



Contenido

1. Introducción	1
2. Objetivo	1
3. Alcance.....	1
4. Diagrama de flujo.....	5
5. Descripción de las actividades.....	6
6. Formato:.....	13

Control de Cambios

Revisión	Fecha	Descripción del cambio
00	13/11/2020	Emisión del documento
01	15/08/2023	<ul style="list-style-type: none"> • Se agrega apartado de políticas de operación. • Se sustituye esquema resumen de las fases que describe la guía por diagrama de flujo. • Se actualiza conforme a la estructura documental vigente del Sistema de Gestión de Calidad Electoral.

1. Introducción

La mejora de los servicios que presta el Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM), 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 los usuarios, así como las áreas de oportunidad.

2. Objetivo

Brindar apoyo y orientación técnica para la elaboración y ejecución de encuestas para medir la satisfacción del cliente o bien de las personas usuarias.

3. Alcance

Esta guía tiene como propósito orientar a las áreas del IECM que deseen medir el nivel de satisfacción de sus personas usuarias mediante una encuesta de satisfacción, con el fin de detectar las áreas de oportunidad para mejorar el servicio o producto brindado.

Se presenta una descripción de los pasos a seguir para diseñar y aplicar encuestas de satisfacción, sin perjuicio del uso de otras técnicas cuantitativas y cualitativas que el IECM utilice para obtener información sobre la opinión de las personas usuarias.

4. Definiciones

Calidad: Grado en el que un conjunto de características inherentes que cumple con los requisitos y expectativas de los clientes. Esta definición enfatiza la importancia de comprender y satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, así como de mantener una mejora continua en la satisfacción del cliente y la eficiencia del proceso.

Competencia técnica: Capacidad y conocimiento de los recursos necesarios para realizar un servicio.

Credibilidad: Confianza, reputación y honestidad de la persona que presta el servicio.

Encuesta: Herramienta de análisis que permite recabar información de las personas entrevistadas a través de cuestionarios previamente elaborados para obtener datos específicos que ayuden a comprender el grado de satisfacción de los clientes con los productos o servicios que se brindan.

Escala: Se refiere a la graduación de un gráfico o un eje en un gráfico que muestra una sucesión ordenada de valores distintos de una misma cualidad.

Escala de Likert: Método de medición en investigaciones y encuestas que permite a las personas expresar su nivel de acuerdo o desacuerdo con afirmaciones mediante una serie de opciones predefinidas, usualmente en cinco o siete puntos, para evaluar actitudes y opiniones.

Factores del servicio: Se refieren a los elementos y componentes que contribuyen a la calidad y la experiencia general que los clientes tienen al interactuar con un producto o servicio. Estos factores son cruciales para la satisfacción del cliente, la fidelidad y la percepción general.

Fiabilidad: Capacidad de realizar el servicio prometido de manera correcta y continua.

Frecuencia: Cantidad de veces que ocurre un evento, fenómeno, suceso o valor particular en un período de tiempo o en un conjunto de datos. Es una medida cuantitativa que indica la ocurrencia repetida de una observación específica, es una herramienta importante en la recopilación y el análisis de datos, ya que ayuda a comprender la distribución y la variabilidad de los valores en un conjunto de observaciones.

Información cualitativa: Se refiere a los datos o información que se obtienen a través de métodos cualitativos de investigación, los cuales se centran en comprender y describir las características, contextos, significados y matices de un fenómeno o situación.

Información cuantitativa: Datos o información que se recopilan y se expresan en términos numéricos o medidas cuantificables. Esta información se basa en métodos de investigación cuantitativa, que se centran en recopilar datos numéricos y aplicar análisis estadísticos para comprender patrones, relaciones y tendencias en un conjunto de observaciones.

Margen de error: Medida estadística que refleja la variabilidad permitida en los resultados de una muestra y proporciona una indicación de la precisión y confiabilidad de las estimaciones basadas en esa muestra en relación con la población total.

Muestra: Es una porción selecta de una población más grande que se utiliza para obtener información y realizar inferencias sobre las características o propiedades de esa población se elige de manera que los resultados obtenidos de la muestra sean generalizables o extrapolables a toda la población.

Es esencial que la muestra sea seleccionada de manera aleatoria o siguiendo un método sistemático adecuado para evitar sesgos y distorsiones en las conclusiones que se extraen.

Población objetivo: Grupo específico de individuos, elementos o entidades que son el enfoque principal de un estudio, investigación, encuesta o intervención. Es el conjunto de personas o elementos que comparten las características o propiedades que se desean estudiar o analizar.

Tiempo de respuesta: Velocidad de respuesta ante las necesidades del usuario.

5. Responsabilidades

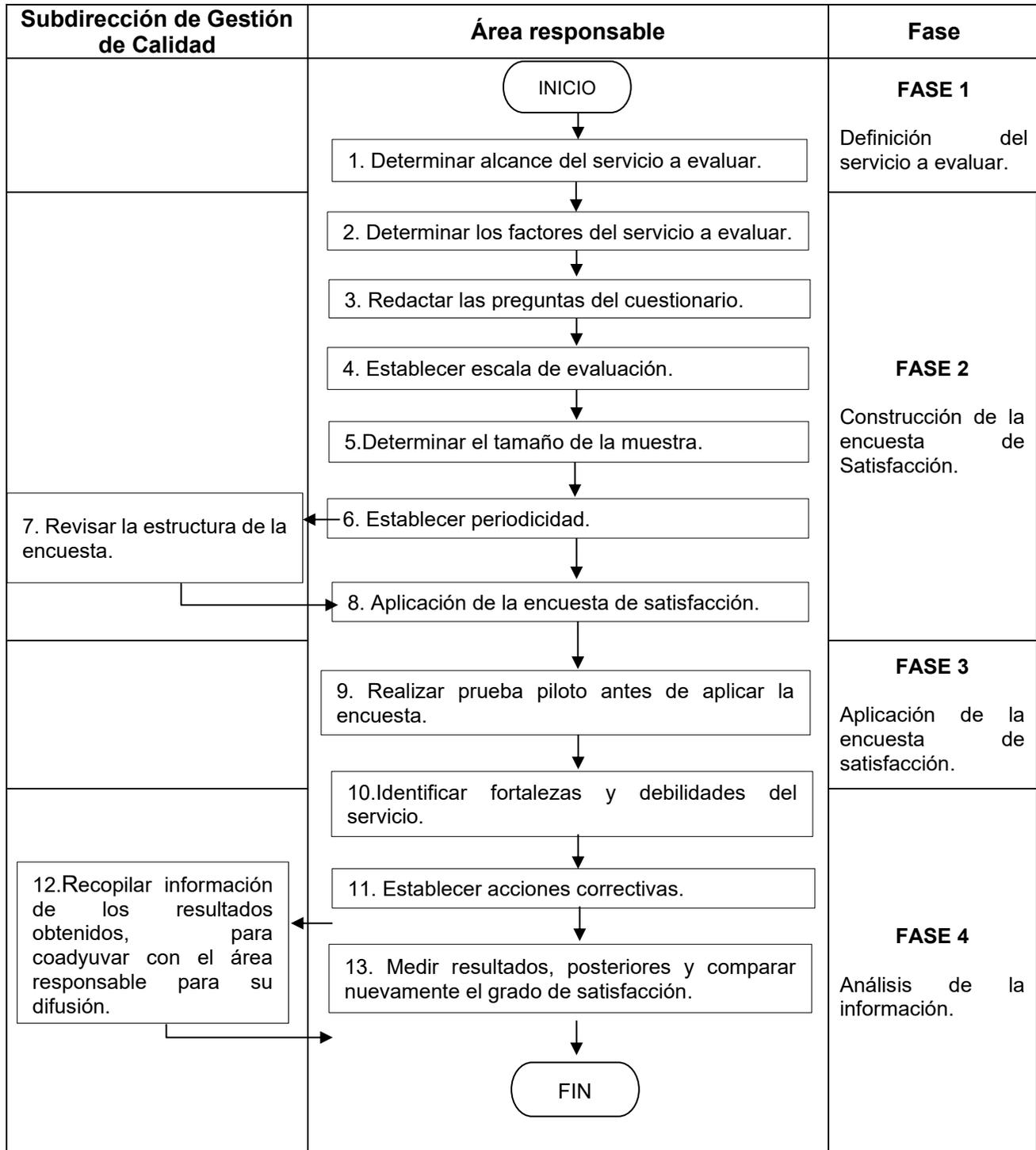
<p>Subdirección de Gestión de Calidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Coadyuvar a la difusión de los resultados obtenidos de las encuestas de satisfacción, a través de medios visuales como (infografías, tablas estadísticas, videos).
<p>Áreas del IECM</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar instrumentos que midan la percepción de los usuarios. • Aplicación de las encuestas a los usuarios. • Sistematizar y analizar los resultados obtenidos de las encuestas, así como socializar los resultados.

6. Políticas de Operación

- En caso de las Direcciones Distritales se aplica una encuesta de necesidades y satisfacción del servicio, por medio de formato impreso y vía electrónica a través de un código QR, la cual mide la percepción del servicio de las personas ciudadanas que acuden a la sede. El análisis, sistematización y difusión de los resultados está a cargo de la Subdirección de Calidad.
- La creación de las encuestas puede estar apoyada por medios impresos y digitales, entre los medios digitales esta la opción de utilizar diferentes plataformas, por ejemplo, Google Forms, Microsoft Forms. etc.
- Se deben crear encuestas personalizadas de acuerdo con el servicio o producto que se desea evaluar, además de mantener las versiones vigentes disponibles y de fácil acceso.

- El área que genera la encuesta de satisfacción deberá analizar, sistematizar, así como difundir los resultados de las encuestas, con el objetivo de generar estadísticos que permitan identificar las áreas de oportunidad y por tanto mejorar el servicio o producto.
- La Subdirección de Gestión de Calidad coadyuvará a los trabajos de creación, validación y sistematización en caso de que el área lo solicite, adicional apoyará a la difusión y análisis de oportunidades de mejora.
- Se deberán aplicar acciones correctivas a las áreas de oportunidad y hallazgos detectados de las encuestas de satisfacción, promoviendo la mejora continua del servicio o producto.

7. Diagrama de flujo.



8. Descripción de las actividades

Para desarrollar el análisis de las fases se debe consultar el archivo adjunto que está al final de esta guía. Asimismo, esta guía se usará antes de aplicar el instrumento.

Es importante mencionar que este documento es solo un recurso de ayuda, y que cada área del Instituto puede emplear el formato y la técnica que más le acomode en la creación 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>1. Determinar el alcance del servicio a evaluar.</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>Análisis general del servicio: 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>Análisis de un aspecto en concreto del servicio. 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, ejemplo de ello sería; tiempo, calidad, conocimiento, atención, instalaciones, porcentaje de visitas, entre otros.</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"> • Población infantil. • Jóvenes. • Adultos. • Adultos Mayores. • Personas con discapacidad.

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>2. Determinar los factores del servicio a evaluar.</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>1.-Fiabilidad. 2.-Tiempo de respuesta. 3.-Competencia técnica. 4.-Credibilidad.</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>3. Redactar las preguntas del cuestionario.</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 extensión de la pregunta debe ser corta, sin rodeos ni explicaciones innecesarias.</p> <p>Ejemplos:</p> <table border="1" data-bbox="461 1751 1448 1873"> <thead> <tr> <th data-bbox="461 1751 948 1785">Pregunta larga</th> <th data-bbox="948 1751 1448 1785">Pregunta corta</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="461 1785 948 1873">"Cuando acude a una oficina del IECM, ¿La persona que le atiende dispone de</td> <td data-bbox="948 1785 1448 1873">"Cuando acude a las oficinas del IECM, ¿"Recibe la información que necesita sobre el registro de proyectos?"</td> </tr> </tbody> </table>	Pregunta larga	Pregunta corta	"Cuando acude a una oficina del IECM, ¿La persona que le atiende dispone de	"Cuando acude a las oficinas del IECM, ¿"Recibe la información que necesita sobre el registro de proyectos?"
Pregunta larga	Pregunta corta				
"Cuando acude a una oficina del IECM, ¿La persona que le atiende dispone de	"Cuando acude a las oficinas del IECM, ¿"Recibe la información que necesita sobre el registro de proyectos?"				

la información que usted necesitaba y para la que acudió a dicha oficina?"

2.- **No** debemos **realizar dos preguntas en una**. 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.

Ejemplos:

Pregunta múltiple	Pregunta simple
<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>

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.

Ejemplos:

Pregunta Técnica	Pregunta simple
<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>

4.- ¿Cómo redactar preguntas para **identificar expectativas**?

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:

¿Cuáles son los cambios o mejoras que, en su opinión, debería incorporar nuestro servicio?

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.

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 usuario profundice en su nivel de satisfacción.

<p>4. Establecer la escala de evaluación.</p>	<p>A continuación, se muestran los cuatro cuadrantes de la escala de Likert que puedes utilizar en función de lo que desees obtener ¹.</p> <table border="1" data-bbox="654 447 1252 911"> <tr> <td data-bbox="654 447 959 663"> <p>Acuerdo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Totalmente de acuerdo. • De acuerdo. • Indeciso. • En desacuerdo. • Totalmente en desacuerdo. </td> <td data-bbox="959 447 1252 663"> <p>Frecuencia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Muy frecuentemente. • Frecuentemente. • Ocasionalmente. • Raramente. • Nunca. </td> </tr> <tr> <td data-bbox="654 663 959 911"> <p>Importancia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Muy importante. • Importante. • Moderadamente importante. • De poca importancia. • Sin importancia. </td> <td data-bbox="959 663 1252 911"> <p>Probabilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Casi siempre verdad. • Usualmente verdad. • Ocasionalmente verdad. • Usualmente no verdad. • Casi nunca verdad¹. </td> </tr> </table>	<p>Acuerdo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Totalmente de acuerdo. • De acuerdo. • Indeciso. • En desacuerdo. • Totalmente en desacuerdo. 	<p>Frecuencia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Muy frecuentemente. • Frecuentemente. • Ocasionalmente. • Raramente. • Nunca. 	<p>Importancia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Muy importante. • Importante. • Moderadamente importante. • De poca importancia. • Sin importancia. 	<p>Probabilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Casi siempre verdad. • Usualmente verdad. • Ocasionalmente verdad. • Usualmente no verdad. • Casi nunca verdad¹. 																											
<p>Acuerdo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Totalmente de acuerdo. • De acuerdo. • Indeciso. • En desacuerdo. • Totalmente en desacuerdo. 	<p>Frecuencia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Muy frecuentemente. • Frecuentemente. • Ocasionalmente. • Raramente. • Nunca. 																															
<p>Importancia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Muy importante. • Importante. • Moderadamente importante. • De poca importancia. • Sin importancia. 	<p>Probabilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Casi siempre verdad. • Usualmente verdad. • Ocasionalmente verdad. • Usualmente no verdad. • Casi nunca verdad¹. 																															
<p>5. Determinar el tamaño de la muestra.</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 de que quieras hacer una inferencia estadística del total de la población a partir de una muestra ².</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 aplicar³.</p> <table border="1" data-bbox="646 1362 1260 1646"> <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>	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																													

¹Qué es la escala de Likert y cómo utilizarla
<https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-escala-de-likert-y-como-utilizarla/>

² Vilalta Perdomo, Carlos Javier. *Análisis de datos*. México, Ciudad de México: Centro de Investigación y Docencia Económicas, 2016.

³Tamaño de la muestra de la encuesta
<https://www.questionpro.com/es/tama%C3%B1o-de-la-muestra.html>

	<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>
6. Establecer periodicidad.	<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>
7. Revisar estructura de la encuesta por parte de la SGC.	<p>La Subdirección de Gestión de Calidad, cuando le sea solicitado, a través de la Jefatura de Auditorías al SGCE, revisará con base en el documento de apoyo, 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 Subdirección de Gestión de Calidad de conformidad con el objetivo de la encuesta.</p>
8. Realizar prueba piloto antes de aplicar la encuesta.	<p>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.</p>

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.

Paso	Descripción de la actividad
9. Aplicación de la encuesta de satisfacción.	Llegado el momento de su aplicación, es necesario asegurar que el tamaño de muestra requerido para que el análisis se cumpla con el propósito de obtener mayor confiabilidad en los resultados, asimismo, se recomienda no

	<p>presionar a las personas encuestadas para responder, ya que esto puede impactar en el resultado.</p> <p>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.</p>
--	--

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
10. Identificar fortalezas y debilidades en el servicio.	<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>
11. Establecer acciones concretas para mejorar el servicio.	<p>El punto medular de la evaluación del servicio es la mejora continua. 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>1.- Acciones correctivas: 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>2.- Acciones de mejora: 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>12. Recopilar información de los resultados.</p>	<p>Recopilar información de los resultados obtenidos para coadyuvar con el área responsable para su difusión. Esta información se utiliza para elaborar informes, boletines, presentaciones y otros materiales que permitan comunicar los avances y logros del proyecto a las partes interesadas.</p>
<p>13. Medir resultados posteriores y comparar nuevamente el grado de satisfacción.</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>



Guía para elaborar encuestas de satisfacción.

IECM-JA121-23
Código:SA/SGC/GI/02
 Revisión: 01
 Fecha de revisión: 15/08/2023
 Fecha de emisión: 13/11/2020

9. Formato:

Documento de apoyo para la creación de encuestas de satisfacción SA/SGC/FR/13.

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

IECM-JA121-23
SA/SGC/FR/13
 Revisión:00
 Fecha de revisión: 15/08/2023
 Fecha de emisión: 15/08/2023

FASE 1													
Definición del servicio a evaluar													
Área de adscripción		Fecha de elaboración											
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"/>	<input type="checkbox"/> Ciudadanía <input type="checkbox"/> Personal del IECM <input type="checkbox"/> Otro Especifique: _____								
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 claras y de fácil comprensión 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"> Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo 	<ul style="list-style-type: none"> Muy frecuentemente Frecuentemente Ocasionalmente Raramente Nunca 	<ul style="list-style-type: none"> Muy importante Importante Moderadamente importante De poca importancia Sin importancia 	<ul style="list-style-type: none"> Casi siempre verdad Usualmente verdad Ocasionalmente verdad Usualmente no verdad Casi nunca verdad 										
Calidad <input type="checkbox"/>	Utilidad <input type="checkbox"/>	Otra <input type="checkbox"/>											
<ul style="list-style-type: none"> Muy bueno Buono Regular Malo Muy Malo 	<ul style="list-style-type: none"> Extremadamente útil. Muy útil. Algo útil. No tan útil. Nada útil. 	Indicar la escala a utilizar											
Determinar tamaño de la muestra													
Margen de error aplicable	<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"/>									
Total, de encuestas a aplicar	<input type="text"/>												
Revisión de la estructura de la encuesta por parte de la SGC													
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 Subdirección de Gestión de Calidad, corresponde a las (los) responsables de elaborar el instrumento.