

SISTEMAS DE CALIDAD EN ACTIVIDAD FÍSICO-DEPORTIVA

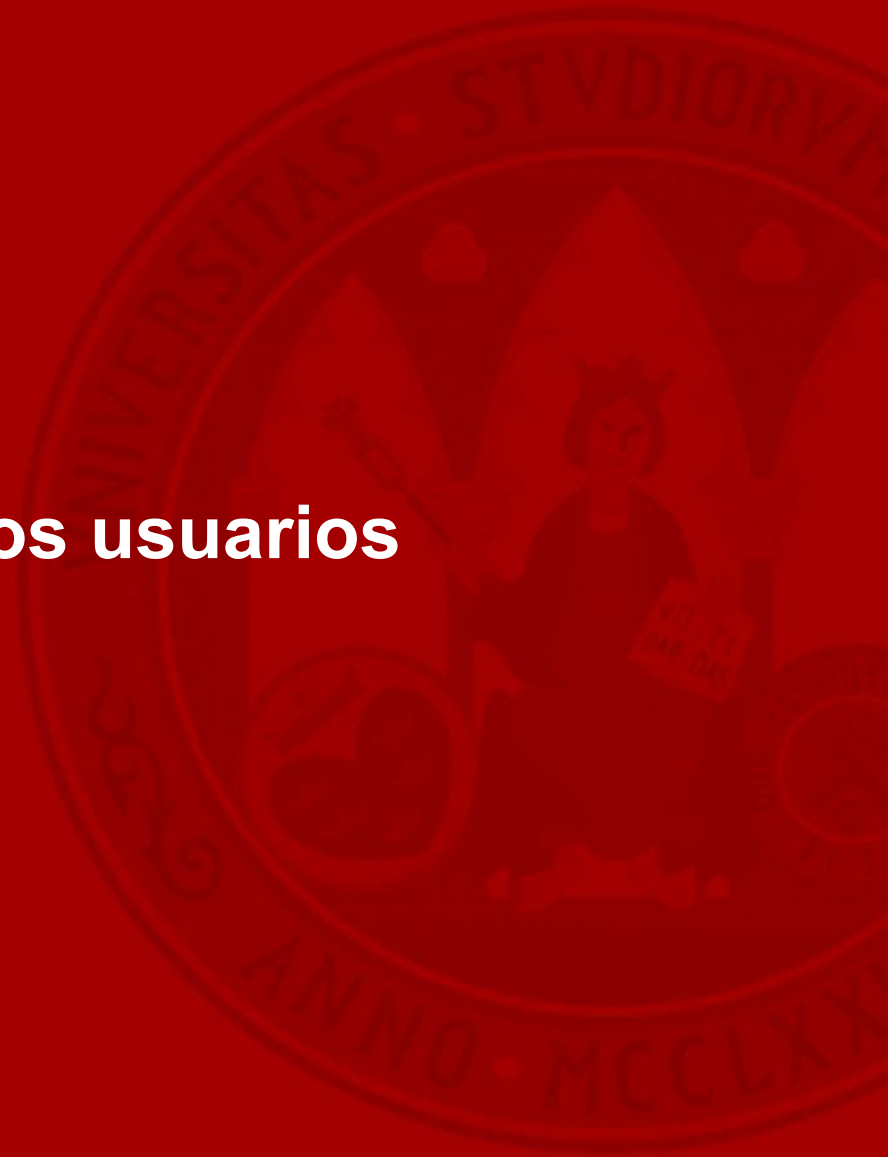


UNIVERSIDAD DE
MURCIA

Dr. Alfonso Martínez-Moreno
Col N°. 10360
Francisco Cavas García

Tema 4.

Medir la satisfacción de los usuarios



1ª Decisión del día

¿Cómo participar?



WEB

- 1 Conéctate a www.wooclap.com/ZAYXGL
- 2 Ya puedes participar



SMS

- 1 ¿Todavía no te has conectado? Envía [@ZAYXGL](https://twitter.com/ZAYXGL) al **986 08 06 74**
- 2 Ya puedes participar



Encuestas de satisfacción

El éxito de la encuesta se basa en un buen cuestionario. Para ello hay que recoger de la mejor forma posible los sentimientos del cliente.

Una serie de entrevistas individuales o en grupo que pongan de manifiesto las preocupaciones de los clientes, sus expectativas y su forma de manifestarse. Es importante recoger tanto las opiniones de los actuales clientes como la de los antiguos.



Valoración de la propia entidad

La entidad debe velar por que el servicio se realice conforme a los patrones programados, o dicho de otra forma, que se cumplan los niveles de calidad deseados. Asimismo, debe conocer cuál es la calidad realizada.

Cuantificación estadística de resultados

Se trata de establecer relaciones estadísticas entre el progreso de los alumnos, y el tiempo que invierten, de forma que se pueden obtener un patrón de medida, que a vez puede utilizarse como compromiso de venta.

Una vez obtenidos los datos sobre esto se les da forma de cualidad o atributo, especificación técnica del servicio. Por ejemplo: "En tantas sesiones conseguimos una mejora de "

En tal sentido las preguntas que cabe hacerse son:

¿Cuánto tiempo o cuántas asistencias necesita un alumno para alcanzar los objetivos del curso?

¿Y para superar pruebas de nivel?

¿Cuántos alumnos progresan tanto en tanto tiempo?

Índice de percepción de calidad del servicio

Índice de Percepción de la Calidad del Servicio (**IPCS**).

El IPCS es el resultado de hallar el cociente entre las percepciones de los usuarios y sus expectativas, según la siguiente fórmula:

$$\text{IPCS} = \frac{\text{Media de las percepciones de los elementos, ponderados por su expectativa}}{\text{Media aritmética de las expectativas de los elementos}}$$

El manejo de este concepto supone un cambio de mentalidad en la gestión del servicio, al no hacer tanto hincapié en la prestación en sí misma como en la forma en que ésta se ajusta a las expectativas del ciudadano.



Índice de percepción de calidad del servicio

En general, las diferencias entre percepciones y expectativas pueden obedecer a cuatro grupos de causas diferentes

1. **No entender las expectativas de los usuarios.** Desconocimiento o conocimiento equivocado de los deseos del usuario.
2. **No diseñar servicios acordes a las expectativas del ciudadano.** En relación con el compromiso que asume la Dirección con la calidad del servicio y el establecimiento de objetivos y estándares para la ejecución de las tareas.
3. **Deficiencias en la realización del servicio.** Ausencia de sentido de trabajo en equipo, falta de adecuación de los empleados a sus puestos y del soporte tecnológico e informático adecuado.
4. **Diferencias entre el servicio prometido y el servicio prestado.** Falta de información y publicidad, impresos poco claros o ambiguos.

Establecimiento de prioridades de mejora

A partir de los resultados obtenidos, se deben determinar las prioridades de mejora en función de dos criterios:

- **Cualitativo**, que es la distinción entre elementos objetivos y subjetivos de la calidad del servicio. A nuestro criterio son más importantes los elementos subjetivos, que dependen en mayor medida del personal de atención al usuario
- **Cuantitativo**, que es la diferencia entre las percepciones y las expectativas, para un elemento dado. La Dirección General de Calidad de la Comunidad de Madrid considera como un índice alto el que resulta mayor de 1,5 y bajo si es menor del 1.

¿Qué es un cuestionario?

El cuestionario solamente es un instrumento, una herramienta para recolectar datos con la finalidad de utilizarlos en una investigación.



Fases en la elaboración de un cuestionario

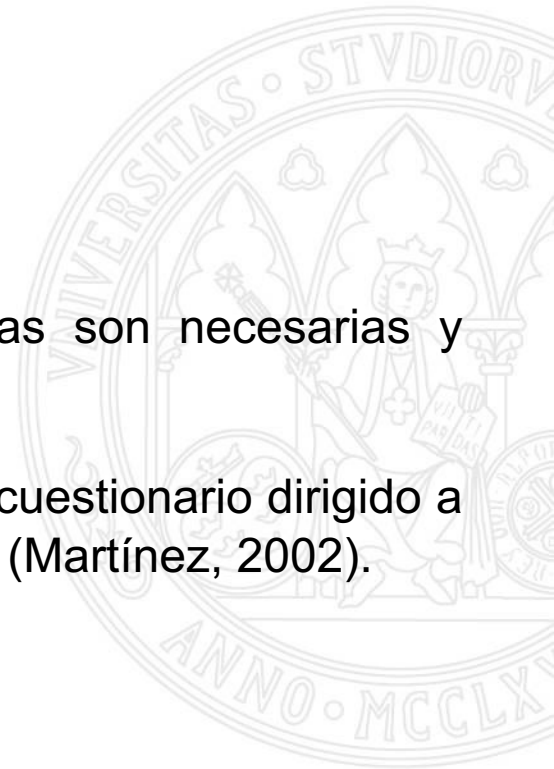
1. Describir la información que se necesita

Es conveniente determinar con claridad:

- (a) qué tipo de información necesitamos y
- (b) de qué personas queremos su opinión.

Esto debe permitir tomar decisiones sobre qué preguntas son necesarias y cuáles no, y sobre el estilo de redacción de las preguntas.

Por ejemplo, no se puede utilizar el mismo lenguaje en un cuestionario dirigido a niños, que en uno dirigido a jóvenes, adultos o gente mayor (Martínez, 2002).



Fases en la elaboración de un cuestionario

Tipos de cuestionarios

- **Cuestionario individual:** Es el que el encuestado contesta de forma individual por escrito y sin que intervenga para nada el encuestador.

- **Cuestionario-lista:** El cuestionario es preguntado al encuestado en una entrevista por uno de los especialistas de la investigación.

Como los cuestionarios están formados por preguntas, consideremos las características que deben reunir, pues deben ser **excluyentes** y **exhaustivas**, lo que se refiere a que una pregunta no produzca dos respuestas y, simultáneamente, tenga respuesta. (A cada pregunta le corresponde una y sólo una respuesta.)



Fases en la elaboración de un cuestionario

2. Redactar las preguntas y escoger el tipo de preguntas

2. 1. Incluir preguntas de tipo socio-demográfico: este tipo de preguntas permiten describir globalmente al grupo de personas que ha contestado el cuestionario, y posteriormente, hacer análisis diferenciados de las respuestas.

Este tipo de preguntas incluyen el sexo, la edad, el estado civil, ocupación, profesión, nivel de ingresos, nivel educativo, religión, ideología, puesto en una organización o la afiliación a un grupo, partido o institución. En algunas ocasiones, es mejor incluir este tipo de preguntas al final del cuestionario, sobre todo cuando los encuestados puedan sentir que se comprometen al responderlo (Hernández, Fernández y Baptista, 2003).

Fases en la elaboración de un cuestionario

2. Redactar las preguntas y escoger el tipo de preguntas

2.2. Tipos de preguntas


Preguntas cerradas: que consiste en proporcionar al sujeto observado una serie de opciones para que escoja una como respuesta. Tienen la ventaja de que pueden ser procesadas más fácilmente y su codificación se facilita; pero también tienen la desventaja de que si están mal diseñadas las opciones, el sujeto encuestado no encontrará la opción que él desearía y la información se viciaría. Una forma de evitar esto es realizar primero un estudio piloto y así obtener las posibles opciones para las respuestas de una manera más confiable.

También se consideran cerradas las preguntas que contienen una **lista de preferencias** u **ordenación de opciones**, que consiste en proporcionar una lista de opciones al encuestado y éste las ordenará de acuerdo a sus interés, gustos, etcétera.

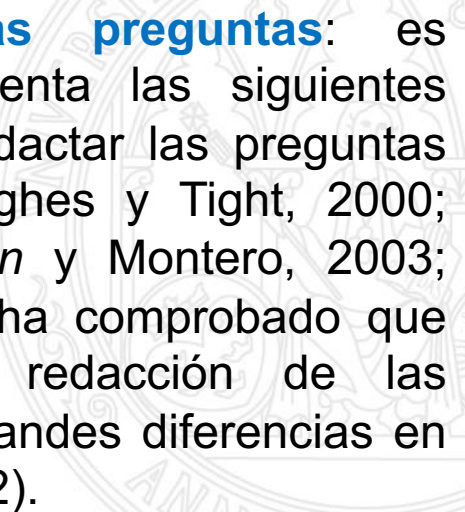
Preguntas abiertas: que consisten en dejar totalmente libre al sujeto observado para expresarse, según convenga. Tiene la ventaja de proporcionar una mayor riqueza en las respuestas; mas, por lo mismo, puede llegar a complicar el proceso de tratamiento y codificación de la información. Una posible manera de manipular las preguntas abiertas es llevando a cabo un proceso de **categorización**, el cual consiste en estudiar el total de respuestas abiertas obtenidas y clasificarlas en categorías de tal forma que respuestas semejantes entre sí queden en la misma categoría.

Fases en la elaboración de un cuestionario

Redactar las preguntas y escoger el tipo de preguntas



2. 3. Redacción de las preguntas: es recomendable tomar en cuenta las siguientes sugerencias con el fin de redactar las preguntas adecuadamente (Blaxter, Hughes y Tight, 2000; Hernández *et al*, 2003; León y Montero, 2003; Martínez, 2002), ya que se ha comprobado que pequeños cambios en la redacción de las preguntas pueden generar grandes diferencias en las respuestas (Martínez, 2002).



Fases en la elaboración de un cuestionario

2. Redactar las preguntas y escoger el tipo de preguntas

2.3. Redacción de las preguntas

- Las preguntas deben ser claras, sencillas, comprensibles y concretas. Se deben evitar las preguntas ambiguas, imprecisas, confusas o que supongan un conocimiento especializado por parte del participante.
- No formular preguntas que presuponen una respuesta específica o que inducen al participante a responder de determinada manera, sino las que permiten todo tipo de respuesta.
- Colocar al inicio del cuestionario preguntas neutrales o fáciles de contestar para que el encuestado vaya adentrándose en la situación. No se recomienda comenzar con preguntas difíciles o muy directas.
- Al elaborar un cuestionario es indispensable determinar cuáles son las preguntas ideales para iniciarlo. Éstas deben lograr que el encuestado se concentre en el cuestionario.
- Las preguntas no deben apoyarse en instituciones, ideas respaldadas socialmente ni en evidencia comprobada. Es también una manera de inducir la respuesta.
- No redactar preguntas en términos negativos, da problemas en el momento de interpretar las respuestas.

Fases en la elaboración de un cuestionario

2. Redactar las preguntas y escoger el tipo de preguntas

2.3. Redacción de las preguntas

- Cuidar el lenguaje, evitar la jerga especializada. Las preguntas deben redactarse pensando en las personas de la muestra con la menor capacidad de comprensión, si éstas las entienden, el resto de la muestra las entenderá también.
- Evitar las preguntas indiscretas y ofensivas. Las preguntas no deben incomodar al encuestado.
- Colocar las preguntas que son más delicadas de una manera y en un lugar que no afecten el porcentaje global de respuestas (por ejemplo, al final del cuestionario)
- Las preguntas deben referirse a un solo aspecto o relación lógica, no deben ser dobles (dos preguntas en una).
- Recuerde que las preguntas sobre acontecimientos o sentimientos del pasado lejano no siempre se responden con exactitud.
- Son más útiles dos o tres preguntas simples que una muy compleja.
- Recuerde que las preguntas hipotéticas que trascienden la experiencia del entrevistado suscitan respuestas menos precisas.
- El lenguaje utilizado en las preguntas debe estar adaptado a las características de quien responde, hay que tomar en cuenta su nivel educativo, socioeconómico, palabras que maneja, etc.

Fases en la elaboración de un cuestionario

2. Redactar las preguntas y escoger el tipo de preguntas

Clasificación de las preguntas

Preguntas de identificación: edad, sexo, profesión, nacionalidad, etcétera.

Preguntas de hecho: referidas a acontecimientos concretos. Por ejemplo: ¿terminó la educación básica?

Preguntas de acción: referidas a actividades de los encuestados. Por ejemplo: ¿ha tomado algún curso de capacitación?

Preguntas de información: para conocer los conocimientos del encuestado. Por ejemplo: ¿sabe qué es un hipertexto?

Preguntas de intención: para conocer la intención del encuestado. Por ejemplo: ¿utilizará algún programa de computación para su próxima clase?

Preguntas de opinión: para conocer la opinión del encuestado. Por ejemplo: ¿qué carrera cursarás después del bachillerato?

Fases en la elaboración de un cuestionario

2. Redactar las preguntas y escoger el tipo de preguntas

Preguntas filtro: son aquéllas que se realizan previamente a otras para eliminar a los que no les afecte. Por ejemplo: ¿Tiene usted coche? ¿Piensa comprarse uno?

Preguntas trampa o de control: son las que se utilizan para descubrir la intención con que se responde. Para ello se incluyen preguntas en diversos puntos del cuestionario que parecen independientes entre sí, pero en realidad buscan determinar la intencionalidad del encuestado al forzarlo a que las conteste coherentemente (ambas y por separado) en el caso de que sea honesto, pues de lo contrario «caería» en contradicciones.

Preguntas de introducción o rompehielos: utilizadas para comenzar el cuestionario o para enlazar un tema con otro.

Preguntas muelle, colchón o amortiguadoras: son preguntas sobre temas peligrosos o inconvenientes, formuladas suavemente.

Preguntas en batería: conjunto de preguntas encadenadas unas con otras complementándose.

Preguntas embudo: se empieza por cuestiones generales hasta llegar a los puntos más esenciales

Fases en la elaboración de un cuestionario

2. Redactar las preguntas y escoger el tipo de preguntas

Escalas de las respuestas/Escalas de valoración

- **Escala Likert:** evalúa el nivel de consenso con una declaración. Es fácil de comprender y de responder pero puede resultar poco precisa.

	Total desacuerdo	No estoy de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Estoy de acuerdo	Totalmente de acuerdo
Es fácil llegar a las instalaciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- **Escalas verbales:** basadas en la escala Likert, utilizan palabras o frases para describir el nivel de la actitud que se evalúa.

	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho
Accesibilidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fases en la elaboración de un cuestionario

2. Redactar las preguntas y escoger el tipo de preguntas

Escalas de las respuestas/Escalas de valoración

- **Escalas diferenciales semánticas:** se presenta una gama de opciones entre dos adjetivos opuestos, sin que se precalifiquen estas opciones intermedias, de manera que el encuestado defina la intensidad de su actitud.

El acceso a las instalaciones es:						
Muy difícil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Muy fácil

- **Escalas SIMALTO:** (selección simultánea de características múltiples) escalas verbales en las que se describen situaciones concretas entre las que el cliente debe escoger.

	Más de una hora	De 30 a 60 minutos	De 15 a 30 minutos	De 5 a 15 minutos	Menos de 5 minutos
Accesibilidad para llegar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- **Escalas numéricas:** la persona responsable de evaluar atribuye una nota para indicar la intensidad de su actitud (o satisfacción).

Valore del 0 al 10 su grado de satisfacción con...											
	Muy insatisfecho										Muy satisfecho
Accesibilidad	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10



Fases en la elaboración de un cuestionario

2. Redactar las preguntas y escoger el tipo de preguntas

Escalas de las respuestas/Escalas de valoración

El uso de un número impar de categorías podría implicar la obtención de una respuesta neutra, determinando a los clientes que no están satisfechos ni insatisfechos

Cuando se realiza descripción verbal de las categorías, se debe prestar especial atención a los adjetivos utilizados. Afirmaciones con adjetivos rotundos (pésimo, nefasto, óptimo...) suelen llevar a las personas entrevistadas a responder alrededor de la media.

Sistemas de calidad en Actividad Físico-Deportiva

Tema 4. Medir la satisfacción de los usuarios

UNIVERSIDAD DE
MURCIA

¿?

¿Cómo participar?



WEB

- 1 Conéctate a www.wooclap.com/ZAYXGL
- 2 Ya puedes participar



SMS

- 1 ¿Todavía no te has conectado? Envía [@ZAYXGL](https://twitter.com/ZAYXGL) al **986 08 06 74**
- 2 Ya puedes participar

Fases en la elaboración de un cuestionario

3. Redactar un texto introductorio y las instrucciones

Con el fin de motivar a los encuestados, los cuestionarios deben iniciarse con un breve texto que explique el objetivo o propósito del estudio, que haga alusión a lo inestimable de su colaboración y que les agradezca por haberse tomado el tiempo de responder el cuestionario, y que además, aluda a la relevancia del tema de la investigación (León y Montero, 2003; Martínez, 2002, Salkind, 1999). Además, en este texto introductorio se debe garantizar el anonimato y la confidencialidad de las respuestas. Esto ayuda a ganar la confianza del encuestado y a facilitar que responda con más libertad (León y Montero, 2003; Martínez, 2002).

Es necesario aclarar al principio del cuestionario cómo se deben contestar las preguntas: escribiendo en el espacio en blanco reservado después de cada pregunta, marcando con una cruz, haciendo un círculo o subrayando la opción que corresponda con su opinión (Martínez, 2002). Estas instrucciones deben ser claras y precisas (Blaxter *et al*, 2000).

Fases en la elaboración de un cuestionario

4. Diseñar el aspecto formal del cuestionario

Además de aplicar el sentido común y los criterios habituales de una correcta presentación, es recomendable seguir las siguientes sugerencias (Blaxter *et al*, 2000; León y Montero, 2003; Martínez, 2002; Salkind, 1999):

En cuanto a la presentación:

- Las preguntas y el cuestionario deben presentarse en un formato atractivo, profesional y fácil de entender.
- Todas las preguntas y páginas deben estar numeradas claramente.
- Es muy importante que una misma pregunta no quede dividida entre dos páginas.
- Los cuestionarios deben presentarse mecanografiados o impresos, de una manera clara y atractiva y usando una tipografía que sea legible.
- Al final del cuestionario se debe agradecer a los entrevistados e invitarlos a colaborar en el futuro con más comentarios y preguntas.

Fases en la elaboración de un cuestionario

4. Diseñar el aspecto formal del cuestionario

En cuanto a la longitud:

- El cuestionario debe ser y debe parecer corto. Para ello debe procurar no excederse en el número de preguntas ni ser redundante en los temas. Es útil presentar las preguntas agrupadas por temas y numeradas dentro de cada uno de ellos. El cuestionario parecerá más corto que si las numera todas correlativamente.
- En referencia al número de páginas que debe ocupar un cuestionario, se debe mantener un equilibrio entre estos dos criterios: dejar suficiente espacio para que sea fácil e incluso atractivo de leer y contestar; y ocupar el mínimo de páginas posible para que resulte más económico reproducir el cuestionario.

En cuanto al orden de las preguntas:

- Las preguntas deben estar ordenadas, de las fáciles a las difíciles y de lo general a lo específico. Esto ayuda a que el cuestionario sea y parezca fácil.

Fases en la elaboración de un cuestionario

4. Diseñar el aspecto formal del cuestionario

En cuanto al formato de las preguntas:

- Se deben incluir transiciones de un tema al siguiente.
- Se deben dar ejemplos si es necesario.

En cuanto al formato de las respuestas:

- Es mejor que las respuestas se señalen siempre de la misma forma a lo largo de todo el cuestionario: con una cruz, trazando un círculo en torno de la respuesta que el entrevistado juzga correcta o bien escribiendo en el espacio reservado.

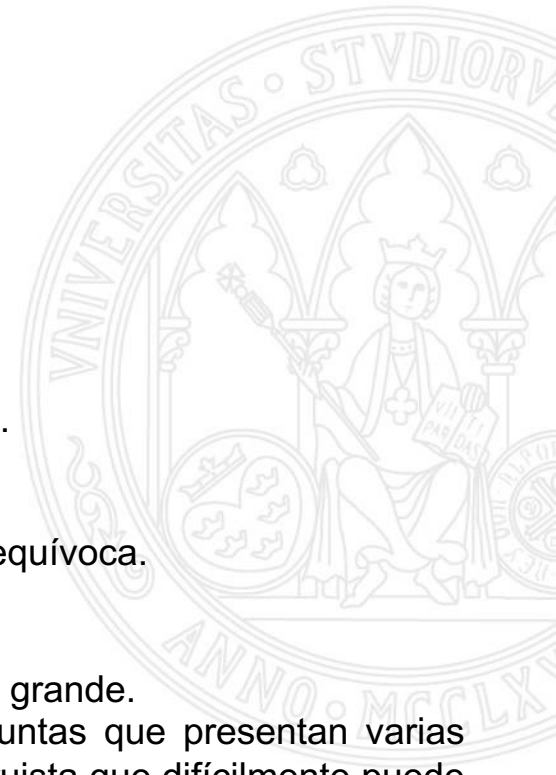
En cuanto al tipo de aplicación:

- Si envía los cuestionarios por correo, adjunte una carta con sus datos personales, los objetivos de la encuesta y la dirección o el número telefónico de contacto.
- Si los cuestionarios se completan por teléfono o en una entrevista personal, preséntese primero, dé la dirección o el número de teléfono de contacto, en caso de que se lo pidan, y prepárese para responder a cuanto le pregunten sobre el cuestionario.

Fases en la elaboración de un cuestionario

17 reglas fundamentales para elaborar un cuestionario eficaz

1. Las preguntas han de ser pocas (no más de 30).
2. Las preguntas preferentemente cerradas y numéricas.
3. Redactar las preguntas con lenguaje sencillo.
4. Formular las preguntas de forma concreta y precisa.
5. Evitar utilizar palabras abstractas y ambiguas.
6. Formular las preguntas de forma neutral.
7. En las preguntas abiertas no dar ninguna opción alternativa.
8. No hacer preguntas que obliguen a esfuerzos de memoria.
9. No hacer preguntas que obliguen a consultar archivos.
10. No hacer preguntas que obliguen a cálculos numéricos complicados.
11. No hacer preguntas indiscretas.
12. Redactar las preguntas de forma personal y directa.
13. Redactar las preguntas para que se contesten de forma directa e inequívoca.
14. Que no levanten prejuicios en los encuestados.
15. Redactar las preguntas limitadas a una sola idea o referencia.
16. Evitar preguntas condicionantes que conlleven una carga emocional grande.
17. Evitar estimular una respuesta condicionada. Es el caso de preguntas que presentan varias respuestas alternativas y una de ellas va unida a un objetivo tan altruista que difícilmente puede uno negarse.





Preguntas y Respuestas

