 UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL <small>Excellence in Education</small>	GUIA	
	GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO	
Código: GUI003GDC	Versión:01	
Fecha de Aprobación: 15-09-2017	Página 1 de 10	

OBJETIVO

Proporcionar los lineamientos necesarios para realizar la aplicación de encuestas de satisfacción a los usuarios de la Universidad Pedagógica Nacional y poder conocer su grado de satisfacción, con el fin de tomar decisiones en procura de la mejora de los servicios ofrecidos.

NORMATIVIDAD

- Norma ISO 9001:2015 Numeral 9.1.2 Satisfacción del Cliente y 9.1.3 Análisis y Evaluación.
- Estrategias para la construcción del Plan anticorrupción y Atención al ciudadano-Cuarto componente: mecanismos para mejorar la atención al ciudadano.

RESPONSABLE

Oficina de Desarrollo y Planeación – Proceso de Gestión de Calidad

APLICACIONES

LimeSurvey

DEFINICIONES


Las siguientes definiciones son aplicables para el propósito de esta guía:

Encuesta: Instrumento de medición que contiene una serie de preguntas que se hacen a una población definida, con el fin de conocer estados de opinión con respecto al servicio brindado.

Muestreo: Se refiere al procedimiento empleado para obtener una o más muestras de una población.

Población: Es aquel conjunto de individuos o elementos que podamos observar, medir una característica o atributo.

Satisfacción del cliente: Percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos.

 UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL <small>Excellence in Education</small>	GUIA	
	GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO	
Código: GUI003GDC	Versión:01	
Fecha de Aprobación: 15-09-2017	Página 2 de 10	

DESCRIPCIÓN

METODOLOGIA:

La metodología para la elaboración de encuestas de satisfacción del usuario, se desarrollara en las siguientes etapas:

1. Establecer los objetivos de la encuesta
2. Definir el canal de comunicación de la encuesta
3. Determinar de la población
4. Diseñar el cuestionario
5. Calcular la muestra
6. Recolectar de información
7. Procesar la información
8. Analizar la información

A continuación se describe cada una de las etapas para la elaboración de encuestas:

1. Establecer los objetivos de la encuesta:


Esta etapa consiste en identificar el propósito de la encuesta, el cual debe ser claro y concreto. A continuación se citan algunos ejemplos de objetivos de una encuesta:

- *Medir el clima laboral de la Universidad*
- *Conocer la aceptación que podría tener un nuevo servicio ofrecido*
- *Medir la satisfacción del usuario*
- *Conocer los gustos y preferencias con respecto a un determinado servicio*

2. Definir el canal de comunicación de la encuesta.

Presencial: Es quizás el método que goza de mayor popularidad y el que se ha utilizado con mayor profusión en la captación de información. Consiste en una entrevista personal que se establece entre dos personas, a iniciativa del entrevistador, para obtener información sobre unos objetivos determinados.

En la encuesta personal las preguntas se formulan en un encuentro directo entre encuestado y encuestador.

 UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL <small>Excellence in Education</small>	GUIA	
	GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO	
Código: GUI003GDC	Versión:01	
Fecha de Aprobación: 15-09-2017	Página 3 de 10	

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> • Se conoce quién contesta • Evita influencias de otras personas • Se reducen las respuestas evasivas • Facilita la utilización de material auxiliar • Se pueden obtener datos secundarios por la observación 	<ul style="list-style-type: none"> • Coste elevado • Sesgos por influencias del entrevistador • Necesidad de controlar entrevistadores, para evitar errores o faltas por parte de los entrevistadores

Telefónicas: Desde el punto de vista de la investigación, la encuesta telefónica puede utilizarse en tres sentidos: (1) como único medio de realizar la investigación, (2) como una técnica combinada con otras, es decir, se puede diseñar una encuesta para realizarse personalmente, telefónicamente y por correo en función de las características y condicionantes de la investigación y de la población de la cual se pretende obtener la información y (3) como un medio auxiliar en la utilización de otras técnicas.


Entre las principales ventajas que presenta la encuesta telefónica podemos destacar las siguientes:

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> • Rapidez en la obtención de datos • Coste más reducido • Permite entrevista a personas poco accesibles • Elevado índice de respuesta 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de representatividad de la muestra (personas que no están, que no tienen teléfono, etc..) • Brevedad del cuestionario No se puede utilizar material auxiliar

En ocasiones sino está diseñada correctamente puede incluso ser contraproducente para el usuario por la saturación de llamadas que reciben diariamente por parte de servicios de atención al cliente y venta directa

Online: Son económicamente más asequibles, incluso gratuitas, se pueden ahorrar los gastos de personal en su ejecución; suelen tener una buena relación costo-beneficio aunque el índice de respuesta suele ser menor.

Entre otras ventajas y desventajas de aplicar encuestas utilizando Internet están vinculadas a:

 UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL <small>Expanding Horizons</small>	GUIA	
	GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO	
Código: GUI003GDC	Versión:01	
Fecha de Aprobación: 15-09-2017	Página 4 de 10	

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> • La ausencia de intermediarios entre el cuestionario y el entrevistado. Esto permite mayor objetividad y menores costos en el relevamiento. • La interactividad del encuestado con la organización es mayor, se evita el condicionante del entrevistador • Rapidez de recogida de datos y análisis de los datos. 	<ul style="list-style-type: none"> • No todas las personas que deseamos encuestar tengan acceso a Internet • El control de la selección de los informantes se dificulta (cómo evitar que una persona conteste varias veces la misma encuesta? Como asegurarse de que la persona elegida forma parte de los encuestados que deseamos contactar? etc.)

Se encuentran diferentes alternativas para hacerla llegar al público objetivo:

- E-mailing
- Redes Sociales.
- Formulario en el sitio web

Es importante resaltar que la UPN cuenta en este momento con aplicación **LimeSurvey** para la creación de encuestas en línea. Esta herramienta brinda la posibilidad a usuarios sin conocimientos de programación; el desarrollo, publicación y recolección de respuestas de sus encuestas.


Para la utilización de esta herramienta es necesario solicitar la creación de usuario y contraseña, así como las orientaciones para el manejo de la aplicación, a la mesa de ayuda de la Subdirección de Sistemas de Información.

Nota: las nuevas tecnologías posibilitan que se puedan ubicar en puntos específicos, dispositivos móviles o digitales con sencillas encuestas de satisfacción como por ejemplo las basadas en "emoticones"

3. Determinar la población:

Una vez se establecen los objetivos y el canal de comunicación de la encuesta se procede a determinar la población a analizar. La población objeto de estudio es el conjunto de personas con características similares en un momento determinado, de las cuales se desea obtener información que permita, una vez analizada, cumplir con los objetivos de la encuesta. Algunos ejemplos comunes de población de una encuesta son:

- *Los estudiantes y docentes de la Facultad de Bellas Artes*
- *Docentes de la licenciatura de Matemáticas.*

 UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL <i>Excellence in Education</i>	GUIA	
	GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO	
Código: GUI003GDC	Versión:01	
Fecha de Aprobación: 15-09-2017	Página 5 de 10	

- *Personal administrativo de la sede calle 72*
- *Los estudiantes de pregrado de la Universidad Pedagógica Nacional*
- *Los docentes ocasionales y catedráticos vinculados a la Universidad*

4. Diseñar el cuestionario

Coherentemente con los objetivos, se identifican los aspectos sobre los cuales se desea obtener información, lo que se desea saber o preguntar, pues constituye el insumo fundamental para diseñar el cuestionario o las preguntas para obtener los datos a analizar. Al tratarse de encuestas para medir y/o evaluar la satisfacción de los usuarios, es necesario conocer los “requisitos del usuario”, es decir, las condiciones en que se le deben prestar los servicios o atender las necesidades. Estas condiciones son la base para medir su satisfacción, y por tanto, sirve de punto de partida para mejorar la atención. Es importante dedicarle atención al diseño de las preguntas con el fin de obtener información de calidad. Algunas recomendaciones al respecto son:

1. *Plantear o contener una sola idea*
2. *Utilizar un lenguaje claro y sencillo*
3. *No dirigir la respuesta*

Aunque no hay límite para el número de preguntas a realizar, se recomienda que la encuesta no sea muy extensa, ya que puede desalentar al encuestado a realizarla o dejarla inconclusa.

En los cuestionarios y encuestas pueden utilizarse preguntas cerradas, abiertas y/o mixtas.

Preguntas cerradas Son aquellas que solo le dan al encuestado determinadas alternativas como respuesta,


Ejemplos:

¿Cómo considera el servicio que ofrecen los colaboradores de la Universidad?

- Excelente*
- Buena*
- Regular*
- Mala*

¿Cómo valorarías el proceso de inscripción para los cursos en esta universidad?

- Muy simple*
- Simple*
- Normal*
- Difícil*

 UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL <i>Excellence in Education</i>	GUIA	
	GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE ENCUESTAS DE SATISFACIÓN DEL USUARIO	
Código: GUI003GDC	Versión:01	
Fecha de Aprobación: 15-09-2017	Página 6 de 10	

e) *Muy difícil*

¿Estás satisfecho/a de estudiar en esta universidad?

- a) *Muy satisfecho/ a*
- b) *Satisfecho/ a*
- c) *Más o menos Satisfecho/ a*
- d) *Insatisfecho/a*
- e) *Muy Insatisfecho/a*

Estas preguntas tienen la ventaja de ser fáciles de contabilizar, procesar y analizar.

Preguntas abiertas

Son aquellas preguntas que deben ser contestadas por el encuestado con sus propias palabras, permitiendo total libertad en la respuesta

Ejemplo:

- *¿Qué opinión tiene los servicios ofrecidos por la facultad?*
- *¿Qué le gustaría que mejoremos en nuestro servicio?*
- *¿Qué aspectos eliminaría de los servicios prestados?*

Estas preguntas consumen bastante tiempo para ser contabilizadas y procesadas y son más difíciles de analizar; pero tienen la ventaja de permitir obtener conclusiones importantes que no se obtienen al utilizar solo preguntas cerradas.


Preguntas Mixtas

Se componen de una parte de pregunta cerrada, donde el encuestado puede elegir una opción o varias de las planteadas y pregunta abierta dando la posibilidad de escribir la propia respuesta si dentro de las diferentes opciones no se encuentra la respuesta adecuada.

Ejemplo:

¿Cómo conoció sobre los programas académicos de la Universidad?

- a. *Prensa*
- b. *Tv*
- c. *Radio*
- d. *Recomendaciones de un familiar, amigo etc.*
- e. *Internet*

 UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL <small>Excellence in Education</small>	GUIA	
	GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE ENCUESTAS DE SATISFACIÓN DEL USUARIO	
Código: GUI003GDC	Versión:01	
Fecha de Aprobación: 15-09-2017	Página 7 de 10	

f. *Otro (especifique):*

5. Calcular la muestra:

La muestra es el número de personas representativo de la población, el motivo para calcular y encuestar solamente una muestra es que al hacerlo es posible obtener datos precisos, sin necesidad de tener que encuestar el 100% de la población, ahorrando así esfuerzos.

Es de aclarar que la herramienta **LimeSurvey** envía el cuestionario de preguntas a toda la población a encuestar por medio del correo electrónico o a través de un link específico; sin embargo se puede presentar que un gran número de personas, no respondan el cuestionario, para este caso es importante que se determine el umbral de personas necesaria para que la muestra sea representativa

La muestra se puede obtener a través de una formula estadística, la cual se describe a continuación:

Formula para poblaciones infinitas

$$n = \frac{z^2 * P * Q}{E^2}$$

Formula para poblaciones finitas

$$n = \frac{P * Q * z^2 * N}{N * E^2 + z^2 * P * Q}$$


Z= Valor de la distribución normal estándar de acuerdo al nivel de confianza
E= Error de muestreo (precisión)
N= Tamaño de la Población
P= Proporción estimada
Q= 1-P

De acuerdo a lo anterior y para mayor facilidad en la definición de la muestra, se puede recurrir a al formato para el cálculo de muestreo que se encuentra publicado en el Manual de Procesos y Procedimiento FOR031GDC – Calculo de muestra.

Nota: Los responsables de diseñar la encuesta pueden utilizar los métodos estadísticos más conveniente a sus necesidades.

6. Recolectar información

Obtención de los datos

 UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL <i>Formando al futuro</i>	GUIA	
	GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO	
Código: GUI003GDC	Versión:01	
Fecha de Aprobación: 15-09-2017	Página 8 de 10	

Se refiere al momento en que se contacta con el encuestado y se le envía el link al correo electrónico para que sea diligenciado, para esto es necesario establecer el día en que empezara y el tiempo que durara la encuesta.

Si la recolección se realiza vía web, se debe asegurar que la clave de acceso y de seguridad sean las que correspondan y los programas funcionen adecuadamente, para que los cuestionarios sean contestados y enviados.

Es necesario que los responsables del proceso deben estar atentos para asesorar y dar respuesta oportuna a inquietudes que se presenten en el diligenciamiento del cuestionario o en el manejo de los sistemas de información.

Los encuestados que no enviaron los cuestionarios en los plazos establecidos, deberán ser contactados para que se cumpla con el diligenciamiento de la encuesta.

Control

Verificar que los datos correspondan entre sí y que la totalidad de las encuestas sea concordante con la muestra definida; lo anterior garantiza la calidad en la información.

Consolidación y Cierre


Una vez se recolecten los datos de la encuesta se procede a tabular y se realiza un informe donde se enuncia los inconvenientes presentados durante la recolección de la información y las posibles soluciones; de igual forma los datos obtenidos como por ejemplo el número de personas que diligenciaron la encuesta o el número de cuestionarios que no fueron contestados.

7. Procesar la Información

Posterior a la recolección de la información, se procede contabilizarla, procesarla y finalmente analizarla

Ejemplo: Si la pregunta que se realizó fue:

¿Cómo califica el servicio que ofrecen los colaboradores de la Universidad?

 UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL <i>Formando al profesorado</i>	GUIA	
	GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE ENCUESTAS DE SATISFACIÓN DEL USUARIO	
Código: GUI003GDC	Versión:01	
Fecha de Aprobación: 15-09-2017	Página 9 de 10	

<i>Excelente</i>	30
<i>Buena</i>	25
<i>Regular</i>	85
<i>Mala</i>	25
TOTAL	165

Para realizar algún tipo de análisis se podría utilizar el dato de la suma de las respuestas que fue de 165 y se procede a hallar los porcentajes de cada una de la calificación dada, para lo cual se multiplica por 100 y se divide en el total, para **este caso 165**


Ejemplo Excelente = $(30 \times 100) / 165 = 18\%$

Y así para las demás calificaciones,

Luego realizar un análisis grafico



8. Análisis e interpretación de la Información :

 UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL <small>Expansión de la Educación</small>	GUIA	
	GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO	
Código: GUI003GDC	Versión:01	
Fecha de Aprobación: 15-09-2017	Página 10 de 10	

Finalmente una vez consolidada y procesada la información, se procede a analizarla, para así obtener las conclusiones, observaciones y las respectivas acciones de mejoramiento. Esta información será presentada mediante un informe, el cual debe ser conocido por la comunidad universitaria y que igualmente se convertirá en entrada de la Revisión por la Dirección para la vigencia respectiva

BIBLIOGRAFIA

NORMA INTERNACIONAL ISO 9001:2015 Sistema de Gestión de Calidad –Requisitos

NORMA TÉCNICA DE CALIDAD EN LA GESTIÓN PÚBLICA. Sistema de Gestión de la Calidad. Para la Rama Ejecutiva del Poder Público y otras Entidades Prestadoras de Servicios. NTCGP 1000:2009. Bogotá D.C.: ICONTEC, 2011. 71 p.

ESTRATEGIAS PARA LA CONSTRUCCIÓN DEL PLAN ANTICORRUPCIÓN Y ATENCIÓN AL CIUDADANO-Cuarto componente: mecanismos para mejorar la atención al ciudadano

(<http://www.e-encuesta.com/blog/2015/tipos-de-pregunta-en-la-encuesta/>)

<https://web20gi.wordpress.com/2011/05/03/encuestas-en-linea-como-armarlas-ventajas-y-desventajas/>

<https://es.surveymonkey.com/mp/education-survey-templates/>

<https://es.wikipedia.org/wiki/LimeSurvey>

<https://www.limesurvey.org/>

CONTROL DE CAMBIOS

FECHA	VERSIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
15-09-2017	01	Se crea el documento de acuerdo a la necesidad

ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:
Equipo de Gestión de Calidad	Yaneth Romero Coca Líder del proceso	Adolfo León Atehortúa Cruz Rector