

## Administración y Servicios Sistema de Gestión de Calidad

Área de  
**Editorial Universidad de Almería**

Informe de Revisión

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

*Evaluación definitiva*

Año

**2019**

<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
16-may.-19	8-jul.-19	1-oct.-19	15-ene.-20

Último periodo evaluado

enero-2019 a enero-2020

## ÍNDICE

<b>0. RESUMEN</b>	<b>3</b>
<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	<b>4</b>
<b>2. EL MODELO DE LA UNIVERSIDAD DE ALMERÍA</b>	<b>5</b>
<b>3. PARTICIPANTES</b>	<b>6</b>
3.1 <i>Participantes por sector</i>	6
3.2 <i>Participantes por edad</i>	8
3.3 <i>Participantes por sexo</i>	8
<b>4. RESULTADOS</b>	<b>9</b>
4.1 <i>Fiabilidad</i>	9
4.2 <i>Validez</i>	9
4.3 <i>Puntuación GLOBAL y Expectativas por Área</i>	10
4.4 <i>Puntuación media por CUALIDAD</i>	11
4.5 <i>Puntuación media por CUALIDAD e ítem</i>	11
4.6 <i>Puntuación media por CUALIDAD y sexo</i>	13
4.7 <i>Puntuación media por CUALIDAD y edad</i>	13
4.8 <i>Puntuación media por CUALIDAD y sector</i>	14
4.9 <i>Puntuación GLOBAL por sector y número de encuestas</i>	15
4.10 <i>Puntuación media y GLOBAL por CUALIDAD y SubÁreas</i>	16
4.11 <i>Puntuación GLOBAL/Expectativas con tendencias TODAS las Áreas</i>	17
<b>5. PROPUESTAS DE MEJORA</b>	<b>19</b>
<b>6. OBSERVACIONES</b>	<b>20</b>

## 0. RESUMEN

A continuación se presentan los datos más relevantes de los resultados del presente informe para su toma en consideración:

- Datos sobre la **muestra obtenida** con respecto a la **propuesta**

	PAS	PDI	EST	TIT	FUT	EMP	PRO	DEM	OTR
Población	5	60	15	0	0	0	6	0	35
<b>Muestra</b>	<b>3</b>	<b>42</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>24</b>
Encuestas	7	45	11	0	0	0	5	0	28

**CONFIANZA** obtenida

**96,89%**

**FIABILIDAD**

**0,940**

**VALIDEZ**

**0,913**

- Datos sobre los **resultados de satisfacción** del Área

Tipo	2016	2017	2018	<b>2019</b>
Satisfacción	9,16	9,00	9,18	<b>9,12</b>
Expectativas	8,56	8,77	8,89	<b>8,96</b>

**ÁREA**

**9,12**

- Datos sobre los **resultados de satisfacción** en las SubÁreas

SubÁrea	Satisfacción	Encuestas	Clave
Venta de libros	8,94	<b>24</b>	S1
Publicación de libros	9,25	<b>33</b>	S2
Editorial Universidad de Almería	9,12	<b>39</b>	S3

- Datos sobre las **propuestas de MEJORA por CUALIDAD** que realizan los **usuarios**

Cualidad	Nº de Propuestas	Porcentaje
<b>Eficacia</b>	<b>1</b>	<b>14,29%</b>
<i>Eficiencia</i>		
<i>Atención</i>		
<b>Impacto</b>	<b>1</b>	<b>14,29%</b>
<b>Planificación</b>	<b>1</b>	<b>14,29%</b>
<b>Innovación</b>	<b>3</b>	<b>42,86%</b>
<b>Disponibilidad</b>	<b>1</b>	<b>14,29%</b>
<i>Instalaciones</i>		

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

### Modelo de la Universidad de Almería

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

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

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 ( $\pm 5\%$ ).

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

	PAS	PDI	EST	TIT	FUT	EMP	PRO	DEM	OTR
<b>Población</b>	5	60	15	0	0	0	6	0	35
<b>Muestra</b>	<b>3</b>	<b>42</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>24</b>
<b>Encuestas</b>	7	45	11	0	0	0	5	0	28

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

**CONFIANZA obtenida**  
**96,89%**

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

**El ritmo de recogida de encuestas es ADECUADO**

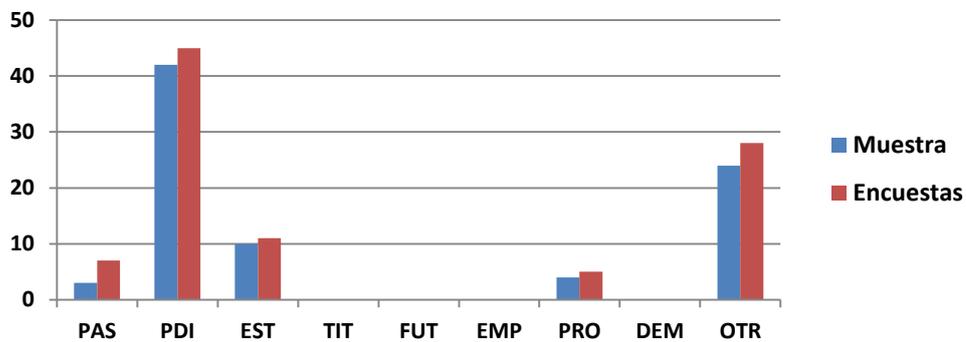


Gráfico 1: comparativa entre muestra requerida y encuestas recibidas en el Área

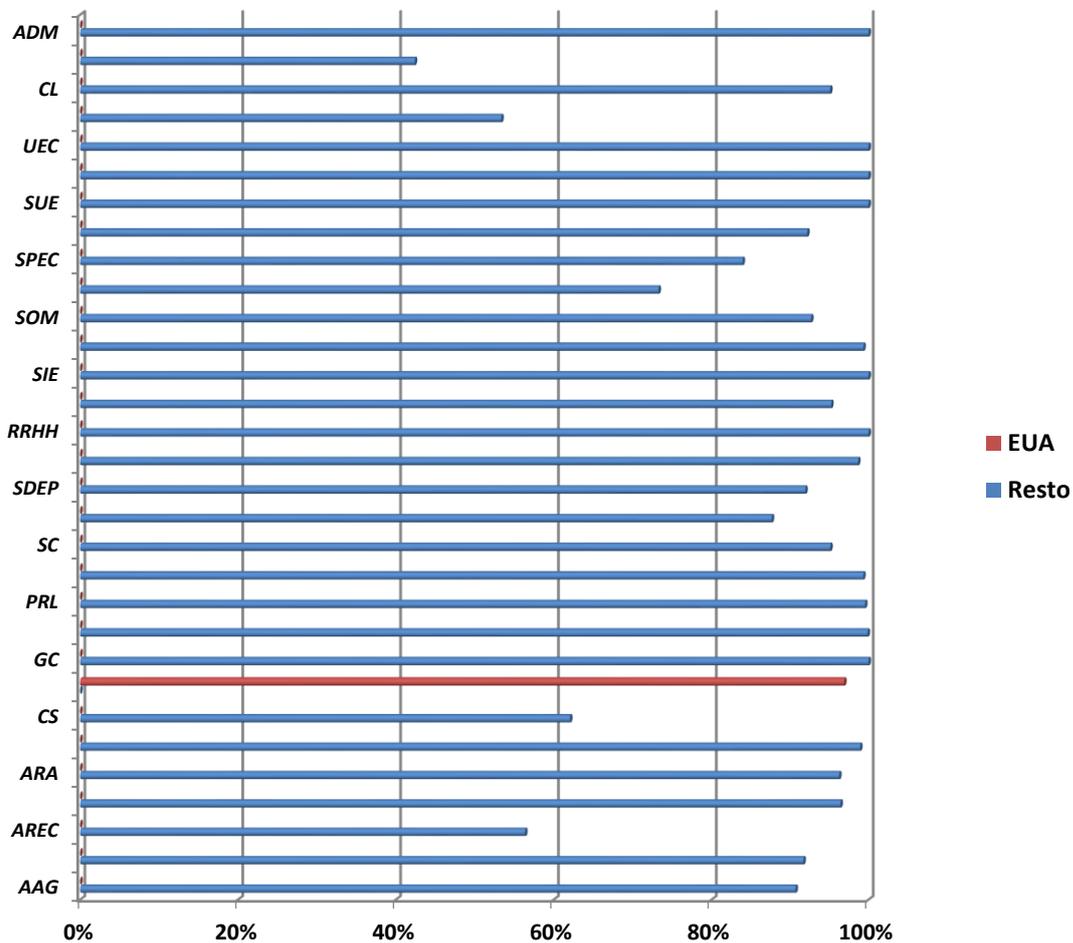


Gráfico 2: comparativa entre los grados de CONFIANZA de las Áreas

### 3.2 Participantes por edad

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

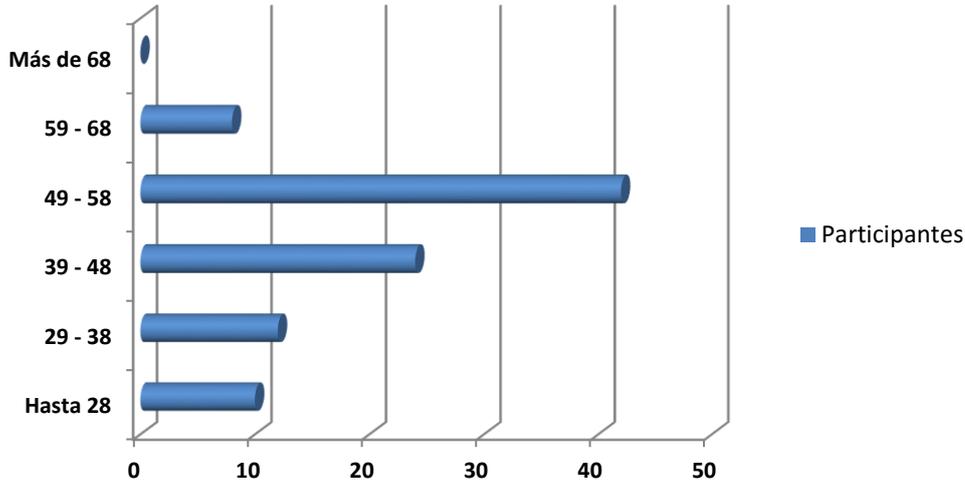


Gráfico 3: comparativa de participantes por edad en el Área

Rango	Participantes	Porcentaje
Hasta 28	10	10,42%
29 - 38	12	12,50%
39 - 48	24	25,00%
49 - 58	42	43,75%
59 - 68	8	8,33%
Más de 68	0	0,00%
	<b>96</b>	

### 3.3 Participantes por sexo

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

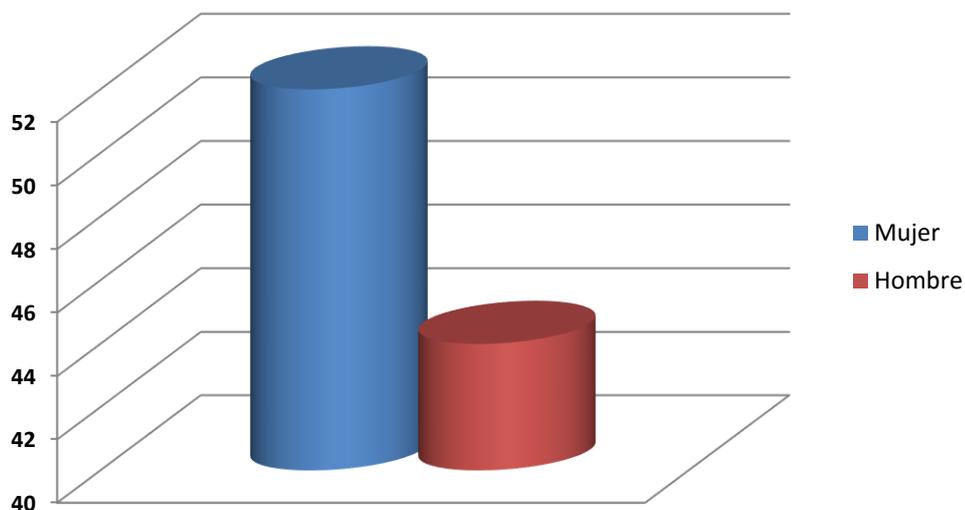


Gráfico 4: comparativa de participantes por sexo en el Área

Rango	Participantes	Porcentaje
Mujer	52	54,17%
Hombre	44	45,83%
	<b>96</b>	

## 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  $\alpha$  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:

$\alpha$  : Es el Coeficiente de Alfa de Cronbach  
 $K$  : Es el número de ítems  
 $\sum S_i^2$  : Es la sumatoria de Varianzas de los Ítems  
 $ST^2$  : 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
<b>0,940</b>	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  
 $\sigma_{XY}$  :Es la covarianza de las dos variables  
 $\sigma_X, \sigma_Y$  :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
<b>0,913</b>	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 <sub>01</sub>	Si
EFICIENCIA	Obligatoria	Valor x 2	C <sub>02</sub>	Si
ATENCIÓN	Obligatoria	Valor x 2	C <sub>03</sub>	Si
IMPACTO	Voluntaria	Valor x 1	C <sub>V1</sub>	No
PLANIFICACIÓN	Voluntaria	Valor x 1	C <sub>V2</sub>	No
INNOVACIÓN	Voluntaria	Valor x 1	C <sub>V3</sub>	Si
DISPONIBILIDAD	Voluntaria	Valor x 1	C <sub>V4</sub>	No
INSTALACIONES	Voluntaria	Valor x 1	C <sub>V5</sub>	No

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

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

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

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	2016	2017	2018	2019
Satisfacción	9,16	9,00	9,18	<b>9,12</b>
Expectativas	8,56	8,77	8,89	<b>8,96</b>

**ÁREA**

**9,12**

*Editorial Universidad de Almería*

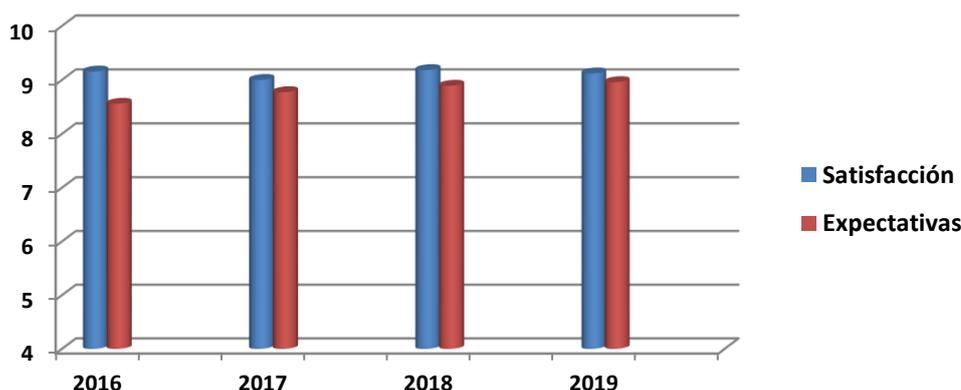


Gráfico 5: tendencias sobre puntuación GLOBAL y Expectativas en el Área

#### 4.4 Puntuación media por CUALIDAD

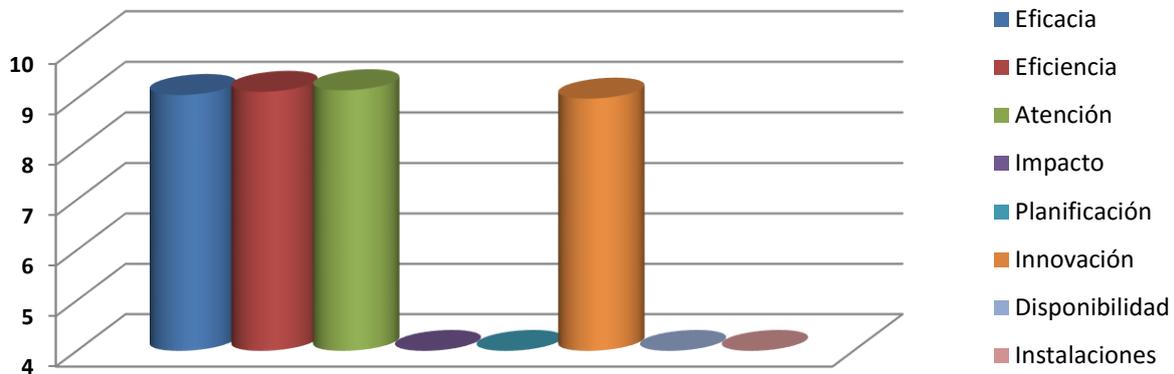


Gráfico 6: comparativa de puntuación media por CUALIDADES en el Área

CUALIDAD	Media	Desv. Stan.
Eficacia	9,07	0,55
Eficiencia	9,14	0,78
Atención	9,17	0,61
Impacto		
Planificación		
Innovación	9,00	0,80
Disponibilidad		
Instalaciones		

#### 4.5 Puntuación media por CUALIDAD e ítem

Ítem	Clave
El personal me ha prestado un servicio sin errores	I1
	I2
	I3
El personal me ha prestado el servicio solicitado en un tiempo adecuado	I4
	I5
	I6
El personal me ha atendido amablemente y ha comprendido mis necesidades e intereses	I7
	I8
	I9
	I10
	I11
	I12
	I13
	I14
	I15
Las herramientas tecnológicas utilizadas funcionan correctamente	I16
	I17
	I18
	I19
	I20
	I21
	I22
	I23
	I24

Clave de Item	CUALIDAD	Puntuación Media	Desvi.Estand
I1	Eficacia	9,07	0,55
I2	Eficacia		
I3	Eficacia		
I4	Eficiencia	9,14	0,78
I5	Eficiencia		
I6	Eficiencia		
I7	Atención	9,17	0,61
I8	Atención		
I9	Atención		
I10	Impacto		
I11	Impacto		
I12	Impacto		
I13	Planificación		
I14	Planificación		
I15	Planificación		
I16	Innovación	9,00	0,80
I17	Innovación		
I18	Innovación		
I19	Disponibilidad		
I20	Disponibilidad		
I21	Disponibilidad		
I22	Instalaciones		
I23	Instalaciones		
I24	Instalaciones		

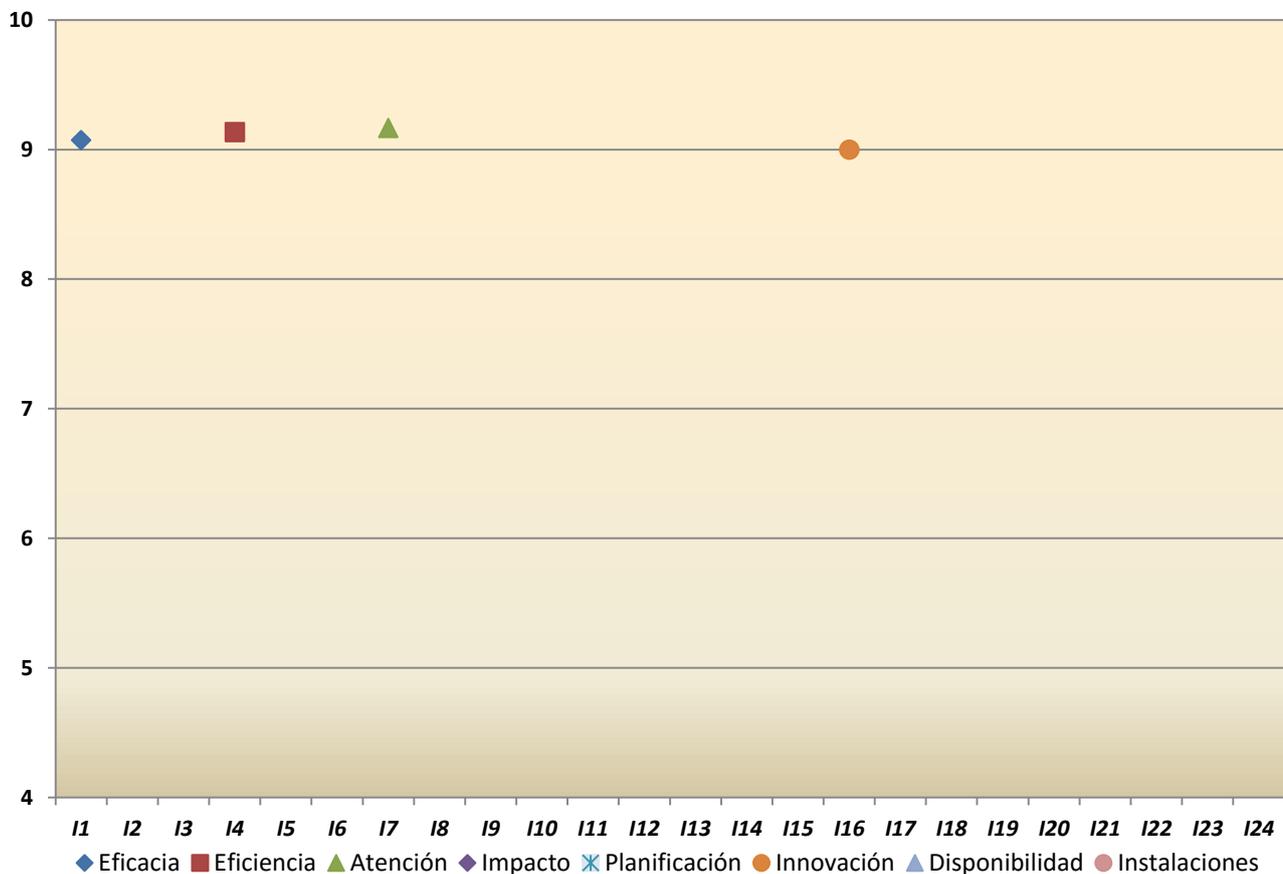


Gráfico 7: comparativa de puntuación media por CUALIDAD e Ítems en el Área

#### 4.6 Puntuación media por CUALIDAD y sexo

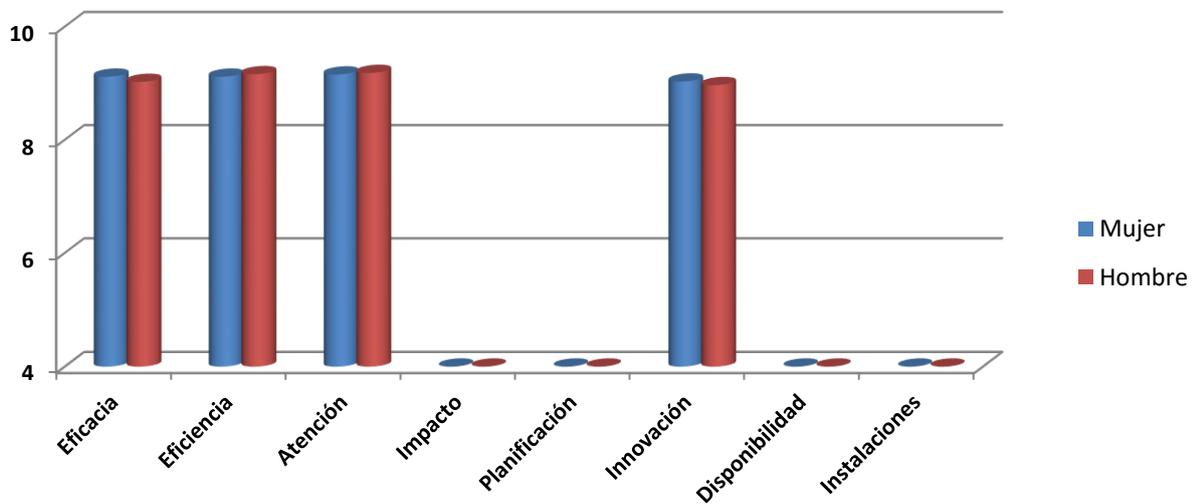


Gráfico 8: comparativa de puntuación media por CUALIDADES y sexo en el Área

CUALIDAD	Puntuación Media		Desv. Estand.	
	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
Eficacia	9,12	9,02	0,51	0,59
Eficiencia	9,12	9,16	0,76	0,81
Atención	9,15	9,18	0,57	0,66
Impacto				
Planificación				
Innovación	9,03	8,97	0,80	0,82
Disponibilidad				
Instalaciones				

#### 4.7 Puntuación media por CUALIDAD y edad

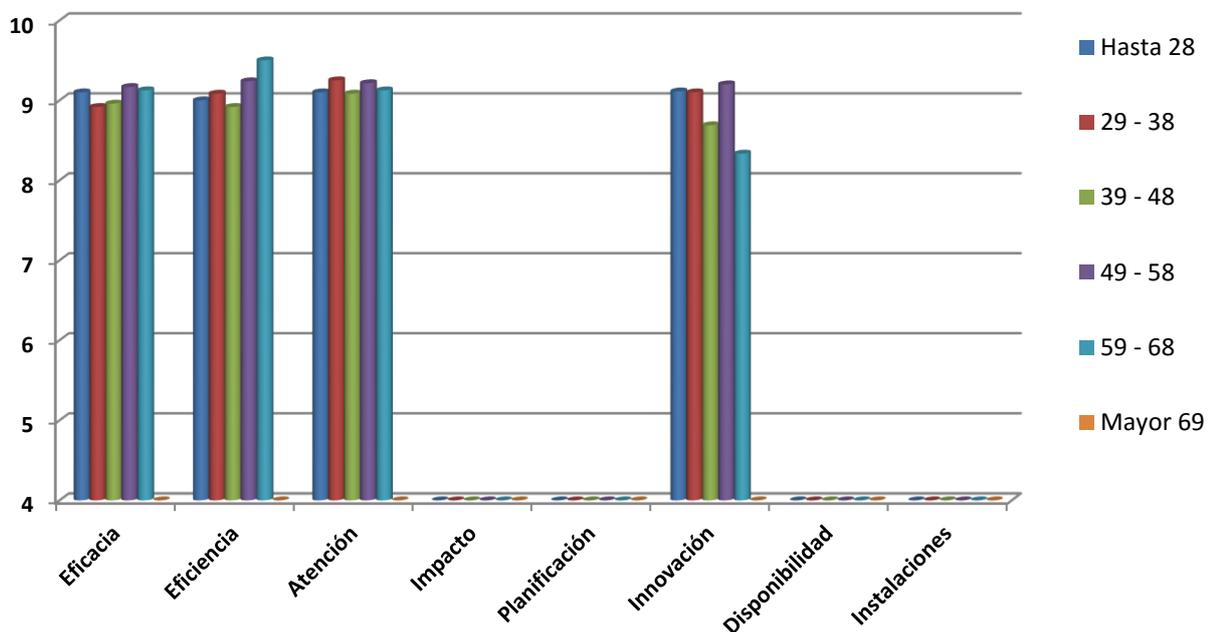


Gráfico 9: comparativa de puntuación media por CUALIDADES y edad en el Área

Puntuación Media						
CUALIDAD	Hasta 28	29 - 38	39 - 48	49 - 58	59 - 68	Mayor 69
Eficacia	9,10	8,92	8,96	9,17	9,13	
Eficiencia	9,00	9,08	8,92	9,24	9,50	
Atención	9,10	9,25	9,08	9,21	9,13	
Impacto						
Planificación						
Innovación	9,11	9,10	8,69	9,20	8,33	
Disponibilidad						
Instalaciones						
Desviación Estándar						
CUALIDAD	Hasta 28	29 - 38	39 - 48	49 - 58	59 - 68	Mayor 69
Eficacia	0,32	0,79	0,46	0,54	0,64	
Eficiencia	0,94	0,79	0,78	0,76	0,53	
Atención	0,57	0,62	0,50	0,68	0,64	
Impacto						
Planificación						
Innovación	0,78	0,88	0,79	0,71	1,15	
Disponibilidad						
Instalaciones						

#### 4.8 Puntuación media por CUALIDAD y sector

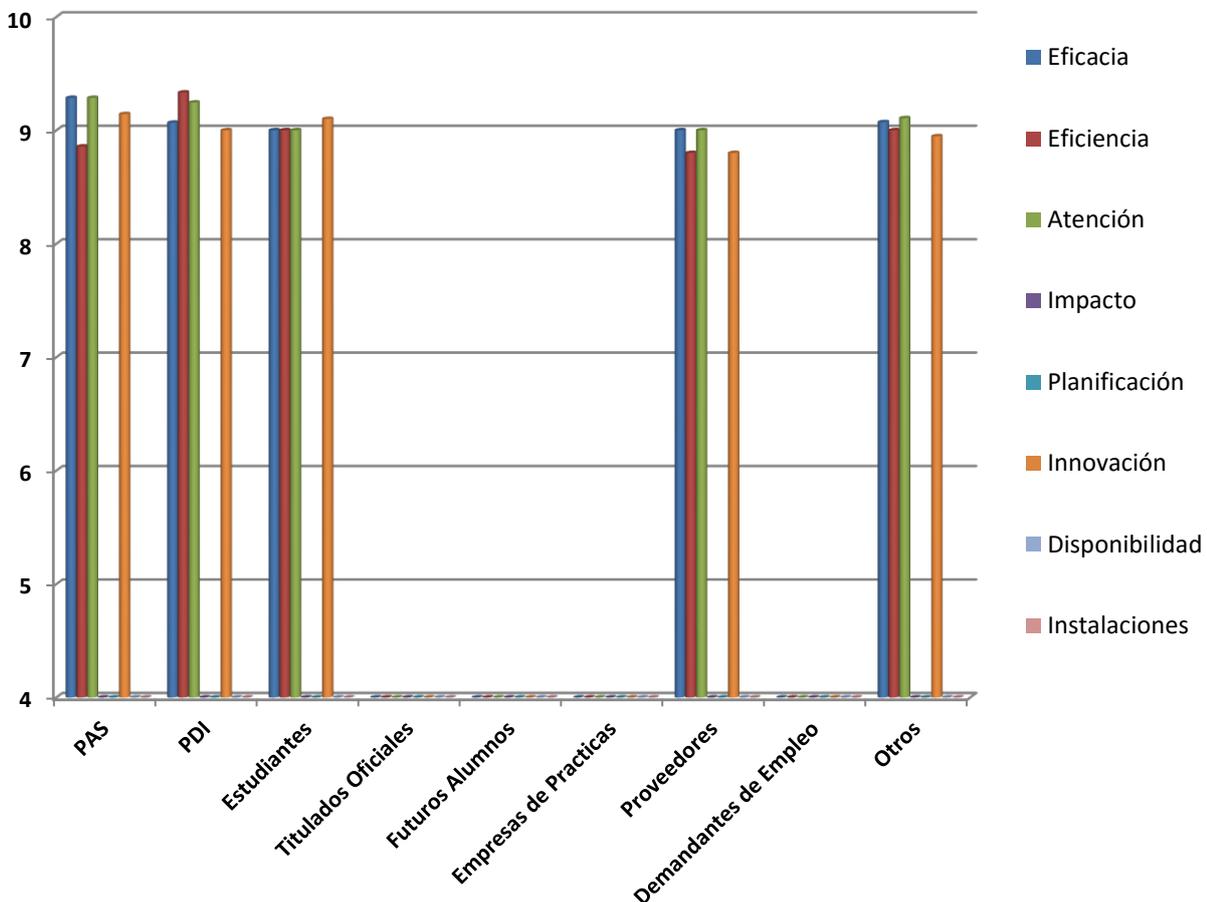


Gráfico 10: comparativa de puntuación media por CUALIDADES y sector en el Área

Puntuación Media								
Sector	Eficacia	Eficiencia	Atención	Impacto	Planif.	Innova.	Disponi.	Instal.
PAS	9,29	8,86	9,29			9,14		
PDI	9,07	9,33	9,24			9,00		
Estudiantes	9,00	9,00	9,00			9,10		
Titulados								
Fut.Alu.								
Emp.Pract.								
Proveedores	9,00	8,80	9,00			8,80		
Deman.Empl.								
Otros	9,07	9,00	9,11			8,95		
Desviación Estándar								
Sector	Eficacia	Eficiencia	Atención	Impacto	Planif.	Innova.	Disponi.	Instal.
PAS	0,49	0,90	0,49			0,90		
PDI	0,72	0,64	0,68			0,82		
Estudiantes	0,00	0,89	0,45			0,74		
Titulados								
Fut.Alu.								
Emp.Pract.								
Proveedores	0,71	0,84	0,71			0,84		
Deman.Empl.								
Otros	0,26	0,86	0,57			0,85		

#### 4.9 Puntuación GLOBAL por sector y número de encuestas

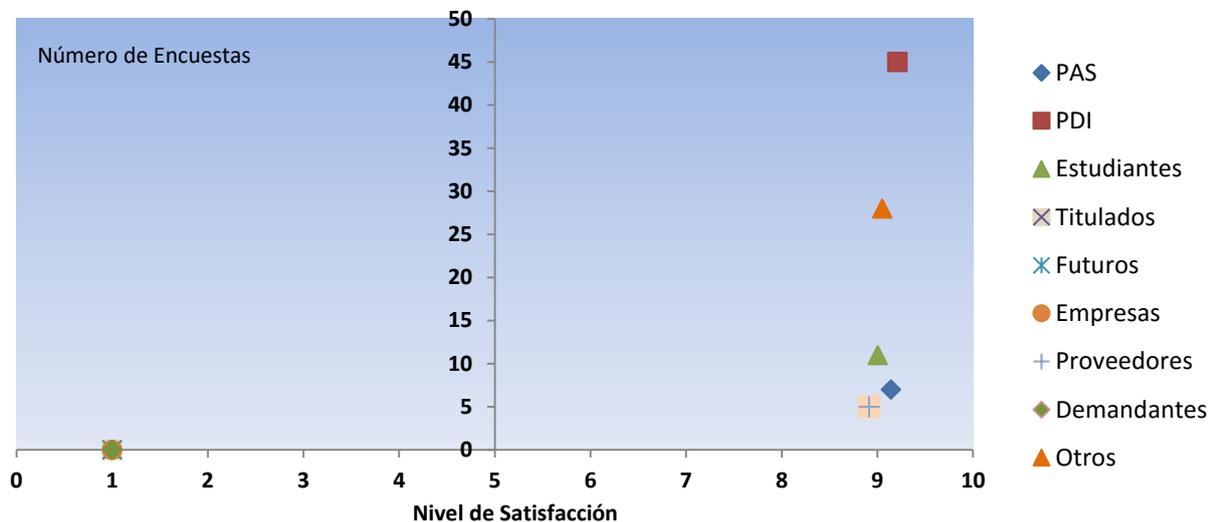


Gráfico 11: correlación entre número de encuestas y nivel de satisfacción por sectores en el Área

Sector	Número de encuestas	GLOBAL de Satisfacción
PAS	7	9,14
PDI	45	9,21
Estudiantes	11	9,00
Titulados		
Futuros		
Empresas		
Proveedores	5	8,91
Demandantes		
Otros	28	9,05

#### 4.10 Puntuación media y GLOBAL por CUALIDAD y SubÁreas

SubÁrea	Satisfacción	Encuestas	Clave
Venta de libros	8,94	24	S1
Publicación de libros	9,25	33	S2
Editorial Universidad de Almería	9,12	39	S3

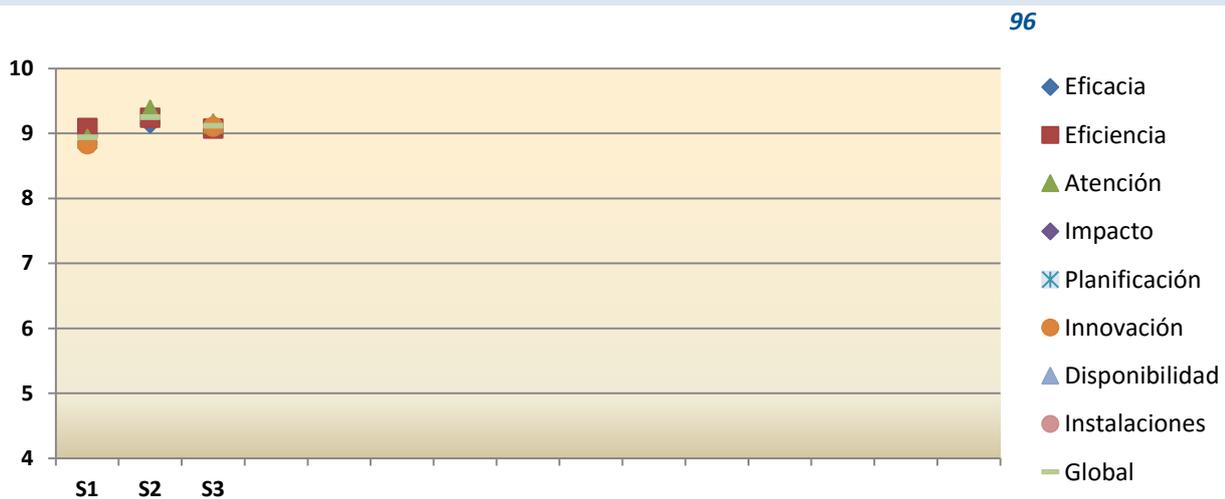


Gráfico 12: comparativa de puntuación media por CUALIDADES y SubÁreas en el Área

Puntuación media y GLOBAL									
SubÁrea	Eficacia	Eficiencia	Atención	Impacto	Planif.	Innova.	Disponi.	Instal.	Global
S1	8,88	9,08	8,92			8,83			8,94
S2	9,15	9,24	9,36						9,25
S3	9,13	9,08	9,15			9,10			9,12

**Desviación Estándar**

SubÁrea	Eficacia	Eficiencia	Atención	Impacto	Planif.	Innova.	Disponi.	Instal.	Global
S1	0,34	0,83	0,58			0,76			0,39
S2	0,67	0,79	0,60						0,53
S3	0,52	0,74	0,59			0,82			0,52

**4.11 Puntuación GLOBAL y Expectativas con tendencias de TODAS las Áreas**

Código Área	2016		2017		2018		2019	
	Sat	Exp	Sat	Exp	Sat	Exp	Sat	Exp
AAG	9,31	8,87	8,77	8,53	8,38	8,18	8,58	8,35
ADEP	9,28	8,94	9,40	9,10	9,18	8,88	9,04	8,92
AREC	5,36	7,00	9,04	8,94	9,37	9,27	9,47	9,43
ATDI	8,88	8,51	9,06	8,89	9,04	8,86	9,16	9,00
ARA	8,06	6,94	8,14	7,61	8,21	7,55	7,76	7,78
ARCH	9,26	7,81	8,99	8,97	8,28	7,66	9,17	8,93
CS	9,18	8,68	9,01	8,58	9,51	8,93	9,60	9,17
EUA	9,16	8,56	9,00	8,77	9,18	8,89	9,12	8,96
GC	9,06	8,30	9,34	9,13	9,56	9,41	9,56	9,54
GJ	9,61	9,07	9,65	9,23	9,42	9,28	9,64	9,36
PRL	7,31	7,32	8,01	7,90	8,18	8,14	9,07	8,77
SBU	8,10	7,95	8,42	8,07	8,82	8,56	8,54	8,32
SC	8,61	8,26	9,04	8,65	9,01	8,78	9,31	8,82
SCTR	9,01	8,09	9,41	8,44	8,31	8,01	8,42	7,57
SDEP	8,61	8,47	8,64	8,40	8,73	8,36	8,59	8,59
SIGI	8,51	8,56	9,14	9,10	9,20	9,11	9,24	9,20
RRHH	9,19	8,14	8,91	8,21	9,25	8,44	8,82	8,19
SGE	9,20	8,35	9,86	9,75	9,68	9,55	8,84	8,51
SIE	8,09	7,89	8,18	8,09	8,61	8,69	9,26	9,04
STIC	8,69	7,54	9,08	8,83	8,70	8,47	9,37	9,03
SOM	8,38	7,84	8,55	8,62	9,29	8,98	9,43	8,81
SOD	8,62	7,12	8,60	8,02	8,61	8,01	8,74	7,96
SPEC	9,00	8,28	8,40	8,01	8,67	8,58	9,41	8,81
RRII	8,04	7,79	7,92	7,56	7,56	7,59	8,36	8,17
SUE	8,30	7,58	8,26	7,72	8,43	7,92	8,57	8,08
EXT	9,32	9,23	8,99	8,93	9,21	9,00	9,05	8,88
UEC	9,14	9,08	9,09	9,06	8,99	9,15	9,36	9,32
SINE			9,30	8,58	9,31	8,70	9,57	9,07
CL							8,19	7,97
EVA							9,26	9,17
ADM	8,56	7,95	8,79	8,27	8,82	8,34	8,83	8,53

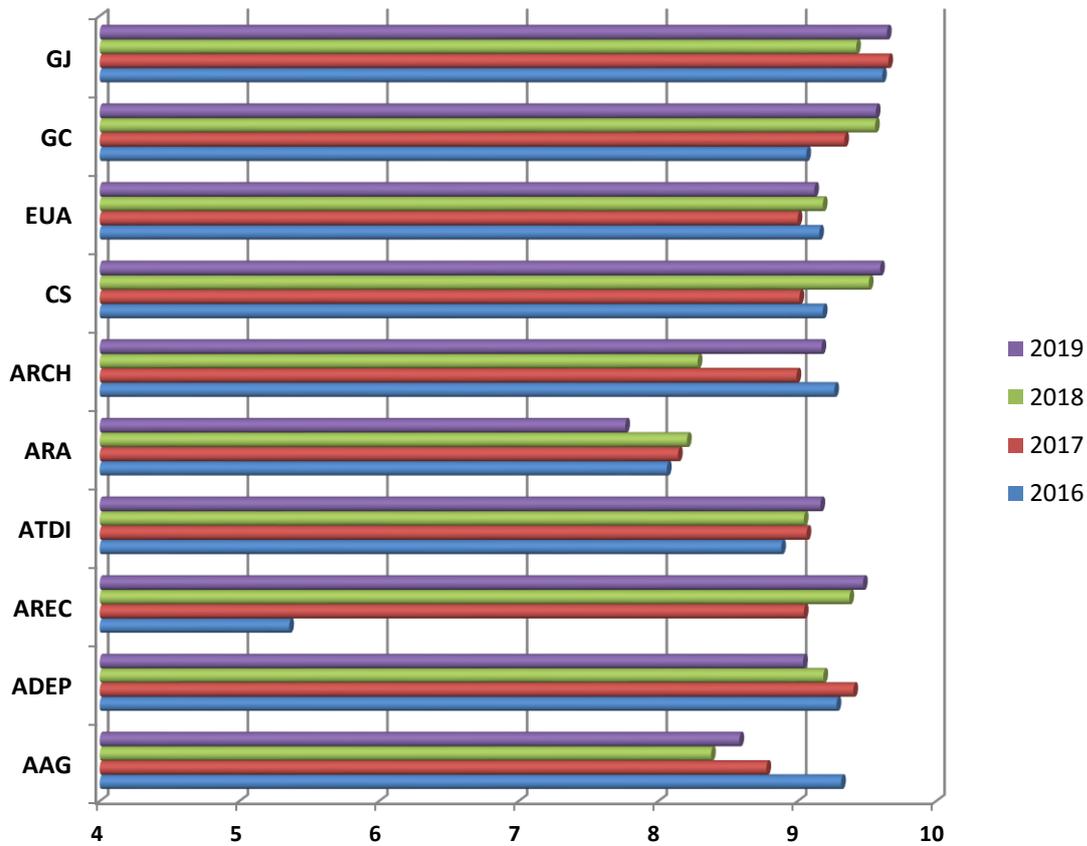


Gráfico 13: tendencias y comparativa sobre puntuación GLOBAL en las 10 primeras Áreas

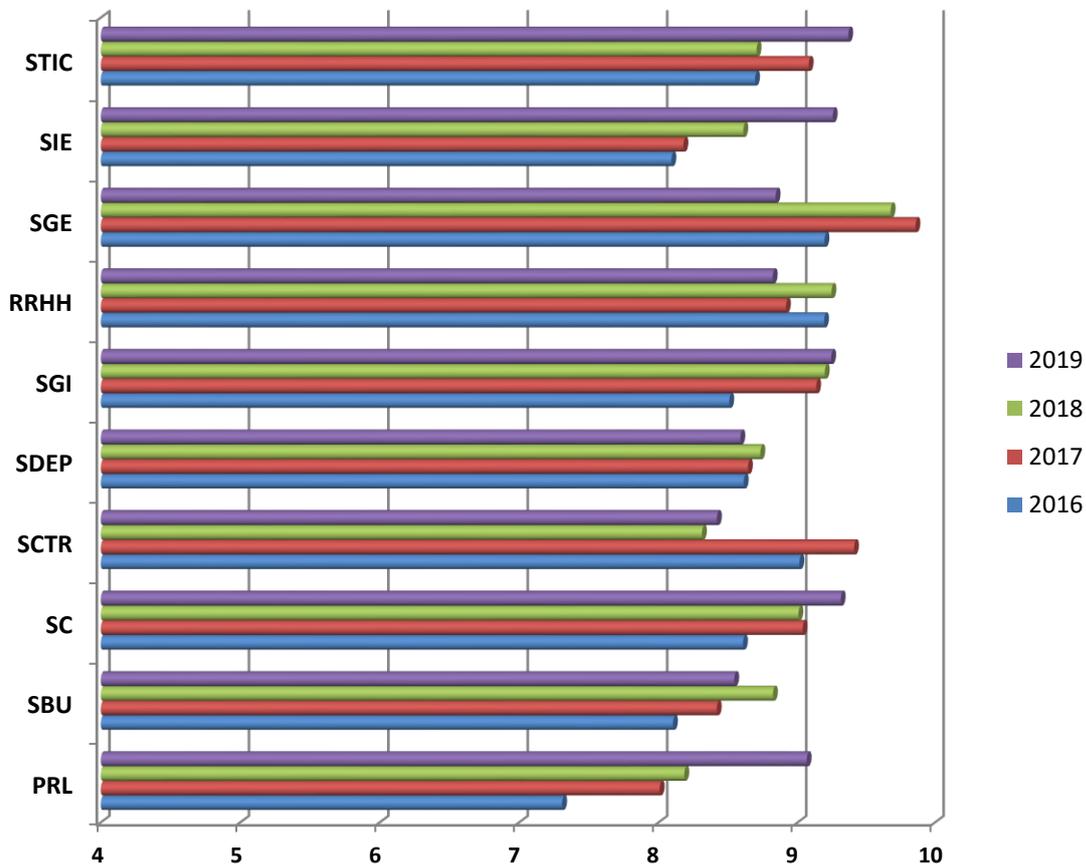


Gráfico 14: tendencias y comparativa sobre puntuación GLOBAL de la 10 segundas Áreas

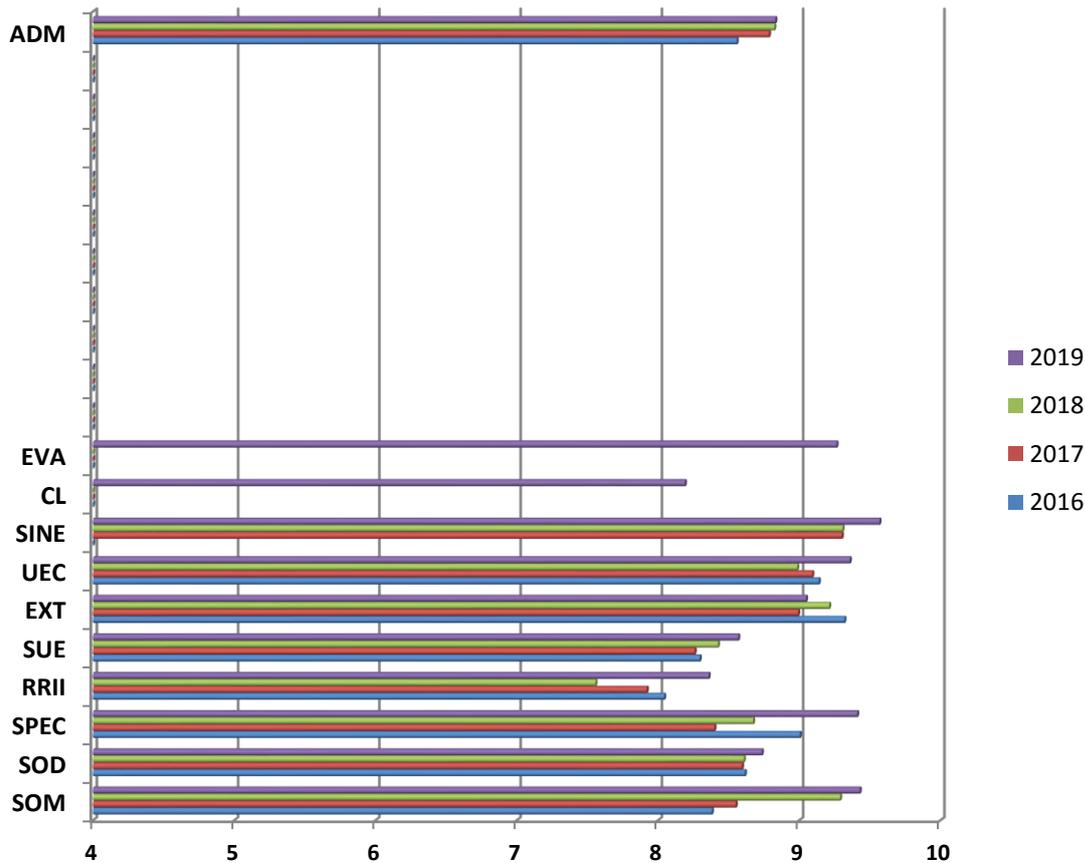


Gráfico 15: tendencias y comparativa sobre puntuación GLOBAL de la 10 últimas Áreas y Administración

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

Oden	Área	Satisfacción
1º	Gabinete Jurídico	9,64
2º	Consejo Social	9,60
3º	Servicio de Información Estratégica	9,57

## 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	Nº de Propuestas	Porcentaje
<b>Eficacia</b>	<b>1</b>	<b>14,29%</b>
<b>Eficiencia</b>		
<b>Atención</b>		
<b>Impacto</b>	<b>1</b>	<b>14,29%</b>
<b>Planificación</b>	<b>1</b>	<b>14,29%</b>
<b>Innovación</b>	<b>3</b>	<b>42,86%</b>
<b>Disponibilidad</b>	<b>1</b>	<b>14,29%</b>
<b>Instalaciones</b>		

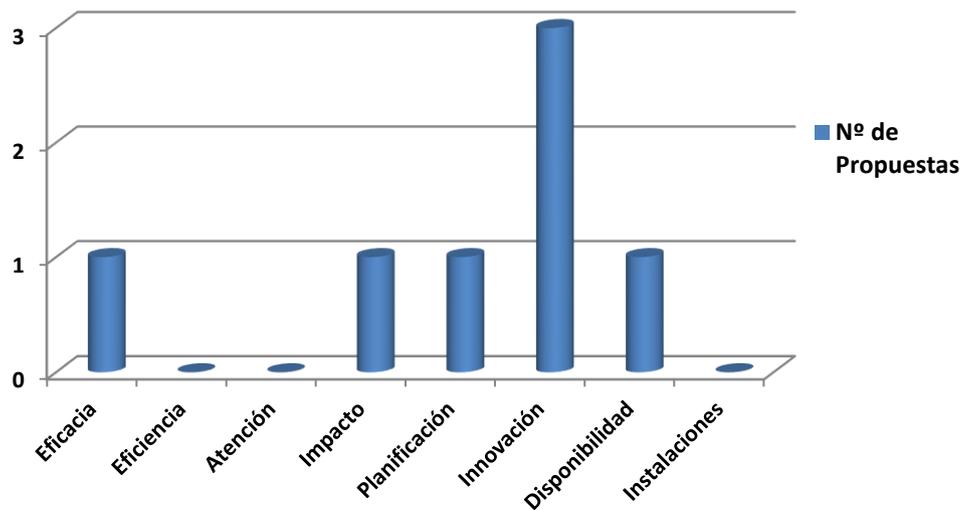


Gráfico 16: comparativa por CUALIDADES y Propuestas de Mejora en el Área

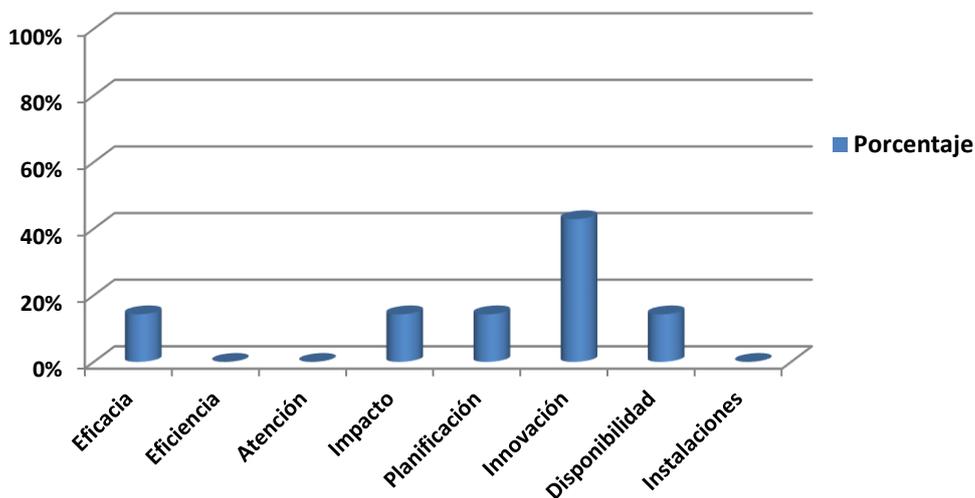


Gráfico 17: comparativa por CUALIDADES y Propuestas de Mejora en el Área

## 6. OBSERVACIONES

A parte de todas las medidas recibidas de una manera cuantitativa, el usuario disfruta también de una ventana en la que expresa libremente cuantas consideraciones estime oportunas. El contenido de dichas expresiones son **responsabilidad exclusiva** de los mismos, señalando, por consiguiente que el presente Informe es de uso reservado interno a los integrantes del Área.

En cualquier caso, el propósito de esta información es, al igual que la anterior, ayudarnos a mantener la mejora continua del Área, aún a expensas de recibir posibles críticas sobre nuestra prestación de servicio.

Es conveniente leerlas y analizarlas para que, en su caso, sean tenidas en cuenta en el próximo Plan de Mejora del Plan Anual de Calidad.

Igualmente, si se tratase de felicitaciones se sugiere den el refuerzo necesario a las personas objeto de las mismas como reconocimiento a sus buenas prácticas.

A continuación se presentan las primeras **60 OBSERVACIONES** recibidas a través de este instrumento. Esperamos que sea de su interés:

### Observaciones

LA EDITORIAL DE LA UNIVERSIDAD DE ALMERÍA ESTÁ MEJORANDO SENSIBLEMENTE CADA AÑO. ENHORABUENA.

La editorial de la UAL presta un servicio inmejorable. Mi enhorabuena a todo el equipo y a su director Miguel Gallego.

Muy buen trato del personal de la editorial

Me han atendido muy bien cuando compré el libro

Enhorabuena por el trabajo de difusión!

Chapeau!!!

Todo OK

Todo muy bien

Todo OK

Todo muy bien

Enhorabuena... es estupenda la difusión que hacéis!

Todo muy bien!!!

Observaciones