

---

# Revisión de la “Encuesta de satisfacción del usuario del servicio de guardería” (2025-1)

## Aspectos Cualitativos

MADE BY: ITERA ESTRATEGIA INSTITUCIONAL

---

# Contenido

01

1.-Objetivo y definiciones (cuantitativo y cualitativo)

02

2.-Objeciones al método: la escala de Likert (escala de 5)

03

3.-Objeciones de Requisitos de una encuesta para su validez

04

4.-Objeciones de Elementos de una encuesta para su utilidad.

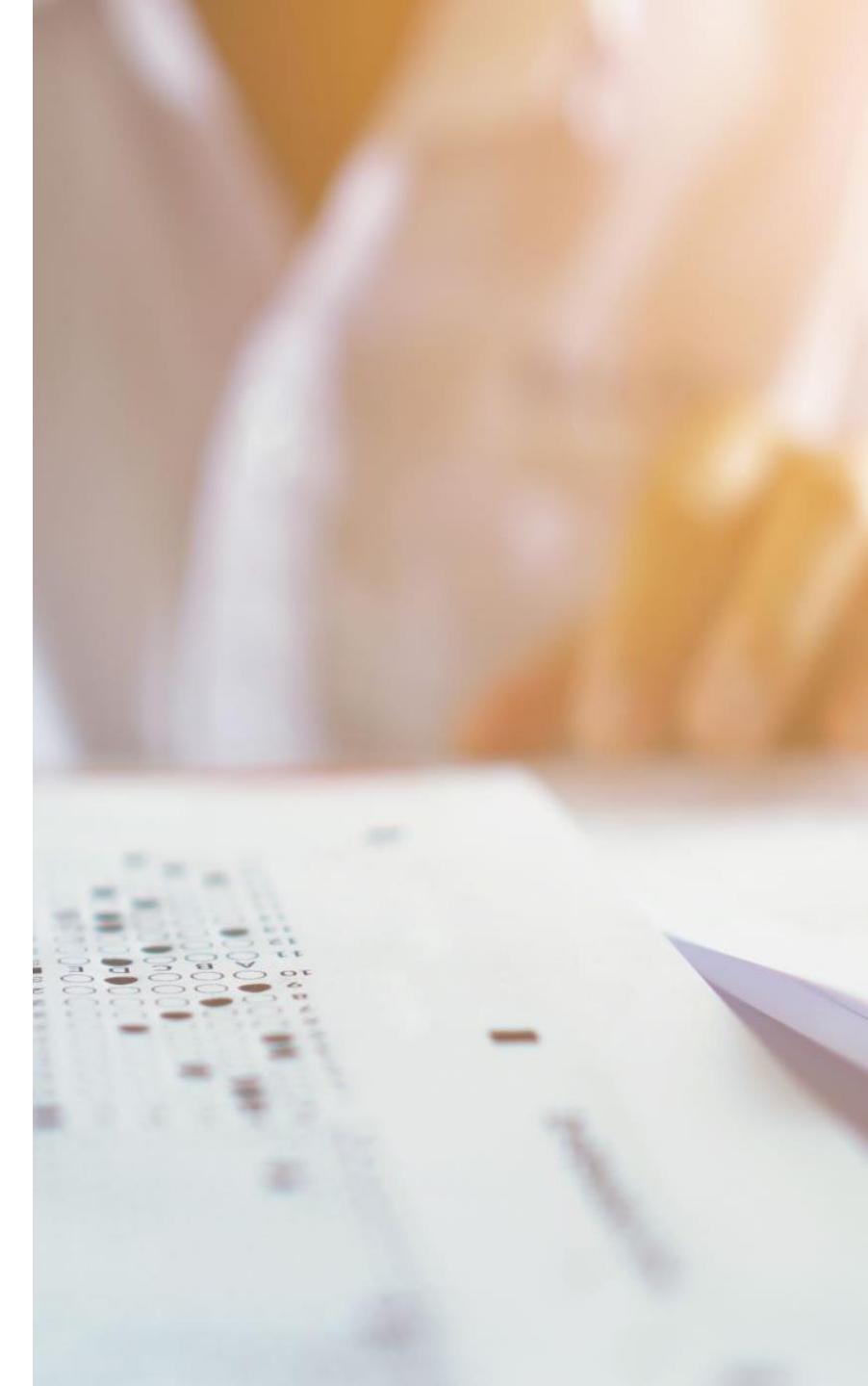
# Parte 1



---

## Objetivo

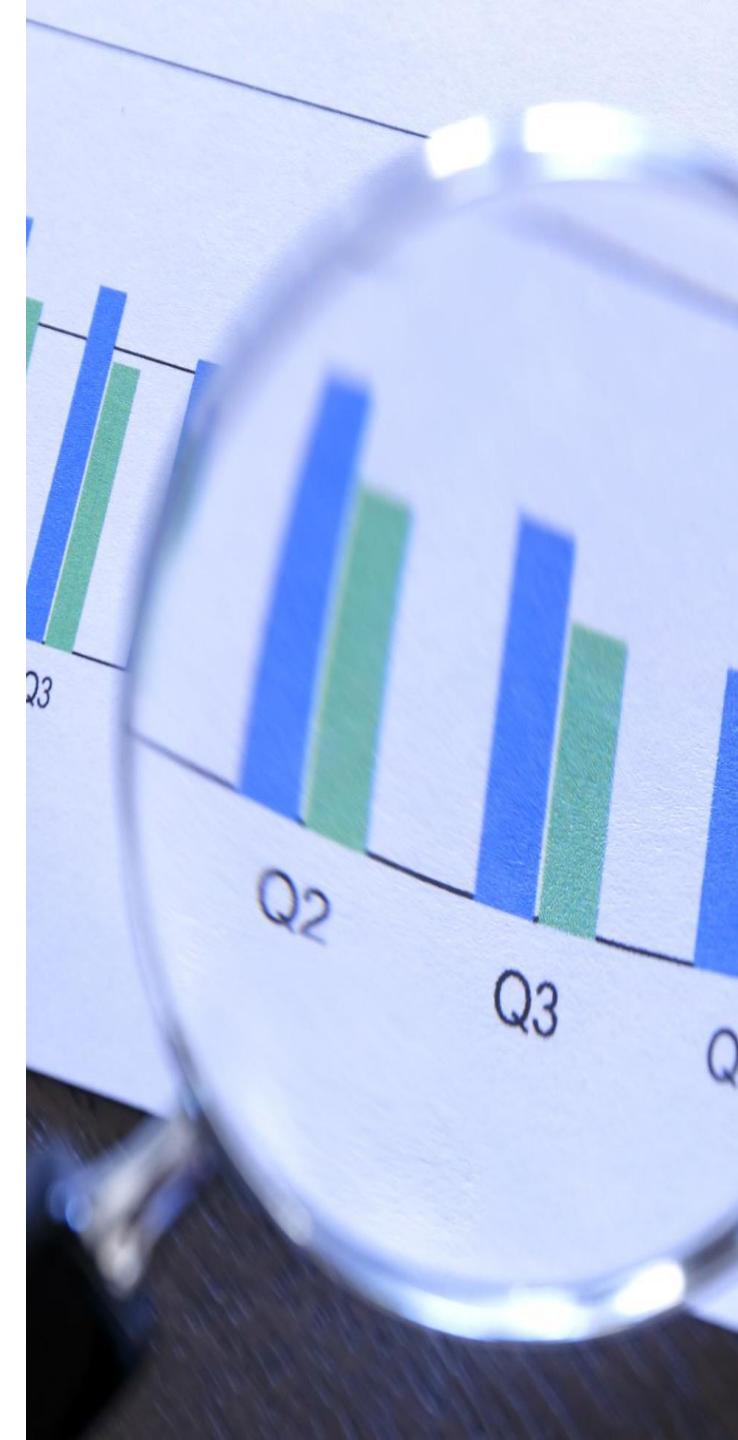
- Informar y concentrar el eje argumentativo sobre la invalidez de la muestra y de su carácter sesgado, que resulta útil para desacreditar políticamente el uso narrativo y, eventualmente contractual, de la denominada encuesta de satisfacción del servicio.



# Aspectos cuantitativos

- Se refieren a la recolección de datos numéricos que pueden ser medidos y analizados estadísticamente.

Estos datos permiten obtener resultados que pueden ser generalizados a una población más amplia. Por ejemplo, preguntas cerradas que utilizan escalas de Likert (como "muy satisfecho" a "muy insatisfecho") o preguntas de opción múltiple que permiten cuantificar la satisfacción de los padres con los servicios de la guardería. Los resultados cuantitativos son útiles para identificar tendencias, patrones y correlaciones.



---

# Descripción cuantitativa por parte del IMSS

Descritos en el documento "Metodología de Obtención del Resultado" (obtención de la muestra)

$$n = \frac{NZ^2pq}{(N - 1)e^2 + Z^2pq}$$

Donde:

n= personas a encuestar

N= Población N (asegurados beneficiados por unidad)

p—proporción esperada que responda positivamente (p = 50%)

q= 1-p (población esperada responda negativamente)

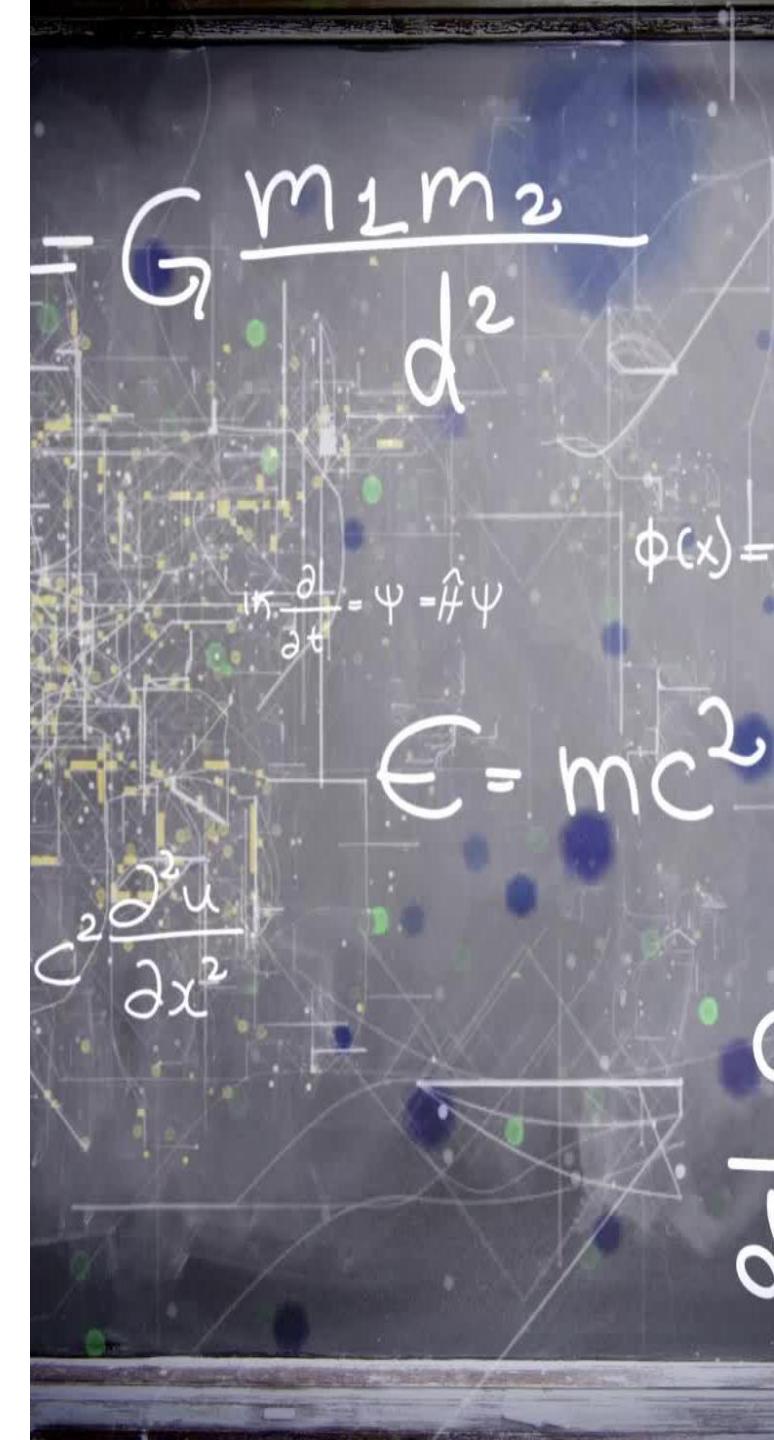
e= error muestral aceptado (8%)

Z= nivel de confianza del 95% (1.96)



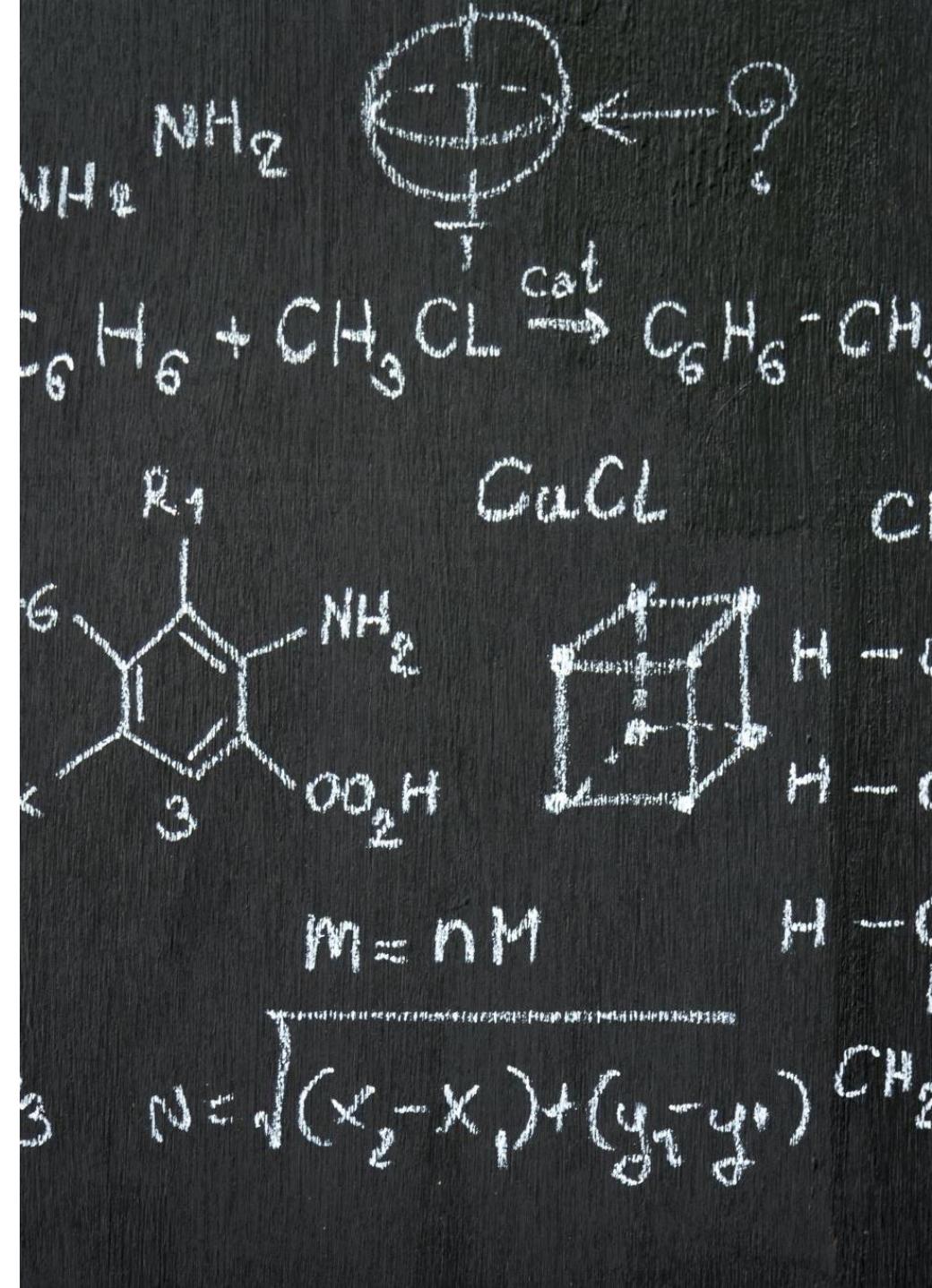
## Validez del método algorítmico

- Es correcto usar una fórmula algorítmica para definir la muestra en una encuesta. Estas fórmulas ayudan a determinar el tamaño de la muestra necesario para obtener resultados representativos y confiables, considerando factores como el nivel de confianza, el margen de error y la variabilidad de la población. Utilizar un enfoque algorítmico asegura que la muestra sea adecuada para las inferencias que se desean hacer a partir de los datos recopilados.



## Observación sobre el método cuantitativo

- No puede desacreditarse su algoritmo , su método cuantitativo, porque está en concordancia con sus objetivos. Sin embargo, al entrar al análisis cualitativo, el método cuantitativo (la fórmula) quedaría invalidada de igual forma.



---

# Aspectos cualitativos

- Se centran en la recolección de datos descriptivos que proporcionan una comprensión más profunda de las experiencias, opiniones y percepciones de los encuestados. Esto puede incluir preguntas abiertas que permiten a los padres expresar sus pensamientos y sentimientos sobre la calidad de los servicios de la guardería. Los datos cualitativos son valiosos para explorar temas complejos y obtener insights sobre las razones detrás de las evaluaciones cuantitativas, pero son más difíciles de generalizar debido a su naturaleza subjetiva.

# Parte 2



# Método de Likert



Muy satisfecho

Satisfecho

Ni satisfecho ni insatisfecho

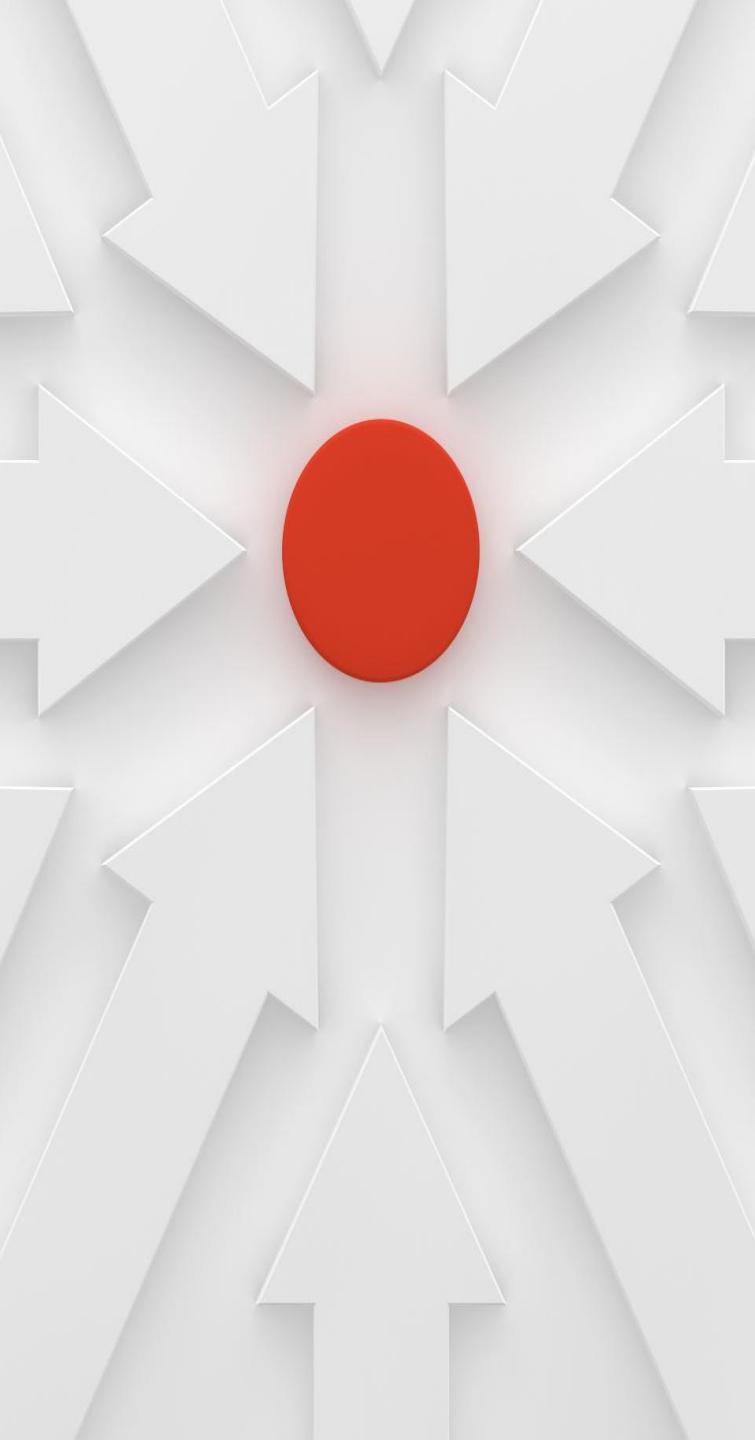
Insatisfecho

Muy insatisfecho

No sabe

- La "escala de Likert" recibe su nombre en honor a Rensis Likert, un psicólogo estadounidense que desarrolló este método en la década de 1930. Likert introdujo esta escala como una forma de medir actitudes y opiniones de manera más sistemática y cuantificable.





## Objeción al método de Likert (1/2)

- Tanto los objetivos planteados en las circulares del IMSS como en lo estipulado en los contratos y políticas que dan origen a la denominada encuesta, se refieren a aspectos subjetivos, esto es: satisfacción.
- Siendo un elemento subjetivo, de satisfacción, lo que se va a medir, la escala de Likert no sería aplicable en todo el cuestionario, porque se trata de un método cuantitativo, no aplicable a lo cualitativo.



## Observación al Método de Likert (2/2)

- La escala de Likert es una herramienta muy útil en encuestas, especialmente para medir actitudes, opiniones y percepciones en un rango que va desde un extremo a otro (por ejemplo, desde "muy en desacuerdo" hasta "muy de acuerdo"). Sin embargo, no siempre es apropiada para todas las preguntas de una encuesta, especialmente si el enfoque es más cualitativo.

# Escala de Likert en aspectos cualitativos (1/2)

La escala de Likert es más adecuada para preguntas que buscan medir la intensidad de una opinión o actitud sobre un tema específico. Si las preguntas están diseñadas para explorar experiencias o sentimientos complejos, una escala de Likert puede limitar la profundidad de las respuestas.

Utilizar solo la escala de Likert puede no capturar matices importantes en las respuestas. Por ejemplo, si se pregunta sobre la satisfacción general con una guardería, una escala de Likert puede ser útil, pero si se pregunta sobre experiencias específicas o situaciones, las preguntas abiertas pueden proporcionar información más rica y detallada.



## Escala de Likert en aspectos cualitativos (2/2)

- Aunque la escala de Likert es válida y ampliamente utilizada, su efectividad depende del contexto y del tipo de información que se busca. En encuestas que buscan profundizar en aspectos cualitativos, es recomendable combinar la escala de Likert con preguntas abiertas o de respuesta libre para obtener una visión más completa.

# Parte 3



Requisitos y  
elementos  
que se  
revisan

Requisitos

Elementos

---

# Requisitos de una encuesta

---

Objetivo claro

---

Población Objetivo

---

Tamaño de la muestra

---

Formato accesible

---

Diversidad de Preguntas

---

Prueba piloto

---

---

# Objetivo claro

- En la parte “instructivo” solamente menciona lo siguiente:

**Instrucciones:** Por favor lea atentamente las preguntas y marque la respuesta de acuerdo con la experiencia que ha tenido con el servicio de guardería. **Su opinión nos ayuda a mejorarlo** (en caso de tener más de un hijo(a) inscrito en alguna guardería del IMSS, favor de contestar tomando en cuenta al que tiene más tiempo recibiendo el servicio en esta guardería).

# Población Objetivo

LA DESCRIBE  
ADECUADAMENTE EN  
EL ANEXO 3 DE LA  
CIRCULAR 160



Dirección de Prestaciones Económicas y Sociales  
Coordinación del Servicio de Guardería para el Desarrollo Integral Infantil

Muestra por guardería Primer Periodo 2025							
OOAD	Localidad	Esquema	Unidad	Capacidad Instalada	Inscritos	Asegurados Beneficiarios <sup>1</sup>	Número de encuestas a realizar
AGUASCALIENTES	SAN FRANCISCO DE LOS ROMO	C	0038	100	80	76	51
AGUASCALIENTES	AGUASCALIENTES	G	0001	368	249	232	92
AGUASCALIENTES	AGUASCALIENTES	U	0001	106	97	91	57
AGUASCALIENTES	AGUASCALIENTES	U	0002	120	100	89	57
AGUASCALIENTES	AGUASCALIENTES	U	0004	172	150	134	72
AGUASCALIENTES	AGUASCALIENTES	U	0005	123	120	113	65
AGUASCALIENTES	AGUASCALIENTES	U	0006	252	190	177	82
AGUASCALIENTES	AGUASCALIENTES	II	0007	252	224	207	60

$$\frac{NZ^2pq}{(1-e^2) + Z^2pq}$$

Donde:

n= personas a encuestar

N= Población N (asegurados beneficiados por unidad

p—proporción esperada que responda positivamente (

q= 1-p (población esperada responda negativamente)

e= error muestral aceptado (8%)

Z= nivel de confianza del 95% (1.96)

**2025**  
Año de  
**La Mujer**  
**Indígena**

---

**Tamaño de la  
muestra**

- Definido por el IMSS mediante su fórmula, pero si bien es correcta, su inoperatividad radica en las preguntas y el método mediante el cual se encuesta.

---

# Formato accesible

- Utiliza el método Likert , enviado por correo electrónico mediante el colector FORMS
- Enviar una encuesta por correo electrónico a mujeres de 25 a 35 años puede ser viable y exitosa, especialmente si se complementa con otros canales. Microsoft Forms es una herramienta útil, pero es importante considerar sus limitaciones y evaluar si se ajusta a las necesidades específicas de la encuesta. Utilizar una combinación de canales puede maximizar la tasa de respuesta y la calidad de los datos recopilados.

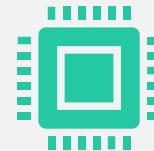
---

# Correo electrónico

- El correo electrónico sigue siendo un canal relevante, especialmente para encuestas más formales o cuando se busca un enfoque más profesional. Sin embargo, su uso ha disminuido en comparación con las redes sociales y aplicaciones de mensajería para ciertos grupos demográficos, especialmente los más jóvenes.



# Limitantes de FORMS (Microsoft)



Funcionalidades Limitadas: Aunque es fácil de usar, puede carecer de algunas funcionalidades avanzadas que ofrecen otras plataformas de encuestas, como lógica condicional compleja o análisis de datos más profundos.



Personalización: Las opciones de personalización del diseño son limitadas en comparación con otras herramientas.



Dependencia de Microsoft: Requiere una cuenta de Microsoft para acceder a todas las funcionalidades, lo que puede ser una barrera para algunos usuarios.

---

# IMSS Digital

- Microsoft ha colaborado con diversas instituciones y organizaciones en México, incluido el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), para implementar soluciones digitales que mejoren la eficiencia y la atención al usuario.
- Mediante el proyecto AZURE, continuará con los servicios licitados: SIAG, IMSS DIGITAL, Llave MX, entre otros.



# Diversidad de preguntas



16 preguntas utilizando el método de Likert , donde cada respuesta pesa el 20%, tiene una ponderación limitada.



Lo amplio de la muestra contrasta con lo limitado de las preguntas.



Es decir, una respuesta del 1 al 4 pesa el 20%



Y la invalidación de un cuestionario limita que se alcance la muestra , que está en el mínimo.



# Prueba piloto

- Realizar una prueba piloto de la encuesta es altamente recomendable antes de proceder con el levantamiento de la encuesta completa, especialmente en un contexto donde se tiene una muestra significativa de 20,000 (+/-) personas de un total de 206,000 usuarios del servicio de guarderías del IMSS.

---

# Deficiencias que están saliendo a la luz por no haber implementado una prueba piloto

Validación del instrumento

Detección de Problemas técnicos

Estimación del tiempo de respuesta

Ajustes en el diseño

Recolección de retroalimentación

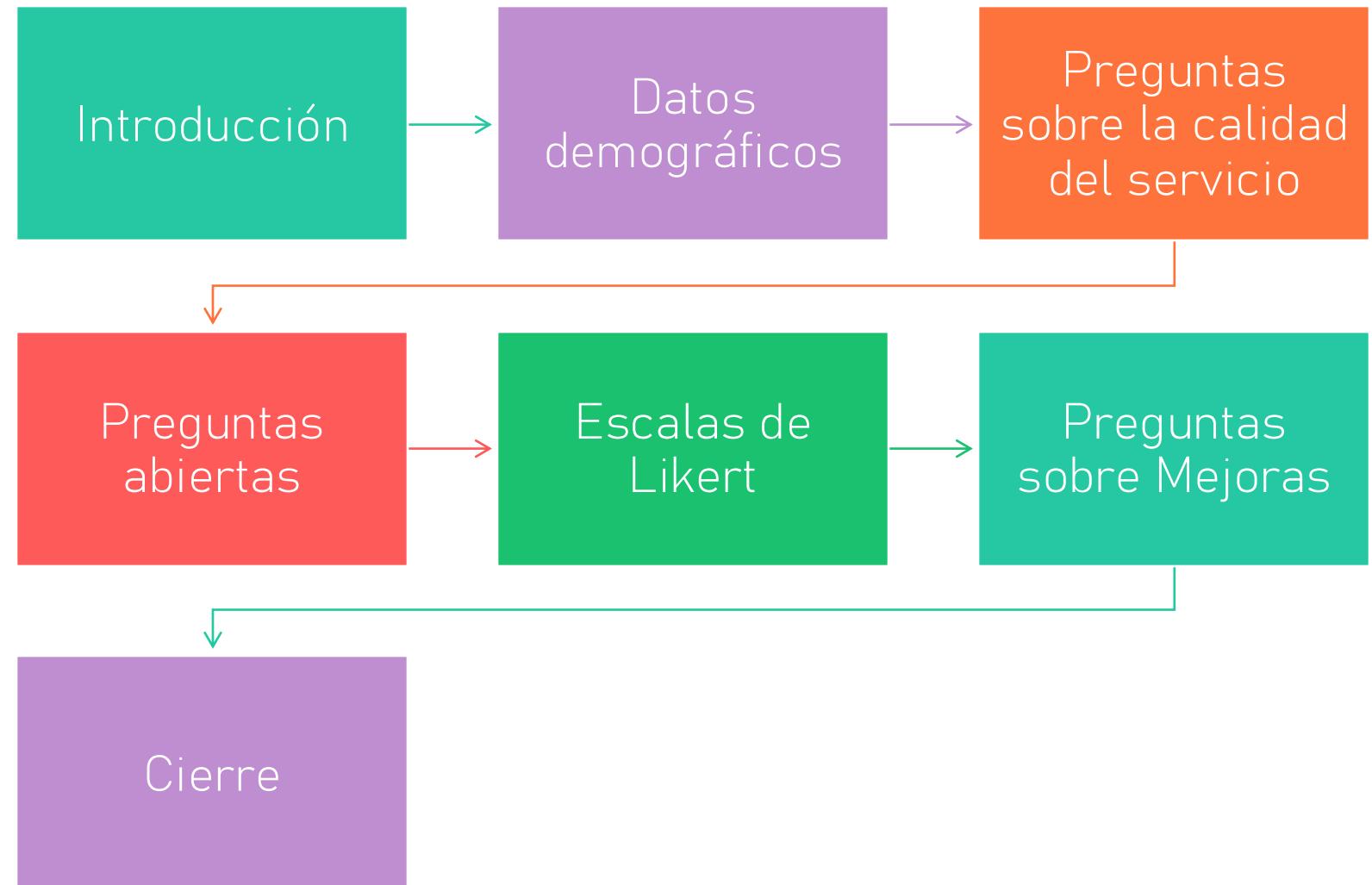
Detección de sesgos

Mejora de la tasa de respuesta.

# Parte 4



# Elementos



---

# Observaciones a los elementos (1/2)

Carece de introducción



No le informa a los encuestados los datos demográficos

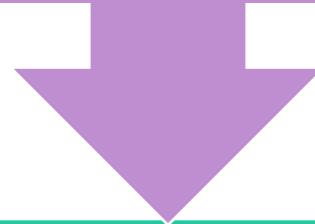


Confunde al objetivo porque en la circular dice que se aplicará a los Asegurados Usuarios y en la encuesta da la opción de que la contesten personas autorizadas

---

# Observaciones de los elementos (2/3)

Carece de preguntas abiertas, porque con el tamaño de la muestra y el uso de FORMS, se limita el procesamiento. Es decir, utilizan método cuantitativo, pero necesitan respuestas cualitativas, por ello simplifican mediante el método de Likert.



Las propuestas de mejoras no existen, porque dirige la atención hacia la zona de quejas (Manifestaciones de Opinión) mediante un código de referencia rápida (QR) con interfaz al SIAG.

# Resumen (1/2)

El método algorítmico (la fórmula) en la parte cuantitativa de la encuesta no puede invalidarse. Pero si la parte cualitativa de la encuesta es invalidada, se tendría que cambiar la fórmula cuantitativa.

La elección de la escala de Likert es inapropiada tratándose de la medición de la satisfacción y de aspectos cualitativos.

Ante las posibles deficiencias , y tomando en cuenta el carácter vinculatorio de las respuestas, debe solicitarse informe sobre los puntos marcados en la diapositiva 28.

---

## Resumen (2/2)

Debería solicitarse que este ejercicio sea considerado una prueba y que se subsanen deficiencias.

La participación de Microsoft, que sustituyó a “Transparencia Mexicana” pone un elemento de suspicacia a la validez de la encuesta, por lo menos en los aspectos técnicos.

# Referencias

---



Dillman, D. A. (2014). *Mail and Internet surveys: The tailored design method* (2a ed.). Wiley.



Es una referencia fundamental en el diseño de encuestas. Dillman enfatiza la importancia de tener un objetivo claro, una población objetivo bien definida y el diseño accesible de las encuestas.