

Administración y Servicios Sistema de Gestión de Calidad

Área de Area de Administración y Servicios

Informe de Resultados

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

Evaluación definitiva

Año

2021

<i>Elaborado</i>	<i>Revisión Técnica</i>	<i>Aprobado</i>	
Administrador del SGC	Jefe del Servicio de Planificación, Evaluación y Calidad	Gerencia	
<i>Progresión del Informe de Resultados</i>			
tiempo 1	tiempo 2	tiempo 3	tiempo 4
21-may-21	01-jul-21	03-nov-21	13-ene-22

1. EL MODELO DE LA UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

Modelo de la Universidad de Almería

CUALIDAD	Descripción
EFICACIA	Trabajo sin errores
EFICIENCIA	Tiempo, rapidez, recursos materiales y plazos
ATENCIÓN	Amabilidad, empatía, trato personal, cortesía
IMPACTO	Difusión información, comunicación, publicidad, aumento de usuarios
PLANIFICACIÓN	Procesos, organización, planificación, número de trámites
INNOVACIÓN	Herramientas de gestión, tecnologías, sistemas
DISPONIBILIDAD	Horario, presencialidad
INSTALACIONES	Espacios, limpieza, luz, localización, ruido, aire acondicionado ..

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.

2. 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 necesaria 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 ($\pm 5\%$).

2.1 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	1500	2000	200	40	2000	1000
Muestra	6	12	160	20	27	3	1	27	13
Encuestas	1337	2145	3725	125	113	622	42	669	925

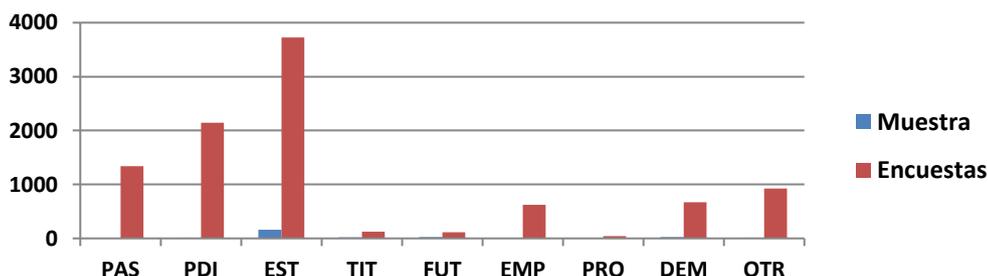


Gráfico 1: comparativa entre la muestra requerida y la obtenida

La CONFIANZA real obtenida hasta ahora según las encuestas recibidas:

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

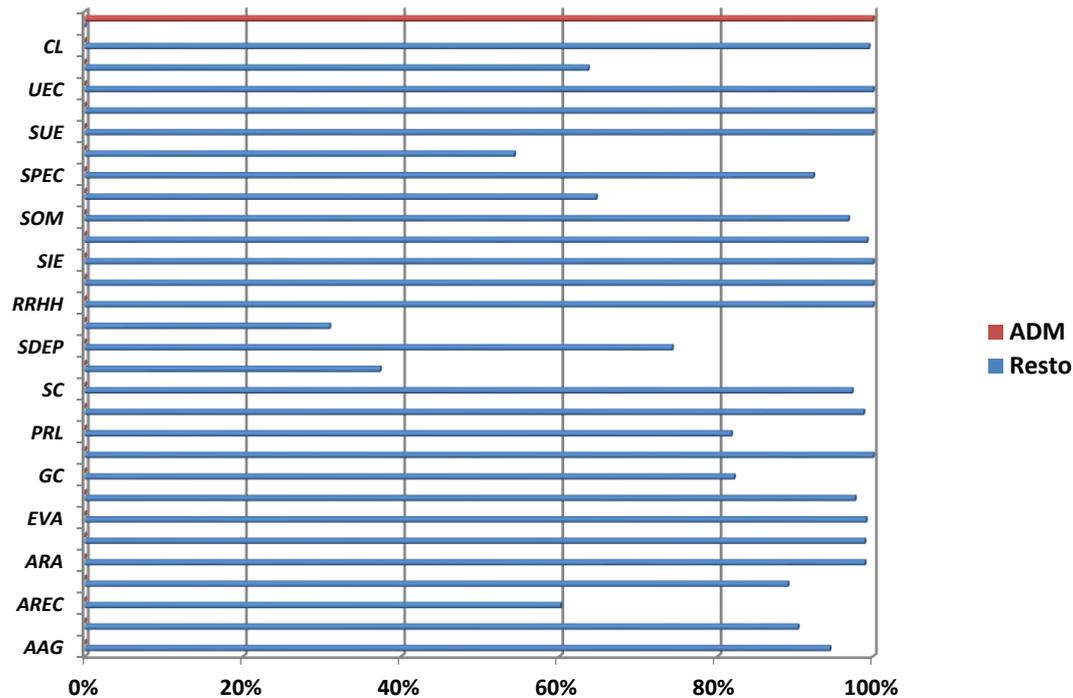


Gráfico 2: comparativa entre los grados de CONFIANZA de las Áreas

2.2 Participantes por edad

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

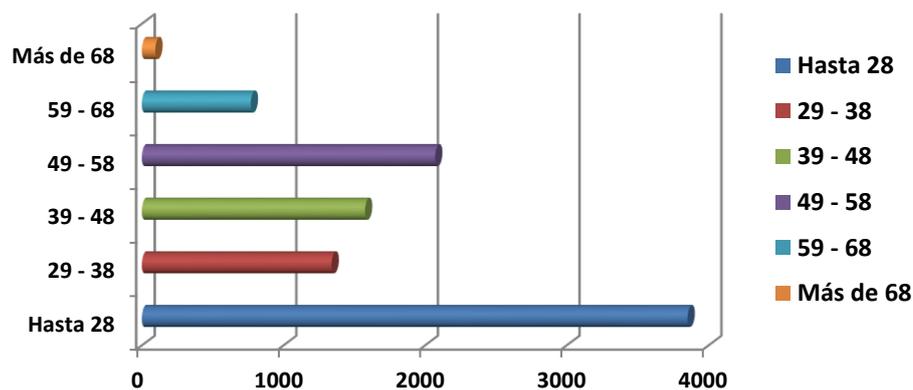


Gráfico 3: comparativa de participantes por edad en el Area

Rango	Participantes	Porcentaje
Hasta 28	3852	39,70%
29 - 38	1340	13,81%
39 - 48	1576	16,24%
49 - 58	2071	21,34%
59 - 68	769	7,93%
Más de 68	95	0,98%

Total Participantes
9703

3. RESULTADOS

3.1 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
- $\sum Si^2$: Es la sumatoria de Varianzas de los Ítems
- ST² : Es la varianza de la suma de los Ítems

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

El dato obtenido sobre la fiabilidad es de:

FIABILIDAD	Análisis
0,925	El instrumento es CONFIABLE

3.2 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
- σ_{XY} :Es la covarianza de las dos variables
- σ_X, σ_Y :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
0,936	Los datos obtenidos son FIABLES

3.3 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	Código	Elegida por Área
EFICACIA	<i>Obligatoria</i>	<i>Valor x 2</i>	<i>C₀₁</i>	<i>Si</i>
EFICIENCIA	<i>Obligatoria</i>	<i>Valor x 2</i>	<i>C₀₂</i>	<i>Si</i>
ATENCIÓN	<i>Obligatoria</i>	<i>Valor x 2</i>	<i>C₀₃</i>	<i>Si</i>
IMPACTO	<i>Voluntaria</i>	<i>Valor x 1</i>	<i>C_{V1}</i>	<i>Si</i>
PLANIFICACIÓN	<i>Voluntaria</i>	<i>Valor x 1</i>	<i>C_{V2}</i>	<i>Si</i>
INNOVACIÓN	<i>Voluntaria</i>	<i>Valor x 1</i>	<i>C_{V3}</i>	<i>Si</i>
DISPONIBILIDAD	<i>Voluntaria</i>	<i>Valor x 1</i>	<i>C_{V4}</i>	<i>Si</i>
INSTALACIONES	<i>Voluntaria</i>	<i>Valor x 1</i>	<i>C_{V5}</i>	<i>Si</i>

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

Puntuación Media de la CUALIDAD = $\frac{(\text{Valor Item}_1\text{Cualidad} + \dots + \text{Valor Item}_n\text{Cualidad})}{n}$
Puntuación GLOBAL = $\frac{(2 \times (C_{01} + C_{02} + C_{03}) + C_{V1} + \dots + C_{V5})_1 + \dots + (2 \times (C_{01} + C_{02} + C_{03}) + C_{V1} + \dots + C_{V5})_n}{(6 + \text{número de } C_V \text{ utilizadas}) \times \text{Número de encuestas (n)}}$

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	2018	2019	2020	2021
Satisfacción	8,79	8,82	8,74	8,93
Expectativas	8,27	8,34	8,42	8,61

ÁREA

8,93

Area de Administración y Servicios

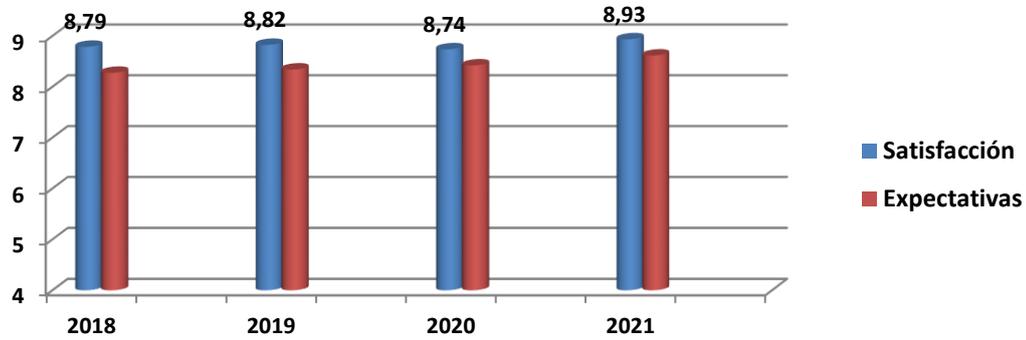


Gráfico 5: tendencias sobre puntuación GLOBAL y Expectativas en el Área

3.4 Puntuación media por CUALIDAD

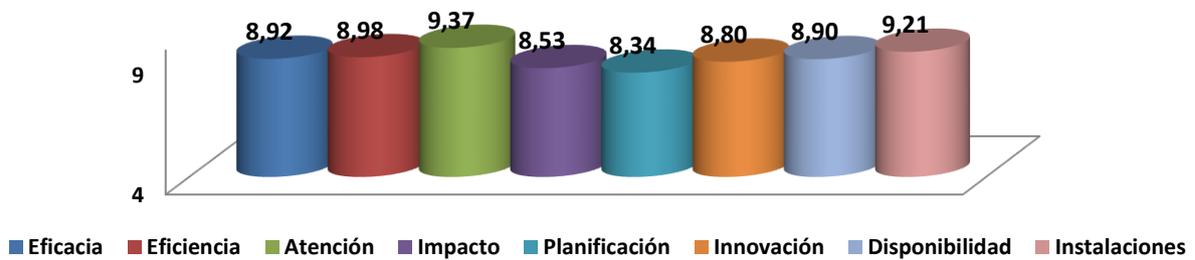


Gráfico 6: comparativa de puntuación media por CUALIDADES en el Área

CUALIDAD	Satisfacción	Desv. Stan.
Eficacia	8,92	2,03
Eficiencia	8,98	1,97
Atención	9,37	1,55
Impacto	8,53	2,21
Planificación	8,34	2,28
Innovación	8,80	1,97
Disponibilidad	8,90	1,85
Instalaciones	9,21	1,53

3.5 Puntuación media por sector y número de encuestas



Gráfico 7: correlación entre número de encuestas y nivel de satisfacción por sectores en el Área

Sector	Número de encuestas	Satisfacción Sector
PAS	1337	9,48
PDI	2145	9,23
Estudiantes	3725	9,01
Titulados	125	9,28
Futuros	113	8,93
Empresas	622	8,88
Proveedores	42	9,42
Demandantes	669	6,80
Otros	925	9,30

3.6 Puntuación GLOBAL y Expectativas con tendencias de TODAS las Áreas

Código Área	2018		2019		2020		2021	
	Sat	Exp	Sat	Exp	Sat	Exp	Sat	Exp
AAG	8,38	8,18	8,58	8,35	9,10	8,81	8,94	8,81
ADEP	9,18	8,88	9,04	8,92	9,55	9,33	9,47	9,35
AREC	9,37	9,27	9,47	9,43	9,71	9,59	9,83	9,71
ATDI	9,04	8,86	9,16	9,00	8,88	8,71	9,23	9,25
ARA	8,21	7,55	7,76	7,78	8,08	7,92	8,98	8,46
ARCH	8,28	7,66	9,17	8,93	9,22	8,59	9,75	9,28
EVA			9,26	9,17	9,47	9,11	9,63	9,17
EUA	9,18	8,89	9,12	8,96	9,41	8,92	9,37	9,04
GC	9,56	9,41	9,56	9,54	9,69	9,52	9,92	9,65
GJ	9,42	9,28	9,64	9,36	9,76	9,64	9,76	9,78
PRL	8,18	8,14	9,07	8,77	8,28	8,21	8,93	8,88
SBU	8,82	8,56	8,54	8,32	8,48	8,26	8,91	8,72
SC	9,01	8,78	9,31	8,82	9,20	8,63	9,65	9,15
SCTR	8,31	8,01	8,42	7,57	9,16	8,34	8,57	8,35
SDEP	8,73	8,36	8,59	8,59	8,88	8,55	9,31	8,98
SGI	9,20	9,11	9,24	9,20	9,77	9,60	9,62	9,27
RRHH	9,25	8,44	8,82	8,19	9,36	9,10	9,38	9,04
SGE	9,68	9,55	8,84	8,51	9,02	8,53	9,30	8,99
SIE	8,61	8,69	9,26	9,04	9,13	8,97	9,18	9,00
STIC	8,70	8,47	9,37	9,03	9,35	8,97	9,54	9,10
SOM	9,29	8,98	9,43	8,81	9,45	9,11	9,50	9,05
SOD	8,61	8,01	8,74	7,96	8,35	8,48	8,60	8,37
SPEC	8,67	8,58	9,41	8,81	9,13	8,87	9,21	8,79
RRII	7,56	7,59	8,36	8,17	8,52	8,41	8,24	8,04
SUE	8,43	7,92	8,53	8,07	8,30	7,90	8,23	7,86
EXT	9,21	9,00	9,05	8,88	9,34	8,89	9,45	8,91
UEC	8,99	9,15	9,36	9,32	9,47	9,03	9,43	9,28
SINE	9,31	8,70	9,57	9,07	9,46	9,00	9,49	9,30
CL			8,19	7,97	8,43	8,01	8,96	8,64
ADM	8,79	8,27	8,82	8,34	8,74	8,42	8,93	8,61

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

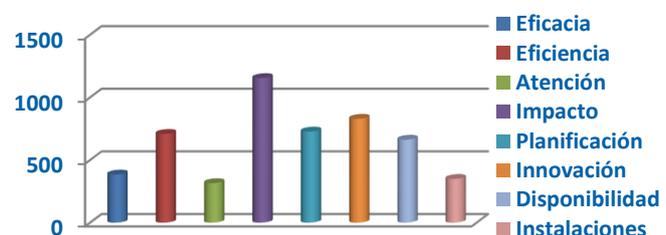
Oden	Área	Satisfacción
1º	Gabinete de Comunicación	9,92
2º	Apoyo a Rectorado	9,83
3º	Gabinete Jurídico	9,76

5. PROPUESTAS DE MEJORA

Más 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	Propuestas	Porcentaje
Eficacia	384	7,49%
Eficiencia	708	13,81%
Atención	315	6,14%
Impacto	1154	22,50%
Planificación	727	14,18%
Innovación	829	16,17%
Disponibilidad	662	12,91%
Instalaciones	349	6,81%



5128

Gráfico 9: número de propuestas de mejora por Calidad