Administración y Servicios
Sistema de Gestión de Calidad

Área de

ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS

Informe de Revisión

Resultados de la evaluación de la SATISFACCIÓN de los usuarios de la Administración y Servicios

Evaluación definitiva

Año

2017

Elaborado	***Revisión Técnica***	***Aprobado***
Administrador del SGC	Jefe del Servicio de Planificación, Evaluación y Calidad	Directora General de Calidad

Progresión del Informe de Resultados			
tiempo 1	tiempo 2	tiempo 3	tiempo 4
9-may.-17	7-jul.-17	4-oct.-17	15-ene.-18

Último periodo evaluado

enero-2017 a enero-2018

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN **3**

2. EL MODELO DE LA UNIVERSIDAD DE ALMERÍA **4**

3. PARTICIPANTES **5**

3.1 Participantes por sector *5*

3.2 Participantes por edad *7*

3.3 Participantes por sexo *7*

4. RESULTADOS **8**

4.1 Fiabilidad *8*

4.2 Validez *8*

4.3 Puntuación GLOBAL y Expectativas por Área *9*

4.4 Puntuación media por CUALIDAD *10*

4.5 Puntuación media por CUALIDAD e ítem *10*

4.6 Puntuación media por CUALIDAD y sexo *12*

4.7 Puntuación media por CUALIDAD y edad *12*

4.8 Puntuación media por CUALIDAD y sector *13*

4.9 Puntuación GLOBAL por sector y número de encuestas *14*

4.10 Puntuación media y GLOBAL por CUALIDAD y SubÁreas *15*

4.11 Puntuación GLOBAL/Expectativas con tendencias TODAS las Áreas *16*

5. PROPUESTAS DE MEJORA **18**

1. INTRODUCCIÓN

Los usuarios de la Universidad de Almería, al igual que los de cualquier otra Administración Pública, se relacionan con ella presentando unas necesidades y expectativas que la Universidad debe prestar con criterios de calidad y excelencia. Por esta razón, desde la Universidad de Almería se ha contemplado estudiar dichas necesidades y expectativas acerca de los servicios administrativos que ofrece, a través de mediciones sistemáticas y continuadas del grado de satisfacción de los usuarios con los servicios administrativos que reciben.

Tradicionalmente, se entiende el Nivel de Satisfacción de los Usuarios de un servicio como la relación entre la Percepción sobre el servicio recibido y las Expectativas previas de los usuarios. Para evitar este desajuste entre lo percibido y las expectativas es imprescindible analizar la calidad del servicio.

La calidad percibida por los usuarios se entiende como la relación entre la calidad esperada (las expectativas) y la calidad realizada (la percibida). La evaluación de la satisfacción de los Usuarios es una pieza clave en los principales Modelos de Gestión de Calidad, como el modelo EFQM y la Norma ISO 9001.

De entre los diferentes modelos de medición para la evaluación de la calidad percibida por los usuarios destacamos dos, los modelos ServQual y ServPerf.

El modelo ServQual fue desarrollado por Parasuraman, Berry y Zeithaml en 1988. El modelo original consiste en un cuestionario de 22 preguntas (ítems) agrupadas en 5 categorías (dimensiones), aplicables prácticamente a cualquier servicio. Estas dimensiones son:

- ***Capacidad de respuesta:*** Es la voluntad de ayuda a los usuarios, así como el proporcionar un servicio rápido y ágil.
- ***Empatía:*** Consiste en la atención esmerada e individualizada, el trato y la amabilidad.
- ***Tangibilidad:*** Se refiere a la apariencia de las instalaciones, los equipos, el personal y los materiales.
- ***Fiabilidad:*** La capacidad para cumplir con lo prometido y hacerlo en tiempo y sin errores.
- ***Seguridad:*** Los conocimientos y la profesionalidad de los empleados y su capacidad para inspirar confianza y seguridad.

Este modelo mide la calidad percibida de un servicio por el usuario como la diferencia entre lo que percibe el servicio y las expectativas que sobre él se había formado previamente.

El modelo ServPerf, desarrollado por Cronin y Taylor en 1992, utiliza los mismos ítems que el modelo ServQual, pero se diferencia en que no obliga al encuestado a responder 2 veces a cada ítem, una para conocer sus expectativas y otra, para medir la percepción de la calidad del servicio. Es decir, este modelo no mide las expectativas, utilizando tan solo la percepción como mejor aproximación a la satisfacción de los usuarios.

2. EL MODELO DE LA UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

El modelo empleado en los últimos años para la medición de la satisfacción de los usuarios con los servicios prestados por el área de Administración y Servicios de la Universidad de Almería ha estado basado en los dos modelos anteriormente descritos, ServQual y ServPerf.

El proceso de evaluación de la satisfacción de los usuarios de los servicios prestados por el área de Administración y Servicios de la Universidad de Almería es gestionado por la Sección de Calidad de los Servicios del Servicio de Planificación, Evaluación y Calidad. Esta Sección es la encargada de confeccionar cada año los cuestionarios para cada una de las Áreas o Servicios Administrativos, utilizando para ello la herramienta LimeSurvey.

El cuestionario que se ha utilizado en este estudio se basa en una adaptación propia creada en la UAL derivada del **modelo ServPerf** sobre la percepción de la satisfacción, personalizando aspectos relacionados con sus dimensiones en lo que nosotros hemos denominado "**CUALIDADES**" de la prestación de servicio, y manteniendo la medición de las expectativas a través de un solo ítem. El cuadro siguiente señala las relaciones con el modelo ServQual/SerPerf y las "CUALIDADES":

Modelo ServQual

DIMENSIÓN	ASPECTOS	CUALIDADES
TANGIBLES	**PERSONAS**	**INSTALACIONES INNOVACIÓN**
Aspectos físicos que el cliente percibe en la organización	**INFRAESTRUCTURA**	
	OBJETIVOS	
CONFIABILIDAD	**EFICIENCIA**	**EFICACIA**
Habilidad de desarrollar el servicio como se pactó y con exactitud	**EFICACIA**	
	EFECTIVIDAD	
	REPETICIÓN	
	PROBLEMAS	
VELOCIDAD DE RESPUESTA	**ESPERA**	**EFICIENCIA DISPONIBILIDAD**
Disponibilidad inmediata para atender a los clientes y dar un pronto servicio	**INICIO Y TÉRMINO**	
	DURACIÓN	
	POST-SERVICIO	
ASEGURAMIENTO	**CORTESÍA**	**IMPACTO PLANIFICACIÓN**
Habilidad para comunicar las ideas e inspirar confianza	**SERVICIALIDAD**	
	COMPETENCIA	
	CREDIBILIDAD	
EMPATÍA	**PERSONALIZACIÓN**	**ATENCIÓN**
Proveer cuidados y atención individualizada a los clientes	**CONOCIMIENTO DEL CLIENTE**	

Modelo de la Universidad de Almería

CUALIDAD	ASPECTOS	ServQual
EFICACIA	Trabajo sin errores	**FIABILIDAD**
EFICIENCIA	Tiempo, rapidez, recursos materiales y plazos	**CAPACIDAD DE RESPUESTA**
ATENCIÓN	Amabilidad, empatía, trato personal, cortesía	**EMPATÍA**
IMPACTO	Difusión información, comunicación, publicidad, aumento de ventas o de usuarios	**SEGURIDAD**

PLANIFICACIÓN	Procesos, organización, planificación, número de trámites	**SEGURIDAD**
INNOVACIÓN	Herramientas de gestión, tecnologías, sistemas	**TANGIBLES**
DISPONIBILIDAD	Horario, presencialidad	**CAPACIDAD DE RESPUESTA**
INSTALACIONES	Espacios, limpieza, luz, localización, ruido, aire acondicionado ..	**TANGIBLES**

Con respecto a la escala utilizada para medir dichos ítems hemos utilizado una graduación numérica larga con amplitud 0-10, asimilada a la escala escolar española, lo que creemos que facilitará su comprensión y uso a los encuestados. Esta escala, además, garantiza la equidistancia entre sus valores.

La estructura de la encuesta se basa en tres CUALIDADES obligatorias (EFICACIA, EFICIENCIA y ATENCIÓN) y el resto opcionales, a elegir por cada área. Dentro de cada una de las CUALIDADES, en caso de ser elegida, se podrá optar por uno, dos o tres ítems. En todo caso, el contenido y adecuación de cada una de las encuestas que se propongan deberán ser acordadas con el SPEC.

Este estudio se ha llevado a cabo con los datos obtenidos por las áreas que han realizado sus encuestas de satisfacción con los cuestionarios descritos anteriormente, puestos a disposición de las áreas por este Servicio a través de la herramienta online LimeSurvey, no pudiéndose incorporar los datos de aquellas áreas que no se han ajustado a esta metodología.

3. PARTICIPANTES

Con respecto a la población del estudio, se ha segmentado la misma en 9 sectores diferenciados, procediendo cada una de las áreas a determinar a cuales de ellos les ofrecen sus servicios, y cuál es el tamaño de dicha población. Con estos datos se calcula el tamaño de la muestra necesario para que el nivel de **confianza sea del 90%**, con un error muestral del 5%. Este nivel de confianza indicaría que de cada 100 veces que repitamos el estudio seleccionando muestras diferentes a partir de la misma población, en 90 de ellas obtendríamos el mismo valor de satisfacción comprendido dentro del intervalo de confianza (±5%).

3.1 Participantes por sector

En la siguiente tabla, aparecen los datos de participantes, diferenciados por sectores. En ella se presentan tres datos: La población real usuaria del área, la muestra propuesta (calculada para obtener una confianza del 90%), y el número de encuestas obtenido.

Leyenda:

Personal de Administración y Servicios	***PAS***
Personal Docente e Investigador	***PDI***
Estudiante de Título Oficial	***EST***
Titulado/a (los egresados)	***TIT***
Futuro Alumno	***FUT***
Empresa de Prácticas y Empleo	***EMP***
Proveedor de Suministros o Servicios	***PRO***
Otros Demandantes de Empleo	***DEM***
Otros	***OTR***

	PAS	PDI	EST	TIT	FUT	EMP	PRO	DEM	OTR
Población	450	891	12000	1268	2000	100	50	2000	1000
Muestra	***6***	***12***	***162***	***17***	***27***	***1***	***1***	***27***	***14***
Encuestas	1276	2025	4507	164	100	878	86	125	853

La CONFIANZA real obtenida hasta ahora según las encuestas recibidas con respecto a la muestra propuesta es de:

CONFIANZA obtenida
100,00%

Como análisis, y teniendo en cuenta el periodo estudiado, se puede deducir que:

El ritmo de recogida de encuestas es ADECUADO

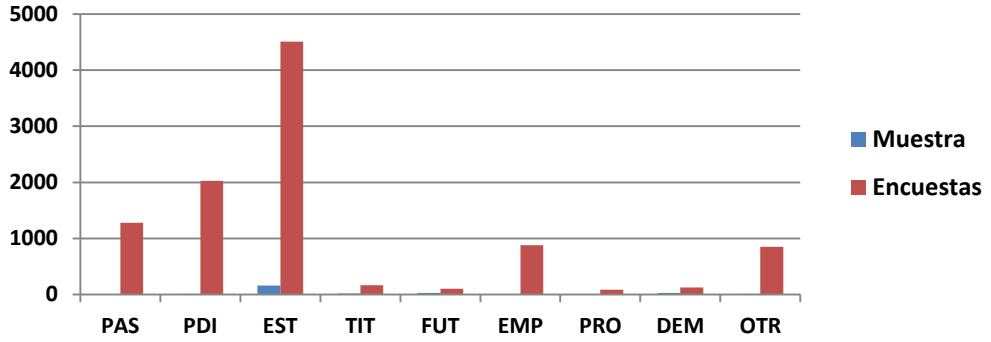

Gráfico 1: comparativa entre muestra requerida y encuestas recibidas en el Área

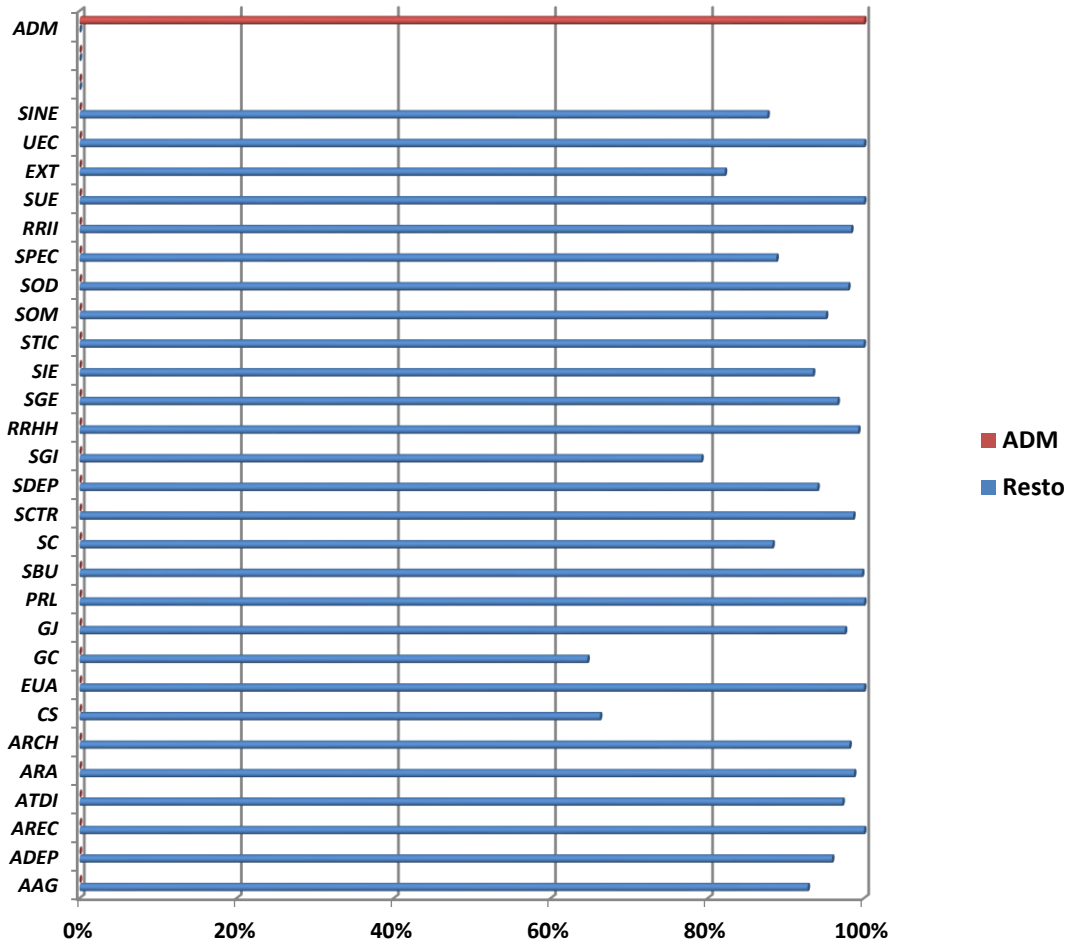

Gráfico 2: comparativa entre los grados de CONFIANZA de las Áreas

3.2 Participantes por edad

Con respecto a la edad de los participantes, la distribución de encuestas es la siguiente:

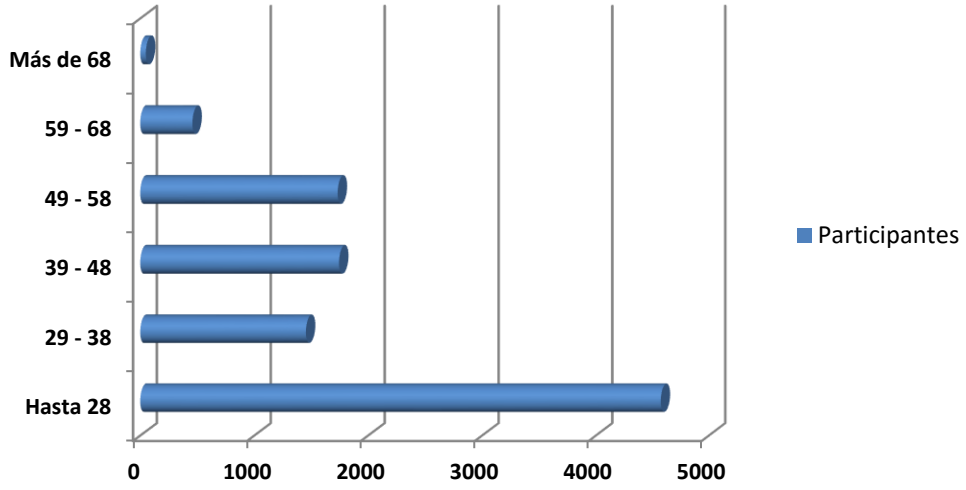

Gráfico 3: comparativa de participantes por edad en el Área

Rango	Participantes	Porcentaje
Hasta 28	**4575**	45,69%
29 - 38	**1454**	14,52%
39 - 48	**1745**	17,43%
49 - 58	**1733**	17,31%
59 - 68	**458**	4,57%
Más de 68	**49**	0,49%
	10014	

3.3 Participantes por sexo

A continuación se presenta la distribución de las encuestas según el sexo de los participantes:

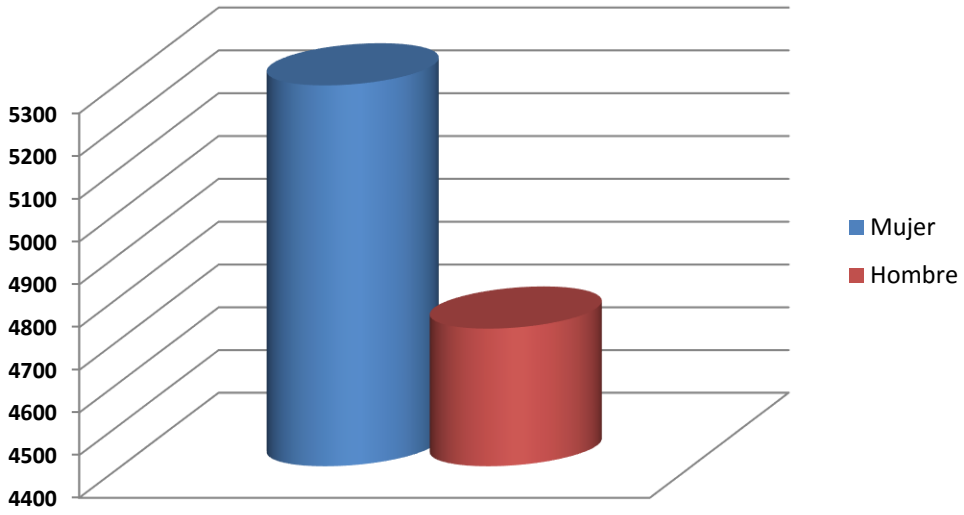

Gráfico 4: comparativa de participantes por sexo en el Área

Rango	Participantes	Porcentaje
Mujer	**5291**	52,84%
Hombre	**4723**	47,16%
	10014	

4. RESULTADOS

4.1 Fiabilidad

La fiabilidad se puede definir como la capacidad de obtener resultados estables en mediciones sucesivas del mismo fenómeno. Es decir, se refiere al grado en que la aplicación repetida del instrumento (en este caso la encuesta), al mismo sujeto, produce iguales resultados. Por ejemplo, si la encuesta se aplica hoy a un grupo de personas y proporciona ciertos datos; si se aplica un mes después y proporciona valores diferentes, tal encuesta no sería fiable.

Para el cálculo de la fiabilidad se ha utilizado el llamado "coeficiente α de Cronbach", cuyo valor se encuentra dentro del intervalo entre 0 y 1, representando el valor 1 el 100% de fiabilidad. Se basa en la medición de la respuesta del sujeto con respecto a los ítems del cuestionario. Se calcula siguiendo la siguiente fórmula:

α : Es el Coeficiente de Alfa de Cronbach
K : Es el número de ítems
∑Si2 : Es la sumatoria de Varianzas de los Ítems
ST2 : Es la varianza de la suma de los Ítems

$$\alpha = \frac{K}{K-1}\left[1-\frac{\sum S_i^{\,2}}{S_T^{\,2}}\right]$$

El dato obtenido sobre la fiabilidad es de:

FIABILIDAD	Análisis
0,931	El instrumento es CONFIABLE

4.2 Validez

La validez significa el grado en que la encuesta mide realmente lo que se quiere medir y no variables no relacionadas, se pregunta si la encuesta mide lo que se supone que debe medir. Es decir, en nuestro caso, comprueba que los datos indicados en los ítems que hayan sido utilizados por alguna de las CUALIDADES satisfacción están relacionados con lo expresado en el último ítem de "satisfacción general". Por ejemplo, si la satisfacción indicada con respecto a los ítems de las CUALIDADES es alta, la satisfacción general de la última pregunta (general) también debería serlo.

Para el cálculo de la validez se ha utilizado el denominado "índice de correlación r de Pearson", indicando el valor 1 la máxima expresión de validez. El cálculo se realiza dividiendo la covarianza de las dos variables por el producto de las desviaciones estándar de ambas:

r :Es el Índice de correlación de Pearson
σXY :Es la covarianza de las dos variables
σX , σY :Es la desviación estándar de cada una de ellas

$$r = \frac{\sigma_{XY}}{\sigma_X \times \sigma_Y}$$

El dato obtenido sobre la validez es de:

VALIDEZ	Análisis
0,898	Los datos obtenidos son FIABLES

4.3 Puntuación GLOBAL y expectativas en el Área

Para obtener el valor de la satisfacción GLOBAL de los usuarios con el Área se han tenido en cuenta el peso que tienen las distintas CUALIDADES en la prestación de servicio. Es decir, aquellas que tienen la consideración de obligatorias influyen de una manera más importante que el resto en el cálculo final:

CUALIDAD	Tipo	Peso	Clave	Elegida por Área
EFICACIA	*Obligatoria*	*Valor x 2*	C_{O1}	*Si*
EFICIENCIA	*Obligatoria*	*Valor x 2*	C_{O2}	*Si*
ATENCIÓN	*Obligatoria*	*Valor x 2*	C_{O3}	*Si*
IMPACTO	*Voluntaria*	*Valor x 1*	C_{V1}	*Si*
PLANIFICACIÓN	*Voluntaria*	*Valor x 1*	C_{V2}	*Si*
INNOVACIÓN	*Voluntaria*	*Valor x 1*	C_{V3}	*Si*
DISPONIBILIDAD	*Voluntaria*	*Valor x 1*	C_{V4}	*Si*
INSTALACIONES	*Voluntaria*	*Valor x 1*	C_{V5}	*Si*

Así, la fórmula actual de cálculo queda representada de la siguiente forma:

$$\textbf{Puntuación Media de la CUALIDAD} = \frac{(\text{Valor Item}_1\text{Cualidad} + \ldots + \text{Valor Item}_n\text{Cualidad})}{n}$$

$$\textbf{Puntuación GLOBAL} = \frac{(2 \times (C_{O1} + C_{O2} + C_{O3}) + C_{V1} + \ldots + C_{V5})_1 + \ldots + (2 \times (C_{O1} + C_{O2} + C_{O3}) + C_{V1} + \ldots + C_{V5})_n}{(6 + \text{número de } C_V \text{ utilizadas}) \times \text{Número de encuestas } (n)}$$

Como se puede observar la puntuación obtenida en cada CUALIDAD viene determinada por la media de los valores de los ítems que pueden tener asociados. Es decir, cuando una CUALIDAD es seleccionada esto implica que al menos tiene que tener un ítem, pudiendo añadirse otro/s adicionales a voluntad del Área.

Por otro lado, una vez concretada las puntuaciones de las CUALIDADES estos valores se multiplicarán por 2 o por 1 en función de si son obligatorias o voluntarias.

Con esta regla de cálculo la puntuación obtenida por el Área en el presente año es:

Tipo	2014	2015	2016	*2017*
Satisfacción	8,32	8,51	8,56	***8,82***
Expectativas	7,19	7,32	7,95	***8,34***

GLOBAL

8,82

ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS

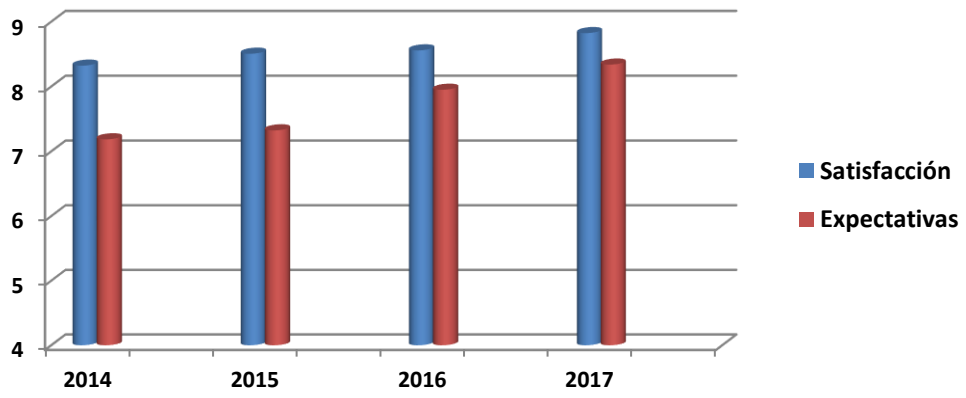

Gráfico 5: tendencias sobre puntuación GLOBAL y Expectativas en el Área

4.4 Puntuación media por CUALIDAD

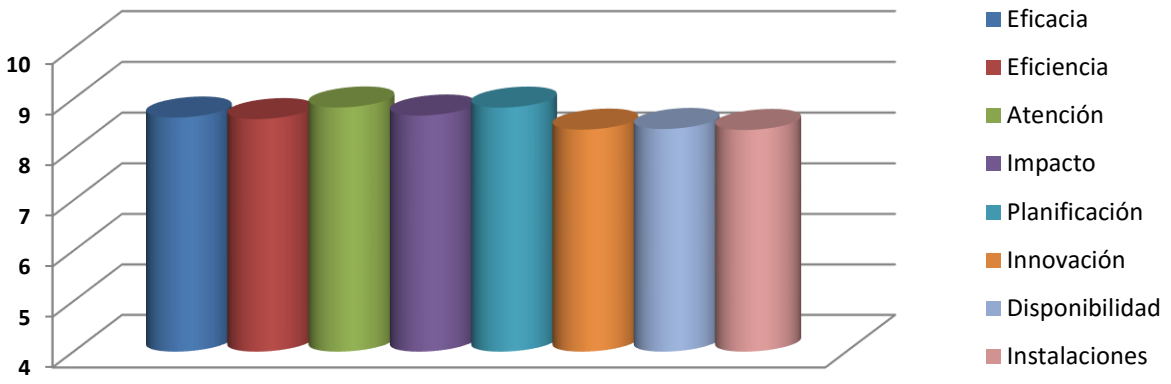

Gráfico 6: comparativa de puntuación media por CUALIDADES en el Área

CUALIDAD	Media	Desv. Stan.
Eficacia	**8,63**	2,09
Eficiencia	**8,60**	2,12
Atención	**8,83**	1,96
Impacto	**8,67**	1,93
Planificación	**8,83**	1,99
Innovación	**8,39**	2,06
Disponibilidad	**8,41**	2,01
Instalaciones	**8,39**	2,21

4.5 Puntuación media por CUALIDAD e ítem

Ítem	*Clave*
Media del 1er ítem de la CUALIDAD Eficacia	*I1*
Media del 2do ítem de la CUALIDAD Eficacia	*I2*
Media del 3er ítem de la CUALIDAD Eficacia	*I3*
Media del 1er ítem de la CUALIDAD Eficiencia	*I4*
Media del 2do ítem de la CUALIDAD Eficiencia	*I5*
Media del 3er ítem de la CUALIDAD Eficiencia	*I6*
Media del 1er ítem de la CUALIDAD Atención	*I7*
Media del 2do ítem de la CUALIDAD Atención	*I8*
Media del 3er ítem de la CUALIDAD Atención	*I9*
Media del 1er ítem de la CUALIDAD Impacto	*I10*
Media del 2do ítem de la CUALIDAD Impacto	*I11*
Media del 3er ítem de la CUALIDAD Impacto	*I12*
Media del 1er ítem de la CUALIDAD Planificación	*I13*
Media del 2do ítem de la CUALIDAD Planificación	*I14*
Media del 3er ítem de la CUALIDAD Planificación	*I15*
Media del 1er ítem de la CUALIDAD Innovación	*I16*
Media del 2do ítem de la CUALIDAD Innovación	*I17*
Media del 3er ítem de la CUALIDAD Innovación	*I18*
Media del 1er ítem de la CUALIDAD Disponibilidad	*I19*
Media del 2do ítem de la CUALIDAD Disponibilidad	*I20*
Media del 3er ítem de la CUALIDAD Disponibilidad	*I21*
Media del 1er ítem de la CUALIDAD Instalaciones	*I22*
Media del 2do ítem de la CUALIDAD Instalaciones	*I23*
Media del 3er ítem de la CUALIDAD Instalaciones	*I24*

Clave de Item	CUALIDAD	*Puntuación Media*	Desvi.Estand
I1	*Eficacia*	*8,62*	2,10
I2	*Eficacia*	*8,61*	2,44
I3	*Eficacia*		
I4	*Eficiencia*	*8,58*	2,14
I5	*Eficiencia*	*9,11*	1,31
I6	*Eficiencia*		
I7	*Atención*	*8,87*	1,93
I8	*Atención*	*8,75*	2,32
I9	*Atención*		
I10	Impacto	*8,69*	1,91
I11	Impacto	*8,28*	2,18
I12	Impacto		
I13	Planificación	*8,90*	1,90
I14	Planificación	*8,23*	2,61
I15	Planificación	*9,27*	1,27
I16	Innovación	*8,43*	2,05
I17	Innovación	*8,21*	1,92
I18	Innovación		
I19	Disponibilidad	*8,42*	2,02
I20	Disponibilidad	*8,38*	2,20
I21	Disponibilidad		
I22	Instalaciones	*8,42*	2,19
I23	Instalaciones	*8,57*	1,79
I24	Instalaciones		

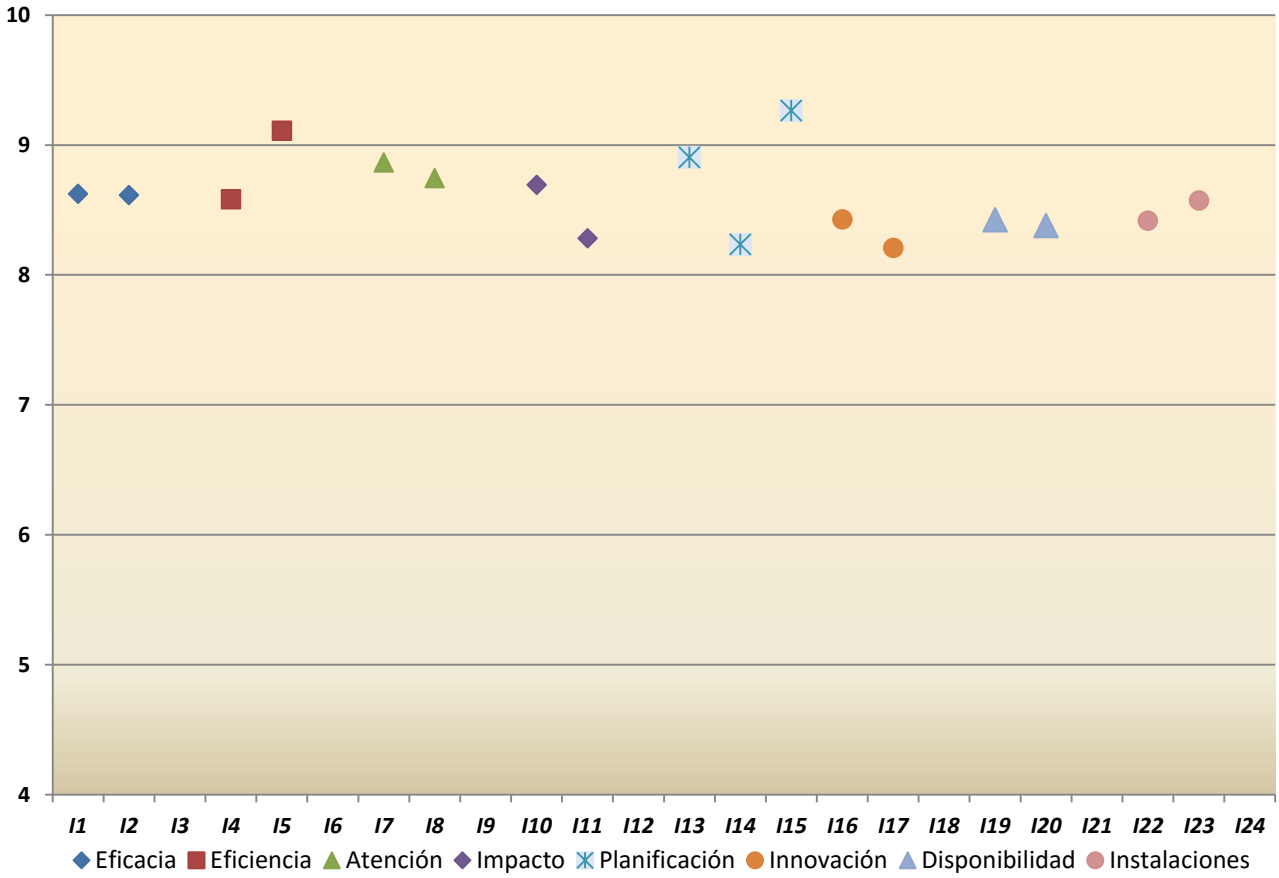

Gráfico 7: comparativa de puntuación media por CUALIDAD e Ítems en el Área

4.6 Puntuación media por CUALIDAD y sexo

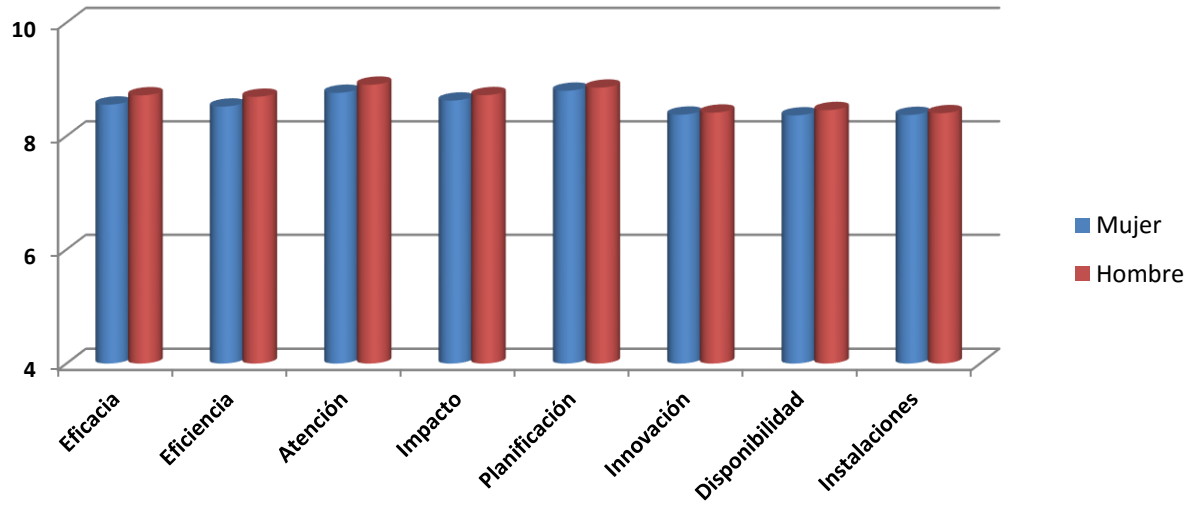

Gráfico 8: comparativa de puntuación media por CUALIDADES y sexo en el Área

	Puntuación Media		Desv. Estand.	
CUALIDAD	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
Eficacia	8,55	8,72	2,18	1,97
Eficiencia	8,52	8,69	2,22	2,00
Atención	8,76	8,90	2,04	1,86
Impacto	8,63	8,72	1,95	1,91
Planificación	8,80	8,85	1,97	2,00
Innovación	8,38	8,41	2,08	2,03
Disponibilidad	8,36	8,46	2,07	1,94
Instalaciones	8,37	8,40	2,24	2,18

4.7 Puntuación media por CUALIDAD y edad

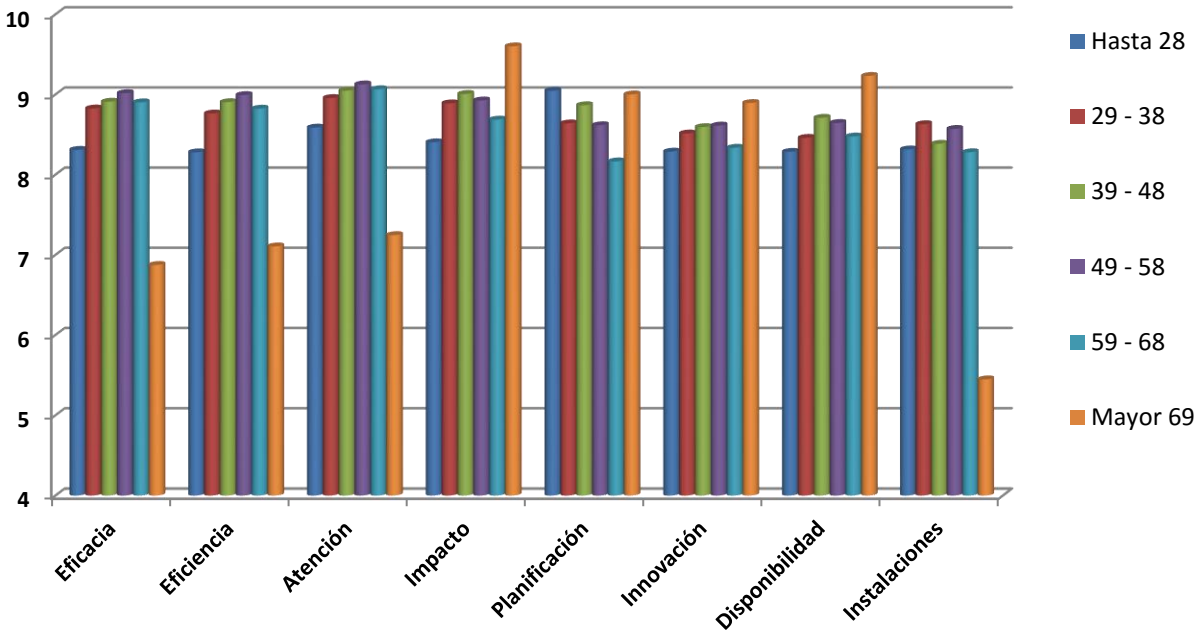

Gráfico 9: comparativa de puntuación media por CUALIDADES y edad en el Área

	Puntuación Media					
CUALIDAD	Hasta 28	29 - 38	39 - 48	49 - 58	59 - 68	Mayor 69
Eficacia	8,31	8,82	8,91	9,02	8,90	6,87
Eficiencia	8,28	8,76	8,90	8,99	8,82	7,10
Atención	8,59	8,95	9,05	9,12	9,06	7,24
Impacto	8,40	8,89	9,01	8,92	8,69	9,60
Planificación	9,05	8,64	8,86	8,62	8,16	9,00
Innovación	8,29	8,51	8,59	8,61	8,33	8,89
Disponibilidad	8,28	8,46	8,71	8,64	8,48	9,23
Instalaciones	8,31	8,63	8,38	8,57	8,28	5,45

	Desviación Estándar					
CUALIDAD	Hasta 28	29 - 38	39 - 48	49 - 58	59 - 68	Mayor 69
Eficacia	2,28	2,01	1,82	1,70	1,84	4,04
Eficiencia	2,31	2,04	1,82	1,71	2,05	3,89
Atención	2,12	1,88	1,71	1,64	1,84	3,88
Impacto	2,06	1,88	1,67	1,68	2,09	0,97
Planificación	1,86	2,26	1,80	2,05	2,35	1,41
Innovación	2,07	2,13	1,94	1,87	2,24	1,52
Disponibilidad	2,09	1,97	1,74	1,94	1,85	1,42
Instalaciones	2,17	2,14	2,27	2,11	2,25	4,44

4.8 Puntuación media por CUALIDAD y sector

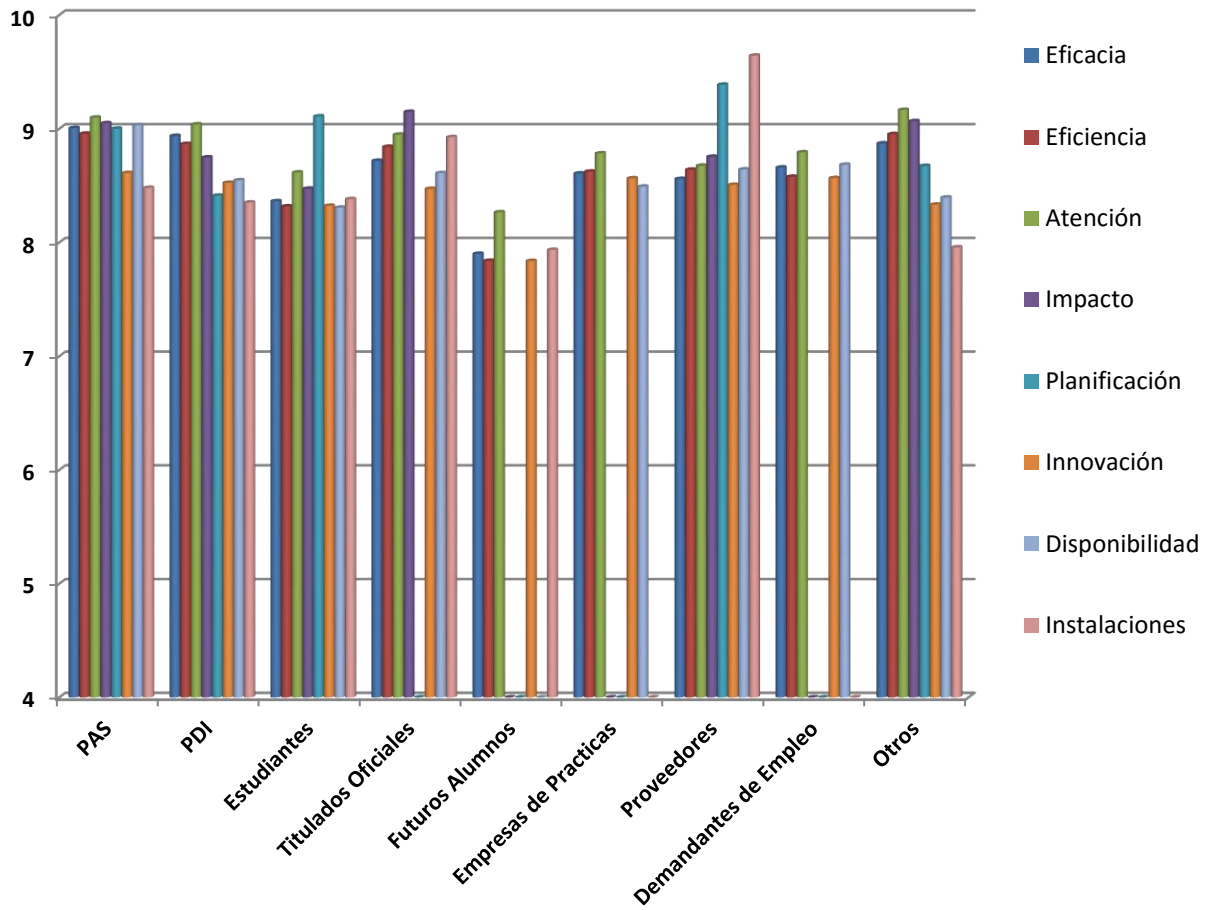

Gráfico 10: comparativa de puntuación media por CUALIDADES y sector en el Área

	Puntuación Media							
Sector	Eficacia	Eficiencia	Atención	Impacto	Planif.	Innova.	Disponi.	Instal.
PAS	9,00	8,96	9,10	9,05	9,00	8,61	9,03	8,48
PDI	8,94	8,87	9,04	8,75	8,41	8,52	8,55	8,35
Estudiantes	8,36	8,32	8,61	8,47	9,11	8,32	8,31	8,38
Titulados	8,72	8,84	8,95	9,15		8,47	8,61	8,93
Fut.Alu.	7,90	7,84	8,27			7,84		7,93
Emp.Pract.	8,61	8,62	8,78			8,56	8,49	
Proveedores	8,56	8,64	8,67	8,75	9,39	8,51	8,64	9,64
Deman.Empl.	8,66	8,58	8,79			8,57	8,68	
Otros	8,87	8,95	9,17	9,07	8,67	8,33	8,39	7,96

	Desviación Estándar							
Sector	Eficacia	Eficiencia	Atención	Impacto	Planif.	Innova.	Disponi.	Instal.
PAS	1,69	1,73	1,63	1,62	1,50	1,95	1,41	2,07
PDI	2,05	2,14	2,01	2,03	2,33	2,18	2,16	2,39
Estudiantes	2,24	2,29	2,09	2,00	1,73	2,07	2,09	2,11
Titulados	2,39	2,08	2,07	1,51		2,17	1,84	1,95
Fut.Alu.	3,22	3,19	2,93			3,29		3,30
Emp.Pract.	1,79	1,77	1,67			1,72	1,77	
Proveedores	1,32	1,24	1,22	1,19	0,99	1,08	1,12	0,68
Deman.Empl.	2,05	2,05	2,10			1,99	2,04	
Otros	1,78	1,69	1,51	1,58	2,09	2,22	2,02	2,57

4.9 Puntuación GLOBAL por sector y número de encuestas

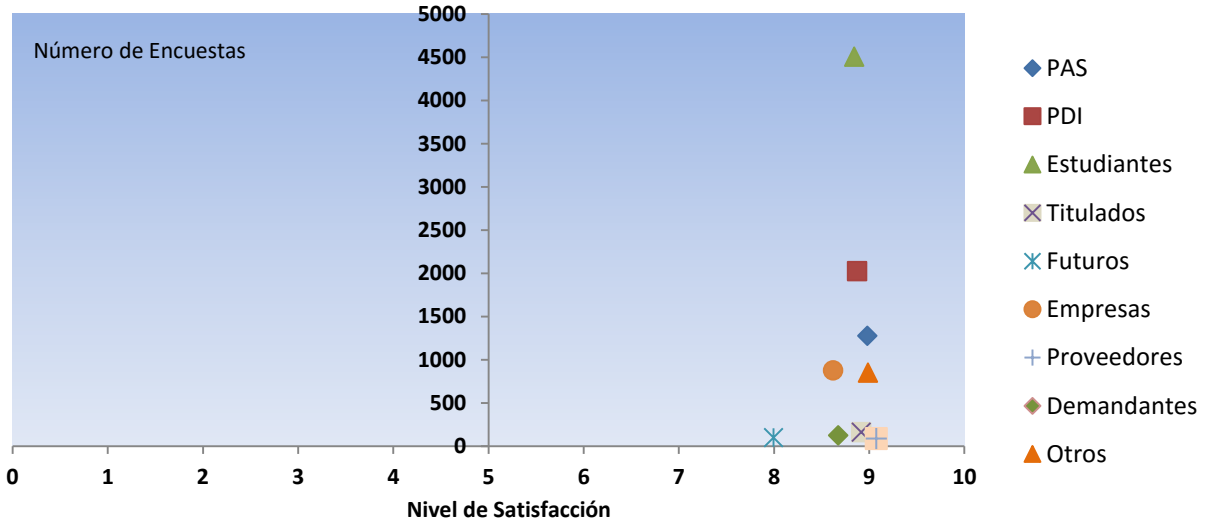

Gráfico 11: correlación entre número de encuestas y nivel de satisfacción por sectores en el Área

Sector	Número de encuestas	GLOBAL de Satisfacción
PAS	1276	8,98
PDI	2025	8,87
Estudiantes	4507	8,84
Titulados	164	8,92
Futuros	100	8,00
Empresas	878	8,62
Proveedores	86	9,08
Demandantes	125	8,68
Otros	853	8,99

4.10 Puntuación media y GLOBAL por CUALIDAD y SubÁreas

SubÁrea	Encuestas	Clave
SubÁrea1	1667	S1
SubÁrea2	1684	S2
SubÁrea3	1556	S3
SubÁrea4	2042	S4
SubÁrea5	642	S5
SubÁrea6	188	S6
SubÁrea7	87	S7
SubÁrea8	134	S8
SubÁrea9	67	S9
SubÁrea10	81	S10
SubÁrea11	32	S11
SubÁrea12	14	S12
SubÁrea13	24	S13
SubÁrea14		S14
SubÁrea15		S15
	8218	

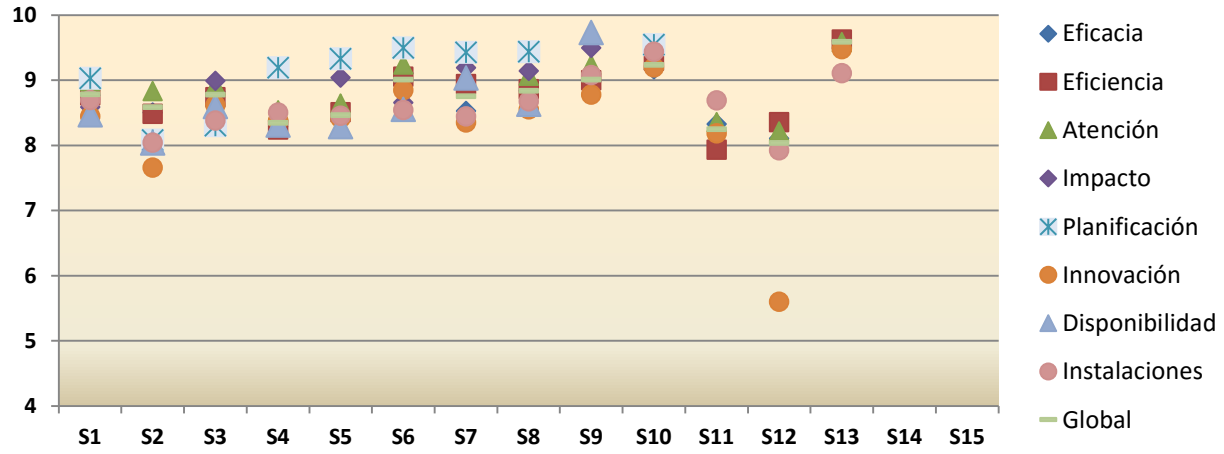

Gráfico 12: comparativa de puntuación media por CUALIDADES y SubÁreas en el Área

	Puntuación media y GLOBAL								
SubÁrea	Eficacia	Eficiencia	Atención	Impacto	Planif.	Innova.	Disponi.	Instal.	***Global***
S1	8,77	8,77	8,98	8,59	9,03	8,45	8,47	8,70	***8,78***
S2	8,50	8,49	8,84	8,04	8,08	7,66	8,04	8,04	***8,59***
S3	8,83	8,74	8,92	8,99	8,30	8,62	8,60	8,38	***8,78***
S4	8,29	8,24	8,54	9,20	9,19	8,38	8,31	8,51	***8,35***
S5	8,45	8,51	8,64	9,04	9,33	8,42	8,29	8,45	***8,46***
S6	9,11	9,05	9,24	8,66	9,50	8,85	8,55	8,54	***9,01***
S7	8,53	8,94	9,05	9,19	9,43	8,35	9,03	8,44	***8,76***
S8	8,84	8,87	9,07	9,14	9,44	8,55	8,63	8,68	***8,84***
S9	8,98	9,00	9,24	9,50		8,78	9,73	9,08	***9,01***
S10	9,17	9,30	9,31	9,49	9,55	9,20		9,44	***9,24***
S11	8,33	7,94	8,36			8,19		8,69	***8,25***
S12	8,11	8,36	8,21			5,60		7,92	***8,04***
S13	9,60	9,63	9,59			9,48		9,11	***9,59***
S14									
S15									

	Desviación Estándar								
SubÁrea	Eficacia	Eficiencia	Atención	Impacto	Planif.	Innova.	Disponi.	Instal.	*Global*
S1	1,87	1,86	1,69	1,95	1,80	2,07	1,97	1,85	***1,57***
S2	2,18	2,20	1,95	2,34	2,28	2,41	2,20	2,32	***1,89***
S3	1,85	1,94	1,81	1,96	2,49	1,91	1,83	2,36	***1,70***
S4	2,17	2,25	2,07	1,24	1,61	1,96	2,05	2,17	***1,91***
S5	2,21	2,20	2,15	1,25	1,39	2,10	2,18	2,22	***1,99***
S6	1,60	1,70	1,43	1,65	1,22	1,55	2,06	1,92	***1,50***
S7	2,66	2,24	2,24	1,36	1,20	2,64	1,55	2,75	***2,24***
S8	2,16	2,13	1,88	1,21	1,13	2,18	1,78	2,13	***1,94***
S9	2,07	1,68	1,79	1,05		1,90	0,45	1,96	***1,73***
S10	1,69	1,40	1,55	0,76	0,73	1,49		1,12	***1,33***
S11	2,88	3,20	2,62			2,32		2,39	***2,40***
S12	3,56	3,43	3,47			4,06		3,75	***3,44***
S13	1,11	1,10	1,14			1,24		1,69	***1,11***
S14									
S15									

4.11 Puntuación GLOBAL y Expectativas con tendencias de TODAS las Áreas

	2014		2015		2016		***2017***	
Código Área	Sat	Exp	Sat	Exp	Sat	Exp	***Sat***	***Exp***
AAG	8,21	6,61	8,56	6,73	9,31	8,87	***8,38***	***8,18***
ADEP	8,82	7,83	9,20	8,18	9,28	8,94	***9,18***	***8,88***
AREC	9,20	7,97	9,00	7,06	**5,36**	7,00	***9,37***	***9,27***
ATDI	8,88	7,83	8,72	7,84	8,88	8,51	***9,04***	***8,86***
ARA	8,88	6,78	8,30	6,33	8,06	**6,94**	***8,21***	***7,55***
ARCH	8,51	6,65	9,00	6,97	9,26	7,81	***8,28***	***7,66***
CS	8,40	7,43	9,00	8,08	9,18	8,68	***9,51***	***8,93***
EUA	8,69	7,25	9,17	7,79	9,16	8,56	***9,18***	***8,89***
GC	7,44	7,27	8,60	7,88	9,06	8,30	***9,56***	***9,41***
GJ	**9,47**	8,53	**9,77**	8,75	**9,61**	9,07	***9,42***	***9,28***
PRL	8,28	7,16	7,90	6,97	7,31	7,32	***8,18***	***8,14***
SBU	8,00	6,74	8,47	6,93	8,10	7,95	***8,82***	***8,56***
SC	8,80	7,16	8,47	7,11	8,61	8,26	***9,01***	***8,78***
SCTR	8,66	6,90	8,51	7,25	9,01	8,09	***8,31***	***8,01***
SDEP	7,93	6,68	8,21	6,95	8,61	8,47	***8,73***	***8,36***
SGI	8,95	7,39	9,15	7,33	8,51	8,56	***9,20***	***9,11***
RRHH	8,19	6,11	8,95	7,22	9,19	8,14	***9,25***	***8,44***
SGE	8,53	7,03	8,35	7,54	9,20	8,35	**9,68**	**9,55**
SIE	8,96	8,19	8,58	7,67	8,09	7,89	***8,61***	***8,69***
STIC	8,13	7,23	8,61	7,37	8,69	7,54	***8,70***	***8,47***
SOM	7,82	6,76	**7,74**	6,92	8,38	7,84	***9,29***	***8,98***
SOD	8,48	7,55	8,77	7,63	8,62	7,12	***8,61***	***8,01***
SPEC	8,55	7,08	8,98	7,84	9,00	8,28	***8,67***	***8,58***
RRII	**7,23**	**6,05**	7,80	**6,22**	8,04	7,79	**7,56**	***7,59***
SUE	7,54	6,82	8,28	7,13	8,30	7,58	***8,43***	***7,92***
EXT	8,51	**8,61**	9,04	8,42	9,32	**9,23**	***9,21***	***9,00***
UEC	9,04	7,80	9,32	**8,89**	9,14	9,08	***8,99***	***9,15***
SINE							***9,31***	***8,70***
ADM	8,32	7,19	8,51	7,32	8,56	7,95	***8,82***	***8,34***

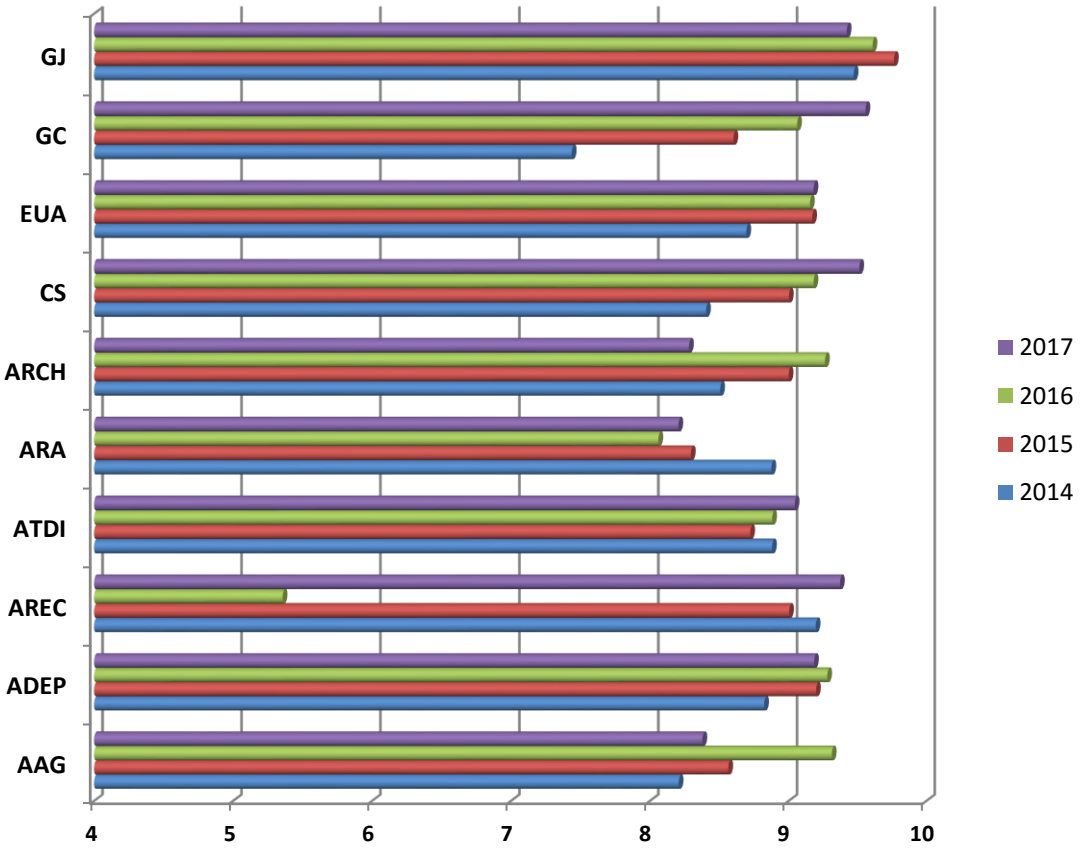

Gráfico 13: tendencias y comparativa sobre puntuación GLOBAL en las 10 primeras Áreas

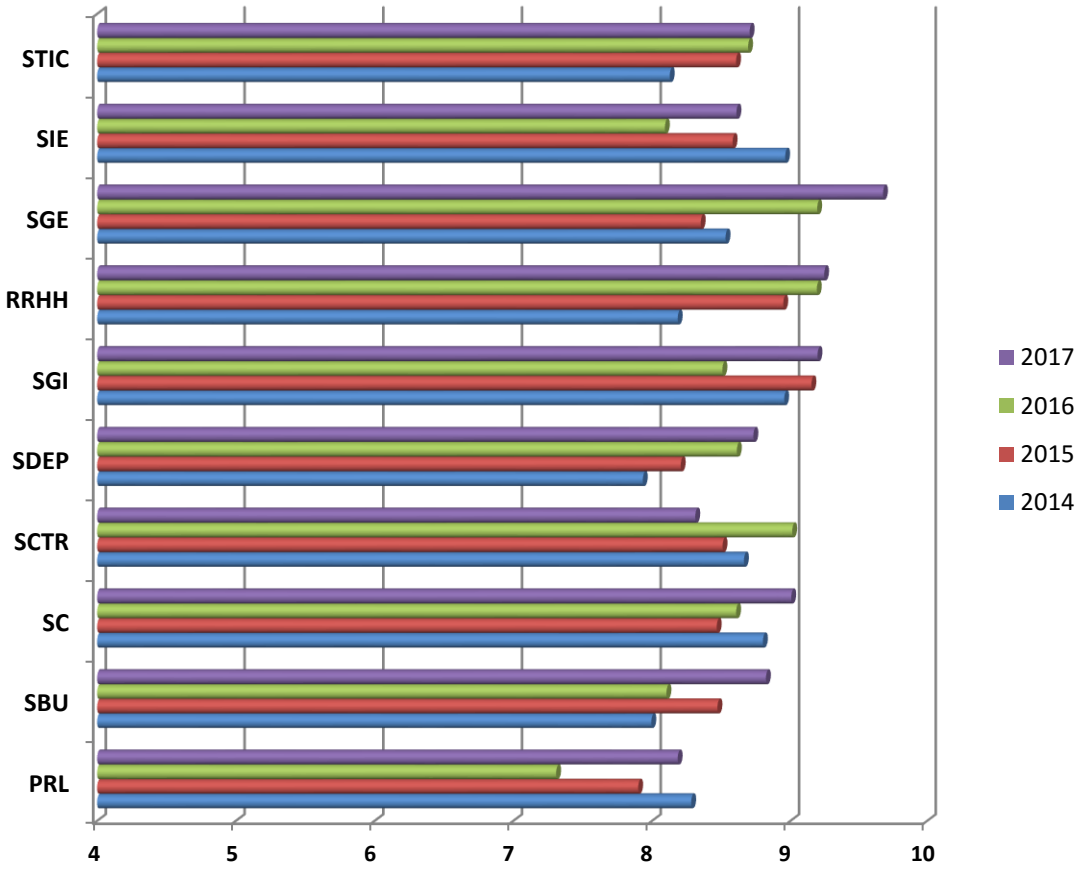

Gráfico 14: tendencias y comparativa sobre puntuación GLOBAL de la 10 segundas Áreas

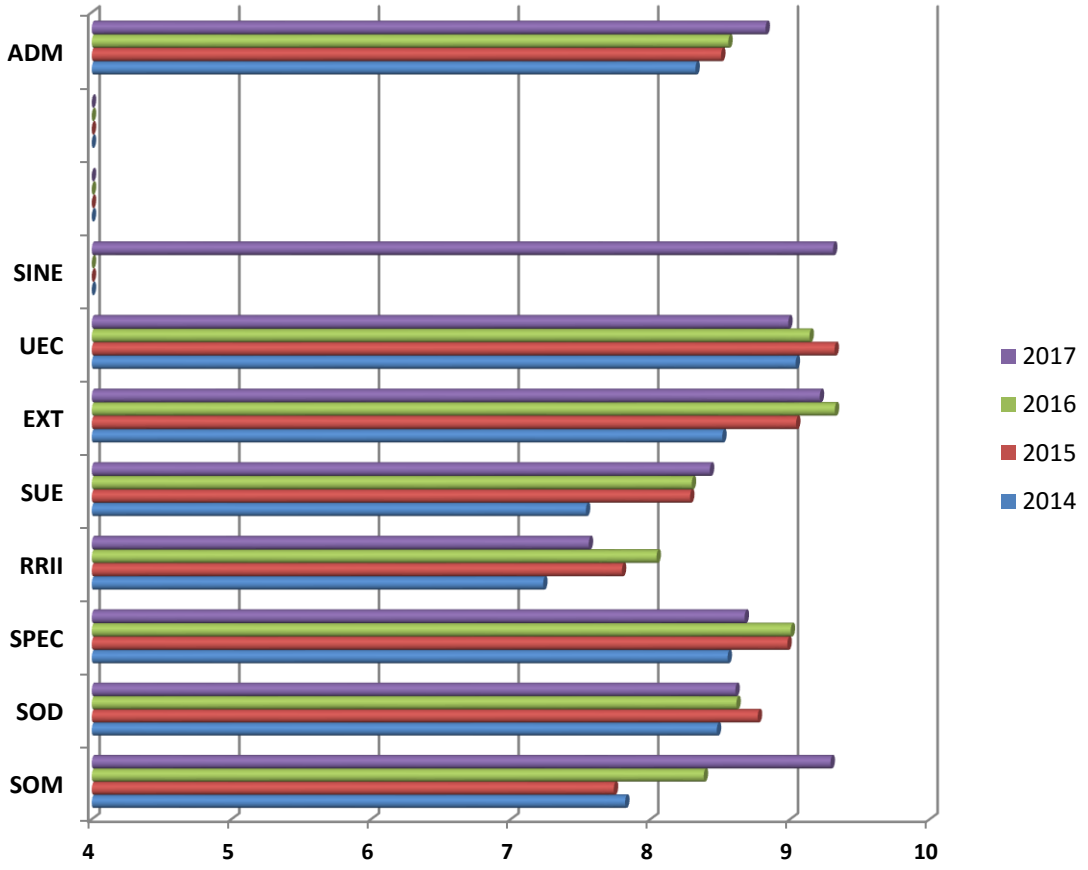

Gráfico 15: tendencias y comparativa sobre puntuación GLOBAL de la 10 últimas Áreas y Administración

Como resumen, se muestra el detalle de las ***3 primeras Áreas*** mejor valoradas por los usuarios en el presente año:

Oden	Área	Satisfacción
1º	Servicio de Gestión Económica	9,68
2º	Gabinete de Comunicación	9,56
3º	Consejo Social	9,51

5. PROPUESTAS DE MEJORA

Mas allá de las medias de percepción de la Satisfacción y Expectativas, el instrumento ofrece otra información adicional que también es recabada de los propios usuarios: se trata de propuestas cuantitativas sobre las CUALIDADES en las que el Área debería mejorar y que, por lo tanto, debería tener su reflejo en futuros Planes de Mejora.

A continuación se detalla dicha información que se espera sea de su interés:

Cualidad	Nº de Propuestas	Porcentaje
Eficacia	**481**	7,26%
Eficiencia	**910**	13,74%
Atención	**425**	6,42%
Impacto	**1294**	19,53%
Planificación	**1002**	15,12%
Innovación	**818**	12,35%
Disponibilidad	**897**	13,54%
Instalaciones	**798**	12,05%

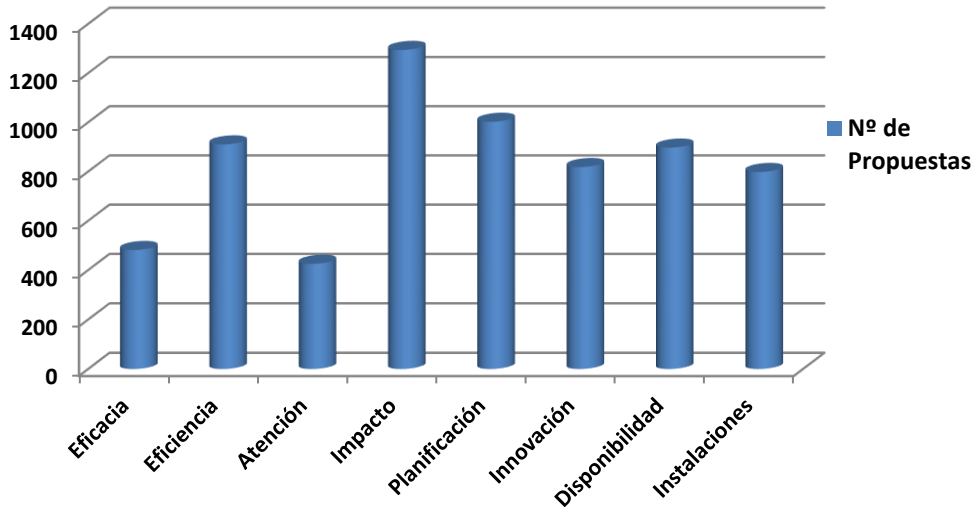

Gráfico 16: comparativa por CUALIDADES y Propuestas de Mejora en el Área

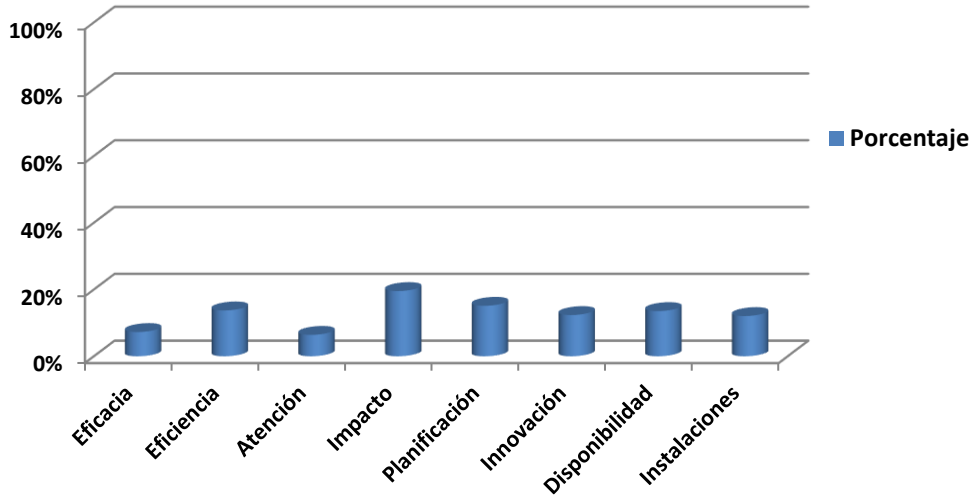

Gráfico 17: comparativa por CUALIDADES y Propuestas de Mejora en el Área