?</i></td> </tr> </tbody> </table>	<i><b>Pregunta Técnica</b></i>	<i><b>Pregunta simple</b></i>	<i>¿Le ha resultado sencillo registrar su proyecto en el SIPROE?</i>	<i>¿Fue sencillo registrar su proyecto en el Sistema Informático de Registro de Proyectos?</i>	
<i><b>Pregunta Técnica</b></i>	<i><b>Pregunta simple</b></i>				
<i>¿Le ha resultado sencillo registrar su proyecto en el SIPROE?</i>	<i>¿Fue sencillo registrar su proyecto en el Sistema Informático de Registro de Proyectos?</i>				

	<p>4.- ¿Cómo redactar preguntas para <b>identificar expectativas</b>?</p> <p>Es interesante utilizar la encuesta de satisfacción para conocer cómo van evolucionando las necesidades y expectativas de las personas usuarias, para ello es posible incluir preguntas que permitan identificar dichas expectativas. Ejempló.</p> <p><i>¿Cuáles son los cambios o mejoras que, en su opinión, debería incorporar nuestro servicio?</i></p>				
<p><b>3. Establecer la escala de evaluación.</b></p>	<p>En la elaboración de encuestas hay diferentes tipos de escalas, no obstante, para cumplir el propósito de la guía recomendamos emplear la escala de satisfacción de Likert.</p> <p>Esta escala permite medir el nivel de concordancia de la persona usuaria de un modo más específico. Al utilizar el “parcialmente” y el “totalmente” en lugar de constreñir las alternativas a “estoy de acuerdo” o en “desacuerdo”, se permite que el cliente profundice en su nivel de satisfacción.</p> <p>A continuación, se muestran los cuatro cuadrantes de la escala de Likert que puedes utilizar en función de lo que desees obtener <sup>1</sup>.</p> <table border="1" data-bbox="652 1050 1252 1528"> <tr> <td data-bbox="652 1050 956 1276"> <p><b>Acuerdo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Totalmente de acuerdo</li> <li>• De acuerdo</li> <li>• Indeciso</li> <li>• En desacuerdo</li> <li>• Totalmente en desacuerdo</li> </ul> </td> <td data-bbox="956 1050 1252 1276"> <p><b>Frecuencia</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Muy frecuentemente</li> <li>• Frecuentemente</li> <li>• Ocasionalmente</li> <li>• Raramente</li> <li>• Nunca</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="652 1276 956 1528"> <p><b>Importancia</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Muy importante</li> <li>• Importante</li> <li>• Moderadamente importante</li> <li>• De poca importancia</li> <li>• Sin importancia</li> </ul> </td> <td data-bbox="956 1276 1252 1528"> <p><b>Probabilidad</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Casi siempre verdad</li> <li>• Usualmente verdad</li> <li>• Ocasionalmente verdad</li> <li>• Usualmente no verdad</li> <li>• Casi nunca verdad<sup>1</sup></li> </ul> </td> </tr> </table>	<p><b>Acuerdo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Totalmente de acuerdo</li> <li>• De acuerdo</li> <li>• Indeciso</li> <li>• En desacuerdo</li> <li>• Totalmente en desacuerdo</li> </ul>	<p><b>Frecuencia</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Muy frecuentemente</li> <li>• Frecuentemente</li> <li>• Ocasionalmente</li> <li>• Raramente</li> <li>• Nunca</li> </ul>	<p><b>Importancia</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Muy importante</li> <li>• Importante</li> <li>• Moderadamente importante</li> <li>• De poca importancia</li> <li>• Sin importancia</li> </ul>	<p><b>Probabilidad</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Casi siempre verdad</li> <li>• Usualmente verdad</li> <li>• Ocasionalmente verdad</li> <li>• Usualmente no verdad</li> <li>• Casi nunca verdad<sup>1</sup></li> </ul>
<p><b>Acuerdo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Totalmente de acuerdo</li> <li>• De acuerdo</li> <li>• Indeciso</li> <li>• En desacuerdo</li> <li>• Totalmente en desacuerdo</li> </ul>	<p><b>Frecuencia</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Muy frecuentemente</li> <li>• Frecuentemente</li> <li>• Ocasionalmente</li> <li>• Raramente</li> <li>• Nunca</li> </ul>				
<p><b>Importancia</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Muy importante</li> <li>• Importante</li> <li>• Moderadamente importante</li> <li>• De poca importancia</li> <li>• Sin importancia</li> </ul>	<p><b>Probabilidad</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Casi siempre verdad</li> <li>• Usualmente verdad</li> <li>• Ocasionalmente verdad</li> <li>• Usualmente no verdad</li> <li>• Casi nunca verdad<sup>1</sup></li> </ul>				
<p><b>4. Determinar el tamaño de la muestra.</b></p>	<p>Antes de calcular el tamaño de la muestra es necesario determinar algunas variables como: tamaño de la población, margen de error, nivel de confianza y desviación estándar. Es fundamental que señales estos elementos en caso</p>				

<sup>1</sup>Qué es la escala de Likert y cómo utilizarla

<https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-escala-de-likert-y-como-utilizarla/>

	<p>de que quieras hacer una inferencia estadística del total de la población a partir de una muestra <sup>2</sup>.</p> <p>La siguiente tabla está calculada con base en un nivel de confianza del 95 %, selecciona tu población objetivo-aproximada y luego elige el margen de error para estimar la cantidad de encuestas que necesitas aplicar<sup>3</sup>.</p> <table border="1" data-bbox="646 552 1260 840"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Población</th> <th colspan="3">Margen de error</th> </tr> <tr> <th>10%</th> <th>5%</th> <th>1%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>100</td> <td>50</td> <td>80</td> <td>99</td> </tr> <tr> <td>500</td> <td>81</td> <td>218</td> <td>476</td> </tr> <tr> <td>1,000</td> <td>88</td> <td>278</td> <td>906</td> </tr> <tr> <td>10,000</td> <td>96</td> <td>370</td> <td>4,900</td> </tr> <tr> <td>100,000</td> <td>96</td> <td>383</td> <td>8,763</td> </tr> <tr> <td>+1,000,000</td> <td>97</td> <td>384</td> <td>9,513</td> </tr> </tbody> </table> <p>NOTA: En caso de requerir poblaciones superiores a un millón, deberás redondear a la centena más cercana. Recuerda que esta es una tabla de referencia para guiarte a determinar tu número de muestra.</p>	Población	Margen de error			10%	5%	1%	100	50	80	99	500	81	218	476	1,000	88	278	906	10,000	96	370	4,900	100,000	96	383	8,763	+1,000,000	97	384	9,513
Población	Margen de error																															
	10%	5%	1%																													
100	50	80	99																													
500	81	218	476																													
1,000	88	278	906																													
10,000	96	370	4,900																													
100,000	96	383	8,763																													
+1,000,000	97	384	9,513																													
<p><b>5. Establecer periodicidad.</b></p>	<p>Es importante establecer una frecuencia para la aplicación de las encuestas, lo cual dependerá de la naturaleza y necesidad del proceso. De esta manera podemos analizar periódicamente la evolución del servicio, respecto de las expectativas de las personas usuarias.</p>																															
<p><b>6. Revisar estructura de la encuesta por parte de la OGC</b></p>	<p>La Oficina de Gestión de Calidad, cuando le sea solicitado, a través de la Jefatura de Auditorías al SGE, revisará, con base en el documento de apoyo para elaboración de encuestas, que la estructura cumpla con las fases que describe esta guía y en su caso retroalimentará sobre las áreas de oportunidad que se detecten.</p> <p>Esta revisión no corresponde al Vo. Bo. de la encuesta, tiene como finalidad brindar apoyo, a las áreas que así lo requieran, en la construcción de sus instrumentos de evaluación.</p> <p>Es atribución de las (los) responsables de elaborar el instrumento, la decisión sobre la adopción de las recomendaciones realizadas por la Oficina de Gestión de Calidad de conformidad con el objetivo de la encuesta.</p>																															

<sup>2</sup> Vilalta Perdomo, Carlos Javier. *Análisis de datos*. México, Ciudad de México: Centro de Investigación y Docencia Económicas, 2016. <https://www.amazon.com.mx/gp/product/B06XCQH86Y/ref=oh>

<sup>3</sup>Tamaño de la muestra de la encuesta <https://es.surveymonkey.com/mp/sample.size/>

### FASE 3: Aplicación de la encuesta.

Una vez realizado el borrador de la encuesta, hay que comprobar que se entiende y que no surgen dudas al cumplimentarlo.

Paso	Descripción de la actividad
<b>1. Realizar prueba piloto antes de aplicar la encuesta.</b>	Es conveniente probar la bondad del cuestionario antes de su difusión. Se puede realizar con un grupo reducido de personas con las que contrastaremos la comprensión de las preguntas, las dificultades y otras valoraciones que puedan aportarnos alguna mejora. En este punto es importante hacer el ejercicio de análisis estadístico de los resultados para verificar que los datos obtenidos sirvan para el propósito que se tiene en la encuesta.
<b>2. Aplicación de la encuesta de satisfacción.</b>	Llegado el momento de su aplicación, es necesario asegurar que el tamaño de muestra requerido para el análisis se cumpla con el propósito de obtener mayor confiabilidad en los resultados, así mismo se recomienda no presionar a las personas encuestadas para responder, ya que esto puede impactar en el resultado.  Una vez finalizado el periodo de aplicación de la encuesta y antes de su próxima aplicación, se deberá validar si sigue siendo adecuada y pertinente a los objetivos que persigue la evaluación del servicio. Es importante mantener una línea base de preguntas de una aplicación a otra para medir la evolución, ya que si la encuesta cambia en su totalidad no se tendrá ninguna referencia previa.

#### FASE 4. Análisis de la información.

Todas las respuestas reflejadas en los cuestionarios deben ser cuidadosamente estudiadas y valoradas para ser representadas de forma clara, objetiva y concisa, de manera que supongan una descripción real de la situación del servicio y facilitar así la planificación de acciones de mejora.

Paso	Descripción de la actividad
<p><b>1. Identificar fortalezas y debilidades en el servicio.</b></p>	<p>El objetivo del análisis debe ser clarificar los puntos débiles en la prestación del servicio, identificar aquellos que producen mayor insatisfacción y orientar en la toma de decisiones.</p> <p>En este punto es importante considerar el análisis de la información cualitativa, sobre todo cuando utilizamos preguntas abiertas en las que se deja un espacio en blanco para la aportación libre de la persona usuaria. En este caso es necesario agrupar por categorías las respuestas obtenidas, de forma que facilitemos su análisis y aporten valor a los datos cuantitativos.</p>
<p><b>2. Establecer acciones concretas para mejorar el servicio.</b></p>	<p>El punto medular de la evaluación del servicio es la mejora. Se busca que, con base en los resultados obtenidos se establezcan acciones para mejorar y exceder las expectativas de las personas usuarias. Tenemos dos formas de establecer dichas acciones según el resultado obtenido.</p> <p><b>1.- Acciones correctivas;</b> este tipo de acciones se toman cuando no se alcanzan los resultados planificados y es necesario determinar las causas que originaron el incumplimiento respecto a la satisfacción de las personas usuarias. Para ello es necesario aplicar el procedimiento de acciones correctivas.</p> <p><b>2.- Acciones de mejora;</b> este tipo de acciones se toma una vez que el proceso es estable, es decir se tiene una tendencia de cumplimiento con base en los objetivos planificados respecto a la satisfacción de las personas usuarias. Para ello es necesario aplicar el procedimiento de acciones de mejora.</p>
<p><b>3. Medir resultados posteriores y comparar nuevamente el grado de satisfacción.</b></p>	<p>Posterior al establecimiento de acciones, ya sean correctivas o de mejora, es necesario evaluar su efectividad respecto al grado de satisfacción de las personas usuarias, para ello será necesario que se determine una evaluación extraordinaria que permita medir el grado de avance en la mejora del servicio.</p> <p>De esta manera se podrá tener el comparativo de la evaluación previa y posterior a las acciones emprendidas para mejorar el servicio, lo que a su vez favorecerá la toma de decisiones más asertivas.</p>

6. Anexos.

- Formato: Documento de apoyo para la creación de encuestas de satisfacción.

A continuación se muestra el ejemplo del formato que servirá de apoyo para analizar los datos a considerar previo a la creación de cualquier encuesta de satisfacción.



DOCUMENTO DE APOYO PARA LA CREACIÓN DE ENCUESTAS DE  
SATISFACCIÓN

FASE 1 Definición del servicio a evaluar					
Servicio por evaluar.					
Objetivo que persigue la encuesta.					
Indica cual es el alcance del servicio a evaluar:	Sector de la población a la que está dirigida la encuesta:				
<table border="1"> <tr> <td>Análisis general del servicio</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Análisis de un aspecto concreto del servicio</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	Análisis general del servicio	<input type="checkbox"/>	Análisis de un aspecto concreto del servicio	<input type="checkbox"/>	
Análisis general del servicio	<input type="checkbox"/>				
Análisis de un aspecto concreto del servicio	<input type="checkbox"/>				

FASE 2 Construcción de la encuesta			
Aspectos del servicio a evaluar	Redacción de las preguntas en función de los aspectos a evaluar		
Establecer escala de evaluación (Cuadrantes de satisfacción de la escala de Likert)			
Acuerdo <input type="checkbox"/>	Frecuencia <input type="checkbox"/>	Importancia <input type="checkbox"/>	Probabilidad <input type="checkbox"/>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Totalmente de acuerdo</li> <li>• Desacuerdo</li> <li>• Indeciso</li> <li>• En desacuerdo</li> <li>• Totalmente en desacuerdo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Muy frecuentemente</li> <li>• Frecuentemente</li> <li>• Ocasionalmente</li> <li>• Raramente</li> <li>• Nunca</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Muy importante</li> <li>• Importante</li> <li>• Moderadamente importante</li> <li>• De poca importancia</li> <li>• Sin importancia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Casi siempre verdad</li> <li>• Usualmente verdad</li> <li>• Ocasionalmente verdad</li> <li>• Usualmente no verdad</li> <li>• Casi nunca verdad</li> </ul>
Calidad <input type="checkbox"/>	Otra <input type="checkbox"/>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Muy bueno</li> <li>• Bueno</li> <li>• Regular</li> <li>• Malo</li> <li>• Muy Malo</li> </ul>	Indicar la escala a utilizar		

Determinar tamaño de la muestra											
Margen de error aplicable	<input type="text"/>										
Total, de encuestas a aplicar	<input type="text"/>										
Frecuencia de aplicación	<table border="1"> <tr> <td>Mensual</td> <td>Trimestral</td> <td>Semestral</td> <td>Anual</td> <td>Otra (Indique cual)</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	Mensual	Trimestral	Semestral	Anual	Otra (Indique cual)	<input type="checkbox"/>				
Mensual	Trimestral	Semestral	Anual	Otra (Indique cual)							
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							

Revisión de la estructura de la encuesta por parte de la OGC	
Jefatura del Departamento de Auditorías al SGE	Fecha de revisión

Nota: esta revisión no es un Vo. Bo. o aprobación de la encuesta. La decisión de adoptar o no las observaciones de la Oficina de Gestión de Calidad, corresponde a las (los) responsables de elaborar el instrumento.

## 7. Referencia Bibliográfica.

- <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-escala-de-likert-y-como-utilizarla/>
- <https://es.surveymonkey.com/mp/sample.size/>
- Vilalta Perdomo, Carlos Javier. *Análisis de datos*. México, Ciudad de México: Centro de Investigación y Docencia Económicas, 2016.
- <http://madridexcelente.com/wp-content/uploads/2015/08/GUIASATISFACCION.pdf>