

Guía PARA MEDIR LA SATISFACCIÓN RESPECTO A LOS SERVICIOS PRESTADOS

Tema: Cartas de Servicios

Primera versión: 2009

Datos de contacto:

Evaluación y Calidad. Gobierno de Navarra

evaluacionycalidad@navarra.es

*Ponemos a su disposición el buzón **evaluacionycalidad@navarra.es** donde podrá remitir cualquier duda, sugerencia, solicitud de información y/o petición de documentación complementaria en materia de evaluación de políticas públicas y de calidad de los servicios públicos.*

Índice

Introducción	5
Finalidad y personas destinatarias de la Guía.....	5
Objetivo fundamental de esta Guía.....	5
A quién está dirigida esta Guía.....	5
Contenido de la Guía.	5
Justificación y propósito de los estudios de satisfacción.	6
Métodos para realizar estudios de satisfacción.....	7
Métodos directos o estudios específicos.....	7
Métodos indirectos.....	8
La medición de la satisfacción a través de encuestas periódicas.....	10
Esquema resumen de los Pasos descritos en esta Guía.	11
Fases de desarrollo de un estudio cuantitativo de satisfacción.....	12
Fase 1: Definición del objeto de estudio o análisis.....	12
Paso 1. ¿Qué servicio o prestación vamos a analizar?.....	12
Fase 2: Construcción de la herramienta: cuestionario de opinión.....	15
Paso 1. Factores del servicio a incluir en la encuesta.....	15
Paso 2. Redacción de las preguntas a incluir en el cuestionario.....	17
Paso 3. Composición del cuestionario completo.....	22
Fase 3: Aplicación del cuestionario.....	25
Paso 1. Determinar los grupos a quienes vamos a pedir opinión.....	25
Paso 2. Una prueba piloto.....	25
Paso 3. Cómo facilitar el cuestionario para la recogida de opiniones.....	25
Paso 4. Cuando, con que periodicidad realizaremos la recogida de opiniones.....	27
Fase 4: Análisis de la información recogida.....	28
Análisis de los datos cuantitativos.	28
Análisis de la información cualitativa.	31
Fase 5: Explotación de resultados.....	32
Conclusión.....	37
Medir la satisfacción con el servicio a través de encuestas. Aplicación de la Guía “paso a paso”.....	38
Fase 1: Definición del objeto de estudio o análisis.....	38
Paso 1. ¿Qué servicio o Prestación vamos a analizar?.....	38
Fase 2: Construcción de la herramienta. Cuestionario de opinión.....	39
Paso 1. Factores del servicio a incluir en la encuesta.....	39
Paso 2. Redacción de las preguntas a incluir en el cuestionario.....	40
Paso 3. Composición del cuestionario completo.....	42

Fase 3: Aplicación del cuestionario.....	48
Paso 1. Determinar los grupos a quienes vamos a pedir opinión.....	48
Paso 2. Una prueba piloto.....	48
Paso 3. Como facilitar el cuestionario para la recogida de opiniones.....	48
Paso 4. Cuándo, con que periodicidad realizaremos la recogida de opiniones.....	48
Fase 4: Análisis de la información recogida.....	49
Fase 5: Explotación de resultados.....	51

Introducción

Finalidad y personas destinatarias de la Guía.

Objetivo fundamental de esta Guía.

El objetivo fundamental de esta Guía es facilitar a las Administraciones Públicas de Navarra una orientación clara, sencilla y práctica para conocer el nivel de satisfacción de las personas usuarias con respecto a los diferentes servicios que se prestan.

Esta Guía pretende orientar sobre cuáles son los pasos a seguir para identificar los niveles de satisfacción con los servicios proporcionados, de forma que los resultados puedan ser analizados y faciliten la puesta en marcha de mejoras concretas en los servicios.

El objetivo final es que, la propia organización recoja periódicamente las opiniones de sus personas usuarias. De esta forma, manteniendo el contacto y la comunicación con las personas destinatarias de los servicios, facilitaremos la toma de decisiones respecto a las mejoras a establecer en la atención diaria. Conocer nuestros puntos fuertes y débiles respecto al servicio y atención que prestamos, nos facilita la calidad y la mejora continua.

A quién está dirigida esta Guía.

Esta Guía está dirigida a todas aquellas unidades, organizaciones, equipos y personas pertenecientes a las Administraciones Públicas de Navarra, que tengan por objetivo la mejora del servicio prestado.

Particularmente será útil para aquellas organizaciones que estén desarrollando una Carta de Servicios.

Contenido de la Guía.

Esta Guía contiene una descripción de los pasos a seguir para realizar un estudio de identificación, análisis y mejora de las opiniones de las personas usuarias respecto al servicio prestado.

Los ejemplos que se utilizan para clarificar el desarrollo de los diferentes pasos de esta Guía práctica son, en todos los casos, aplicaciones simuladas.

Como punto final, se incluye una “Aplicación PASO a PASO” de la metodología descrita en la Guía. Se pretende con ello mostrar, desde el primer paso hasta el último, cómo se aplica el proceso completo, de esta manera queda ilustrado de forma práctica y resumida.

Justificación y propósito de los estudios de satisfacción.

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.

El punto de partida de todo proceso de mejora, es conocer el grado de satisfacción de las personas usuarias respecto a los diferentes factores o elementos que intervienen en la prestación de los servicios. Este conocimiento nos ayuda a determinar nuestros puntos fuertes y puntos débiles en la prestación del servicio. La mejora de los servicios debe basarse en el análisis de los puntos débiles identificados por las personas usuarias.

Métodos para realizar estudios de satisfacción

Para conocer como se percibe un servicio, si la calidad de la prestación es elevada o no, debemos conocer que opinan las personas usuarias de dichos servicios.

Para conocer las opiniones y el nivel de satisfacción de estas personas, podemos preguntar directamente, a través de un estudio de opinión, o bien recoger información y opiniones indirectamente, o combinar ambos métodos.

Métodos directos o estudios específicos

Se trata de acciones o iniciativas expresamente diseñadas para recoger directamente las opiniones personales.

Los métodos directos más habitualmente utilizados como estudios específicos para recoger las opiniones y valoraciones de las personas usuarias respecto a los servicios prestados son:

Entrevista individual semiestructurada

Se trata de reuniones con usuarios individuales en las que, a través de un guión de puntos a tratar, previamente definido, se recoge la opinión, en profundidad, respecto al servicio que se presta. Son entrevistas guiadas con escasas preguntas abiertas.

Es una herramienta indicada para estudiar las expectativas de las personas usuarias respecto al servicio, descubriendo sus motivaciones y actitudes. Permite analizar en detalle la prestación del servicio

Con esta metodología se profundiza mucho en la información pero necesita de un elevado tiempo de dedicación con cada persona usuaria (las entrevistas suelen durar alrededor de una hora).

La realización de entrevistas semiestructuradas requiere habitualmente de la experiencia y capacitación de una persona experta.

Grupos de trabajo

Consiste en reunir a un grupo de personas usuarias que, bajo la dirección de una persona experta, plantean sus opiniones y expectativas respecto a los elementos y factores del servicio que se les va presentando a lo largo de la sesión.

Es muy útil para recoger opiniones en profundidad, buscar los puntos comunes y las opiniones generalizadas.

Habitualmente se utilizan para conocer e identificar las expectativas respecto a los servicios.

Su desarrollo requiere de la dirección de un experto en la materia.

Panel de personas usuarias

Consiste en tomar una muestra representativa del total de las personas usuarias del servicio y mantenerla constante a lo largo del tiempo, para entrevistarles periódicamente, de manera que se puedan recoger sus opiniones y valoraciones respecto al servicio prestado.

Esta metodología se utiliza para recoger la evolución de las expectativas de las personas usuarias respecto a los diferentes elementos del servicio prestado.

Los paneles de personas usuarias requieren constancia y mucha inversión de tiempo y ser llevados a cabo por expertos en el tema.

Encuestas periódicas

Se trata de la aplicación de cuestionarios de opinión a través de los cuales se recoge la valoración, que de los diferentes factores o elementos del servicio, hacen las personas usuarias.

La recogida periódica y sistemática de estas opiniones y valoraciones nos da una perspectiva de la calidad del servicio que ofrecemos y cómo ésta va evolucionando. Cuando estas encuestas o cuestionarios son sencillos, son fáciles de desarrollar y de analizar y, por tanto, podemos llevar a cabo internamente, tanto su desarrollo y aplicación como la explotación de los resultados obtenidos.

Este es el método más práctico y sencillo, al tiempo que aporta una valiosa y gran información para plantear mejoras concretas y eficaces en el servicio prestado. Por ello, esta es la metodología que va a desarrollarse, paso a paso, a lo largo de la presente Guía práctica.

Siendo encuestas concretas y cortas, la dedicación de tiempo para su cumplimentación no superará los cinco minutos y podrá ser autocumplimentada, por lo que no es necesario dedicar tiempo a su aplicación. Permite, por tanto, ser aplicado a gran cantidad de usuarios, posibilitando la recogida de una gran cantidad de opiniones.

Métodos indirectos

Además de planificar y desarrollar estudios específicamente diseñados para medir la satisfacción de las personas usuarias respecto a los servicios, disponemos habitualmente de otras fuentes de información indirectas, que están al alcance de cualquier servicio.

Estos son los más habituales:

Sistemas de quejas y sugerencias

Cada vez es más habitual disponer de estos sistemas de recogida de opiniones de las personas usuarias. Aunque no sean puramente representativos de la opinión de todas las personas usuarias del servicio, es una fuente de información complementaria que se debe tener en cuenta para la mejora del servicio. En cualquier caso, esta información debe utilizarse para el diseño y complemento de cualquier estudio de recogida específica de opiniones.

Aportaciones del personal en contacto directo con los usuarios

Las personas encargadas de atender directamente a las personas son quienes mejor conocen lo que estas demandan. Si este personal está preparado, y bien informado y cuenta con el apoyo necesario, podrá realizar una buena recogida de información y ser receptivo respecto a lo que las personas usuarias reciben y esperan recibir de las prestaciones actuales.

Indicadores objetivos de la gestión de la actividad:

Aunque no son indicadores directos del grado de satisfacción, se trata de información existente que está directamente relacionada con el éxito en la atención a los usuarios. Tienen valor, sobre todo, como complemento de la información obtenida por las mediciones directas de la satisfacción.

Estos indicadores indirectos pueden ser:

- % de errores y fallos.
- Plazos de entrega o ejecución del servicio.
- Tiempos de espera.
- Número de servicios ejecutados o prestados anualmente.
- Felicitaciones y agradecimientos recibidos.
- Premios y certificados recibidos.
- Etc.

Todos ellos, pueden indicarnos si, en general, estamos prestando un servicio de calidad o no. Seguidos periódicamente, nos pueden indicar o añadir información respecto a la evolución y mejora periódica de nuestro servicio.

De todos estos métodos el que se ha elegido para ser desarrollado y guiado a través de esta Guía práctica es el que se ha denominado **ENCUESTAS PERIÓDICAS**.

Se trata de un método de estudio directo de las opiniones de las personas usuarias respecto al servicio prestado. Este método puede llevarse a cabo de una forma sencilla y, sin embargo, muy eficaz respecto a la recogida de información y explotación de datos. También puede completarse con cualquiera de los demás estudios directos descritos. Al mismo tiempo, puede completarse la información recogida a través de las encuestas periódicas, con cualquiera de los métodos indirectos señalados.

La medición de la satisfacción a través de encuestas periódicas

Conocer y medir el grado de satisfacción de las personas usuarias de nuestros servicios, respecto a las prestaciones que reciben, recogiendo directamente sus opiniones, requiere, previamente, el diseño de una estrategia de intervención.

Podemos diseñar estudios muy completos y, al mismo tiempo complejos, que, sin duda, requerirán de una persona experta en la materia, tanto para su diseño como para su ejecución. Se trata de estudios muy interesantes, en los que de una manera exhaustiva, se recogen las opiniones y expectativas de las personas usuarias de los diferentes servicios, en todas sus dimensiones, para, posteriormente, diseñar planes de mejora de dichos servicios.

Aunque ese tipo de estudios son los más completos, tienen el inconveniente de tener que contar con la asistencia técnica de personas expertas. Podemos, sin embargo, realizar estudios más sencillos que puedan ser diseñados y desarrollados internamente. La información que obtendremos será muy valiosa y más sencilla de obtener.

El objetivo de esta Guía es ofrecer apoyo y dirección para la ejecución de estudios sencillos de medición de la satisfacción de las personas usuarias a través de encuestas periódicas.

Realizar un estudio para medir la satisfacción de las personas usuarias, a través de cuestionarios de opinión periódicos, nos va a permitir conocer “quién opina qué” es decir, cuántas personas están satisfechas y cuántas están insatisfechas con los diferentes aspectos de los servicios prestados, así como qué es lo que esperan del servicio. Por tanto, si establecemos un buen sistema de aplicación podremos llegar a obtener información muy clara de una gran cantidad de personas usuarias y con un esfuerzo y dedicación no excesivamente elevados.

Esquema resumen de los Pasos descritos en esta Guía.

FASE 1. DEFINICIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO O ANÁLISIS

- **PASO 1.** ¿Que servicio o prestación vamos a analizar?

FASE 2. CONSTRUCCIÓN DE LA HERRAMIENTA: CUESTIONARIO DE OPINIÓN

- **PASO 1.** Factores del servicio a incluir en la encuesta.
- **PASO 2.** Redacción de las preguntas a incluir en el cuestionario.
- **PASO 3.** Composición del cuestionario completo.

FASE 3: APLICACIÓN DEL CUESTIONARIO

- **PASO 1.** Determinar los grupos de usuarios a quienes vamos a pedir opinión
- **PASO 2.** Una prueba piloto, antes de empezar
- **PASO 3.** Cómo facilitar el cuestionario para la recogida de opiniones
- **PASO 4.** Cuando, con que periodicidad realizaremos la recogida de opiniones

FASE 4: ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN RECOGIDA

FASE 5: EXPLOTACIÓN DE RESULTADOS

Fases de desarrollo de un estudio cuantitativo de satisfacción

Para desarrollar un estudio de valoración de la satisfacción a través de encuestas periódicas, vamos a seguir las siguientes fases de ejecución:

Fase 1: Definición del objeto de estudio o análisis

El primer paso que debemos dar es decidir, qué servicio vamos a analizar y qué tipo de análisis queremos hacer de ese servicio.

Paso 1. ¿Qué servicio o prestación vamos a analizar?

En casi todas las organizaciones son variadas y diferentes las prestaciones o servicios que se destinan a diferentes colectivos o grupos. En la mayoría de los casos es imposible elaborar un cuestionario sencillo y práctico, destinado a recoger las opiniones respecto a múltiples servicios. Por tanto, uno de los primeros pasos que debemos dar es decidir qué prestación queremos analizar en primer lugar, sobre todo cuando no contamos con experiencias anteriores en cuanto análisis de satisfacción.

Una vez que tengamos claro cuál es la prestación sobre la que vamos a analizar el nivel de satisfacción de los usuarios, debemos decidir qué tipo de recogida de información nos interesa hacer: de todo el servicio o de un aspecto concreto de éste.

Análisis general del servicio prestado

En ocasiones puede interesarnos saber cómo se percibe la prestación completa del servicio, desde el primer contacto con los usuarios hasta la finalización de la prestación. Se trata de valorar la calidad percibida a lo largo de todos los pasos de prestación del servicio, en los que interviene el usuario.

En este caso, haremos preguntas relativas a todo el servicio. De esta forma conseguiremos conocer cuáles son los puntos fuertes y los puntos débiles de todo el proceso completo de la prestación.

Ejemplo de Aplicación

Organización: INAP

Servicio concreto a analizar: “Acciones de Formación para el personal al servicio de las Administraciones Públicas de Navarra”

Prestación completa: (pasos en los que interviene el usuario desde el primer momento o contacto hasta que se despide).



Cuando se realiza un Estudio de satisfacción General del servicio Prestado, las preguntas del cuestionario irán dirigidas a recoger la opinión de los usuarios respecto a todos los pasos que conforman la prestación completa.

Estudio de un aspecto concreto de la prestación

Habrán ocasiones en las que nos interese, especialmente, un aspecto concreto de la prestación del servicio.

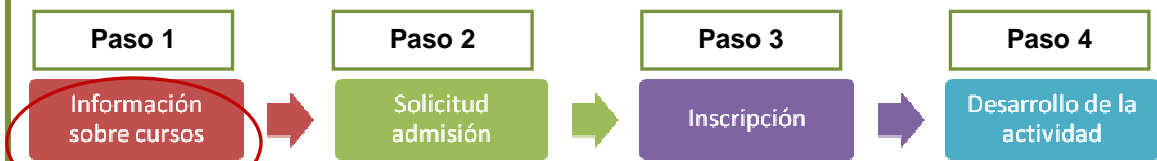
En este caso nuestro análisis se centrará en esa parte o paso de la prestación, para recoger con más detalle sus debilidades y, por tanto, sus oportunidades de mejora. Esto significa que, cuando elaboremos el cuestionario, todas las preguntas irán dirigidas a recoger opiniones sobre ese aspecto concreto de la prestación.

Ejemplo de Aplicación

Organización: INAP

Servicio concreto a analizar: “Acciones de Formación para el personal al servicio de las Administraciones Públicas de Navarra”

Prestación completa: (pasos en los que interviene el usuario desde el primer momento o contacto hasta que se despide).



Al realizar un Estudio de un aspecto concreto de la prestación, todas las preguntas del cuestionario irán dirigidas a valorar diferentes dimensiones de calidad o factores relativos a ese paso concreto de la prestación.

Fase 2: Construcción de la herramienta: cuestionario de opinión

Tanto si decidimos realizar una valoración de la satisfacción respecto a la prestación completa, como si nos centramos en una parte o paso del servicio, hay que tener claro qué es lo que queremos preguntar, sobre qué aspectos o características del servicio quiero conocer el grado de satisfacción de las personas usuarias. Es decir, cuáles son las dimensiones del servicio que me interesa abordar (plazos de tiempo, trato recibido, etc.)

Realizar un estudio de satisfacción, a partir de la recogida de opiniones, requiere diseñar y elaborar una herramienta de recogida de opiniones sencilla, clara y útil. Para ello, es necesario identificar cuáles son aquellos factores o dimensiones del servicio sobre los que quiero preguntar y realizar preguntas claras y sencillas, que aporten información relevante.

Paso 1. Factores del servicio a incluir en la encuesta.

¿Cuáles son las dimensiones de mi servicio que puedo tratar en el cuestionario?

Antes de empezar a formular las preguntas que incluirá nuestra encuesta debemos tener muy claro cuáles son aquellos factores del servicio sobre los que queremos recoger información. Son muchas las características o dimensiones del servicio que influyen sobre la percepción de calidad de servicio por parte del usuario y sobre las que se podría recoger información.

Como referencia, esta son las “10 dimensiones universales de la calidad del servicio”. Podríamos hacer preguntas sobre cada una de ellas, en cada paso de la prestación.

1. **Fiabilidad.** Capacidad de realizar el servicio prometido de manera correcta y continua.
2. **Tiempo de respuesta, sensibilidad.** Velocidad de respuesta ante las necesidades de la persona usuaria. Deseo de prestar un servicio rápido.
3. **Accesibilidad.** Facilidad para establecer contacto.
4. **Cortesía.** Educación, respeto, consideración y amabilidad del personal en contacto con las personas usuarias.
5. **Competencia técnica.** Capacidad y conocimiento de los recursos necesarios para realizar un servicio.
6. **Comunicación.** Mantener informada a la persona usuaria en un lenguaje que pueda entender, escuchar sus necesidades y capacidad para explicar lo sucedido.
7. **Credibilidad.** Confianza, reputación y honestidad de la persona que presta el servicio.
8. **Seguridad:** Confianza en no asumir riesgo alguno en las transacciones con la organización, ni si quiera de tipo financiero o de confidencialidad.
9. **Comprensión de las necesidades de la persona usuaria.** Esfuerzo y capacidad de la organización para conocer a las personas usuarias y sus necesidades.
10. **Aspectos físicos tangibles.** Apariencia de las instalaciones físicas, equipo y personal.

Ejemplo de Aplicación

INAP SERVICIO DE FORMACIÓN para el personal de Administraciones Públicas.	
ESTUDIO SATISFACCIÓN DE USUARIOS RELATIVO A: “INFORMACIÓN recibida sobre las Acciones de Formación”	
DIMENSIONES DE CALIDAD	DIMENSIONES APLICADAS A LA “INFORMACIÓN SOBRE CURSOS”
1. Fiabilidad (Capacidad de realizar el servicio prometido de manera correcta y continua)	¿La información sobre los cursos es fiable? ¿Es veraz, acertada y se corresponde con la planificación real del INAP?
2. Tiempo de respuesta (Velocidad de respuesta ante las necesidades de la persona usuaria. Deseo de prestar un servicio rápido)	¿La información llega a tiempo? ¿La respuesta a la demanda de información solicitada se recibe con prontitud y en plazo para tomar decisiones?
3. Accesibilidad. (Facilidad para establecer contacto)	¿Es fácil acceder a la información sobre los cursos? ¿El contacto es eficaz, tanto telefónicamente, como a través de la web o personalmente?

Si formuláramos preguntas relativas a cada una de las 10 dimensiones en cada paso o parte del servicio, elaboraríamos un cuestionario muy complicado, tanto para su utilización como para su explotación. Dado que nuestra premisa es realizar estudios sencillos, deberemos seleccionar las dimensiones más importantes, de forma que nuestro cuestionario no sobrepase las 10 ó 15 preguntas.

Las dimensiones o temas que elijamos son los que van a orientar las mejoras de nuestro servicio. Por ello, para elegir bien, deberemos tener en cuenta aquello que es más importante para las personas usuarias, es decir, cuáles son sus expectativas.

Por tanto, las preguntas que formulemos en el cuestionario harán referencia a aquellas cuestiones que más importancia tienen para ellas.

¿Cuál o cuáles de las dimensiones del servicio son más importantes para las personas usuarias?

Conocer las expectativas de las personas usuarias, lo que más les importa, podría requerir el desarrollo de un estudio específico. En muchos casos, antes de realizar un estudio de satisfacción es necesario realizar otro que identifique qué es lo que las personas usuarias esperan del servicio, para posteriormente analizar en qué medida satisfacemos esas expectativas.

Sin embargo, dado que el estudio que estamos diseñando debe ser sencillo, podemos recurrir a métodos indirectos (ver pág. 8) tales como “Aportaciones del personal de atención directa al usuario”, o “Sistema de quejas y sugerencias”, para conocer qué es lo que esperan nuestros usuarios.

En base a toda esta información disponible, identificaremos cuáles son los elementos de nuestro servicio que tienen prioridad, que son más importantes y, por lo tanto, de los cuales esperan más nuestras personas usuarias. Serán estas dimensiones las que deberemos incluir como temas a tratar en el cuestionario de opinión que estamos elaborando.

Una opción interesante es utilizar el primer cuestionario de opinión que realicemos para incluir, además de preguntas relativas al nivel de satisfacción actual del servicio, otras preguntas relativas a sus expectativas, a lo que esperan del servicio, lo que consideran más importante. De esta forma, para los siguientes cuestionarios de opinión, que llevemos a cabo, tendremos información valiosa sobre las cuestiones prioritarias a tratar.

Paso 2. Redacción de las preguntas a incluir en el cuestionario.

Una vez que tengamos claro cuáles son las dimensiones sobre las que vamos a preguntar, deberemos redactar, de forma sencilla, las preguntas concretas y las opciones de respuesta, tal como las vamos a mostrar en el cuestionario que entregaremos a nuestras personas usuarias.

Debemos pensar que hay que facilitar al máximo la labor de cumplimentación del cuestionario. Cuanto más sencillo y corto sea, mayor colaboración obtendremos.

¿Cómo se redactan las preguntas?

Todas las preguntas del cuestionario deben entenderse con facilidad y en la primera lectura. Esto quiere decir que debemos cuidar mucho la extensión, la redacción, el lenguaje, etc.

Es muy importante tener en cuenta lo siguiente:

- La **extensión** de la pregunta debe ser corta, sin rodeos ni explicaciones innecesarias. Hay que tener en cuenta que el cuestionario dispondrá de una Introducción y un encabezado que proporcionará información sobre el tema que se analiza y que contextualizará las preguntas, de forma que permitirá la realización de preguntas directas.

Ejemplo de Aplicación

<p>Pregunta larga:</p> <p><i>“Cuando usted acude a la Oficina de información sobre cursos del INAP, ¿la persona que le atiende dispone de la información que usted necesitaba y para la que ha acudido a dicha oficina?”</i></p>	<p>Pregunta corta:</p> <p><i>“Cuando acude a nuestras oficinas, ¿Recibe la información que necesita sobre los cursos?”</i></p>
---	---

- No debemos realizar dos preguntas en una. Solo debemos demandar una información en cada **pregunta**. En caso contrario, no sabremos con certeza a cuál de nuestras preguntas están contestando. Si necesitamos saber más, deberemos hacer más preguntas.

Ejemplo de Aplicación

<p>Pregunta múltiple:</p> <p><i>“¿Le ha resultado sencillo y útil obtener, a través de la web o telefónicamente, información sobre nuestros cursos?”</i></p>	<p>Preguntas simples:</p> <p><i>“¿Le ha resultado sencillo informarse de los cursos a través de nuestra web?”</i></p> <p><i>“¿Resulta útil la información de nuestra web sobre los cursos de Formación?”</i></p>
---	---

- El lenguaje que utilicemos deberá ser **sencillo**. Si es sencillo será claro para todo el mundo. Sin tecnicismos. En ocasiones utilizamos un lenguaje que es habitual en nuestro ámbito de trabajo, pero que, sin embargo, puede resultar difícil de entender para otras personas ajenas a nuestro entorno laboral.

Ejemplo de Aplicación

<p>Pregunta técnica:</p> <p><i>“¿Le ha parecido difícil la cumplimentación del nuevo F-I, 09 para el acceso a los cursos?”</i></p>	<p>Preguntas sencillas:</p> <p><i>“¿Le ha parecido complicada la cumplimentación del formulario de inscripción al curso?”</i></p>
---	--

¿Qué opciones de respuesta propongo?

Básicamente hay dos tipos de preguntas, en función de la posibilidad de respuesta:

- **Preguntas abiertas:** Para su respuesta se presenta un espacio en blanco, de forma que la persona que contesta al cuestionario puede responder abiertamente redactando su opinión.

Este tipo de preguntas aportan mucha información cualitativa. Sin embargo, requieren más tiempo y esfuerzo para ser respondidas. Además, son más difíciles de interpretar y codificar, su análisis requiere más tiempo y tienen el peligro de que quien responda puede desviarse del tema.

En ocasiones serán muy necesarias sin embargo, hay que tener la certeza de que la información a obtener compensa el esfuerzo de su análisis.

¿Qué opina de la información que ha recibido sobre los cursos de Formación del INAP?

.....
.....
.....
.....

- **Preguntas cerradas:** Son aquellas para cuya respuesta se presenta una serie de opciones cerradas, entre las que se deberá elegir la que más se aproxime a la opinión de quien responde. La información que obtenemos es más concisa y de menor profundidad. Pero si las opciones de respuesta que ofrecemos son acertadas, nos permite obtener, de una forma rápida y sencilla, información interesante.

Dentro de este tipo de respuestas cerradas existen diferentes alternativas. Las que recomendamos en esta Guía son los modelos siguientes:

Afirmación/negación:

SI	NO
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Escala de satisfacción:

Muy Insatisfecho/a	Insatisfecho/a	Aceptable	Satisfecho/a	Muy satisfecho/a
1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ejemplo de Aplicación

“Respecto a la **información** sobre los cursos:”

- ¿Ha recibido la información que necesitaba? SI NO
- ¿Le ha llegado a tiempo para poder realizar la inscripción? SI NO
- ¿La información ha sido clara? SI NO

“Indíquenos su nivel de satisfacción general, con la información recibida sobre los cursos”:

Muy Insatisfecho/a	Insatisfecho/a	Aceptable	Satisfecho/a	Muy satisfecho/a
1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

¿Cuántas preguntas debo realizar?

Dado que se trata de un cuestionario que debe ser sencillo en su manejo, en su cumplimentación y en su tratamiento, el número de preguntas no debería exceder de 15.

Existen cuestionarios que incluyen hasta 100 preguntas, pero éstos deben ser realizados por personas expertas, que diseñen las preguntas y la estructura del cuestionario, de manera que su cumplimentación no suponga una dedicación mayor a 15 ó 20 minutos.

Cuando vamos a realizar un estudio de forma interna, con nuestros propios recursos y conocimientos, será necesario elaborar un cuestionario sencillo.

¿Cómo se realizan las preguntas para identificar expectativas?

Es interesante utilizar el cuestionario de satisfacción también para conocer cómo van evolucionando las necesidades y expectativas de las personas usuarias. Por ello, podremos incluir preguntas relativas a identificar dichas expectativas. Para ello podremos preguntar por:

- Las dimensiones de la prestación que tienen más importancia para ellas, como personas usuarias.

Ejemplo de Aplicación

*Indíquenos el grado de **Importancia** que tienen para usted los siguientes aspectos del servicio de información sobre cursos:*

	Nada importante		Muy importante		
	1	2	3	4	5
La cantidad de información recibida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La claridad de la información	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La utilidad de la información	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La claridad de acceso a la información de la web	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Aquellas condiciones o características con que les gustaría que contara el servicio prestado en un futuro.

Ejemplo de Aplicación

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

.....

Paso 3. Composición del cuestionario completo.

Además de las preguntas concretas, el cuestionario debe completarse con:

Introducción o presentación

Si el cuestionario es breve, la introducción debe serlo más todavía. Se trata, únicamente, de explicar en escasas líneas para qué sirve la información que aportan, que tratamiento se le va a dar y quien se va a ocupar de ello.

En aquellos casos en los que, quien cumplimenta el cuestionario, debe remitirlo a alguna oficina, se indicará la forma de envío.

Ejemplo de Aplicación

CUESTIONARIO DE OPINIÓN

“Queremos mejorar nuestro servicio de información: Necesitamos conocer su opinión sobre el servicio. Este es el punto de partida para mejorarlo.

Por favor, responda de forma sincera, según su apreciación y experiencia.

Una vez cumplimentado, deposítelo en la bandeja que indica “Cuestionario de Opinión”. El propio servicio se encarga de su tratamiento y análisis.”

Pregunta general de satisfacción

Además de las preguntas concretas, es interesante pedir una valoración global del servicio, que nos dará una idea de la impresión general.

Ejemplo de Aplicación

“Si tuviera que poner una nota global al servicio de **información** sobre cursos, ¿qué puntuación le daría?”

Mínima										Máxima
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Identificación del tipo o grupo de usuario al que pertenece quien cumplimenta

Cuando el mismo cuestionario de opinión va dirigido a diferentes tipos de usuarios puede ser interesante identificar a los diferentes grupos, para poder diferenciar sus niveles de satisfacción y las expectativas. Cada servicio deberá identificar los tipos o grupos en función de su población objetivo.

Ejemplo de Aplicación

“Indíquenos, por favor, el grupo al que pertenece:”

- Personal Administrativo.
- Personal Técnico.
- Jefatura de Sección/ Área/ Negociado.
- Dirección.

Espacios en blanco

Puede resultar interesante añadir, al final del cuestionario, después de la última pregunta, un espacio en blanco para que puedan explicar sus inquietudes y opiniones respecto al servicio que están valorando.

Ejemplo de Aplicación

“¿Desea ampliar su opinión o añadir algún problema o sugerencia?”

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Agradecimientos

Es importante incluir, al final del cuestionario o al final de la introducción, una frase de agradecimiento por la colaboración prestada.

Ejemplo de Aplicación

“Agradecemos sinceramente su esfuerzo y colaboración”

Fase 3: Aplicación del cuestionario

Paso 1. Determinar los grupos a quienes vamos a pedir opinión

Cuando realizamos un estudio para medir y conocer cuál es el grado de satisfacción respecto a un servicio, debemos tener en cuenta que los resultados y conclusiones que extraigamos deben ser extrapolables a la totalidad de ese servicio. Es decir, que las opiniones que obtengamos deben ser representativas de todas las personas usuarias, de forma que saquemos conclusiones y obtengamos resultados que representen a la opinión general.

Para asegurarnos de ello es muy importante tener en cuenta a quien vamos a pedir que colabore cumplimentando el cuestionario.

Lo mejor, en cualquier caso, es recurrir a la totalidad de las personas que hacen uso del servicio concreto que estemos analizando. Esto es fácil cuando, para un servicio concreto, conocemos y tenemos controlados a todas las personas usuarias, pero no siempre es así.

En ocasiones no podremos acceder a toda la población usuaria y estaremos obligados a realizar el Estudio pidiendo colaboración a una muestra representativa del total. En estos casos para que los resultados sean generalizables y representativos de la totalidad de las personas usuarias, deberemos seleccionar a grupos, según las diferentes tipologías, y según la población total de referencia. Para ello, necesitaremos del apoyo de una persona especialista en la materia, que nos ayude a determinar cómo plantear el estudio para realizarlo correctamente.

Paso 2. Una prueba piloto

Es conveniente probar la bondad del cuestionario antes de su difusión. Se puede realizar con un grupo reducido de personas usuarias, con las que contrastaremos la comprensión de las preguntas, las dificultades de respuesta y otras valoraciones que puedan aportarnos alguna mejora a aplicar.

Paso 3. Cómo facilitar el cuestionario para la recogida de opiniones

Una vez que tengamos claro a quien nos vamos a dirigir para entregar o hacer llegar el cuestionario de recogida de opiniones, podremos identificar cuál es la manera más adecuada de acceder a esas personas.

Cuestionario en formato papel para entregar personalmente.

En función del servicio que prestemos y de la relación que establezcamos con las personas usuarias, entregar un pequeño cuestionario, una vez finalizado el servicio o, cuando contactemos con ellas, puede ser una buena manera de recoger sus opiniones. Podemos tenerlo disponible, de forma que el personal de atención directa al público lo entregue e inste a la persona a que lo cumplimente y lo deje antes de marcharse (en un buzón o bandeja de depósito).

Esto podremos hacerlo cuando el cuestionario sea muy sencillo (no incluya más de 15 preguntas muy fáciles de responder). Debemos mantener esta entrega de cuestionarios para recogida de opiniones durante el tiempo suficiente como para recoger opiniones de una gran mayoría de nuestras personas usuarias. Incluso, podemos mantener esta recogida como una parte más del proceso de atención, de forma que podamos analizar periódicamente los resultados y ver la evolución de la calidad de nuestro servicio.

Si no podemos entregar el cuestionario personalmente, deberemos facilitarlo por el medio más adecuado al tipo de servicio e indicar como hacer entrega de él una vez cumplimentado.

Es importante, mientras estemos analizando un servicio concreto o un aspecto concreto del servicio, con un cuestionario determinado, no presionar a la gente con su entrega, de forma que cada persona usuaria reciba una sola vez el cuestionario para su cumplimentación.

Cuestionario electrónico.

Estos mismos cuestionarios, cuya entrega y recogida se mantiene a lo largo del tiempo, pueden estar disponibles a través de la web del servicio. Aunque, en este caso, al no hacer un seguimiento tan directo como en la entrega personalizada, las posibilidades de que sean cumplimentados y enviados se reducen.

Encuesta telefónica.

Cuando vayamos a realizar estudios más específicos o puntuales, no continuos en el tiempo, podemos utilizar, además de la entrega personal en formato papel, otros medios. La encuesta telefónica es uno de ellos. Para ello necesitaremos datos personales de las personas usuarias y, además, la ayuda de una persona especializada que nos oriente y ayude en el diseño y en el desarrollo de dicha encuesta.

Encuestas personales.

Las encuestas personales (a través de encuestadores) pueden ser útiles, en el caso de realizar estudios puntuales específicos. Si podemos acceder a las personas usuarias, al entrar o salir de la ubicación del servicio que se presta, podremos pedir su colaboración para mejorar el servicio. Será conveniente contar con una persona especializada que ayude a diseñar y a desarrollar esta recogida de opiniones.

Existen otros medios para acceder a las personas usuarias, cuya utilización dependerá del tipo de servicio y, por tanto, del acceso directo o no a estas personas. En cualquier caso, es un punto importante del proceso, que condiciona el éxito o no de la recogida de opiniones.

Paso 4. Cuando, con que periodicidad realizaremos la recogida de opiniones

Recoger las opiniones para analizarlas y utilizarlas en beneficio de la mejora del servicio, puede suponer una acción puntual, extraordinaria, que responda a un objetivo concreto y específico. También puede formar parte del proceso del propio servicio, de manera que como paso final de la prestación siempre se lleve a cabo una recogida de opinión sobre dicho servicio.

En muchos casos, la mejor ayuda es combinar ambos planteamientos. Es decir, de manera habitual recogemos las opiniones de las personas a quienes prestamos el servicio, de forma que nos ayude a ir mejorando día a día nuestro trabajo. Puntualmente, cuando queremos abordar algún cambio, o hemos llevado a cabo modificaciones en el servicio, o bien queremos hacer un análisis con mayor profundidad sobre la prestación, podemos realizar estudios específicos que nos ayuden a tomar decisiones.

Fase 4: Análisis de la información recogida

Una vez recogidos los cuestionarios cumplimentados dispondremos de datos cuantitativos, obtenidos de las preguntas cerradas y datos cualitativos, obtenidos de las preguntas abiertas.

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

El objetivo debe ser clarificar los puntos débiles de la prestación, identificar las cuestiones que mayor insatisfacción producen y orientar en la toma de decisiones.

Análisis de los datos cuantitativos.

Para analizar los resultados de las preguntas cerradas, será necesario utilizar estadísticos sencillos. Para representarlos podemos utilizar diferentes tipologías de gráficos y tablas.

Para ello será necesario llevar a cabo un tratamiento informático básico. Con una hoja de cálculo Excel será suficiente. Podemos diseñar plantillas que nos sirvan para el análisis automatizado y continuo de los datos recogidos.

Puntuaciones directas

Cuántas personas, en términos absolutos, han coincidido en su opinión respecto al servicio.

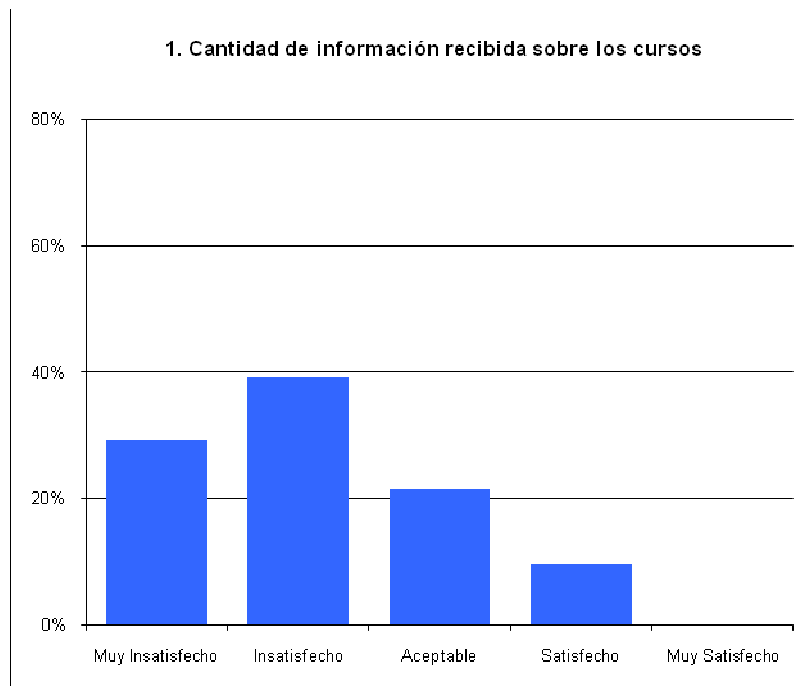
Ejemplo de Aplicación

<i>Información recibida sobre los cursos</i>						
	Muy insatisfecho/a	Insatisfecho/a	Aceptable	Satisfecho/a	Muy satisfecho/a	Total
La Cantidad de información recibida sobre los cursos	30	40	22	10	0	105
Claridad de la información recibida	0	10	19	40	33	102
Utilidad de la información	0	8	21	43	30	102
Facilidad de Acceso a la información de la web	1	2	20	35	30	88

Porcentajes de respuesta:

Del total de opiniones, qué porcentaje coincide en un sentido y cuál en otro (respuestas de satisfacción y respuestas de insatisfacción).

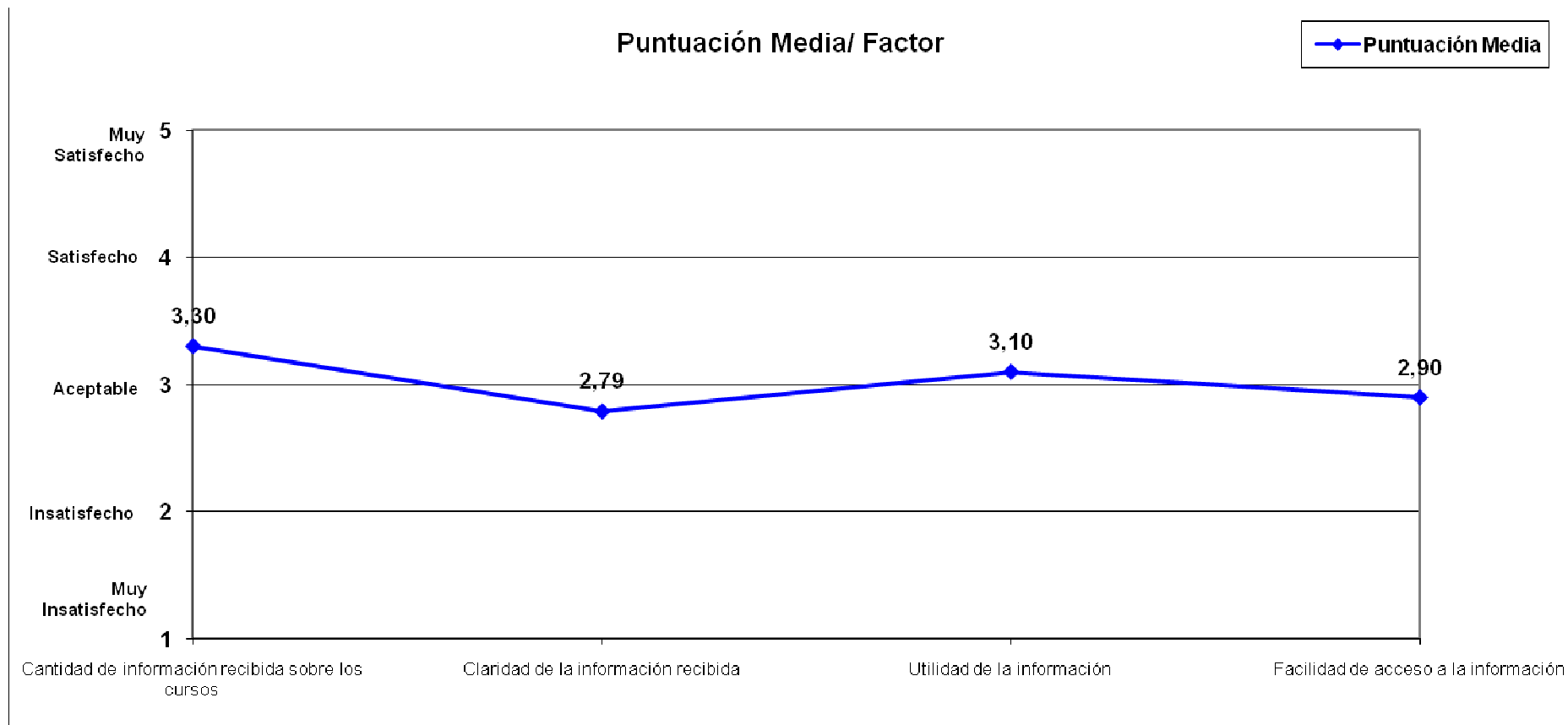
Ejemplo de Aplicación



Media aritmética:

Cuáles son las valoraciones medias que se han dado en los distintos aspectos del servicio, a lo largo del estudio.

Ejemplo de Aplicación



Análisis de la información cualitativa.

Cuando utilicemos preguntas abiertas, en las que se deja un espacio en blanco para la aportación libre de la persona usuaria, es necesario agrupar por categorías las respuestas obtenidas, de forma que facilitemos su análisis. Estas preguntas requieren una dedicación de tiempo inicial para su lectura y comprensión. Posteriormente, será necesario interpretar y clasificar todas las aportaciones por grupos o categorías de respuestas. De esta forma nos aportarán información complementaria a los datos cuantitativos.

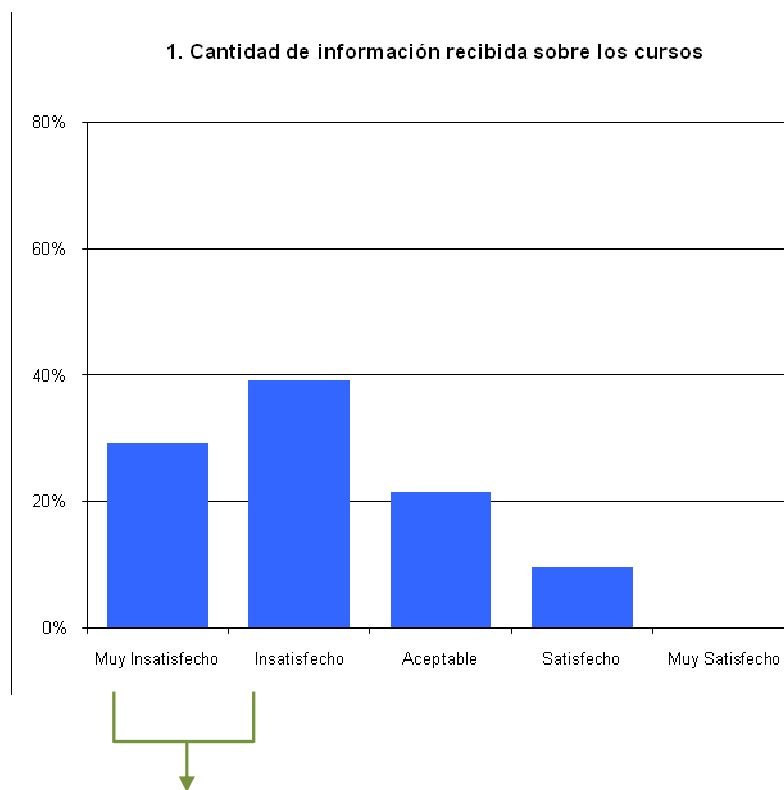
Fase 5: Explotación de resultados

Tanto los datos estadísticos, correspondientes a las preguntas cerradas como los datos cualitativos, correspondientes a las preguntas abiertas, deben ser analizados e interpretados, de forma que se conviertan en información útil que permita mejorar la calidad del servicio.

Si hemos realizado un buen proceso, finalmente, tendremos información sobre:

- Cuáles son los aspectos concretos que constituyen los puntos débiles del servicio (porcentajes de respuestas de insatisfacción a las preguntas cerradas sobre los distintos elementos del servicio).

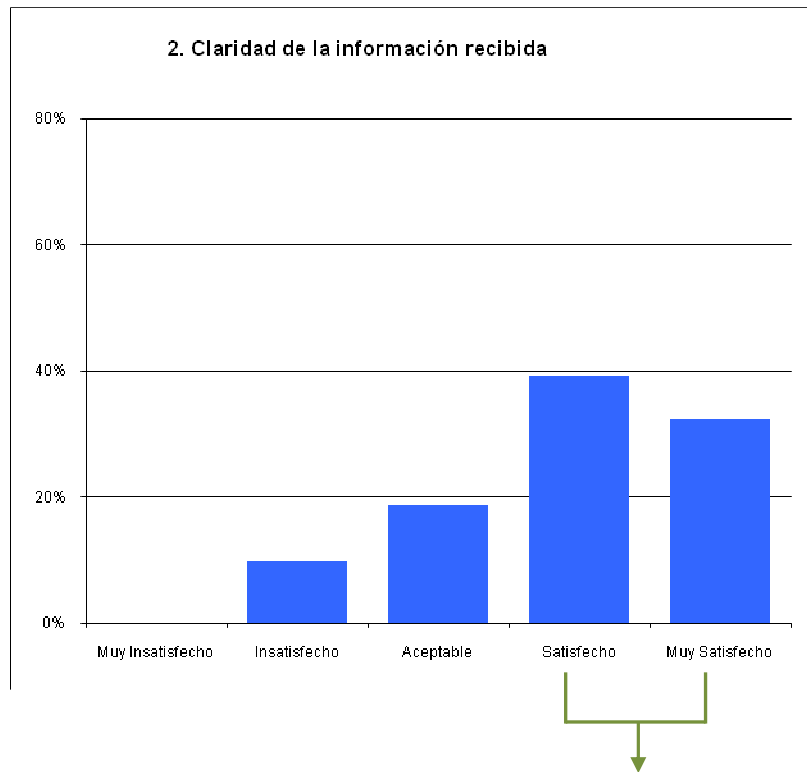
Ejemplo de Aplicación



La suma de **Respuestas de insatisfacción** alcanza un 68%. Este elevado porcentaje de respuestas negativas hace necesario considerar “la cantidad de información recibida sobre los cursos” como un punto débil de nuestro servicio.

- Cuáles son los **puntos fuertes** de nuestro servicio (porcentajes de respuestas de satisfacción obtenidas en las preguntas cerradas sobre los distintos factores del servicio).

Ejemplo de Aplicación



*El elevado porcentaje de **Respuestas de satisfacción** nos indica que la “claridad de la información recibida sobre los cursos” es un punto fuerte de nuestro servicio.*

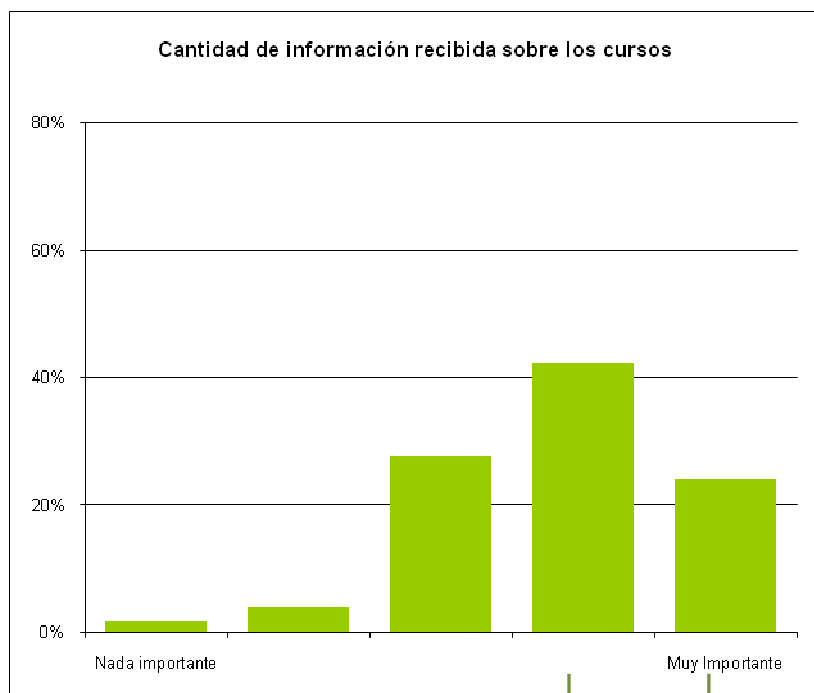
- Cuál es el nivel de **satisfacción general** respecto al servicio (resultados obtenidos en la pregunta general sobre satisfacción).

Ejemplo de Aplicación

Si tuviera que poner una nota global al servicio de información sobre cursos, ¿qué puntuación le daría?										
Puntuación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Recuento	5	1	8	22	31	38	39	24	8	1
Porcentaje	2,8%	0,6%	4,5%	12,4%	17,5%	21,5%	22,0%	13,6%	4,5%	0,6%

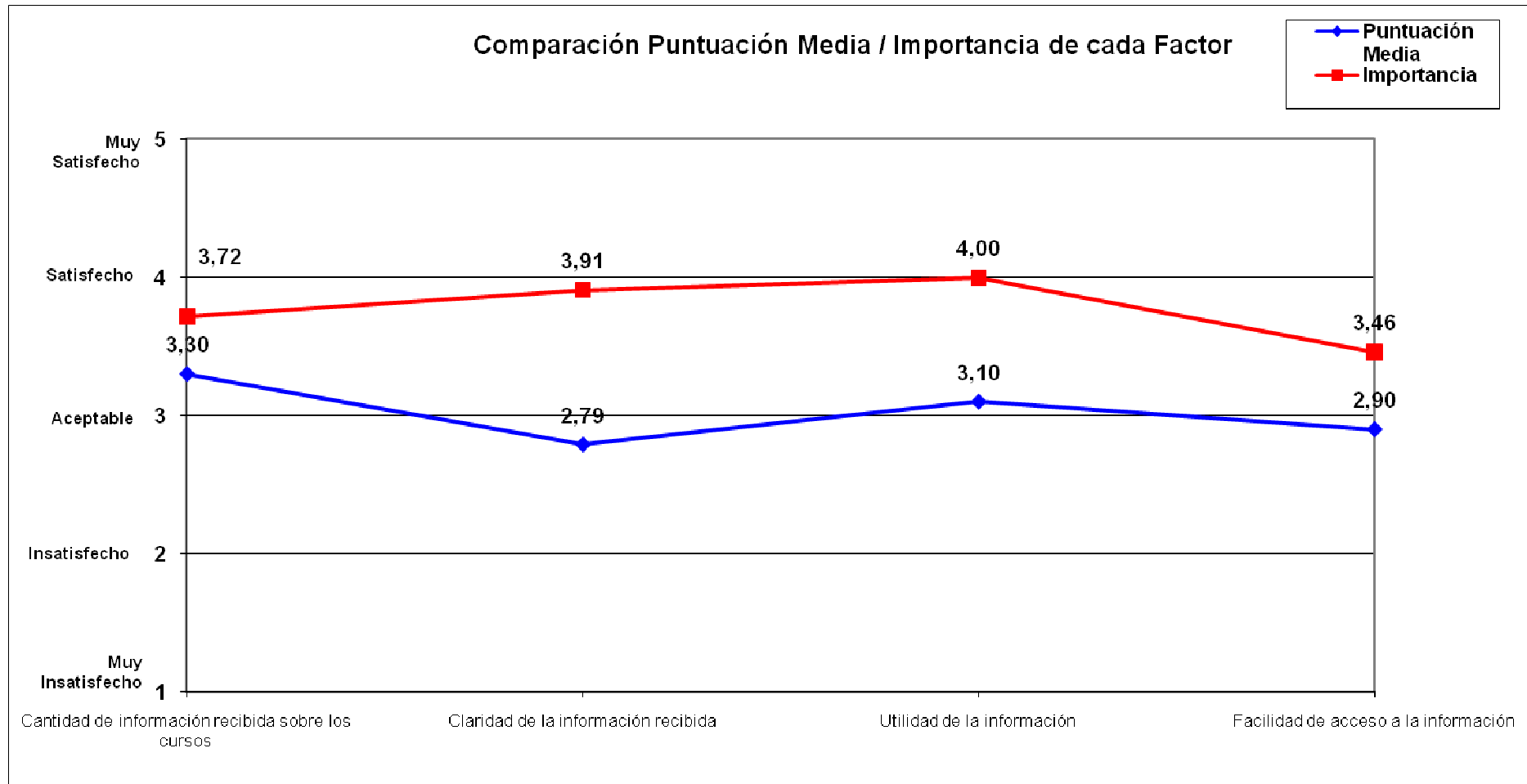
Un 40,7% de las personas usuarias valoran muy bien el servicio de información sobre los cursos.

- Aquello que es más importante para las personas usuarias: respuestas a la pregunta sobre el grado de importancia de los distintos factores o elementos del servicio (nos permite identificar expectativas)



La gran mayoría de nuestras personas usuarias consideran **importante** este aspecto del servicio

- Podremos conocer si aquello que se considera más importante está bien valorado: ¿cumplimos expectativas de nuestras personas usuarias?



- Qué es lo que mejoraría el servicio desde el punto de vista de las personas usuarias (valoración de las respuestas obtenidas a la pregunta abierta sobre expectativas del servicio).

Habrá que tener en consideración los comentarios y aportaciones que sean realizados en este espacio de forma que nos ayuden a orientar las mejoras del servicio.

Conclusión

La información obtenida a través de los Estudios de satisfacción de usuarios, será verdaderamente aprovechada cuando seamos capaces de incorporarla a nuestros planes de mejora o bien al análisis y mejora de los procesos de servicio.

Cuando estamos realizando una Carta de Servicios, llevar a cabo un estudio de la satisfacción, como punto de partida de dicha carta nos orientará en la aplicación de mejoras internas y, por tanto, en un desarrollo acertado de compromisos de calidad. Identificar, a través de estudios de este tipo, los puntos débiles nos va a ayudar a determinar en qué dirección deben mejorar nuestros procesos del servicio, de forma que las mejoras derivadas puedan identificarse claramente como compromisos de calidad asumibles y comunicables a través de nuestra Carta de Servicios.

Los puntos fuertes identificados a través de Estudios de satisfacción nos ayudan, así mismo, a determinar cuáles son aquellos elementos o factores de nuestro servicio que debemos seguir manteniendo en los niveles actuales, y que pueden presentarse como compromisos de calidad con respecto a nuestros usuarios.

Las expectativas manifestadas por las personas usuarias nos indican cuál es la dirección que deben seguir las mejoras y la evolución de nuestro servicio. Hacia donde debe ir para mantener niveles de calidad elevados y satisfacer a las personas usuarias.

Si toda esta información la incorporamos al proceso de elaboración de Cartas de Servicios, cuando llevemos a cabo el Análisis y Mejora de los Procesos de Servicio, estaremos garantizando que las mejoras recibidas e incorporadas, van en la dirección de las necesidades de las personas usuarias.

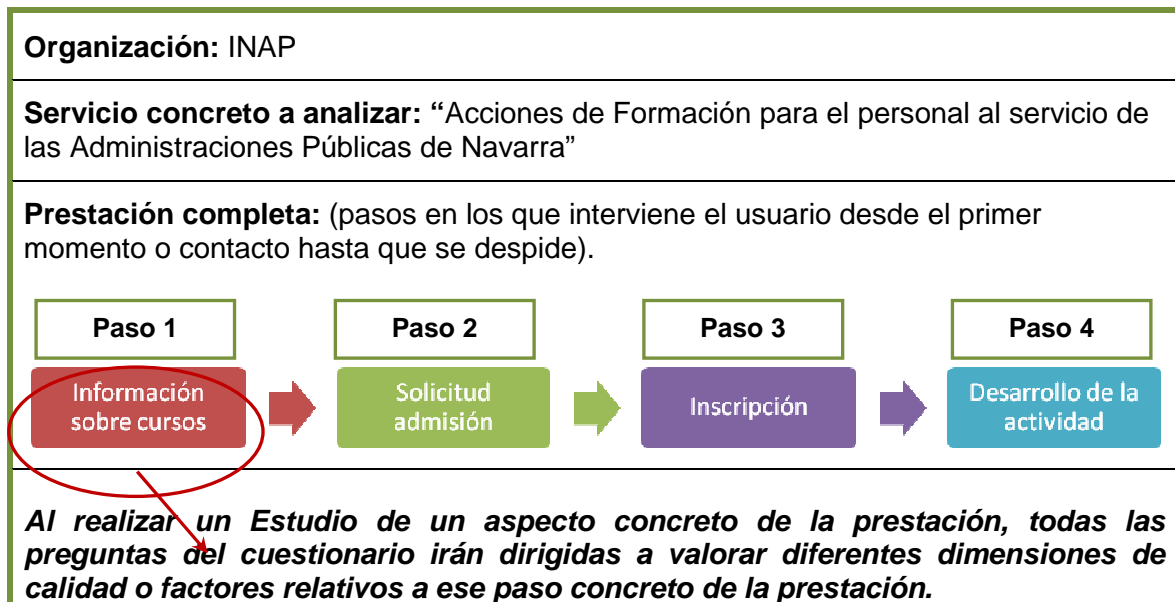
Medir la satisfacción con el servicio a través de encuestas.

Aplicación de la Guía “paso a paso”

Fase 1: Definición del objeto de estudio o análisis

Paso 1. ¿Qué servicio o Prestación vamos a analizar?

Definimos, dentro de nuestra Organización, sobre qué prestación completa o paso concreto de dicha prestación, vamos a analizar la satisfacción de nuestras personas usuarias.



Se decide realizar un Estudio de la satisfacción de las personas usuarias respecto a la “Información sobre cursos”.

Fase 2: Construcción de la herramienta. Cuestionario de opinión.

Paso 1. Factores del servicio a incluir en la encuesta.

Tendremos que definir las dimensiones de calidad a analizar respecto a nuestra prestación concreta.

INAP-SERVICIO DE FORMACIÓN para el personal de Administraciones Públicas.	
ESTUDIO SATISFACCIÓN DE USUARIOS RELATIVO A: “ <i>INFORMACIÓN recibida sobre las Acciones de Formación</i> ”	
DIMENSIONES DE CALIDAD	DIMENSIONES APLICADAS A LA “ <i>INFORMACIÓN SOBRE CURSOS</i> ”
1. Fiabilidad (Capacidad de realizar el servicio prometido de manera correcta y continua)	¿La información sobre los cursos es fiable? ¿Es veraz, acertada y se corresponde con la planificación real del INAP?
2. Tiempo de respuesta (Velocidad de respuesta ante las necesidades de la persona usuaria. Deseo de prestar un servicio rápido)	¿La información llega a tiempo? ¿La respuesta a la demanda de información solicitada se recibe con prontitud y en plazo para tomar decisiones?
3. Accesibilidad. (Facilidad para establecer contacto)	¿Es fácil acceder a la información sobre los cursos? ¿El contacto es eficaz, tanto telefónicamente, como a través de la web o personalmente?

Se decide analizar 3 “dimensiones de calidad” ya que, a través de métodos indirectos, hemos podido conocer que son los aspectos del servicio que más importancia y valor tienen para las personas que lo utilizan

Paso 2. Redacción de las preguntas a incluir en el cuestionario.

Una vez que sabemos qué es lo que queremos analizar, sobre qué dimensiones de calidad vamos a preguntar, podemos redactar las preguntas que incluiremos en el cuestionario.

INAP SERVICIO DE FORMACIÓN para el personal de Administraciones Públicas.		
ESTUDIO SATISFACCIÓN DE USUARIOS RELATIVO A: <i>“INFORMACIÓN recibida sobre las Acciones de Formación”</i>		
DIMENSIONES DE CALIDAD	DIMENSIONES APLICADAS A LA “INFORMACIÓN SOBRE CURSOS”	PREGUNTAS Indíquenos su nivel de satisfacción respecto a:
1. Fiabilidad (Capacidad de realizar el servicio prometido de manera correcta y continua)	¿La información sobre los cursos es fiable? ¿Es veraz, acertada y se corresponde con la planificación real del INAP?	P1. La actualización de la información de nuestra web sobre los cursos.
2. Tiempo de respuesta (Velocidad de respuesta ante las necesidades de la persona usuaria. Deseo de prestar un servicio rápido)	¿La información llega a tiempo? ¿La respuesta a la demanda de información solicitada se recibe con prontitud y en plazo para tomar decisiones?	P2. El tiempo que tarda en recibir la información solicitada.
3. Accesibilidad. (Facilidad para establecer contacto)	¿Es fácil acceder a la información sobre los cursos? ¿El contacto es eficaz, tanto telefónicamente, como a través de la web o personalmente?	P3. La facilidad de acceso a la información sobre los cursos a través de la web.

Opciones de Respuesta

Elegiremos la opción de respuesta que vamos a ofrecer en el cuestionario. Las preguntas deben estar redactadas en función de las posibilidades de respuesta.

En este caso, se elige una escala numérica:

Muy insatisfecho	Insatisfecho	Aceptable	Satisfecho	Muy satisfecho
1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

La estructura de la pregunta completa quedaría por tanto:

<i>Indíquenos su nivel de satisfacción respecto a:</i>					
	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Aceptable	Satisfecho	Muy satisfecho
	1	2	3	4	5
P1. La actualización de la información de nuestra web sobre los cursos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P2. El tiempo que tarda en recibir la información solicitada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P3. La facilidad de acceso a la información sobre los cursos a través de la web.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Preguntas para identificar expectativas

Podemos incluir en el cuestionario preguntas dirigidas a conocer qué es lo que esperan las personas de nuestra prestación, o bien, a identificar cuáles son las dimensiones más importantes para ellas.

En este ejemplo, se incorpora una pregunta dirigida a conocer la **importancia** que conceden las personas a las dimensiones del servicio, analizadas a través del cuestionario.

*“Indíquenos el **grado de importancia** que tienen para usted los siguientes aspectos del servicio de información sobre los cursos”:*

	Nada importante					Muy importante				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
P1. La actualización de la información de nuestra web sobre los cursos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P2. El tiempo que tarda en recibir la información solicitada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P3. La facilidad de acceso a la información sobre los cursos a través de la web.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Además, se incorpora una pregunta abierta dirigida a conocer qué **es lo que esperan** las personas usuarias del servicio.

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

Paso 3. Composición del cuestionario completo.

Una vez definidas las preguntas, hay que completar el cuestionario con otras informaciones y espacios de opinión.

Las preguntas se completan con:

Introducción.

CUESTIONARIO DE OPINIÓN

Queremos mejorar nuestro servicio de información:

Necesitamos conocer su opinión sobre el servicio. Este es el punto de partida para mejorarlo.

Por favor, responda de forma sincera, según su apreciación y experiencia.

Una vez cumplimentado, deposítelo en la bandeja que indica “Cuestionario de Opinión”. El propio servicio se encarga su tratamiento y análisis.

Pregunta general de satisfacción.

“Si tuviera que poner una nota global al servicio de información sobre cursos, ¿qué puntuación le daría?”									
Mínima					Máxima				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Espacios en blanco para que las personas usuarias puedan aportar lo que consideren conveniente sobre el tema.

“¿Desea ampliar su opinión o añadir algún problema o sugerencia?”
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Selección de los grupos de personas usuarias que queremos que se identifiquen.

“Indíquenos, por favor, el grupo al que pertenece:”
<input type="checkbox"/> Personal Administrativo.
<input type="checkbox"/> Personal Técnico.
<input type="checkbox"/> Jefatura de Sección/Área/Negociado.
<input type="checkbox"/> Dirección

Agradecimientos.

<i>“Agradecemos sinceramente su esfuerzo y colaboración”</i>
--

El cuestionario completo quedaría de la siguiente manera:

<i>Cuestionario de Opinión. Página 1</i>
<p>CUESTIONARIO DE OPINIÓN</p> <hr/> <p>◆ Queremos mejorar nuestro servicio de información:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Necesitamos conocer su opinión sobre el servicio. Este es el punto de partida para mejorarlo. <p>Por favor, responda de forma sincera, según su apreciación y experiencia.</p> <p>Una vez cumplimentado, déptelo en la bandeja que indica "Cuestionario de Opinión". El propio servicio se encarga de su tratamiento y análisis.</p> <p style="text-align: center;"><i>Agradecemos sinceramente su esfuerzo y colaboración</i></p>

1. Importancia sobre los cursos

RECUERDE: **1** significa que su opinión es “**muy mala**” o que está “**muy insatisfecho/a**”, **5** significa que su opinión es “**muy buena**” o que está “**muy satisfecho/a**”

	Muy insatisfecho/a	Insatisfecho/a	Aceptable	Satisfecho/a	Muy satisfecho/a
	1	2	3	4	5
1.1 La actualización de la información de nuestra web sobre los cursos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2 El tiempo que tarda en recibir la información solicitada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3 La facilidad de acceso a la información sobre los cursos a través de la web.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Indíquenos el grado de importancia que tiene para usted las cuestiones que se han tratado en este apartado:

Nada importante			Muy importante	
1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Valoración Final

Si tuviera que poner una nota global al servicio de información sobre cursos, ¿qué puntuación le daría?

Mínima

Máxima

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sugerencias

¿Desea ampliar su opinión o añadir algún problema o sugerencia?

Si necesita más espacio puede utilizar la parte posterior de la 

Indíquenos, por favor, el grupo al que pertenece

- Personal Administrativo.
- Personal Técnico
- Jefatura de Sección/Área/Negociado
- Dirección.

Gracias por su Colaboración

Fase 3: Aplicación del cuestionario.

Paso 1. Determinar los grupos a quienes vamos a pedir opinión.

En el ejemplo, se decide hacer partícipes a la totalidad de las personas usuarias que acuden a los cursos presenciales.

Paso 2. Una prueba piloto.

En el ejemplo de aplicación, se decide hacer una prueba con los alumnos de uno de los cursos a realizar en el INAP.

Paso 3. Como facilitar el cuestionario para la recogida de opiniones.

Se decide entregar, en formato papel, una vez finalizado el curso, para su cumplimentación en el aula.

Paso 4. Cuándo, con que periodicidad realizaremos la recogida de opiniones.

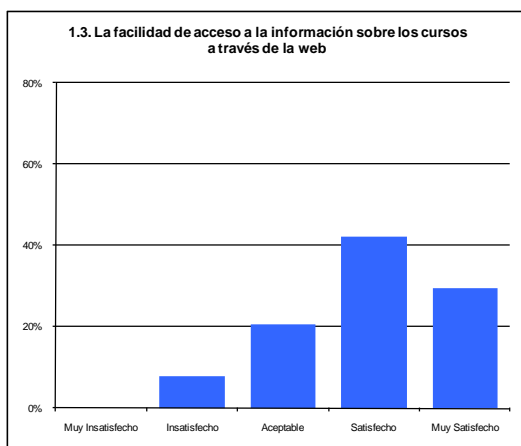
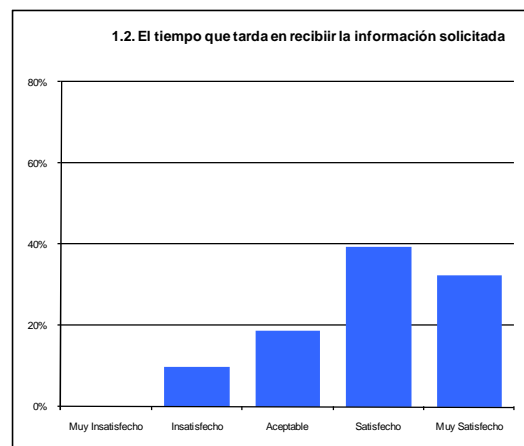
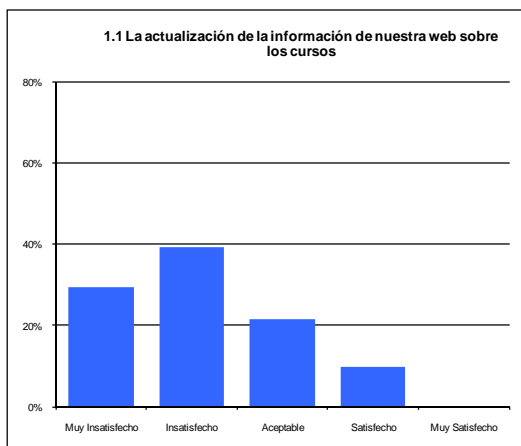
Se entregarán cuestionarios, en todos los cursos, que se realicen en el INAP durante un año completo.

Fase 4: Análisis de la información recogida.

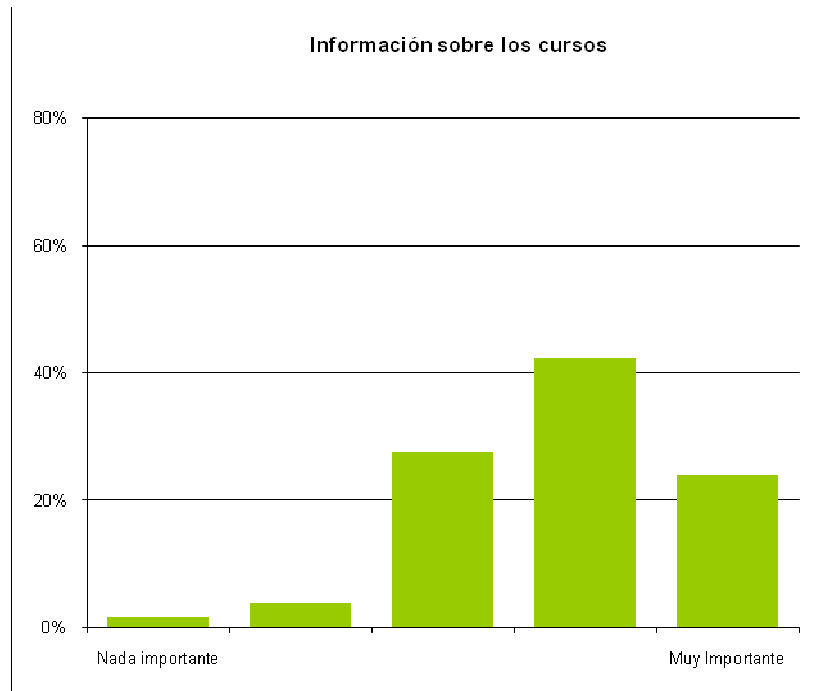
(Aplicación hoja de cálculo Excel).

Los datos recogidos se procesan y, en este ejemplo, se recogen de la siguiente manera:

1. Información recibida sobre los cursos						
	Muy Insatisfecho	Insatisfecho	Aceptable	Satisfecho	Muy Satisfecho	Total
1.1 La actualización de la información de nuestra web sobre los cursos	30	40	22	10	0	102
1.2 El tiempo que tarda en recibir la información solicitada	0	10	19	40	33	102
1.4 La facilidad de acceso a la información sobre los cursos a través de la web	1	2	20	35	30	88
<i>(Las puntuaciones indican recuento de respuestas)</i>						



Guía para medir la satisfacción respecto a los servicios prestados



Si tuviera que poner una nota global a la información recibida sobre cursos, ¿qué puntuación le daría?

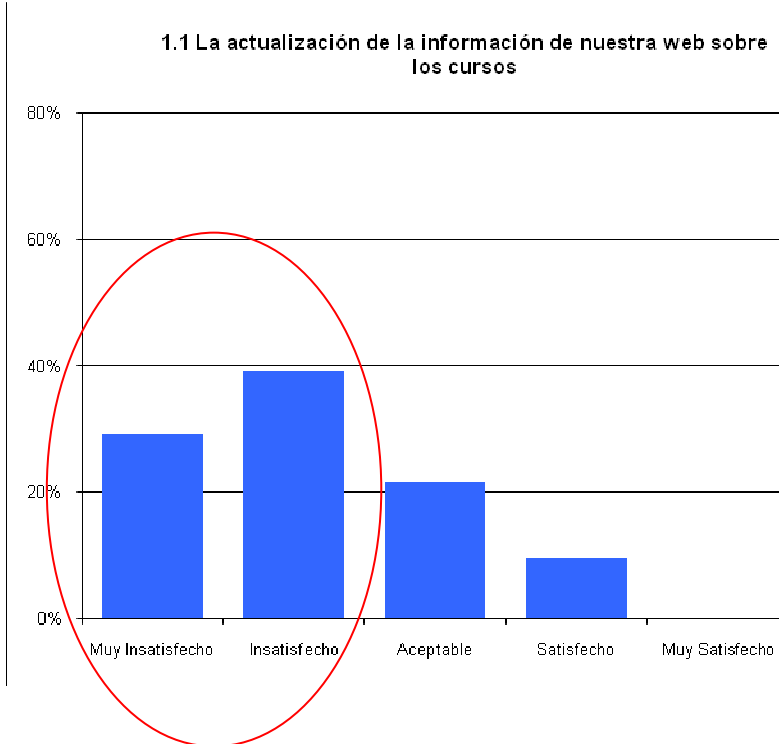
Puntuación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Recuento	5	1	8	22	31	38	39	24	8	1
Porcentaje	2,8%	0,6%	4,5%	12,4%	17,5%	21,5%	22,0%	13,6%	4,5%	0,6%

Fase 5: Explotación de resultados.

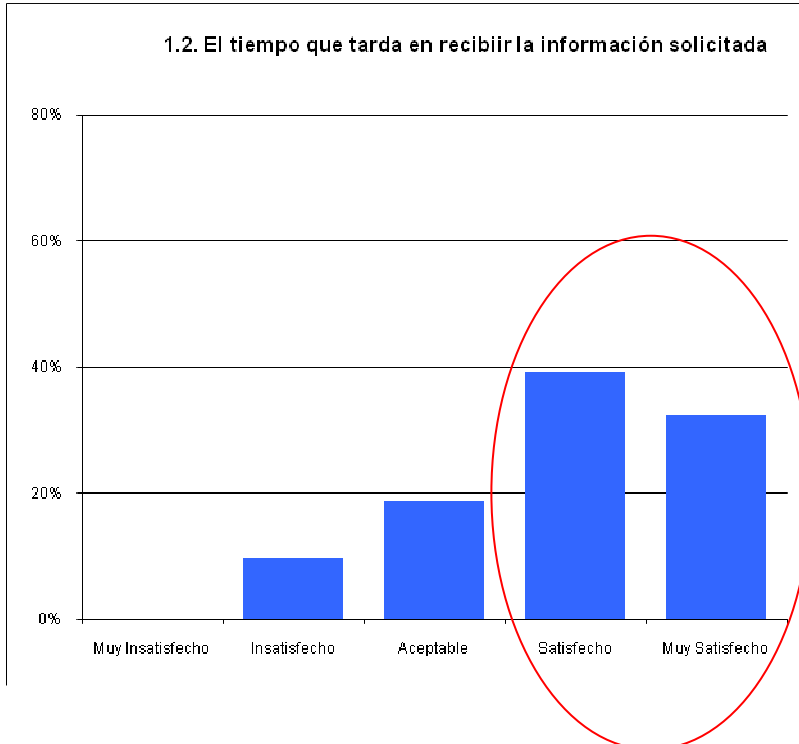
Análisis cuantitativo.

Se trata de interpretar los resultados obtenidos, reflejados en tablas y gráficos.

Puntos débiles del servicio



Puntos fuertes del servicio



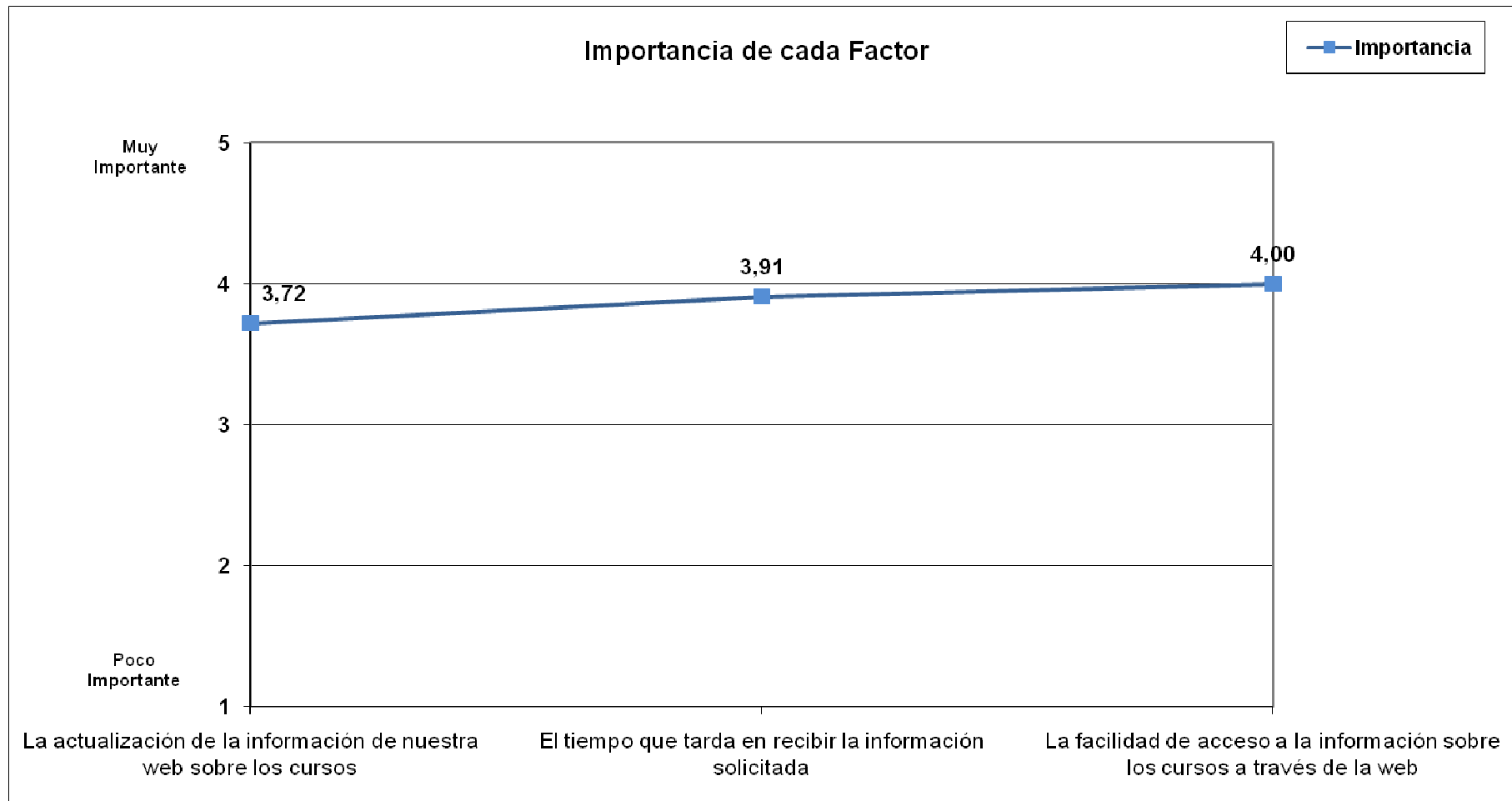
Nivel de satisfacción General

Si tuviera que poner una nota global a la información recibida sobre los cursos, ¿qué puntuación le daría?										
Puntuación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Recuento	5	1	8	22	31	38	39	24	8	1
Porcentaje	2,8%	0,6%	4,5%	12,4%	17,5%	21,5%	22,0%	13,6%	4,5%	0,6%

Un 20,3% suspenden nuestro servicio de información

Un 40,7% valoran bastante bien nuestro servicio

Lo más importante para las personas usuarias.



Análisis cualitativo.

Para realizar el análisis de las preguntas abiertas hay que llevar a cabo una lectura minuciosa de las aportaciones recogidas que nos permita orientar las mejoras del servicio.