



**UNIVERSIDAD
DE ANTIOQUIA**

**DISEÑO DE HERRAMIENTAS Y METODOLOGÍA QUE PERMITAN LA
MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS POR LOS USUARIOS
DEL INDER MEDELLÍN**

Autor

María Alejandra Granda Velásquez

Universidad de Antioquia

Ingeniería Industrial

Medellín, Colombia

2020



Diseño De Herramientas Y Metodología Que Permitan La Medición De La Satisfacción De
Los Servicios Por Los Usuarios Del Inder Medellín

María Alejandra Granda Velásquez

Informe de práctica como requisito para optar al título de:
Ingeniería Industrial

Asesores

Hernando Solano Quintero

Jairo Andrés Robles Rodríguez

Universidad de Antioquia

Facultad de Ingeniería, Departamento de Ingeniería Industrial
Medellín, Colombia

2020.

TABLA DE CONTENIDO

DISEÑO DE HERRAMIENTAS Y METODOLOGÍA QUE PERMITAN LA MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS POR LOS USUARIOS DEL INDER MEDELLÍN	4
Resumen	4
Introducción	4
Objetivo General	5
Objetivos Específicos	5
Marco Teórico	7
Metodología	15
Resultados y Análisis	22
Conclusiones	23
Referencias Bibliográficas	24
Anexos.....	25

TABLA DE GRÁFICAS

<i>Gráfica 1 Tamaño de muestra estadística.....</i>	18
<i>Gráfica 2 Calificación 1 Encuesta 1</i>	19
<i>Gráfica 3 Calificación 2 Encuesta 1</i>	20
<i>Gráfica 4 Calificación 1 Encuesta 2</i>	21
<i>Gráfica 5 Calificación 2 Encuesta 2</i>	22

LISTADO DE TABLAS

<i>Tabla 1 Cronograma de Actividades</i>	17
<i>Tabla 2 Calificación 1 Encuesta1</i>	19
<i>Tabla 3 Calificación 2 Encuesta1</i>	20
<i>Tabla 4 Análisis de Resultados Encuesta 1</i>	20
<i>Tabla 5 Calificación 1 Encuesta2</i>	21
<i>Tabla 6 Calificación 2 Encuesta2</i>	21
<i>Tabla 7 Análisis de resultados Encuesta 2.....</i>	22

DISEÑO DE HERRAMIENTAS Y METODOLOGÍA QUE PERMITAN LA MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS POR LOS USUARIOS DEL INDER MEDELLÍN

Resumen

El INDER Medellín, realizaba el ejercicio de medición de satisfacción de los usuarios de una forma muy general con una periodicidad inadecuada que no permitía tomar acciones oportunas frente a aspectos a mejorar. Por lo anterior se llevó a cabo la realización del diseño de una encuesta que permita de manera más específica orientar este ejercicio a las necesidades de cada servicio. Durante su diseño, la investigación estuvo enfocada en los siguientes temas:

- Servicio: Excelencia, Diseño, Dimensiones
- Encuesta y Tipos de Encuesta.
- Escala de Likert
- Análisis Estadístico: Población, Desviación estándar, Error de Estimación, Nivel de Confianza y Tamaño de la muestra.

Se diseñaron 2 modelos de encuesta, uno de ellos para ser aplicado al servicio: Estrategias y el otro modelo para los servicios: Eventos y Reservas. El primero de ellos consta de 11 preguntas y el segundo tiene 20 preguntas.

Para la evaluación de las encuestas, se tuvo en cuenta la escala de Likert para realizar este proceso y cuantificar los resultados, se realizaron dos tablas de calificación con diferentes variables que permiten identificar los niveles y porcentajes de satisfacción de los usuarios.

Se evaluará la calidad de los servicios que ofrece el INDER, la encuesta, se llevará a cabo de manera virtual, al momento de la inscripción de cada usuario, por medio de la plataforma: Sistema de Información Misional –SIMON-, para lograr mayor eficiencia en el análisis y recolección de los resultados y poder identificar los puntos críticos de trabajo, oportunidades de mejora, expectativas y necesidades de los usuarios, en cada uno de los servicios y espacios del INDER, y así establecer estrategias de mejora continua.

Introducción

El Instituto de Deportes y Recreación INDER Medellín, es el ente descentralizado de la Alcaldía de Medellín, encargado de fomentar el deporte, la actividad física, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre, mediante la oferta de programas, en espacios que contribuyan al mejoramiento de la cultura ciudadana y la calidad de vida de los habitantes del municipio de Medellín.

El INDER, realiza la medición de satisfacción de los usuarios de una manera general y con una frecuencia inadecuada, además no se tenían en cuenta los aspectos a evaluar en las encuestas, según la guía del departamento nacional de planeación. (Lineamientos para el Diseño e Implementación de Mediciones de Percepción y Expectativas Ciudadanas) y la guía para las entidades públicas desarrollar una cultura organizacional fundamentada en la

información, el control y la evaluación, para la toma de decisiones y la mejora continua a partir del seguimiento a su gestión y desempeño. (Modelo Integrado de Planeación y Gestión) MIPG.

Durante la aplicación de las anteriores encuestas de satisfacción de los usuarios del INDER, se presentaron diferentes inconvenientes relacionados con: Información incompleta, datos erróneos, frecuencia de medición inadecuada y baja participación de los usuarios; lo anterior no permitía tener resultados confiables para analizar e identificar los puntos débiles que necesitaban atención prioritaria, lo cual limitaba a la Institución para garantizar altos estándares de calidad y mejora continua en cada uno de sus servicios.

Los dos tipos de encuesta diseñadas durante este proyecto, aumentan la participación activa de los usuarios porque estos la realizarán en el momento de la inscripción a los servicios. Además, permiten al INDER tener información más completa y rápida para un mejor análisis de los resultados.

Objetivo General

Diseñar y validar los instrumentos y metodología de medición eficiente que permita medir la satisfacción de los servicios por los usuarios del INDER Medellín de manera constante.

Objetivos Específicos

1. Planear la investigación de evaluación de los servicios del INDER. Definir el objeto de la investigación, establecer la metodología, observar la información que tiene el INDER, establecer los recursos materiales: Computador, libros, documentación del INDER. La dirección y ejecución del proyecto estará a cargo de la practicante en Ingeniería Industrial y del profesional de apoyo al Sistema Integrado de Gestión del INDER. En cuanto a los ajustes al proceso, si durante el desarrollo del proyecto se presentan dudas con el análisis estadístico, se acudirá a un profesional experto en el tema.

Para el desarrollo de este objetivo se acudió ante los funcionarios que hacen parte del Observatorio del INDER, los cuales tienen amplio conocimiento en datos específicos relacionados con cada uno de los servicios que se prestan en el Instituto. Se realizó un trabajo de campo, que permitió conocer y clasificar cada uno de los servicios que presta el INDER, también se acudió a los líderes, para obtener la información necesaria de cada servicio y así se procedió a la realización del diseño de la encuesta. Los recursos materiales fueron los siguientes: Gastos en personal: Salario de practicante que apoya en la realización del proyecto: \$ 1.220.000*5= \$6.100.000. Un Computador con acceso a internet: Facilitado por el INDER, durante todo el proceso de investigación y realización del proyecto. La dirección y ejecución del proyecto estuvo a cargo de la practicante en Ingeniería Industrial y del profesional de apoyo al Sistema Integrado de Gestión del INDER. Durante el desarrollo del

proyecto se presentaron algunas dudas relacionadas con el análisis estadístico, por esta razón se acudió a la profesora experta en el tema: Lorena Brún González (**Magister en Ciencias-Estadística de la Universidad Nacional de Colombia Sede Medellín.**), quien de manera muy amable respondió y aclaró de forma pertinente las preguntas que surgieron en el proceso de investigación del análisis estadístico y los parámetros a tener en cuenta para hallar el tamaño de muestra del total de la población que accede a cada servicio del INDER. Durante la investigación estadística, encontré tres fórmulas diferentes para el tamaño de la muestra, esta fue una de las dudas puntuales que me resolvió la profesora Lorena, me ayudó a escoger la fórmula que se ajustaba mejor para trabajar con este tipo de grupo poblacional. Otra de las aclaraciones que me hizo fue explicarme el papel que juega el Nivel de Confianza en el proceso para hallar el tamaño de muestra, porque de este porcentaje depende si el tamaño de muestra es mayor o menor.

2. Investigar los aspectos claves a evaluar en las encuestas, teniendo en cuenta las diferentes variables que se pueden identificar, recopilar, clasificar, interpretar y aplicar de acuerdo con los usuarios de cada servicio

Durante el desarrollo de este objetivo, se estudió la información obtenida en el trabajo de campo que se hizo para conocer cada uno de los servicios, y de acuerdo a ésta, se revisaron los tipos de encuestas, para garantizar en cada servicio una completa y adecuada participación de los usuarios. Se llegó a la conclusión de que era necesario realizar 2 tipos de encuesta para que se ajustaran adecuadamente al perfil de cada uno de los servicios. Para analizar los diferentes tipos de encuesta, se tuvieron en cuenta: La guía del departamento nacional de planeación: Lineamientos para el Diseño e Implementación de Mediciones de Percepción y Expectativas Ciudadanas, y el artículo llamado Tipos de Encuesta, del autor Guillermo Westreicher, donde se eligió el tipo de encuesta; de acuerdo al medio de comunicación, **la encuesta Online:** Donde se utilizan los medios como el correo electrónico o plataformas virtuales). Y según el fin, **La encuesta Analítica:** No solo trata de obtener datos de la población, como las descriptivas, sino que las preguntas del cuestionario buscarán probar o refutar una hipótesis. (**Westreicher 2020**)

3. Diseñar la investigación que permita identificar datos relacionados con análisis estadístico, Población, Desviación estándar, Error de Estimación y Nivel de Confianza para ser transformados en estadísticas con el fin de identificar los puntos críticos de trabajo, oportunidades de mejora, expectativas y necesidades de los usuarios, en cada uno de los servicios que se prestan en el INDER de Medellín.

Con la asesoría de la profesora Lorena Brun, se siguió el procedimiento para realizar el análisis estadístico, de acuerdo en el libro: Metodología de la Investigación de Administración, Economía, Humanidades y Ciencias sociales, del autor César Bernal. Para hallar el tamaño de muestra, se utilizó el método: Muestreo Aleatorio Simple, se halló cada uno de los componentes de esta fórmula: Población, Desviación estándar, Error de Estimación y Nivel de Confianza, siguiendo paso a paso las condiciones presentadas en todo el proceso,

entre ellas determinar el porcentaje adecuado para el Error de Estimación y el Nivel de Confianza.

4. Analizar y evaluar los resultados y conclusiones que se obtienen con la investigación y diseño de la herramienta.

Los efectos que se obtienen con el diseño de la herramienta son muy significativos porque muestran un avance importante en cuanto a los resultados de evaluación de la satisfacción de los usuarios del INDER. Se realizó una prueba con los dos tipos de encuesta, a 4 personas que anteriormente accedieron a diferentes servicios del INDER. La prueba, permite identificar los puntos críticos en cada Servicio para de esta forma analizar mejor los aspectos clave a la hora de crear estrategias de mejora continua. Cabe resaltar que la encuesta será realizada por los usuarios al momento de hacer la inscripción en cada Servicio, en la plataforma Simon, lo que permitirá la participación activa en la encuesta y una obtención más eficiente de los resultados.

En cuanto al análisis del tamaño de muestra estadístico, es un dato importante porque permite saber cuál debe de ser la cantidad de usuarios que realicen la encuesta, necesarios para que los datos obtenidos sean representativos y confiables a la hora de analizar los resultados e identificar las herramientas a utilizar para mitigar los aspectos críticos en los Servicios del INDER.

Marco Teórico

INDER Medellín es un agente de formación de cultura ciudadana y transformación social, líder en el desarrollo del deporte, la actividad física y la recreación, dinámico, altamente eficiente y el principal referente en la proyección, construcción y administración de infraestructura deportiva, recreativa y de actividad física para una ciudad equitativa, incluyente y respetuosa de la vida. Por lo anterior, la calidad del servicio es uno de los aspectos de mayor importancia para el INDER, debido a su compromiso social con la ciudad de Medellín.

Los servicios que presta el INDER, están divididos en tres categorías llamadas: Estrategias, Eventos y Reservas. Cada una de ellas a su vez se subdivide en otras categorías a las cuales se les aplicará la encuesta de satisfacción.

Teniendo en cuenta la satisfacción de los usuarios que acceden a los servicios del INDER, fue importante conocer el concepto de servicio para la realización del diseño de la encuesta de medición de calidad.

“El servicio significa la gran opción que tenemos para triunfar ante la nueva competencia y es el camino para tener éxito corporativo. Dar es la mayor manifestación del poder, el que sirve domina”. (Cornejo, 2018)

La excelencia en el Servicio. El servicio domina, da poder a quien lo utiliza. Si usted llega a un restaurante y es atendido en forma extraordinaria por el mesero, se sentirá comprometido a otorgarle una buena propina. Si en casa, la atención de alguno de sus hijos es excepcional en

cuanto a que se anticipe a sus necesidades preparándole el baño o sirviéndole su bebida predilecta, usted no se resistirá a satisfacer sus deseos. Los grandes líderes de todos los tiempos, tanto en el campo corporativo como social, han entendido que quien sirve más y mejor aumenta su influencia y su poder; así la fuerza de una empresa no está en su alta calidad, sirve efectivamente para lo que fue creado, el consumidor lo busca y lo hace producto líder en el mercado. En el campo humano los seres que sirven a otros son la gente más valiosa y buscada.

En la vida las recompensas son directamente proporcionales al servicio que ofrecemos. Así, imagine usted por un momento una absurda escena en la que un hombre se enfrenta en una fría noche a una chimenea apagada y le dice: “Si tú me das calor, yo prometo que te daré leña”. Por supuesto que es un planteamiento estúpido, pues en la proporción de leña que encienda tendrá el calor deseado. En alguna forma, esto es lo que les pasa a los mediocres: quieren recibir todo sin antes dar algo a cambio. El servicio es el camino para conquistar las recompensas deseadas. No se debe confundir servicial con servil, ya que la gente servil es aquella que manipula a través de la adulación a los poderosos para servirse de ellos sin dar nada más que mentiras y engaños. Hay líderes que sirven y líderes que se sirven, la diferencia entre unos y otros es diametralmente opuesta: los líderes que se sirven del poder explotan a otros para que en forma ilegítima se enriquezcan. Los que sirven a su tiempo salvan una empresa, una familia, una nación; son los que permanecen para siempre en la memoria universal, son los indispensables que escriben la historia evolutiva de las naciones.

La Excelencia en el servicio es un secreto mercadológico. El servicio es una gran opción que tenemos para triunfar ante la nueva competencia y es el camino para tener éxito corporativo. Servicio es aquella virtud de ser útil y que marca la dimensión de la recompensa buscada. El servicio produce satisfacción y crea necesidad, nos hace indispensables. Nunca servir en forma proporcional a la recompensa buscada. El hacerlo con valor agregado atrapa clientes de por vida. Servicio es agregar valor al producto. Servir bien no basta: hay que hacerlo en forma extraordinaria. Vende y sirve, sirve y vende, es el secreto mercadológico.

Nunca vender lo que no podemos servir bien es la pequeña diferencia en la que se finca la grandeza; es un desafío sólo para mentes triunfadoras. El servicio enriquece a quien lo recibe y engrandece a quien lo otorga. El servir en forma magistral es privilegio de seres nobles y extraordinarios. Servir es la oportunidad que tenemos para manifestar nuestra auténtica capacidad. **(Cornejo, 2018)**

El Diseño de Servicios es una sub - disciplina del Diseño que busca generar valor tanto para las personas que requieren el servicio como para quienes lo proveen. Es capaz de proyectar experiencias significativas a través de propuestas útiles, deseables y memorables para las personas, y eficientes y efectivas para las organizaciones, haciéndose cargo del desarrollo estratégico (propuesta de valor, concepto y sistema) y del desarrollo operativo del servicio (diseño de los tangibles e intangibles que hacen interactuar a las personas con la organización). **(Figuroa, Mollenhauer, Rico, Salvatierra, Wuth, 2017, p. 13)**

El Diseño de Servicios consiste en la aplicación de los procesos de diseño ya establecidos y las habilidades para el desarrollo de servicios. Es una forma creativa y práctica de mejorar los servicios existentes e innovar para crear nuevos servicios. **(Livework Studio, 2010)**

Así, Stickdorn y Schneider definieron en 2010 cinco pilares fundamentales y transversales a todo el proceso proyectual del Diseño de Servicios, estos son:
Centrado en el usuario, Narrativo, Visualizable, Interdisciplinario, Participativo.

Centrado en el usuario

Al igual que en gran parte de las metodologías de Diseño, el Diseño de Servicios tiene al usuario como su principal foco de interés. Esto implica entender aspectos de su identidad, considerando su contexto cultural y social, sus hábitos, sus motivaciones, sus rituales, etc. La particularidad del Diseño de Servicios es que se considera como usuarios tanto a quienes usan un servicio como a quienes lo proveen. Para ello se debe tener una comprensión dual, pero integrada, de ambas partes.

Como el servicio se produce en el momento en que se consume, son ambos usuarios quienes le dan vida a la experiencia. Así, si no se considera que el servicio facilite el trabajo del proveedor, difícilmente este podrá entregar, a su vez, un buen servicio al usuario final. Tanto los usuarios finales como los proveedores del servicio poseen entonces necesidades que deben ser igualmente resueltas.

Para entender la experiencia de servicio desde la perspectiva del usuario y no solo desde donde comienzan y terminan los procesos internos de la organización, es necesario empatizar con sus realidades personales y su entorno. Esto nos permite hablar el “idioma del usuario” para lograr una mejor comunicación con él y atender sus expectativas y percepción del servicio. Para la investigación y comprensión del usuario, el Diseño de Servicios utiliza técnicas cualitativas propias de las ciencias sociales, las cuales se complementan con dimensiones cuantitativas.

Narrativo

El Diseño de Servicios genera procesos dinámicos que ocurren en un cierto periodo de tiempo y en un determinado espacio, es decir, son una suerte de película que posee dos niveles: lo que el espectador ve y lo que hay detrás. Ambos deben ser desarrollados y diseñados. Paralelamente, los procesos del servicio deben estar conectados a una estrategia o al posicionamiento de la organización que los acoge, orquestando sus componentes desde una lógica conceptual que haga sentido tanto a la organización como a sus clientes. En este marco, los servicios deben percibirse como una secuencia de acciones coherentemente interrelacionadas unas con otras y con una personalidad propia. Se debe contar una historia con un ritmo que sea fácil de seguir y que influya positivamente el estado anímico de los usuarios de principio a fin. Bajo esta noción de narración, se debe contemplar el servicio como un guion que posee tres grandes fases: un inicio, un clímax y un desenlace. En Diseño de Servicios a estas fases se las puede homologar con el pre - servicio, donde se experimenta el primer acercamiento al servicio y se generan las expectativas; el servicio mismo, que es donde efectivamente ocurre la experiencia de servicio; y el post - servicio, en el que el usuario hace una evaluación de su experiencia y puede o no fidelizarse y mantener relaciones con la organización.

Visualizable

Aunque los servicios son intangibles, se deben ofrecer visualizaciones y/o materializaciones de su existencia y avance. Estas evidencias físicas permiten generar asociaciones y vínculos con los usuarios. Además, de poner en evidencia al servicio, los “puntos de contacto” son explicativos, pudiendo materializarse de infinitas formas: espacios, señalética, guiones, interfaces digitales, cuentas, correos electrónicos, carteles, soportes u otros productos. Por otra parte, dar evidencia de los servicios se vuelve relevante, pues hace que los usuarios

aprecien más el trabajo realizado por la organización durante las tres etapas implicadas: en el pre - servicio cuando ocurre la primera aproximación, durante la experiencia de servicio e incluso en el post - servicio si se prolonga la experiencia y se producen emociones luego de que la experiencia haya finalizado. Por ejemplo, cuando el usuario de un hotel se lleva el jabón y las cremas a su casa, los olores de los productos pueden hacer que la experiencia de servicio sea rememorada, incluso mucho tiempo después de finalizada la entrega del servicio.

Interdisciplinario

Dada la complejidad de los servicios, las experiencias humanas expresadas en ellos y el amplio espectro en que ocurren los eventos, es necesario convocar a distintas áreas del conocimiento para darle una solución integral y holística a los desafíos de los servicios. Diseñar los procesos, los sistemas, las interfaces digitales y las piezas gráficas, audiovisuales o textiles, así como los espacios u otros objetos, demanda la integración activa de diversas áreas del saber y la conjugación de diferentes experiencias a lo largo del proceso creativo. A su vez, desde su aproximación metodológica, el Diseño de Servicios transita desde el profundo entendimiento de las personas hasta el dominio de los procesos.

Participativo

El Diseño de Servicios es intrínsecamente participativo, pues integra activamente en su metodología y en sus resultados a los actores involucrados en el contexto interno (organización) y el contexto externo (usuario final) del servicio que se creará o mejorará. En este marco, en un proyecto de Diseño de Servicios existen diversos agentes involucrados a lo largo del proceso creativo, desde la fase de formulación hasta la implementación. Estos actores son usuarios, expertos, tomadores de decisiones, colaboradores, comunidades, organizaciones privadas o gubernamentales y ONG's, entre muchos otros, quienes poseen necesidades e intereses diversos en torno al servicio. Estos múltiples requerimientos deben ser atendidos conscientemente para generar sincronía y sinergia entre ellos. El Diseño de Servicios debe entonces fomentar los ambientes y las dinámicas necesarias para el desarrollo de la innovación dentro de estos grupos de trabajo a través de diversas técnicas e instrumentos pensados para esa finalidad. **(Figueroa, Mollenhauer, Rico, Salvatierra, Wuth, 2017, p. 16)**

Por otra parte, basados en el Decreto 1499 de 2017, Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG), el INDER como entidad pública debe desarrollar una cultura organizacional fundamentada en la información, el control y la evaluación, para la toma de decisiones y la mejora continua a partir del seguimiento a su gestión y desempeño, a fin de conocer permanentemente los avances en la consecución de los resultados previstos en su marco estratégico y de esta forma medir los efectos de la gestión institucional en la garantía de los derechos, satisfacción de las necesidades y/o resolución de los problemas de los grupos de valor. **(Función pública. Decreto 1499 MIPG, 2017. Evaluación de resultados).**

En cuanto a la evaluación del servicio, el autor Daniel Tigani en su libro “Excelencia en servicio” describe siete dimensiones que se deben tener en cuenta para medir la calidad del servicio, son las siguientes:

- **Respuesta**

“La capacidad de respuesta manifiesta el grado de preparación que tenemos para entrar en acción. La lentitud del servicio, es algo que difícilmente agregue valor para el cliente. Si se trata de servicio hospitalario, la falta de capacidad de respuesta puede ser trágica. A mi criterio, la capacidad de respuesta es como el primer servicio en el tenis. Cuando se ha errado el primero hay que ser muy cuidadoso en el segundo, para no perder. Cualquier error es tolerable cuando todavía hay tiempo para corregirlo y el más mínimo error es intolerable cuando el cliente ha esperado más de lo necesario”.

- **Atención**

“Todo lo que implica ser bien atendido, como por ejemplo ser bien recibido, sentirse apreciado, ser escuchado, recibir información, ser ayudado y además, invitado a regresar. No debemos dar lugar a la apatía, la indiferencia o el desprecio y debemos despojarnos de nuestros prejuicios motivados por la impresión o apariencia que muestra el cliente”.

- **Comunicación**

“Establecer claramente que estamos entendiendo a nuestro cliente y que también nosotros estamos siendo entendidos. No debemos dejarnos seducir por la jerga que su utiliza en nuestra especialidad, podemos estar en presencia de alguien que no entienda nada acerca de lo que le estamos hablando”.

- **Accesibilidad**

“¿Dónde estoy cuando me necesitan?; ¿Cuántas veces suena mi teléfono antes que alguien lo atienda?; ¿Cuántas personas han querido mis servicios y no lograron encontrarme o comunicarse conmigo a tiempo? No se gana nada por ser muy bueno en algo que es inalcanzable para los clientes”.

- **Amabilidad**

“Debemos generar capacidad para mostrar afecto por el cliente interno y externo. Se debe respetar la sensibilidad de la gente, porque muchas veces es altamente vulnerable a nuestro trato. Cuando se trata de atender reclamos, quejas y clientes irritables, no hay nada peor que una actitud simétrica o de mala voluntad. Debemos ser amables, especialmente cuando nos cuesta, porque después de todo, somos siempre la misma clase de personas sin importar a quien estamos atendiendo”.

- **Credibilidad**

“Nunca se debe mentir al cliente, porque después de una mentira, el cliente solo puede esperar nuevas mentiras y violaciones a su dignidad. No debemos jamás prometer algo en falso, porque una promesa incumplida es un atentado a nuestra credibilidad. Crear expectativas exageradas, indica falta de compromiso con el cliente y desprecio por la verdad. Un viejo cuento, dice que el tigre le preguntó al león por qué rugía todo el tiempo. El león le contestó, que ser el rey de la selva era algo que valía la pena anunciar. Un conejo que escuchó la conversación probó el consejo y esa noche el tigre y el león comieron conejo. Un conejo que ruge no es creíble”.

- **Comprensión**

“Debemos esforzarnos por entender que es lo que nuestro servicio significa para el cliente. Para un técnico que repara refrigeradores, un servicio puede significar un cambio de

termostato, pero para el cliente es solucionar algo que afecta la alimentación de su familia. Para un vendedor de inmobiliaria, atender a un cliente puede significar completar su turno, pero para la pareja que lo visita, significa ver su futuro "nido de amor" y el lugar donde crecerán sus hijos. La sala de recepción de un hospital y también las salas de emergencias ¿comprenderán lo que sus servicios significan para sus clientes?; ¿Podemos creer que somos tan importantes e imprescindibles que nuestros clientes soportarán pacientemente nuestros desplantes?" (Tigani 2006).

En relación a la investigación de la encuesta, se tiene que, es un instrumento para recoger información cualitativa y/o cuantitativa de una población estadística. Para ello, se elabora un cuestionario, cuyos datos obtenidos serán procesados con métodos estadísticos. Las encuestas son entonces una herramienta para conocer las características de un grupo de personas. Para realizar una encuesta, el investigador debe elaborar un formulario de preguntas. Estas dependerán de los objetivos del estudio. Otro asunto a remarcar es que una encuesta se aplica normalmente a una muestra representativa. Cabe señalar además que cuando la encuesta aplica a toda la población, y no solo a una muestra, se le conoce como censo. Las encuestas, son importantes porque permiten conocer las características de la población objetivo y, por lo tanto, sus necesidades. Esto, incluso, de forma segmentada por diversas variables como ubicación geográfica, grupo socioeconómico, nivel de estudios, género, entre otros.

Pasos para elaborar una encuesta

- **Definir los objetivos:** Se debe establecer cuál es el fin del estudio. Por ejemplo, si se busca medir el crecimiento económico o la brecha salarial en un país.
- **Formular el cuestionario:** Se deben elaborar las preguntas en base a los objetivos. Entonces, si el estudio es sobre desigualdad social, por ejemplo, es necesario consultar sobre el nivel de ingresos y el acceso a servicios básicos como agua y saneamiento.
- **Trabajo de campo:** Se realiza un despliegue para recoger los datos, usualmente, sobre una muestra representativa de la población objetivo. Así, un grupo de personas responde al cuestionario previamente definido.
- **Procesamiento:** Los resultados de la encuesta son procesados. De ese modo, se podrán obtener datos estadísticos como, por ejemplo, el promedio o la mediana de la variable estudiada.

Tipos de encuesta

Las encuestas pueden clasificarse en base a diferentes criterios, como el medio de envío y recepción de las respuestas, la naturaleza de las preguntas, entre otros. Cabe señalar que las encuestas pueden ser de más de un tipo a la vez, por ejemplo, puede ser telefónica y de preguntas con opción múltiple (encuesta cerrada).

Tipos de encuesta según medio de comunicación

- **Por correo:** El cuestionario se envía por servicio postal. Puede considerarse una modalidad en desuso.
- **Telefónica:** Se hacen llamadas telefónicas al público objetivo, o se aprovecha que el usuario se ha contactado con la empresa para realizar una encuesta. Esto suele suceder,

por ejemplo, para medir la satisfacción de servicio de atención al cliente luego de atenderlo vía la central telefónica.

- **Personal:** Se efectúa de forma presencial. El entrevistador puede realizar las preguntas llenando una ficha que tiene en su poder, o puede entregar el cuestionario al entrevistado para que él mismo lo responda.
- **Online:** Se utilizan los medios como el correo electrónico o plataformas virtuales.

Tipos de encuesta según el fin

- **Descriptivas:** Busca obtener las características o actitudes de determinada población, por ejemplo, preguntando cuántas horas al día pasa en las redes sociales.
- **Analíticas:** No solo trata de obtener datos de la población, como las descriptivas, sino que las preguntas del cuestionario buscarán probar o refutar una hipótesis. Por ejemplo, quizás busca averiguar si existe una relación entre el nivel de educación y el hábito lector. Entonces, se plantean ambas preguntas: nivel de escolaridad y número de libros que leyó en el último año.

Tipos de encuesta según la clase de preguntas

- **De respuesta abierta:** La persona responde libremente la pregunta planteada. Tiene la desventaja que es difícil de obtener resultados cuantitativos.
- **De respuesta cerrada:** El encuestado debe elegir entre varias alternativas. De ese modo, se hace posible obtener datos estadísticos. Esto, en base al porcentaje de la muestra que eligió cada opción. Para evitar que el entrevistado no se sienta identificado con ninguna de las alternativas propuestas, se puede incluir la opción “otro(s)”. (Westreicher 2020)

Escala de Likert

La escala de Likert es un método de investigación de campo que permite medir la opinión de un individuo sobre un tema a través de un cuestionario que identifica el grado de acuerdo o desacuerdo de cada pregunta. Regularmente se emplean 5 niveles. Aunque fue creada hace un siglo por el afamado psicólogo Rensis Likert, sigue siendo una de las herramientas más utilizadas tanto en las ciencias sociales como en los procesos de marketing.

La escala de Likert contiene preguntas definidas y de opción múltiple que pueden ser contestadas con facilidad, al mismo tiempo que facilitan una medición de datos sencilla de interpretar por métodos estadísticos. (Hammond M. 2020)

Teniendo en cuenta el análisis estadístico que se realizó para obtener el tamaño de muestra de la población que accede a los servicios del INDER, cabe resaltar que:

La Estadística es una disciplina que proporciona la metodología, fundada en la Matemática, para obtener, recopilar, procesar, resumir y presentar datos referentes a un estudio de interés, transformándolos en estadísticas con el fin de interpretarlas para obtener conclusiones, dando garantía de idoneidad en los procedimientos. También propone metodologías que permiten deducir características poblacionales a partir de muestras de ella.

(Rustom, 2012, p. 9)

El tipo de muestreo que se utilizó para la realización del proyecto fue: **El muestreo aleatorio simple**, es un plan muestral de uso común en el que cada muestra de tamaño n tiene la misma probabilidad de ser seleccionado. Por ejemplo, supongamos que se desea seleccionar una muestra de tamaño $n = 2$ de una población que contiene $N = 4$ objetos. Si los cuatro objetos están identificados por los símbolos x_1, x_2, x_3 y x_4 , hay seis pares distintos que podrían seleccionarse, si la muestra de $n = 2$ observaciones se selecciona de modo que cada una de estas seis muestras tenga la misma probabilidad de selección, dada por $1/6$, entonces la muestra resultante se denomina muestra aleatoria simple o únicamente muestra aleatoria.

(Mendenhall, Beaver y Beaver, 2008, p. 255)

En investigación, el muestreo aleatorio simple se utiliza cuando en el conjunto de una población, cualquiera de los sujetos tiene la variable o variables objeto de la medición. Para estimar el tamaño de muestra representativo de una población, mediante el muestreo aleatorio simple (MAS), se hallan las siguientes variables: Número total de la población (N), Desviación estándar de la población (S), Nivel de confianza (Z) y error de estimación (E). (Bernal, C. (2010). P. 164)

Por otra parte, según la Norma ISO 9001 de 2015, en el apartado Evaluación del desempeño, se tienen en cuenta aspectos como: Satisfacción del cliente - Análisis y evaluación – Auditoría Interna – Mejora - No conformidad y acción correctiva. Donde el Instituto de Deporte y Recreación (**INDER**) debe evaluar el desempeño y la eficacia del sistema de gestión de la calidad y debe conservar la información documentada apropiada como evidencia de los resultados. Además, debe cumplir con las siguientes responsabilidades:

En cuanto a la **Satisfacción del Cliente**, debe realizar el seguimiento de las percepciones de los usuarios del grado en que se cumplen sus necesidades y expectativas, debe determinar los métodos para obtener, realizar el seguimiento y revisar esta información. En cuanto al **Análisis y Evaluación**, debe analizar y evaluar los datos y la información apropiados que surgen por el seguimiento y la medición. Basado en la **Auditoría Interna**, debe planificar, establecer, implementar y mantener uno o varios programas de auditoría que incluyan la frecuencia, los métodos, las responsabilidades, los requisitos de planificación y la elaboración de informes, que deben tener en consideración la importancia de los procesos involucrados, los cambios que afecten a la organización y los resultados de las auditorías previas. Teniendo en cuenta la **Mejora**, el Inder, debe determinar y seleccionar las oportunidades de mejora e implementar cualquier acción necesaria para cumplir los requisitos del usuario y aumentar la satisfacción del mismo. Finalmente, al hablar de **No conformidad y Acción correctiva**, el Instituto debe, reaccionar ante la no conformidad y, cuando sea aplicable a tomar acciones para controlarla y corregirla, también debe de hacer frente a las consecuencias y las acciones correctivas deben ser apropiadas a los efectos de las no conformidades encontradas. (NTC-ISO 9001, 2015, p. 45-49)

Según el apartado 4, Contexto de la Organización, de la NTC ISO 9001, afirma lo siguiente: La organización debe determinar las cuestiones externas e internas que son pertinentes para su propósito y su dirección estratégica, y que afectan a su capacidad para lograr los resultados previstos de su sistema de gestión de la calidad. La organización debe realizar el seguimiento y la revisión de la información sobre estas cuestiones externas e internas; una de estas cuestiones es: **La comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas**, debido a su efecto potencial en la capacidad de la organización de proporcionar regularmente productos y servicios que satisfagan los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables, la organización debe determinar:

- a) Las partes interesadas que son pertinentes al sistema de gestión de la calidad
- b) Los requisitos pertinentes de estas partes interesadas para el sistema de gestión de la calidad.

La organización debe realizar el seguimiento y la revisión de la información sobre estas partes interesadas y sus requisitos pertinentes. De acuerdo con lo anterior la satisfacción del cliente es un aspecto muy importante que debe tener un monitoreo y evaluación constante, para garantizar el mejor desempeño en la prestación de los servicios. (NTC-ISO 9001, 2015, p. 16)

Metodología

1. Se realizó la propuesta del proyecto, basada en el Diseño de una herramienta y metodología que permita la medición de la satisfacción de los servicios por los usuarios del Inder Medellín.
2. Se realizó el cronograma de actividades a desarrollar durante el proyecto:

ACTIVIDAD	1-30 de agosto de 2020	1-30 de Sept. de 2020	1-31 de oct. de 2020	2-30 de nov. De 2020	1-30 de dic. de 2020
1. Propuesta del proyecto					
1.1 Título de la propuesta del proyecto					
1.2 Introducción					
1.3 Objetivos					
1.4 Marco teórico					
1.5 Metodología					
1.6 Cronograma de Actividades					
1.7 Resultados esperados					
1.8 Presupuesto					
2. Desarrollo de los objetivos					

<p>2.1 Planear la investigación de evaluación de los servicios del INDER. Definir el objeto de la investigación, establecer la metodología, observar la información que tiene el INDER, establecer los recursos materiales: Computador, libros, documentación del INDER. La dirección y ejecución del proyecto estará a cargo de la practicante en Ingeniería Industrial y del profesional de apoyo al Sistema Integrado de Gestión del INDER. En cuanto a los ajustes al proceso, si durante el desarrollo del proyecto se presentan dudas con el análisis estadístico, se acudirá a un profesional experto en el tema.</p>				
<p>2.2 Investigar los aspectos claves a evaluar en las encuestas, teniendo en cuenta las diferentes variables que se pueden identificar, recopilar, clasificar, interpretar y aplicar de acuerdo con los usuarios de cada servicio.</p>				
<p>2.3 Diseñar la investigación que permita identificar datos relacionados con análisis estadístico, población, muestra, tamaño de la muestra, nivel de confianza para ser transformados en estadísticas con el fin de identificar los puntos críticos de trabajo, oportunidades de mejora, expectativas y necesidades de los usuarios, en cada uno de los servicios que se prestan en el INDER de Medellín.</p>				
<p>2.4 Analizar y evaluar los resultados y conclusiones que se obtienen con la investigación y diseño de la herramienta.</p>				
<p>3. Preparación de la socialización del proyecto</p>				

4. Socialización del proyecto					
--------------------------------------	--	--	--	--	--

Tabla 1 Cronograma de Actividades

3. Se identificaron los recursos materiales: Computador, libros, documentación del INDER. Se acudió a los funcionarios del Observatorio del INDER, y a los líderes de los demás procesos, para obtener la información necesaria de cada servicio y así proceder a la realización de un diseño adecuado de la herramienta, la cual se decidió que lo más pertinente era la realización de una encuesta, porque es un instrumento para recoger información cualitativa y/o cuantitativa de una población estadística y además una herramienta que permite conocer y medir la satisfacción de los usuarios en cada uno de los servicios, lo cual posibilita la toma de decisiones para conducir los servicios siempre a una mejora continua.
4. Se investigaron los aspectos claves a evaluar en las encuestas, teniendo en cuenta las diferentes variables que se pueden identificar, recopilar, clasificar, interpretar y aplicar de acuerdo con los usuarios de cada servicio. Se estudió la información recibida de los líderes de los procesos, se revisó y fue clasificada de acuerdo con las 3 categorías de servicios que ofrece el INDER: Estrategias, Eventos y Reservas, cada una de ellas a su vez se subdividió en otras categorías, las cuales fueron clasificadas por número de usuarios, cantidad de hombres, cantidad de mujeres y ciclo de vida. Se analizaron los tipos de encuestas para aplicar y garantizar en cada servicio una completa y adecuada participación de los usuarios. Se hicieron comparaciones con las encuestas realizadas anteriormente en el INDER y con la guía del departamento nacional de planeación. **(Lineamientos para el Diseño e Implementación de Mediciones de Percepción y Expectativas Ciudadanas).**

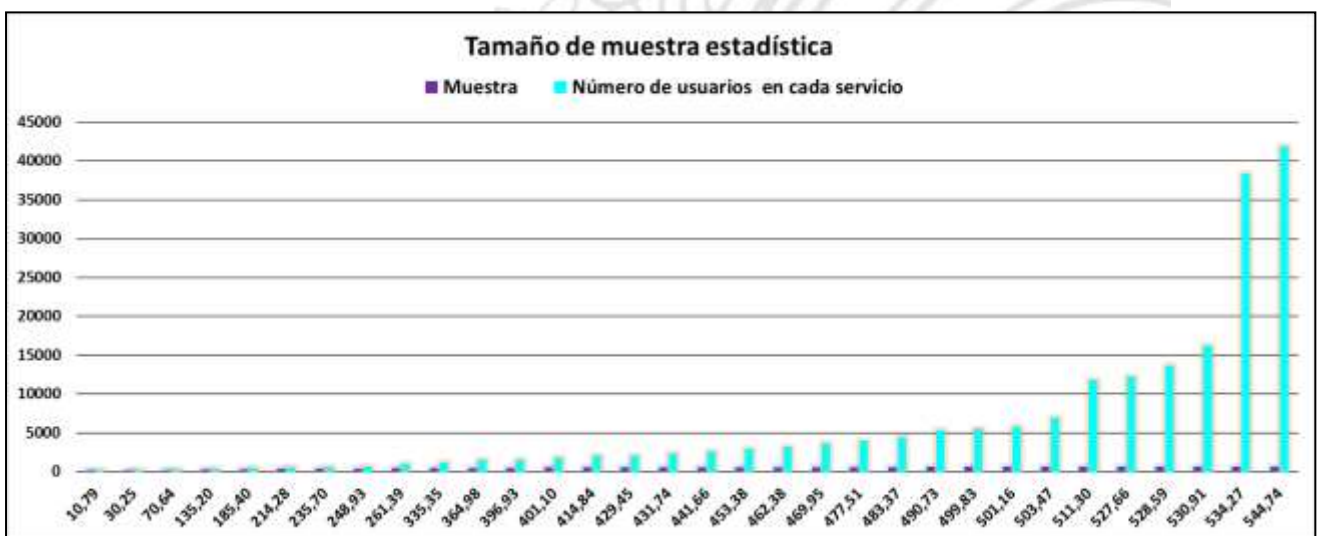
Se diseñaron 2 modelos de encuesta, uno de ellos para ser aplicado al servicio: Estrategias y el otro modelo para los servicios: Eventos y Reservas. El primero de ellos consta de 11 preguntas y el segundo tiene 20 preguntas.

Para la evaluación de las encuestas, se tuvo en cuenta la escala de Likert para realizar este proceso y cuantificar los resultados, se realizaron dos tablas de calificación con diferentes variables que permiten identificar los niveles y porcentajes de satisfacción de los usuarios.

Además, se investigó acerca de la Excelencia del Servicio, para tener mejores bases en el diseño de las preguntas de la encuesta. “El servicio significa la gran opción que tenemos para triunfar ante la nueva competencia y es el camino para tener éxito corporativo. Dar es la mayor manifestación del poder, el que sirve domina”. **Cornejo. 2018. Excelencia en el servicio.**

- Se investigaron los datos relacionados con análisis estadístico, Número total de la población (N), Desviación estándar de la población (S), Nivel de confianza (Z) y error de estimación (E), para obtener el tamaño de muestra de la población objetivo, mediante el muestreo aleatorio simple (MAS), con el fin de realizar la encuesta e identificar los puntos críticos de trabajo, oportunidades de mejora, expectativas y necesidades de los usuarios, en cada uno de los servicios que se prestan en el INDER de Medellín. Para hallar el tamaño de la muestra estadística, se tuvieron en cuenta una serie de pasos y condiciones que se explican detalladamente en el **Anexo: Clasificación de los Servicios del INDER y Muestra Estadística**.

A continuación, se puede apreciar en la gráfica, el tamaño de muestra estadístico con respecto a la cantidad de usuarios de cada servicio.



Gráfica 1 Tamaño de muestra estadística

Durante la investigación y realización del proceso para hallar el tamaño de muestra estadística de los usuarios del INDER, se consultó a la profesora Lorena Brún González (**Magister en Ciencias-Estadística de la Universidad Nacional de Colombia Sede Medellín.**), para aclarar dudas y confirmar que el procedimiento se haya realizado de forma correcta.

- Se analizaron y compararon las encuestas anteriores con la que se realizó en este proyecto. Se evidenció en las primeras encuestas una baja participación por parte de los usuarios que acceden a los servicios del INDER, porque a pesar de que se desarrollaron de manera virtual, eran voluntarias, por lo que los usuarios no se interesaban en realizarlas. En cambio, el diligenciamiento de la nueva encuesta será un requisito para la inscripción a cada uno de los servicios, y debido a esto habrá una participación activa de la misma, además se tendrá la muestra estadística para saber a cuántas personas como mínimo deben realizar la encuesta para tener resultados más confiables, que permitan evaluar y analizar las necesidades de los usuarios y proponer las respectivas estrategias de mejora. **Anexo, Encuestas anteriores realizadas en el INDER.** En cuanto a los recursos materiales, se

gastó un total de: \$ 1.220.000*5= \$6.100.000, equivalente al salario mensual de practicante.

Se realizó una prueba con el diseño de las dos encuestas, a cuatro usuarios que ya habían participado antes en servicios del INDER, dos de ellos diligenciaron la encuesta tipo 1 para el servicio: “Estrategias” y los otros dos diligenciaron la encuesta tipo 2 para los servicios: “Eventos y Reservas”. Se obtuvieron los siguientes resultados de satisfacción:

Encuesta tipo 1

Calificación 1	Puntaje	%
Totalmente insatisfecho	1	3%
Insatisfecho	2	0%
Algo satisfecho	3	8%
Satisfecho	4	13%
Totalmente satisfecho	5	53%
Total de porcentaje		75%

Tabla 2 Calificación 1 Encuesta 1



Gráfica 2 Calificación 1 Encuesta 1

Calificación 2	Puntaje	%
Nunca	1	0%
Casi nunca	2	0%
Ocasionalmente	3	3%
Casi todos los días	4	3%
Todos los días	5	20%
Total de porcentaje		25%

Tabla 3 Calificación 2 Encuesta 1



Gráfica 3 Calificación 2 Encuesta 1

<p>Análisis de los resultados de acuerdo al puntaje Entre 0 y 25 ==> Implica Insatisfacción general. Entre 26 y 50 ==> Insatisfacción con respecto a ciertas características. Entre 51 y 80 ==> Una disposición neutral Entre 81 y 100==> Satisfacción</p>	<p>Mejor puntaje máximo= 100</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------

Tabla 4 Análisis de Resultados Encuesta 1

Según la tabla de análisis de resultados, los dos usuarios que realizaron la encuesta obtuvieron resultados que se enmarcan entre 81 y 100 puntos, es decir: **Satisfacción**.

Encuesta tipo 2

Calificación 1	Puntaje	%
Totalmente insatisfecho	1	0%
Insatisfecho	2	0%
Algo satisfecho	3	0%
Satisfecho	4	14%
Totalmente satisfecho	5	41%
Total de porcentaje		55%

Tabla 5 Calificación 1 Encuesta2



Gráfica 4 Calificación 1 Encuesta 2

Calificación 2	Puntaje	%
Nunca	1	0%
Casi nunca	2	0%
Ocasionalmente	3	0%
Casi todos los días	4	18%
Todos los días	5	27%
Total de porcentaje		45%

Tabla 6 Calificación 2 Encuesta2



Gráfica 5 Calificación 2 Encuesta 2

Análisis de los resultados de acuerdo al puntaje	
Entre 0 y 14 ==>	Implica Insatisfacción general.
Entre 15 y 27 ==>	Insatisfacción con respecto a ciertas características.
Entre 28 y 44 ==>	Una disposición neutral
Entre 45 y 55==>	Satisfacción
	Mejor puntaje máximo= 55

Tabla 7 Análisis de resultados Encuesta 2

Según la tabla de análisis de resultados, los dos usuarios que realizaron la encuesta obtuvieron resultados que se enmarcan entre 45 y 55 puntos, es decir: **Satisfacción.**

Anexo, Prueba de Encuestas.

Resultados y Análisis

Con la realización de este proyecto, como practicante tuve la oportunidad de tener un mejor acercamiento con una de las Instituciones más queridas en Antioquia, El Inder Medellín, me permitió conocer detalladamente cada uno sus procesos, servicios y colaboradores que a diario luchan para lograr que el Instituto sea el mejor en Deportes y Recreación; me abrió las puertas al aprendizaje como estudiante y profesional para aplicar las herramientas adquiridas durante la carrera, puse en prácticas conocimientos relacionados con: Análisis de datos y Estadística, Calidad, Servicio, Tecnología de la

Información, Gestión de la Documentación, Gestión de Riesgos, Análisis de Indicadores, entre otros que me permitieron llevar a cabo el diseño de una encuesta que permite aumentar la participación activa de los usuarios e identificar los puntos críticos de trabajo en cuanto a Profesionalismo, Instalaciones, Capacidad de Respuesta y Comunicación; para evidenciar oportunidades de mejora, expectativas y necesidades, en cada uno de los servicios que se prestan en el INDER de Medellín, y de esta forma analizar los resultados encontrados y establecer estrategias de mejora continua.

Anexo, Clasificación de los Servicios del INDER, Diseño de Encuesta, Muestra Estadística, Prueba de Encuestas, Encuestas anteriores realizadas en el INDER.

Conclusiones

- Hubo amplia colaboración por parte de los líderes de los procesos para brindar la información correspondiente de los usuarios que acceden a los servicios del INDER, permitiendo de esta forma avanzar en el desarrollo del proyecto.
- A través de la Guía del DNP (Departamento Nacional de Planeación), “Lineamientos para el Diseño e Implementación de Mediciones de Percepción y Expectativas Ciudadanas”, se lograron obtener aspectos claves a evaluar en las encuestas, teniendo en cuenta las diferentes variables a identificar, recopilar, clasificar, interpretar y aplicar de acuerdo con los usuarios de cada servicio.
- Por medio de libros y revistas, se logró hacer un análisis investigativo de la Excelencia de los Servicios, su Diseño y Dimensiones, gracias a este proceso, se logró obtener mayor claridad en el tema y adquirir las herramientas necesarias para un adecuado diseño de la encuesta de satisfacción de los usuarios. Basados en bibliografía de estadística y administración, se lograron identificar los pasos a seguir para la obtención del tamaño muestral del total de usuarios de cada servicio, teniendo en cuenta datos relacionados con análisis estadístico, población, desviación estándar, nivel de confianza y error de estimación.
- Gracias a la aplicación de la Escala de evaluación: Likert, se facilita la medición de datos y la interpretación de los métodos estadísticos, debido a que contiene preguntas definidas y de opción múltiple que además pueden ser contestadas con facilidad.
- La aplicación de la nueva encuesta permitirá aumentar el porcentaje de participación de los usuarios del INDER, y de esta manera se tendrá más información de las necesidades de los usuarios para así poder implementar herramientas que conduzcan al Instituto al Mejoramiento continuo de la calidad de sus servicios.

- A través de la evaluación, se puede identificar oportunidades de mejora, y alternativas de innovación en servicios.

Referencias Bibliográficas

- Bernal, César A. Metodología de la investigación. Administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Tercera edición PEARSON EDUCACIÓN, Colombia. 2010. Página 164. Recuperado de: <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Cornejo. Excelencia en el servicio. 2018. Recuperado de: <https://www.liderazgoymercadeo.co/excelencia-en-el-servicio/#:~:text=El%20servicio%20significa%20la%20gran,poder%2C%20el%20que%20sirve%20domina.&text=Servicio%20es%20agregar%20valor%20al,que%20hacerlo%20en%20forma%20extraordinaria.>
- Cornejo. Servicio. Fuente Inagotable de Poder. (2018). Recuperado de: <https://www.liderazgoymercadeo.co/servicio-fuente-inagotable-del-poder/>
- Decreto 1499. Modelo Integrado de Planeación y Gestión. Manual Operativo Colombia. 2017
- Departamento nacional de planeación. Lineamientos para el diseño e implementación de mediciones de percepción y expectativas ciudadanas. 2015. Recuperado de: <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Programa%20Nacional%20del%20Servicio%20al%20Ciudadano/Lineamientos%20mediciones%20de%20percepci%C3%B3n%20ciudadana.pdf>
- Instituto de Deportes y Recreación de Medellín. Colombia, Antioquia, Medellín. 2016. Recuperado de: <https://www.inder.gov.co/>
- Figueroa, Mollenhauer, Rico, Salvatierra, Wuth. CREANDO VALOR A TRAVÉS DEL DISEÑO DE SERVICIOS. 2017. Recuperado de: https://www.academia.edu/43088923/Creando_valor_a_traves_del_Disenio_de_Servicios_DSUC
- Hammond M. Escala de Likert: Qué es y Cómo utilizarla. 2020. Recuperado de: <https://blog.hubspot.es/service/escala-likert>

- Livework Studio. Service Design. Engage customers and connect the organisation. 2010. www.liveworkstudio.com/themes/customerexperience/service-design/
- Mendenhall W., Beaver R.J. y Beaver B.M. Introducción a la probabilidad y estadística (12. ed.). México: Cengage Learning. 2008. Recuperado de: <https://www.fcfm.buap.mx/jzacarias/cursos/estad2/libros/book5e2.pdf>
- Norma ISO 9001. Estándar internacional de carácter certificable que regula los Sistemas de Gestión de la Calidad, Colombia, 23 de septiembre de 2015. Recuperado de: <https://www.agencomex.com/pdf/ISO-9001-2015.pdf>
- Rustom, J. ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA, PROBABILIDAD E INFERENCIA. Una visión conceptual y aplicada. Chile. Pedro Calandra B. 2012. Página 96. Recuperado de: http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/120284/Rustom_Antonio_Estadistica_descriptiva.pdf?sequence=1
- Tigani D. Excelencia en servicio. 1° Edición. 2006. Página 31. Recuperado de: http://www.laqi.org/pdf/libros_coaching/Excelencia+en+Servicio.pdf
- Westreicher G. Tipos de encuesta. (2020). Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-encuesta.html>
- Westreicher G. Encuesta. (2020). Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/encuesta.html>

Anexos

1. Clasificación de los Servicios del INDER y Muestra Estadística.
2. Encuestas anteriores realizadas en el INDER.
3. Diseño de Encuesta.
4. Prueba de Encuestas.

1. Clasificación de los Servicios del INDER y Muestra Estadística.

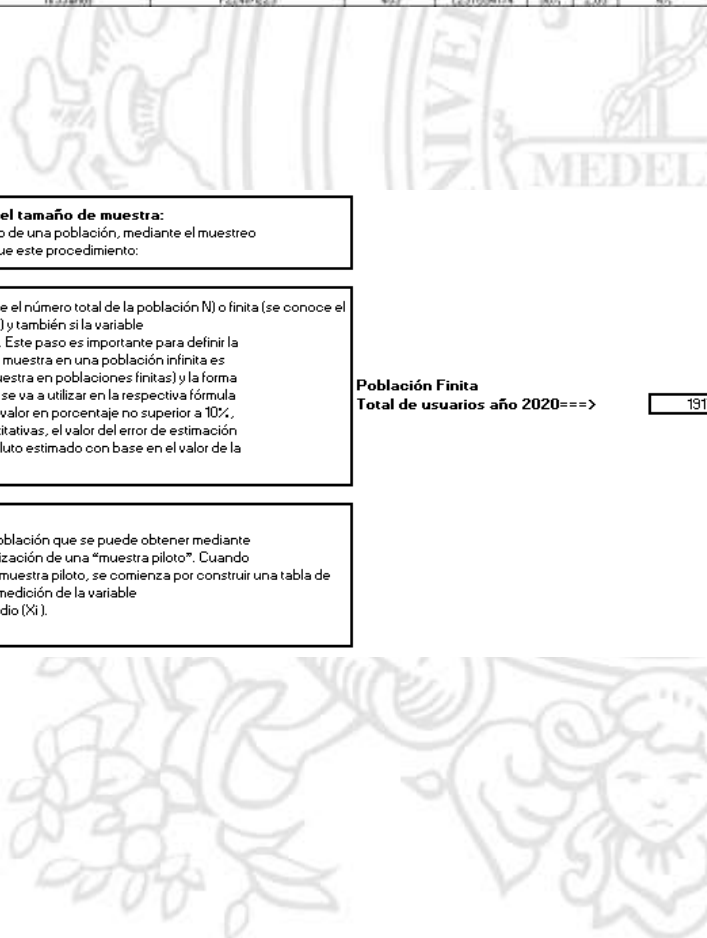
SERVICIOS INDER										
CATEGORÍAS	Quién realiza la evaluación. Participante/Tercero	Color de vida	Género	Número de usuarios N _i	Desviación Estándar S	Nivel de Confianza Z	Error de estimación E	Muestra		
1. ESTRATEGIAS										
Deportes	Fortalecimiento del esquema del de	Tercero	NA	279	1,237054174	96%	2,05	4%	355,40	
	Indicologías	Participante/Tercero	574 años	F 1975811979	3958	1,237054174	96%	2,05	4%	483,37
	Deportes	Participante	1020 años	F 627811837	264	1,237054174	96%	2,05	4%	476,94
	Deportes	Participante/Tercero	968 años	F 109311633	2832	1,237054174	96%	2,05	4%	482,38
	Deporte, Convivencia y Paz	Participante/Tercero	181 años	F 242411329	5863	1,237054174	96%	2,05	4%	503,47
	Juegos ciudad de Medellín como	Participante	315 años	F 8104	32	1,237054174	96%	2,05	4%	30,25
	Formación deportiva para adultos	Participante	1017 años	F 436211781	1263	1,237054174	96%	2,05	4%	528,55
	Iniciación Deportiva	Participante/Tercero	176 años	F 613611791	6107	1,237054174	96%	2,05	4%	534,27
	Iniciación al Movimiento	Participante/Tercero	65 años	F 1003111529	2525	1,237054174	96%	2,05	4%	453,38
	Formación Deportiva para Adultos	Participante	1035 años	F 2037110292	1383	1,237054174	96%	2,05	4%	501,16
Actividad Física	Red Unidos	Participante	1070 años	F 3482111359	6841	1,237054174	96%	2,05	4%	511,35
	Parques deportivos (Indicologías)	Participante	1070 años	F 1240311120	13522	1,237054174	96%	2,05	4%	530,91
	Café y el arte	Participante	4087 años	F 3504911325	38271	1,237054174	96%	2,05	4%	644,74
	Usa Activas Saludables	Participante/Tercero	768 años	F 21211284	496	1,237054174	96%	2,05	4%	261,38
	Centros de promoción de la Salud	Participante/Tercero	7191 años	F 318611187	4380	1,237054174	96%	2,05	4%	450,73
	Actividad Física para Mujeres geri	Participante	1451 años	F 1075	1075	1,237054174	96%	2,05	4%	384,98
Recreación	Ludotecas	Participante/Tercero	114 años	F 18738112033	4769	1,237054174	96%	2,05	4%	545,39
	Núcleo recreativo	Participante/Tercero	740 años	F 1920112052	3514	1,237054174	96%	2,05	4%	477,51
	Población en riesgo social y salud	Participante/Tercero	753 años	F 56811841	409	1,237054174	96%	2,05	4%	396,53
	Población víctima	Participante/Tercero	953 años	F 117011804	1974	1,237054174	96%	2,05	4%	451,74
	Población campesina vinculada al	Participante	1883 años	F 778112356	3142	1,237054174	96%	2,05	4%	465,95
	Recreación (Voluntarios)	Participante	1082 años	F 2814112819	5234	1,237054174	96%	2,05	4%	439,83
	Paseos recreativos	Participante	1085 años	F 884111143	267	1,237054174	96%	2,05	4%	423,45
	Recreación (Juegos Interactivos)	Participante/Tercero	541 años	F 628111574	2200	1,237054174	96%	2,05	4%	441,66
	Ciudad recreativa (Juegos y PC)	Participante	1062 años	F 9611193	179	1,237054174	96%	2,05	4%	135,20
	2. ENTREN									
Entren	Entren	Participante	1085 años	F 3111110	350	1,237054174	96%	2,05	4%	216,28
	Indicologías	Participante	1020 años	F 582111271	853	1,237054174	96%	2,05	4%	335,35
	Indicologías	Participante/Tercero	773 años	F 273111108	411	1,237054174	96%	2,05	4%	235,70
3. RESERVAS										
Escenarios	Escenarios	Participante/Tercero	3/97 años	F 16481110041	1689	1,237054174	96%	2,05	4%	527,66
	Escenarios	Participante/Tercero	885 años	F 218111263	81	1,237054174	96%	2,05	4%	70,64
	Escenarios	Participante/Tercero	103 años	F 1039111964	1463	1,237054174	96%	2,05	4%	401,10
	Escenarios Administrativos	Participante	1033 años	F 41107	11	1,237054174	96%	2,05	4%	10,79
	Escenarios múltiples	Participante	1033 años	F 214111923	493	1,237054174	96%	2,05	4%	248,9343295

Procedimiento para estimar el tamaño de muestra:
 Para estimar el tamaño de muestra representativo de una población, mediante el muestreo aleatorio simple (MAS), se sigue este procedimiento:

1. Se identifica si se trata de una población infinita (no se conoce el número total de la población N) o finita (se conoce el número total de la población N) y también si la variable objeto del estudio es cuantitativa o cualitativa. Este paso es importante para definir la fórmula por utilizar (la fórmula para estimar la muestra en una población infinita es diferente de la que se utiliza para estimar la muestra en poblaciones finitas) y la forma de estimar el valor del error de estimación que se va a utilizar en la respectiva fórmula (cuando la variable es cualitativa se utiliza un valor en porcentaje no superior a 10%, mientras que en el caso de las variables cuantitativas, el valor del error de estimación también es máximo 10%, pero es un valor absoluto estimado con base en el valor de la media).

Población Finita
 Total de usuarios año 2020==> 191753

2. Se determina la desviación estándar de la población que se puede obtener mediante resultados de estudio previos o mediante la realización de una "muestra piloto". Cuando se estima la desviación estándar de la población mediante la muestra piloto, se comienza por construir una tabla de frecuencias, resultado de la medición de la variable objeto del estudio (X_i).



3. Se define el nivel de confianza Z que se debe utilizar, el cual se encuentra en la función de distribución normal tipificada o tabla Z, que hoy día aparece en los libros de estadística y en varios de los libros de metodología de investigación. En este libro se encuentra como Anexo C. Para efectos de investigación, los valores de Z que se van a utilizar corresponden a niveles de confianza iguales o superiores a 90%, que en valores tipificados Z son valores iguales o superiores a 1,96.

Nivel de Confianza == 96% 2,05 0,98

4. Se define el error de estimación E (diferencia máxima entre la media muestral y la media poblacional que está dispuesto a aceptar el investigador, dependiendo del nivel de confianza (valores Z) y del valor estimado de la desviación S). En investigación científica, al error de estimación E se le asignan valores menores o iguales a 10% en relación inversa con los valores de Z y S, es decir, cuando se asigna un valor de nivel de confianza pequeño y la desviación estándar es grande, el error de estimación E debe ser pequeño. El valor estimado del coeficiente de S/x permite definir cuándo la desviación estándar de una población es grande o pequeña. En los casos en los que el valor de S/x son menores o iguales que 30%, se dice que la desviación estándar es pequeña (se entiende que la respectiva población tiende a ser homogénea), mientras que cuando la relación S/x es mayor que 30% pero menor que 60%, se dice que la desviación estándar es grande (se considera que la respectiva población tiende a ser heterogénea), pero si la relación S/x es superior a 60%, entonces se dice que la población objeto del estudio es heterogénea y en ese caso se recomienda una muestra piloto mayor y asignar nivel de confianza superior a 95% y error de estimación pequeño -menor o igual que 3%.

S/x= 46% >30%
Error de estimación == 4%

5. Se calcula el valor del tamaño de muestra representativo según la fórmula correspondiente y se concluye sobre el tamaño mínimo de muestra requerido especificando los respectivos valores de nivel de confianza (Z), desviación estándar, estimado (S) y error de estimación utilizado (E).

Tamaño de muestra

$$n = \frac{S^2}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{S^2}{N}}$$

Tabla Z*****>

ANEXO C Tablas estadísticas
Función de distribución normal tipificada

Para una variable normal tipificada Z, la tabla proporciona la función de distribución F(Z) = P(Z ≤ z)

z	F(Z)	z	F(Z)	z	F(Z)	z	F(Z)
0.00	0.5000	1.00	0.8413	2.00	0.9772	3.00	0.9987
0.01	0.5040	1.01	0.8439	2.01	0.9779	3.01	0.9987
0.02	0.5080	1.02	0.8478	2.02	0.9786	3.02	0.9988
0.03	0.5120	1.03	0.8517	2.03	0.9793	3.03	0.9988
0.04	0.5160	1.04	0.8556	2.04	0.9800	3.04	0.9989
0.05	0.5199	1.05	0.8595	2.05	0.9807	3.05	0.9989
0.06	0.5239	1.06	0.8634	2.06	0.9814	3.06	0.9990
0.07	0.5279	1.07	0.8673	2.07	0.9821	3.07	0.9990
0.08	0.5319	1.08	0.8712	2.08	0.9828	3.08	0.9991
0.09	0.5359	1.09	0.8751	2.09	0.9835	3.09	0.9991
0.10	0.5399	1.10	0.8790	2.10	0.9842	3.10	0.9992
0.11	0.5439	1.11	0.8829	2.11	0.9849	3.11	0.9992
0.12	0.5479	1.12	0.8868	2.12	0.9856	3.12	0.9993
0.13	0.5519	1.13	0.8907	2.13	0.9863	3.13	0.9993
0.14	0.5559	1.14	0.8946	2.14	0.9870	3.14	0.9994
0.15	0.5599	1.15	0.8985	2.15	0.9877	3.15	0.9994
0.16	0.5639	1.16	0.9024	2.16	0.9884	3.16	0.9995
0.17	0.5679	1.17	0.9063	2.17	0.9891	3.17	0.9995
0.18	0.5719	1.18	0.9102	2.18	0.9898	3.18	0.9996
0.19	0.5759	1.19	0.9141	2.19	0.9905	3.19	0.9996
0.20	0.5799	1.20	0.9180	2.20	0.9912	3.20	0.9997
0.21	0.5839	1.21	0.9219	2.21	0.9919	3.21	0.9997
0.22	0.5879	1.22	0.9258	2.22	0.9926	3.22	0.9998
0.23	0.5919	1.23	0.9297	2.23	0.9933	3.23	0.9998
0.24	0.5959	1.24	0.9336	2.24	0.9940	3.24	0.9999
0.25	0.5999	1.25	0.9375	2.25	0.9947	3.25	0.9999
0.26	0.6039	1.26	0.9414	2.26	0.9954	3.26	0.9999
0.27	0.6079	1.27	0.9453	2.27	0.9961	3.27	0.9999
0.28	0.6119	1.28	0.9492	2.28	0.9968	3.28	0.9999

Método de investigación

z	F(Z)	z	F(Z)	z	F(Z)	z	F(Z)
0.29	0.6159	1.29	0.9531	2.29	0.9975	3.29	0.9999
0.30	0.6199	1.30	0.9570	2.30	0.9982	3.30	0.9999
0.31	0.6239	1.31	0.9609	2.31	0.9989	3.31	0.9999
0.32	0.6279	1.32	0.9648	2.32	0.9996	3.32	0.9999
0.33	0.6319	1.33	0.9687	2.33	0.9999	3.33	0.9999
0.34	0.6359	1.34	0.9726	2.34	0.9999	3.34	0.9999
0.35	0.6399	1.35	0.9765	2.35	0.9999	3.35	0.9999
0.36	0.6439	1.36	0.9804	2.36	0.9999	3.36	0.9999
0.37	0.6479	1.37	0.9843	2.37	0.9999	3.37	0.9999
0.38	0.6519	1.38	0.9882	2.38	0.9999	3.38	0.9999
0.39	0.6559	1.39	0.9921	2.39	0.9999	3.39	0.9999
0.40	0.6599	1.40	0.9960	2.40	0.9999	3.40	0.9999
0.41	0.6639	1.41	0.9999	2.41	0.9999	3.41	0.9999
0.42	0.6679	1.42	0.9999	2.42	0.9999	3.42	0.9999
0.43	0.6719	1.43	0.9999	2.43	0.9999	3.43	0.9999
0.44	0.6759	1.44	0.9999	2.44	0.9999	3.44	0.9999
0.45	0.6799	1.45	0.9999	2.45	0.9999	3.45	0.9999
0.46	0.6839	1.46	0.9999	2.46	0.9999	3.46	0.9999
0.47	0.6879	1.47	0.9999	2.47	0.9999	3.47	0.9999
0.48	0.6919	1.48	0.9999	2.48	0.9999	3.48	0.9999
0.49	0.6959	1.49	0.9999	2.49	0.9999	3.49	0.9999
0.50	0.6999	1.50	0.9999	2.50	0.9999	3.50	0.9999
0.51	0.7039	1.51	0.9999	2.51	0.9999	3.51	0.9999
0.52	0.7079	1.52	0.9999	2.52	0.9999	3.52	0.9999
0.53	0.7119	1.53	0.9999	2.53	0.9999	3.53	0.9999
0.54	0.7159	1.54	0.9999	2.54	0.9999	3.54	0.9999
0.55	0.7199	1.55	0.9999	2.55	0.9999	3.55	0.9999
0.56	0.7239	1.56	0.9999	2.56	0.9999	3.56	0.9999
0.57	0.7279	1.57	0.9999	2.57	0.9999	3.57	0.9999
0.58	0.7319	1.58	0.9999	2.58	0.9999	3.58	0.9999
0.59	0.7359	1.59	0.9999	2.59	0.9999	3.59	0.9999
0.60	0.7399	1.60	0.9999	2.60	0.9999	3.60	0.9999
0.61	0.7439	1.61	0.9999	2.61	0.9999	3.61	0.9999

Anexo C Tablas estadísticas

z	F(Z)	z	F(Z)	z	F(Z)	z	F(Z)
0.62	0.7479	1.62	0.9999	2.62	0.9999	3.62	0.9999
0.63	0.7519	1.63	0.9999	2.63	0.9999	3.63	0.9999
0.64	0.7559	1.64	0.9999	2.64	0.9999	3.64	0.9999
0.65	0.7599	1.65	0.9999	2.65	0.9999	3.65	0.9999
0.66	0.7639	1.66	0.9999	2.66	0.9999	3.66	0.9999
0.67	0.7679	1.67	0.9999	2.67	0.9999	3.67	0.9999
0.68	0.7719	1.68	0.9999	2.68	0.9999	3.68	0.9999
0.69	0.7759	1.69	0.9999	2.69	0.9999	3.69	0.9999
0.70	0.7799	1.70	0.9999	2.70	0.9999	3.70	0.9999
0.71	0.7839	1.71	0.9999	2.71	0.9999	3.71	0.9999
0.72	0.7879	1.72	0.9999	2.72	0.9999	3.72	0.9999
0.73	0.7919	1.73	0.9999	2.73	0.9999	3.73	0.9999
0.74	0.7959	1.74	0.9999	2.74	0.9999	3.74	0.9999
0.75	0.7999	1.75	0.9999	2.75	0.9999	3.75	0.9999
0.76	0.8039	1.76	0.9999	2.76	0.9999	3.76	0.9999
0.77	0.8079	1.77	0.9999	2.77	0.9999	3.77	0.9999
0.78	0.8119	1.78	0.9999	2.78	0.9999	3.78	0.9999
0.79	0.8159	1.79	0.9999	2.79	0.9999	3.79	0.9999
0.80	0.8199	1.80	0.9999	2.80	0.9999	3.80	0.9999
0.81	0.8239	1.81	0.9999	2.81	0.9999	3.81	0.9999
0.82	0.8279	1.82	0.9999	2.82	0.9999	3.82	0.9999
0.83	0.8319	1.83	0.9999	2.83	0.9999	3.83	0.9999
0.84	0.8359	1.84	0.9999	2.84	0.9999	3.84	0.9999
0.85	0.8399	1.85	0.9999	2.85	0.9999	3.85	0.9999
0.86	0.8439	1.86	0.9999	2.86	0.9999	3.86	0.9999
0.87	0.8479	1.87	0.9999	2.87	0.9999	3.87	0.9999
0.88	0.8519	1.88	0.9999	2.88	0.9999	3.88	0.9999
0.89	0.8559	1.89	0.9999	2.89	0.9999	3.89	0.9999
0.90	0.8599	1.90	0.9999	2.90	0.9999	3.90	0.9999
0.91	0.8639	1.91	0.9999	2.91	0.9999	3.91	0.9999
0.92	0.8679	1.92	0.9999	2.92	0.9999	3.92	0.9999
0.93	0.8719	1.93	0.9999	2.93	0.9999	3.93	0.9999
0.94	0.8759	1.94	0.9999	2.94	0.9999	3.94	0.9999
0.95	0.8799	1.95	0.9999	2.95	0.9999	3.95	0.9999
0.96	0.8839	1.96	0.9999	2.96	0.9999	3.96	0.9999
0.97	0.8879	1.97	0.9999	2.97	0.9999	3.97	0.9999
0.98	0.8919	1.98	0.9999	2.98	0.9999	3.98	0.9999
0.99	0.8959	1.99	0.9999	2.99	0.9999	3.99	0.9999



2. Encuestas anteriores realizadas en el INDER.

1. Encuesta:

Encuesta de satisfacción T2 Atención al Ciudadano - INDER Medellín- 2020

AVISO DE PRIVACIDAD Y AUTORIZACIÓN: INDER-MEDELLÍN, Se encuentra comprometido con el adecuado manejo de los datos personales y en calidad de responsable dando cumplimiento a la Ley 1581 de 2012 y el decreto 1074 de 2015 de Protección de Datos Personales, por ello entiende que la persona al insertar sus datos personales en el presente documento ha leído, entendido y aceptado la política de protección de datos aceptando la finalidad dada a los datos aquí recolectados para la realización de capacitaciones, desarrollo de estrategias INDER, listados de asistencia, formación, y cualquier otra actividad liderada por el instituto, dispuesta en la política de la institución. SE ENTIENDE QUE LA AUTORIZACIÓN ES EXPRESA E INFORMADA por parte del titular de datos en el presente documento de registro. Cualquier inquietud favor dirigirse al correo institucional proteccion.datos@inder.gov.co o consulte los demás canales de atención en la política divulgada en <https://www.inder.gov.co> para ejercer los derechos de conocer, actualizar, rectificar, suprimir y revocar la autorización. Con el fin de evaluar el servicio prestado por el Instituto de Deporte y Recreación de Medellín, en su proceso de Atención al ciudadano, le solicitamos responder las siguientes preguntas que nos permitirán mejorar nuestros servicios.

1. ¿El servicio recibido cumplió con sus expectativas?

- Sí
 No

2. ¿El servicio se prestó de manera oportuna?

- Sí
 No

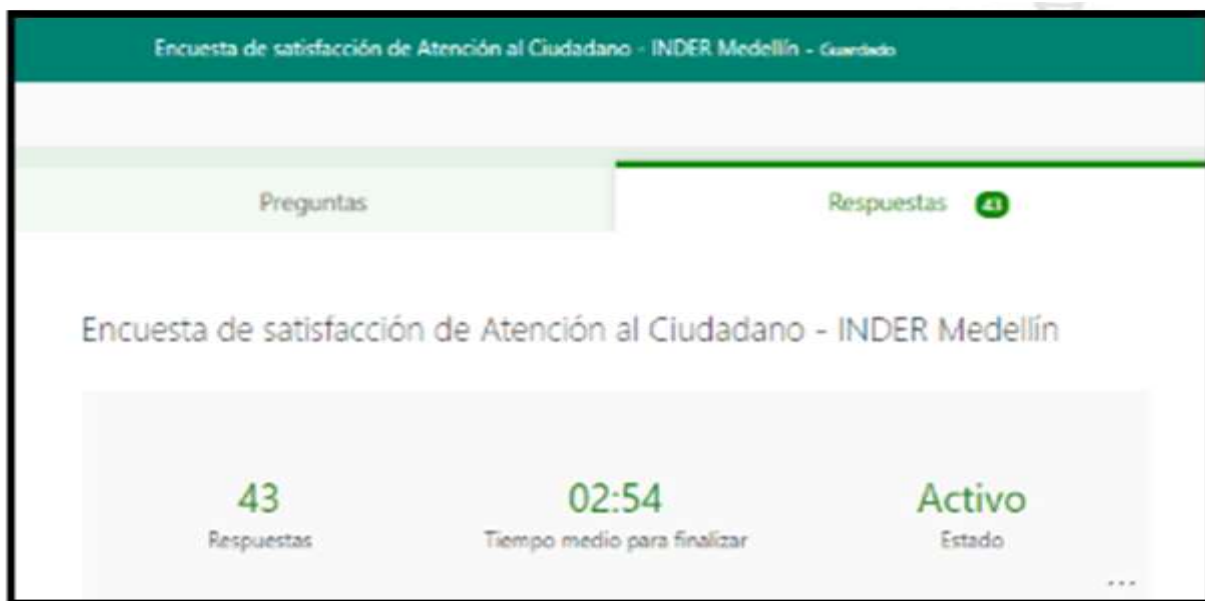
3. ¿Considera útil la información recibida?

- Sí
 No

4. Sugerencias para prestar un mejor servicio:

Enviar

Resultados Encuesta 1



Total de usuarios INDER: 191.753

Total de usuarios que diligenciaron la encuesta: 43

$$\frac{43 \times 100}{191753} = 2\% \text{ de participación de los usuarios}$$

2. Encuesta:

Encuesta de satisfacción de Reconocimiento Deportivo

AVISO DE PRIVACIDAD Y AUTORIZACIÓN: INDER-MEDELLÍN, Se encuentra comprometido con el adecuado manejo de los datos personales y en calidad de responsable dando cumplimiento a la Ley 1581 de 2012 y el decreto 1074 de 2015 de Protección de Datos Personales, por ello entiende que la persona al insertar sus datos personales en el presente documento ha leído, entendido y aceptado la política de protección de datos aceptando la finalidad dada a los datos aquí recolectados para la realización de capacitaciones, desarrollo de estrategias INDER, listados de asistencia, formación, y cualquier otra actividad liderada por el instituto, dispuesta en la política de la institución. SE ENTIENDE QUE LA AUTORIZACIÓN ES EXPRESA E INFORMADA por parte del titular de datos en el presente documento de registro. Cualquier inquietud favor dirigirse al correo institucional proteccion.datos@inder.gov.co o consulte los demás canales de atención en la política divulgada en <https://www.inder.gov.co> para ejercer los derechos de conocer, actualizar, rectificar, suprimir y revocar la autorización. Con el fin de evaluar el servicio prestado por el Instituto de Deportes y Recreación de Medellín, en la expedición del Reconocimiento

Deportivo o actualización de algún documento para el trámite, le solicitamos responder las siguientes preguntas que nos permitirán mejorar nuestros servicios.

1. Nombre del Club

2. El acceso al trámite fue:

- Virtual
- Presencial
- Ambos

3. La asesoría recibida sobre el trámite fue:

Selecciona la respuesta

4. ¿Si responde Mala, explique por qué?

5. El trato del funcionario en la asesoría fue:

Selecciona la respuesta

6. ¿Si responde Malo, explique por qué?

7. ¿Se le presentó alguna dificultad en el proceso?

Selecciona la respuesta

8. ¿Si respondió Sí, diga cuál?

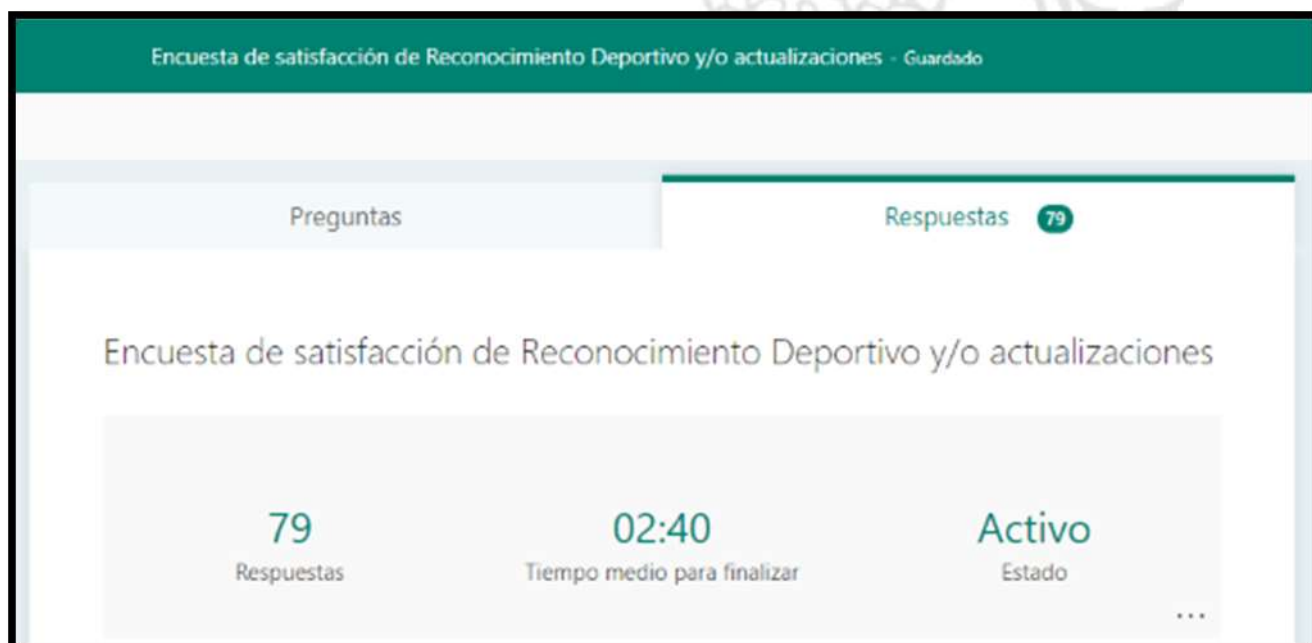
9. ¿El trámite tuvo algún costo?

- Sí
- No

10. Para mejorar el proceso, ¿nos quiere dar alguna recomendación?

Enviar

Resultados Encuesta 2



Total de usuarios que solicitaron trámites en el INDER:

Total de usuarios que diligenciaron la encuesta: 79

$$\frac{79 \times 100}{220} = 35\% \text{ de participación de los usuarios}$$



3. Diseño de Encuesta.

Encuesta 1. Servicio: Estrategias.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS POR LOS USUARIOS DEL INDER MEDELLÍN						
AVISO DE PRIVACIDAD Y AUTORIZACIÓN						
<p>INDER-MEDELLÍN, Se encuentra comprometido con el adecuado manejo de los datos personales y en calidad de responsable dando cumplimiento a la Ley 1581 de 2012 y el decreto 1074 de 2015 de Protección de Datos Personales, por ello entiende que la persona al insertar sus datos personales en el presente documento ha leído, entendido y aceptado la política de protección de datos aceptando la finalidad dada a los datos aquí recolectados para la realización de capacitaciones, desarrollo de estrategias INDER, listados de asistencia, formación, y cualquier otra actividad liderada por el instituto, dispuesta en la política de la institución. SE ENTIENDE QUE LA AUTORIZACIÓN ES EXPRESA E INFORMADA, por parte del titular de datos en el presente documento de registro. Cualquier inquietud favor dirigirse al correo institucional proteccion.datos@inder.gov.co o consulte los demás canales de atención en la política divulgada en https://www.inder.gov.co para ejercer los derechos de conocer, actualizar, rectificar, suprimir y revocar la autorización. Con el fin de evaluar el servicio prestado por el Instituto de Deporte y Recreación de Medellín, en su proceso de Atención al ciudadano, le solicitamos responder las siguientes preguntas que nos permitirán mejorar nuestros servicios.</p>						
DATOS DE IDENTIFICACIÓN						
Nombre: Nro. de Identificación: Sexo: Edad: Servicio:						
Objetivo de la encuesta						
Evaluar la calidad de los servicios que ofrece el INDER, para identificar los puntos críticos, analizarlos y buscar estrategias de mejora continua, con el fin de mantener la satisfacción permanente de los usuarios.						
Categorías		Calificación				
PROFESIONALISMO		Instrucciones de diligenciamiento: Marca con una X la casilla que esta más cercana a tu opinión en las siguientes preguntas, bajo esta calificación: Totalmente insatisfecho, Insatisfecho, Algo satisfecho, Satisfecho, Totalmente satisfecho				
ITEMS						
¿Cómo califica la calidad de la prestación del servicio ofrecido por el INDER Medellín?, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:		Totalment e insatisfec ho	Insatisfec ho	Algo satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho
1. Contenido de la clase						
2. Materiales para el desarrollo de la clase						
3. Actitud del docente						
4. Conocimiento técnico del docente						
5. Puntualidad en la prestación del servicio.						

¿Cómo califica los siguientes aspectos del docente que lo atendió?	Totalmente insatisfecho	Insatisfecho	Algo satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho
6. Presentación personal					
7. Amabilidad					
8. Calidad de la asesoría recibida					
9. Conocimiento y dominio del tema					


INSTALACIONES	Instrucciones de diligenciamiento: Marca con una X la casilla que esta más cercana a tu opinión en las siguientes preguntas, bajo esta calificación: Totalmente insatisfecho, Insatisfecho, Algo satisfecho, Satisfecho, Totalmente satisfecho				
ÍTEMS	Totalmente insatisfecho	Insatisfecho	Algo satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho
¿Cómo califica los siguientes aspectos de este punto de servicio?					
10. Facilidad de acceso					
11. Estado de las instalaciones					
12. Limpieza					
13. Orden					
14. Seguridad					
15. Materiales o implementos brindados para el servicio					

CAPACIDAD DE RESPUESTA	Instrucciones de diligenciamiento: Marca con una X la casilla que esta más cercana a tu opinión en las siguientes preguntas, bajo esta calificación: Nunca, Casi nunca, Ocasionalmente, Casi todos los días, Todos los días.				
ÍTEMS	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmen	Casi todos los días	Todos los días
16. ¿El docente o gestor tiene disponibilidad de ayuda durante la prestación del servicio?					
17. ¿Considera usted que el tiempo para acceder al servicio es rápido?					
18. ¿Accederías nuevamente a este servicio?					

COMUNICACIÓN	Instrucciones de diligenciamiento: Marca con una X la casilla que esta más cercana a tu opinión en las siguientes preguntas, bajo esta calificación: Nunca, Casi nunca, Ocasionalmente, Casi todos los días, Todos los días.				
ÍTEMS	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi todos los días	Todos los días
19. ¿El lenguaje utilizado por el docente o gestor durante la prestación del servicio es claro?					
20. ¿Considera usted el docente o gestor tiene disposición para escuchar sus dudas?					

Encuesta 2. Servicios: Eventos y Reservas



ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS POR LOS USUARIOS DEL INDER MEDELLÍN						
AVISO DE PRIVACIDAD Y AUTORIZACIÓN						
<p>INDER-MEDELLÍN, Se encuentra comprometido con el adecuado manejo de los datos personales y en calidad de responsable dando cumplimiento a la Ley 1581 de 2012 y el decreto 1074 de 2015 de Protección de Datos Personales, por ello entiende que la persona al insertar sus datos personales en el presente documento ha leído, entendido y aceptado la política de protección de datos aceptando la finalidad dada a los datos aquí recolectados para la realización de capacitaciones, desarrollo de estrategias INDER, listados de asistencia, formación, y cualquier otra actividad liderada por el instituto, dispuesta en la política de la institución. SE ENTIENDE QUE LA AUTORIZACIÓN ES EXPRESA E INFORMADA por parte del titular de datos en el presente documento de registro. Cualquier inquietud favor dirigirse al correo institucional proteccion.datos@inder.gov.co o consulte los demás canales de atención en la política divulgada en https://www.inder.gov.co para ejercer los derechos de conocer, actualizar, rectificar, suprimir y revocar la autorización. Con el fin de evaluar el servicio prestado por el Instituto de Deporte y Recreación de Medellín, en su proceso de Atención al ciudadano, le solicitamos responder las siguientes preguntas que nos permitirán mejorar nuestros servicios.</p>						
DATOS DE IDENTIFICACIÓN						
Nombre: Nro. de Identificación: Sexo: Edad: Servicio:						
Objetivo de la encuesta						
Evaluar la calidad de los servicios que ofrece el INDER, para identificar los puntos críticos, analizarlos y buscar estrategias de mejora continua, con el fin de mantener la satisfacción permanente de los usuarios.						
Categorías		Calificación				
INSTALACIONES		Instrucciones de diligenciamiento: Marca con una X la casilla que esta más cercana a tu opinión en las siguientes preguntas, bajo esta calificación: Totalmente insatisfecho, Insatisfecho, Algo satisfecho, Satisfecho, Totalmente satisfecho				
ÍTEMS		Totalmente insatisfecho	Insatisfecho	Algo satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho
¿Cómo califica los siguientes aspectos de este punto de servicio?						
10. Facilidad de acceso a la reserva						
11. Estado de las instalaciones:						
12. Limpieza						
13. Orden						
14. Seguridad						
15. Materiales o implementos brindados para el						
CAPACIDAD DE RESPUESTA		Instrucciones de diligenciamiento: Marca con una X la casilla que esta más cercana a tu opinión en las siguientes preguntas, bajo esta calificación: Nunca, Casi nunca, Ocasionalmente, Casi todos los días, Todos los días.				
ÍTEMS		Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi todos los días	Todos los días
16. ¿El docente o gestor tiene disponibilidad de ayuda durante la prestación del servicio?						
17. ¿Considera usted que el tiempo para acceder al servicio es rápido?						
18. ¿Accederías nuevamente a este servicio?						
COMUNICACIÓN		Instrucciones de diligenciamiento: Marca con una X la casilla que esta más cercana a tu opinión en las siguientes preguntas, bajo esta calificación: Nunca, Casi nunca, Ocasionalmente, Casi todos los días, Todos los días.				
ÍTEMS		Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi todos los días	Todos los días
19. ¿El lenguaje utilizado por el docente o gestor durante la prestación del servicio es claro?						
20. ¿Considera usted el docente o gestor tiene disposición para escuchar sus dudas?						

Calificación.



Tablas de calificación====>

Calificación	Puntaje
Totalmente insatisfecho	1
Insatisfecho	2
Algo satisfecho	3
Satisfecho	4
Totalmente satisfecho	5

Calificación	Puntaje
Nunca	1
Casi nunca	2
Ocasionalmente	3
Casi todos los días	4
Todos los días	5

Tablas de análisis de los resultados====>

Análisis de los resultados ENCUESTA 1 de acuerdo al puntaje

Entre 0 y 25 ==> Implica Insatisfacción general.
Entre 26 y 50 ==> Insatisfacción con respecto a ciertas características.
Entre 51 y 80 ==> Una disposición neutral
Entre 81 y 100==> Satisfacción

Análisis de los resultados ENCUESTA 2 de acuerdo al puntaje

Entre 0 y 14 ==> Implica Insatisfacción general.
Entre 15 y 27 ==> Insatisfacción con respecto a ciertas características.
Entre 28 y 44 ==> Una disposición neutral
Entre 45 y 55==> Satisfacción


El mejor puntaje máximo= 100

El mejor puntaje máximo= 55



4. Prueba de Encuestas.

1 Prueba Encuesta 1. Servicio: Estrategias.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS POR LOS USUARIOS DEL INDER MEDELLÍN					
AVISO DE PRIVACIDAD Y AUTORIZACIÓN					
<p>INDER-MEDELLÍN, Se encuentra comprometido con el adecuado manejo de los datos personales y en calidad de responsable dando cumplimiento a la Ley 1581 de 2012 y el decreto 1074 de 2015 de Protección de Datos Personales, por ello entiende que la persona al insertar sus datos personales en el presente documento ha leído, entendido y aceptado la política de protección de datos aceptando la finalidad dada a los datos aquí recolectados para la realización de capacitaciones, desarrollo de estrategias INDER, listados de asistencia, formación, y cualquier otra actividad liderada por el instituto, dispuesta en la política de la institución. SE ENTIENDE QUE LA AUTORIZACIÓN ES EXPRESA E INFORMADA por parte del titular de datos en el presente documento de registro. Cualquier inquietud favor dirigirse al correo institucional proteccion.datos@inder.gov.co o consulte los demás canales de atención en la política divulgada en https://www.inder.gov.co para ejercer los derechos de conocer, actualizar, rectificar, suprimir y revocar la autorización. Con el fin de evaluar el servicio prestado por el Instituto de Deporte y Recreación de Medellín, en su proceso de Atención al ciudadano, le solicitamos responder las siguientes preguntas que nos permitirán mejorar nuestros servicios.</p>					
DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
<p>Nombre: Nro. de Identificación: Sexo: Femenino Edad: 29 Servicio: Desarrollo Deportivo</p>					
Objetivo de la encuesta					
<p>Evaluar la calidad de los servicios que ofrece el INDER, para identificar los puntos críticos, analizarlos y buscar estrategias de mejora continua, con el fin de mantener la satisfacción permanente de los usuarios.</p>					
Categorías	Calificación				
PROFESIONALISMO	<p>Instrucciones de diligenciamiento: Marca con una X la casilla que esta más cercana a tu opinión en las siguientes preguntas, bajo esta calificación: Totalmente insatisfecho, Insatisfecho, Algo satisfecho, Satisfecho, Totalmente satisfecho</p>				
ÍTEMS	Totalment e insatisfec ho	Insatisfec ho	Algo satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho
¿Cómo califica la calidad de la prestación del servicio ofrecido por el INDER Medellín?, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:					
1. Contenido de la clase			x		
2. Materiales para el desarrollo de la clase	x				
3. Actitud del docente				x	
4. Conocimiento técnico del docente					x
5. Puntualidad en la prestación del servicio.					x
¿Cómo califica los siguientes aspectos del docente que lo atendió?					
6. Presentación personal					x
7. Amabilidad					x
8. Calidad de la asesoría recibida			x		
9. Conocimiento y dominio del tema					x
INSTALACIONES	<p>Instrucciones de diligenciamiento: Marca con una X la casilla que esta más cercana a tu opinión en las siguientes preguntas, bajo esta calificación: Totalmente insatisfecho, Insatisfecho, Algo satisfecho, Satisfecho, Totalmente satisfecho</p>				
ÍTEMS	Totalment e insatisfec ho	Insatisfec ho	Algo satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho
¿Cómo califica los siguientes aspectos de este punto de servicio?					
10. Facilidad de acceso					x
11. Estado de las instalaciones					x
12. Limpieza					x
13. Orden					x
14. Seguridad					x
15. Materiales o implementos brindados para el servicio.	x				
CAPACIDAD DE RESPUESTA	<p>Instrucciones de diligenciamiento: Marca con una X la casilla que esta más cercana a tu opinión en las siguientes preguntas, bajo esta calificación: Nunca, Casi nunca, Ocasionalmente, Casi todos los días, Todos los días.</p>				
ÍTEMS	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalm e	Casi todos los días	Todos los días
16. ¿El docente o gestor tiene disponibilidad de ayuda durante la prestación del servicio?					x
17. ¿Considera usted que el tiempo para acceder al servicio es rápido?					x
18. ¿Accederías nuevamente a este servicio?			x		
COMUNICACIÓN	<p>Instrucciones de diligenciamiento: Marca con una X la casilla que esta más cercana a tu opinión en las siguientes preguntas, bajo esta calificación: Nunca, Casi nunca, Ocasionalmente, Casi todos los días, Todos los días.</p>				
ÍTEMS	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalm e	Casi todos los días	Todos los días
19. ¿El lenguaje utilizado por el docente o gestor durante la prestación del servicio es claro?					x
20. ¿Considera usted el docente o gestor tiene disposición para escuchar sus dudas?					x


2 Prueba Encuesta 1. Servicio: Estrategias.



ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS POR LOS USUARIOS DEL INDER MEDELLÍN						
AVISO DE PRIVACIDAD Y AUTORIZACIÓN						
<p>INDER-MEDELLÍN, Se encuentra comprometido con el adecuado manejo de los datos personales y en calidad de responsable dando cumplimiento a la Ley 1581 de 2012 y el decreto 1074 de 2015 de Protección de Datos Personales, por ello entiende que la persona al insertar sus datos personales en el presente documento ha leído, entendido y aceptado la política de protección de datos aceptando la finalidad dada a los datos aquí recolectados para la realización de capacitaciones, desarrollo de estrategias INDER, listados de asistencia, formación, y cualquier otra actividad liderada por el instituto, dispuesta en la política de la institución. SE ENTIENDE QUE LA AUTORIZACIÓN ES EXPRESA E INFORMADA por parte del titular de datos en el presente documento de registro. Cualquier inquietud favor dirigirse al correo institucional proteccion.datos@inder.gov.co o consulte los demás canales de atención en la política divulgada en https://www.inder.gov.co para ejercer los derechos de conocer, actualizar, rectificar, suprimir y revocar la autorización. Con el fin de evaluar el servicio prestado por el Instituto de Deporte y Recreación de Medellín, en su proceso de Atención al ciudadano, le solicitamos responder las siguientes preguntas que nos permitirán mejorar nuestros servicios.</p>						
DATOS DE IDENTIFICACIÓN						
Nombre: Nro. de identificación: Sexo: Femenino Edad: 27 Servicio: Formación Deportiva para adultos						
Objetivo de la encuesta						
Evaluar la calidad de los servicios que ofrece el INDER, para identificar los puntos críticos, analizarlos y buscar estrategias de mejora continua, con el fin de mantener la satisfacción permanente de los usuarios.						
Categorías		Calificación				
PROFESIONALISMO		Instrucciones de diligenciamiento: Marca con una X la casilla que esta más cercana a tu opinión en las siguientes preguntas, bajo esta calificación: Totalmente insatisfecho, Insatisfecho, Algo satisfecho, Satisfecho, Totalmente satisfecho				
ÍTEMS		Totalmente insatisfecho	Insatisfecho	Algo satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho
¿Cómo califica la calidad de la prestación del servicio ofrecido por el INDER Medellín?, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:						
1. Contenido de la clase					x	x
2. Materiales para el desarrollo de la clase					x	
3. Actitud del docente					x	x
4. Conocimiento técnico del docente					x	
5. Puntualidad en la prestación del servicio.					x	
¿Cómo califica los siguientes aspectos del docente que lo atendió?		Totalmente insatisfecho	Insatisfecho	Algo satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho
6. Presentación personal						x
7. Amabilidad						x
8. Calidad de la asesoría recibida						x
9. Conocimiento y dominio del tema						x
INSTALACIONES		Instrucciones de diligenciamiento: Marca con una X la casilla que esta más cercana a tu opinión en las siguientes preguntas, bajo esta calificación: Totalmente insatisfecho, Insatisfecho, Algo satisfecho, Satisfecho, Totalmente satisfecho				
ÍTEMS		Totalmente insatisfecho	Insatisfecho	Algo satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho
¿Cómo califica los siguientes aspectos de este punto de servicio?						
10. Facilidad de acceso						x
11. Estado de las instalaciones					x	
12. Limpieza						x
13. Orden						x
14. Seguridad						x
15. Materiales o implementos brindados para el servicio						x
CAPACIDAD DE RESPUESTA		Instrucciones de diligenciamiento: Marca con una X la casilla que esta más cercana a tu opinión en las siguientes preguntas, bajo esta calificación: Nunca, Casi nunca, Ocasionalmente, Casi todos los días, Todos los días.				
ÍTEMS		Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi todos los días	Todos los días
16. ¿El docente o gestor tiene disponibilidad de ayuda durante la prestación del servicio?						x
17. ¿Considera usted que el tiempo para acceder al servicio es rápido?						x
18. ¿Accederías nuevamente a este servicio?						x
COMUNICACIÓN		Instrucciones de diligenciamiento: Marca con una X la casilla que esta más cercana a tu opinión en las siguientes preguntas, bajo esta calificación: Nunca, Casi nunca, Ocasionalmente, Casi todos los días, Todos los días.				
ÍTEMS		Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi todos los días	Todos los días
19. ¿El lenguaje utilizado por el docente o gestor durante la prestación del servicio es claro?					x	
20. ¿Considera usted el docente o gestor tiene disposición para escuchar sus dudas?						x

1 Prueba Encuesta 2. Servicios: Eventos y Reservas



ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS POR LOS USUARIOS DEL INDER MEDELLÍN						
AVISO DE PRIVACIDAD Y AUTORIZACIÓN						
<p>INDER-MEDELLÍN, Se encuentra comprometido con el adecuado manejo de los datos personales y en calidad de responsable dando cumplimiento a la Ley 1581 de 2012 y el decreto 1074 de 2015 de Protección de Datos Personales, por ello entiende que la persona al insertar sus datos personales en el presente documento ha leído, entendido y aceptado la política de protección de datos aceptando la finalidad dada a los datos aquí recolectados para la realización de capacitaciones, desarrollo de estrategias INDER, listados de asistencia, formación, y cualquier otra actividad liderada por el instituto, dispuesta en la política de la institución. SE ENTIENDE QUE LA AUTORIZACIÓN ES EXPRESA E INFORMADA por parte del titular de datos en el presente documento de registro. Cualquier inquietud favor dirigirse al correo institucional proteccion.datos@inder.gov.co o consulte los demás canales de atención en la política divulgada en https://www.inder.gov.co para ejercer los derechos de conocer, actualizar, rectificar, suprimir y revocar la autorización. Con el fin de evaluar el servicio prestado por el Instituto de Deporte y Recreación de Medellín, en su proceso de Atención al ciudadano, le solicitamos responder las siguientes preguntas que nos permitirán mejorar nuestros servicios.</p>						
DATOS DE IDENTIFICACIÓN						
Nombre: Nro. de Identificación: Sexo: Masculino Edad: 28 Servicio: Pista Multipropósito						
Objetivo de la encuesta						
Evaluar la calidad de los servicios que ofrece el INDER, para identificar los puntos críticos, analizarlos y buscar estrategias de mejora continua, con el fin de mantener la satisfacción permanente de los usuarios.						
Categorías		Calificación				
INSTALACIONES		Instrucciones de diligenciamiento: Marca con una X la casilla que esta más cercana a tu opinión en las siguientes preguntas, bajo esta calificación: Totalmente insatisfecho, Insatisfecho, Algo satisfecho, Satisfecho, Totalmente satisfecho				
ÍTEMES		Totalmente insatisfecho	Insatisfecho	Algo satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho
¿Cómo califica los siguientes aspectos de este punto de servicio?						
1. Facilidad de acceso a la reserva					x	
2. Estado de las instalaciones:					x	
3. Limpieza						x
4. Orden						x
5. Seguridad						x
6. Materiales o implementos brindados para el servicio						x
CAPACIDAD DE RESPUESTA		Instrucciones de diligenciamiento: Marca con una X la casilla que esta más cercana a tu opinión en las siguientes preguntas, bajo esta calificación: Nunca, Casi nunca, Ocasionalmente, Casi todos los días, Todos los días.				
ÍTEMES		Nunca	Casi	Ocasionalmente	Casi todos	Todos los días
7. ¿El docente o gestor tiene disponibilidad de ayuda durante la prestación del servicio?						x
8. ¿Considera usted que el tiempo para acceder al servicio es rápido?						x
9. ¿Accederías nuevamente a este servicio?						x
COMUNICACIÓN		Instrucciones de diligenciamiento: Marca con una X la casilla que esta más cercana a tu opinión en las siguientes preguntas, bajo esta calificación: Nunca, Casi nunca, Ocasionalmente, Casi todos los días, Todos los días.				
ÍTEMES		Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi todos los días	Todos los días
10. ¿El lenguaje utilizado por el docente o gestor durante la prestación del servicio es claro?					x	
11. ¿Considera usted el docente o gestor tiene disposición para escuchar sus dudas?					x	

2 Prueba Encuesta 2. Servicios: Eventos y Reservas



ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS POR LOS USUARIOS DEL INDER MEDELLÍN					
AVISO DE PRIVACIDAD Y AUTORIZACIÓN					
<p>INDER-MEDELLÍN, Se encuentra comprometido con el adecuado manejo de los datos personales y en calidad de responsable dando cumplimiento a la Ley 1581 de 2012 y el decreto 1074 de 2015 de Protección de Datos Personales, por ello entiende que la persona al insertar sus datos personales en el presente documento ha leído, entendido y aceptado la política de protección de datos aceptando la finalidad dada a los datos aquí recolectados para la realización de capacitaciones, desarrollo de estrategias INDER, listados de asistencia, formación, y cualquier otra actividad liderada por el instituto, dispuesta en la política de la institución. SE ENTIENDE QUE LA AUTORIZACIÓN ES EXPRESA E INFORMADA por parte del titular de datos en el presente documento de registro. Cualquier inquietud favor dirigirse al correo institucional proteccion.datos@inder.gov.co o consulte los demás canales de atención en la política divulgada en https://www.inder.gov.co para ejercer los derechos de conocer, actualizar, rectificar, suprimir y revocar la autorización. Con el fin de evaluar el servicio prestado por el Instituto de Deporte y Recreación de Medellín, en su proceso de Atención al ciudadano, le solicitamos responder las siguientes preguntas que nos permitirán mejorar nuestros servicios.</p>					
DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
<p>Nombre: _____ Nro. de Identificación: _____ Sexo: Femenino Edad: _____ Servicio: Piscinas</p>					
Objetivo de la encuesta					
<p>Evaluar la calidad de los servicios que ofrece el INDER, para identificar los puntos críticos, analizarlos y buscar estrategias de mejora continua, con el fin de mantener la satisfacción permanente de los usuarios.</p>					
Categorías	Calificación				
INSTALACIONES	<p>Instrucciones de diligenciamiento: Marca con una X la casilla que esta más cercana a tu opinión en las siguientes preguntas, bajo esta calificación: Totalmente insatisfecho, Insatisfecho, Algo satisfecho, Satisfecho, Totalmente satisfecho</p>				
ÍTEMS	Totalmente insatisfecho	Insatisfecho	Algo satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho
¿Cómo califica los siguientes aspectos de este punto de servicio?					
1. Facilidad de acceso a la reserva					x
2. Estado de las instalaciones:					x
3. Limpieza					x
4. Orden					x
5. Seguridad				x	
6. Materiales o implementos brindados para el servicio				x	
CAPACIDAD DE RESPUESTA	<p>Instrucciones de diligenciamiento: Marca con una X la casilla que esta más cercana a tu opinión en las siguientes preguntas, bajo esta calificación: Nunca, Casi nunca, Ocasionalmente, Casi todos los días, Todos los días.</p>				
ÍTEMS	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi todos los días	Todos los días
7. ¿El docente o gestor tiene disponibilidad de ayuda durante la prestación del servicio?					x
8. ¿Considera usted que el tiempo para acceder al servicio es rápido?				x	
9. ¿Accederías nuevamente a este servicio?				x	
COMUNICACIÓN	<p>Instrucciones de diligenciamiento: Marca con una X la casilla que esta más cercana a tu opinión en las siguientes preguntas, bajo esta calificación: Nunca, Casi nunca, Ocasionalmente, Casi todos los días, Todos los días.</p>				
ÍTEMS	Nunca	Casi Nunca	Ocasionalmente	Casi todos los días	Todos los días
10. ¿El lenguaje utilizado por el docente o gestor durante la prestación del servicio es claro?					x
11 ¿Considera usted el docente o gestor tiene disposición para escuchar sus dudas?					x