

Administración y Servicios Sistema de Gestión de Calidad

Área de
Apoyo a Áreas de Gobierno

Informe de Revisión

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

Evaluación definitiva

Año

2015

<i>Elaborado</i>	<i>Revisión Técnica</i>	<i>Aprobado</i>	
Administrador del SGC	Jefe del Servicio de Planificación, Evaluación y Calidad	Directora General de Calidad	
<i>Progresión del Informe de Resultados</i>			
tiempo 1	tiempo 2	tiempo 3	tiempo 4
11-jun-15	2-jul-15	1-oct-15	11-ene-16

Último periodo evaluado

enero-2015 a enero-2015

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	3
2. EL MODELO DE LA UNIVERSIDAD DE ALMERÍA	4
3. PARTICIPANTES	5
3.1 <i>Participantes por sector</i>	5
3.2 <i>Participantes por edad</i>	7
3.3 <i>Participantes por sexo</i>	7
4. RESULTADOS	8
4.1 <i>Fiabilidad</i>	8
4.2 <i>Validez</i>	8
4.3 <i>Puntuación GLOBAL y Expectativas por Área</i>	9
4.4 <i>Puntuación media por CUALIDAD</i>	10
4.5 <i>Puntuación media por CUALIDAD e ítem</i>	10
4.6 <i>Puntuación media por CUALIDAD y sexo</i>	12
4.7 <i>Puntuación media por CUALIDAD y edad</i>	12
4.8 <i>Puntuación media por CUALIDAD y sector</i>	13
4.9 <i>Puntuación GLOBAL por sector y número de encuestas</i>	14
4.10 <i>Puntuación media y GLOBAL por CUALIDAD y SubÁreas</i>	15
4.11 <i>Puntuación GLOBAL/Expectativas con tendencias TODAS las Áreas</i>	16
5. PROPUESTAS DE MEJORA	18
6. OBSERVACIONES	19

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	
	EFFECTIVIDAD	
	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	
EMPATÍA	CREDIBILIDAD	ATENCIÓN
	PERSONALIZACIÓN	
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 repetamos 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	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	250	100	0	0	0	0	0	0	0
Muestra	109	44	0	0	0	0	0	0	0
Encuestas	42	61	0	0	0	0	0	0	0

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

CONFIANZA obtenida
77,30%

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

El ritmo de recogida de encuestas es DEFICIENTE

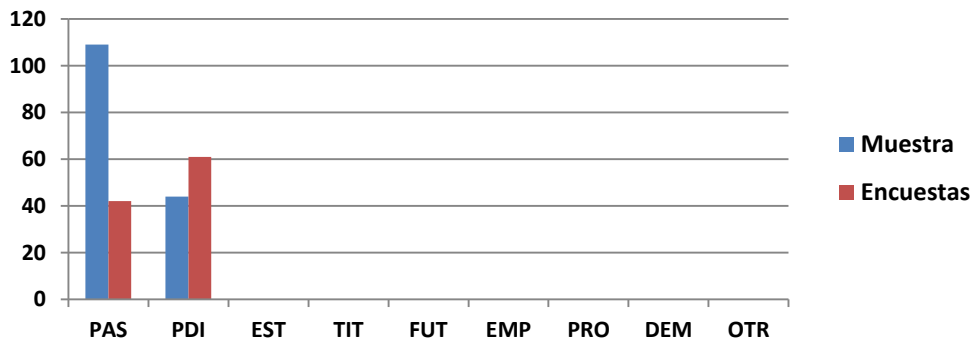


Gráfico 1: comparativa entre muestra requerida y encuestas recibidas en el Área

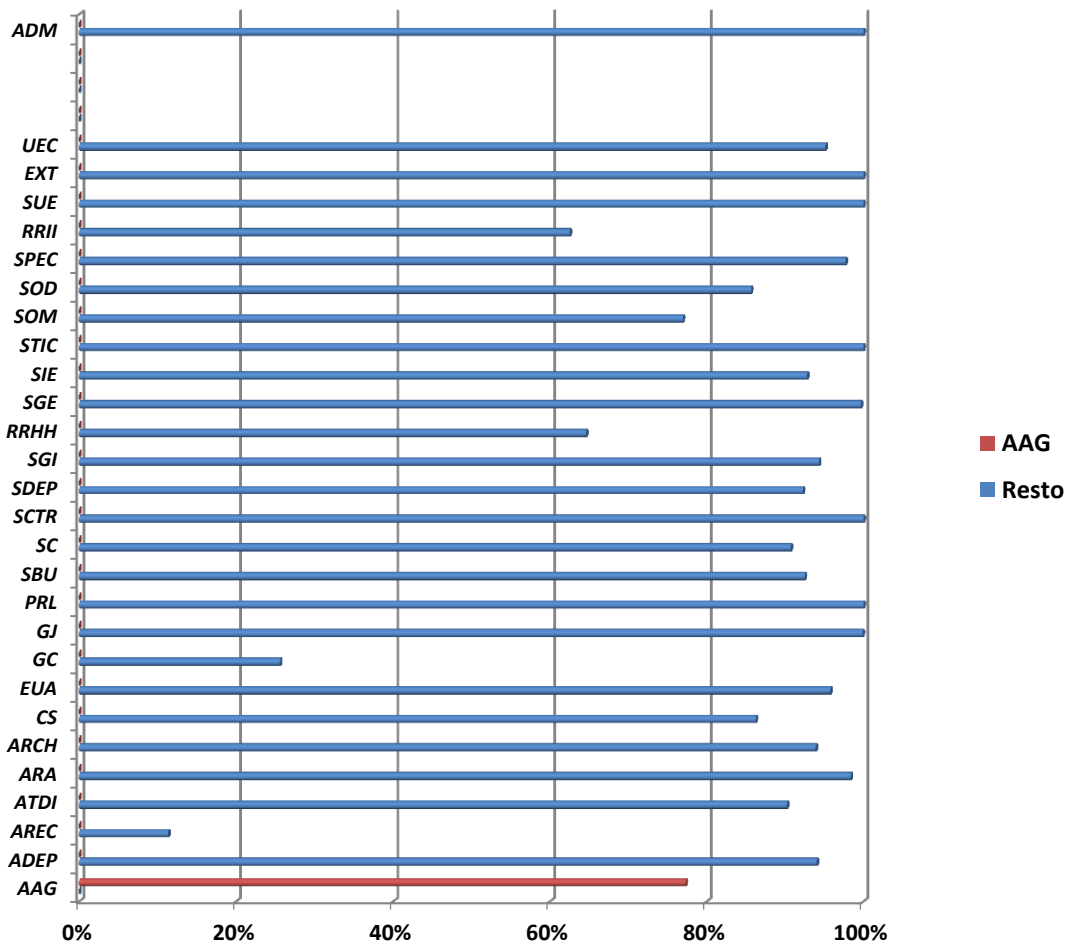


Gráfico 2: comparativa entre los grados de CONFIANZA de las Áreas

3.2 Participantes por edad

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

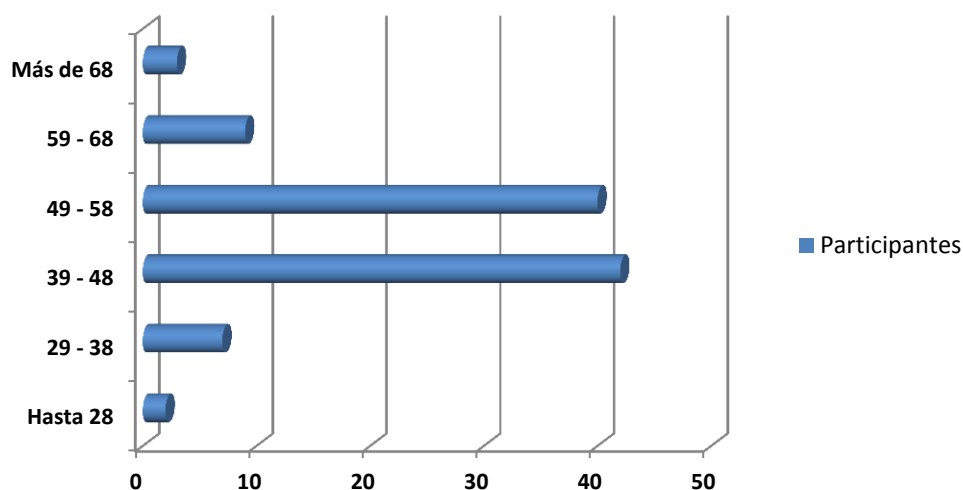


Gráfico 3: comparativa de participantes por edad en el Área

Rango	Participantes	Porcentaje
Hasta 28	2	1,94%
29 - 38	7	6,80%
39 - 48	42	40,78%
49 - 58	40	38,83%
59 - 68	9	8,74%
Más de 68	3	2,91%
103		

3.3 Participantes por sexo

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

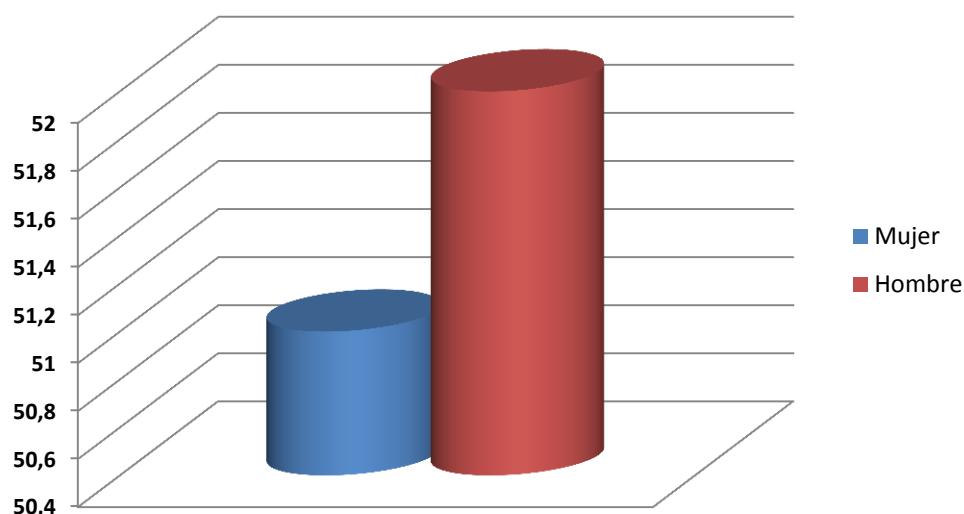


Gráfico 4: comparativa de participantes por sexo en el Área

Rango	Participantes	Porcentaje
Mujer	51	49,51%
Hombre	52	50,49%
103		

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

$\sum S_i^2$: 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
0,942	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

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
0,927	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	C₀₁	Sí
EFICIENCIA	Obligatoria	Valor x 2	C₀₂	Sí
ATENCIÓN	Obligatoria	Valor x 2	C₀₃	Sí
IMPACTO	Voluntaria	Valor x 1	C_{V1}	No
PLANIFICACIÓN	Voluntaria	Valor x 1	C_{V2}	No
INNOVACIÓN	Voluntaria	Valor x 1	C_{V3}	No
DISPONIBILIDAD	Voluntaria	Valor x 1	C_{V4}	No
INSTALACIONES	Voluntaria	Valor x 1	C_{V5}	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	2012	2013	2014	2015
Satisfacción	8,11	8,21	8,56	9,31
Expectativas	7,91	6,61	6,73	8,87

GLOBAL

9,31

Apoyo a Áreas de Gobierno

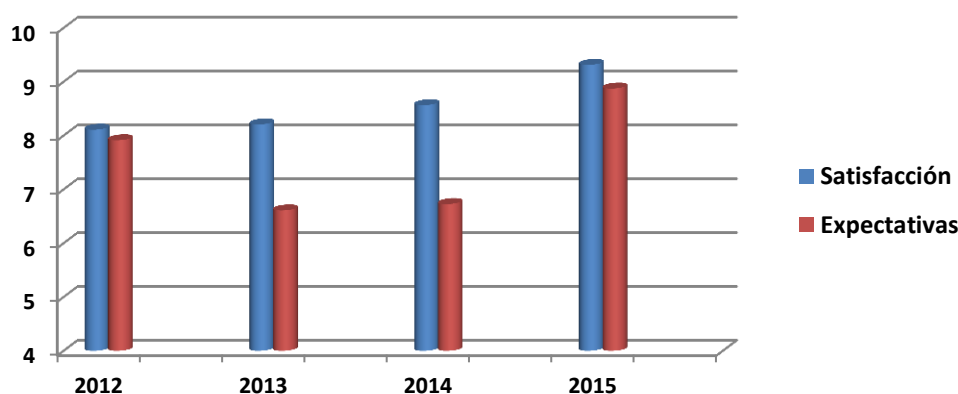


Gráfico 5: tendencias sobre puntuación GLOBAL y Expectativas en el Área

4.4 Puntuación media por CUALIDAD

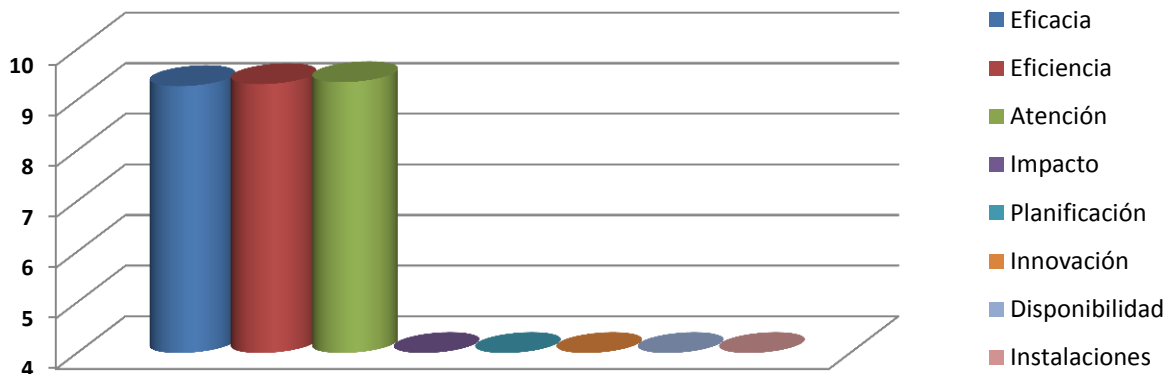


Gráfico 6: comparativa de puntuación media por CUALIDADES en el Área

CUALIDAD	Media	Desv. Stan.
Eficacia	9,27	1,19
Eficiencia	9,31	0,95
Atención	9,35	1,01
Impacto		
Planificación		
Innovación		
Disponibilidad		
Instalaciones		

4.5 Puntuación media por CUALIDAD e ítem

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

Clave de Item	CUALIDAD	Puntuación Media	Desvi.Estand
I1		9,27	1,19
I2			
I3		9,31	0,95
I4			
I5		9,35	1,01
I6			
I7			
I8			
I9			
I10			
I11			
I12			
I13			
I14			
I15			
I16			
I17			
I18			
I19			
I20			
I21			
I22			
I23			
I24			

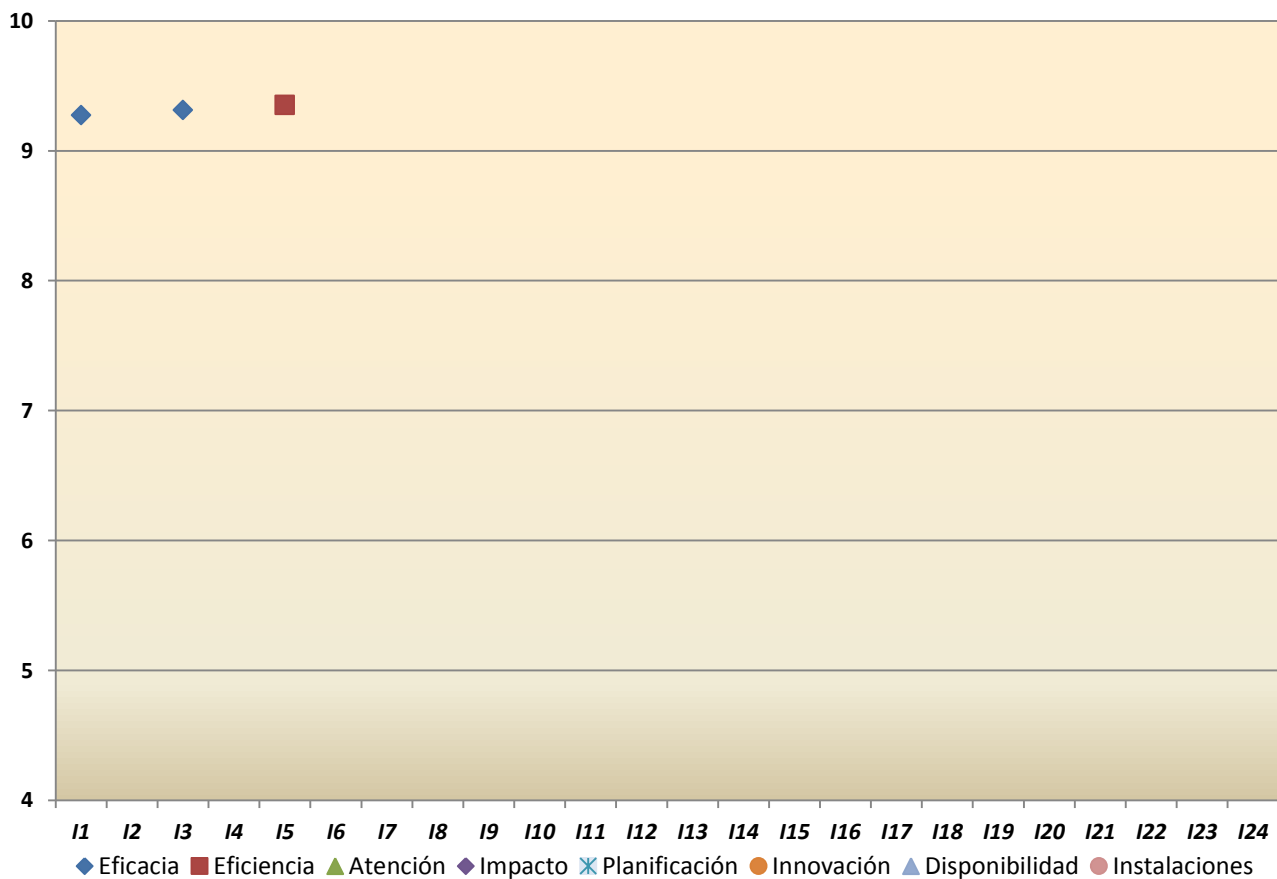


Gráfico 7: comparativa de puntuación media por CUALIDAD e Ítems en el Área

4.6 Puntuación media por CUALIDAD y sexo

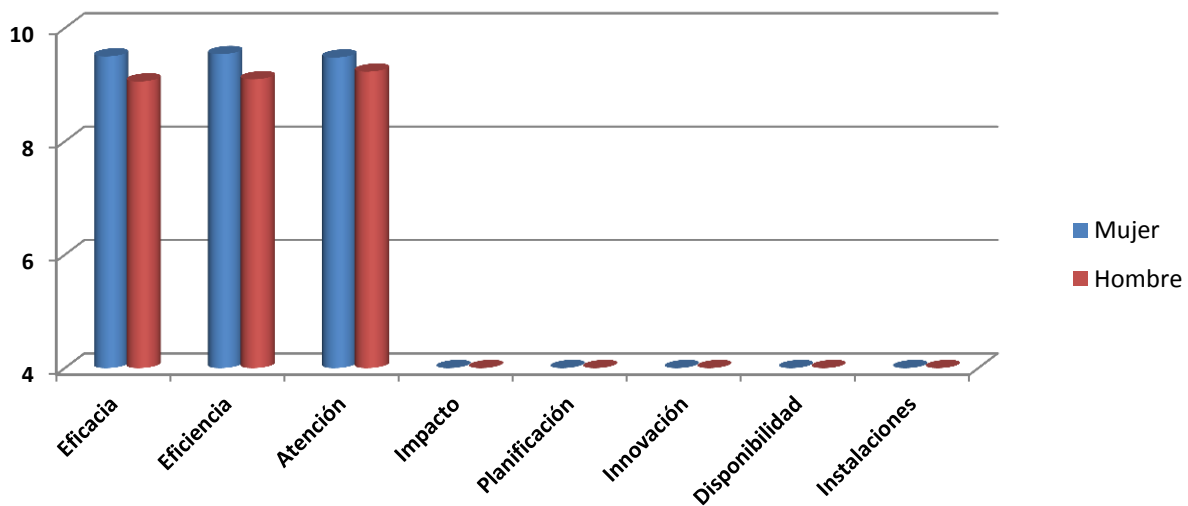


Gráfico 8: comparativa de puntuación media por CUALIDADES y sexo en el Área

CUALIDAD	Puntuación Media		Desv. Estand.	
	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
Eficacia	9,50	9,06	0,79	1,45
Eficiencia	9,54	9,10	0,73	1,09
Atención	9,48	9,23	0,81	1,17
Impacto				
Planificación				
Innovación				
Disponibilidad				
Instalaciones				

4.7 Puntuación media por CUALIDAD y edad

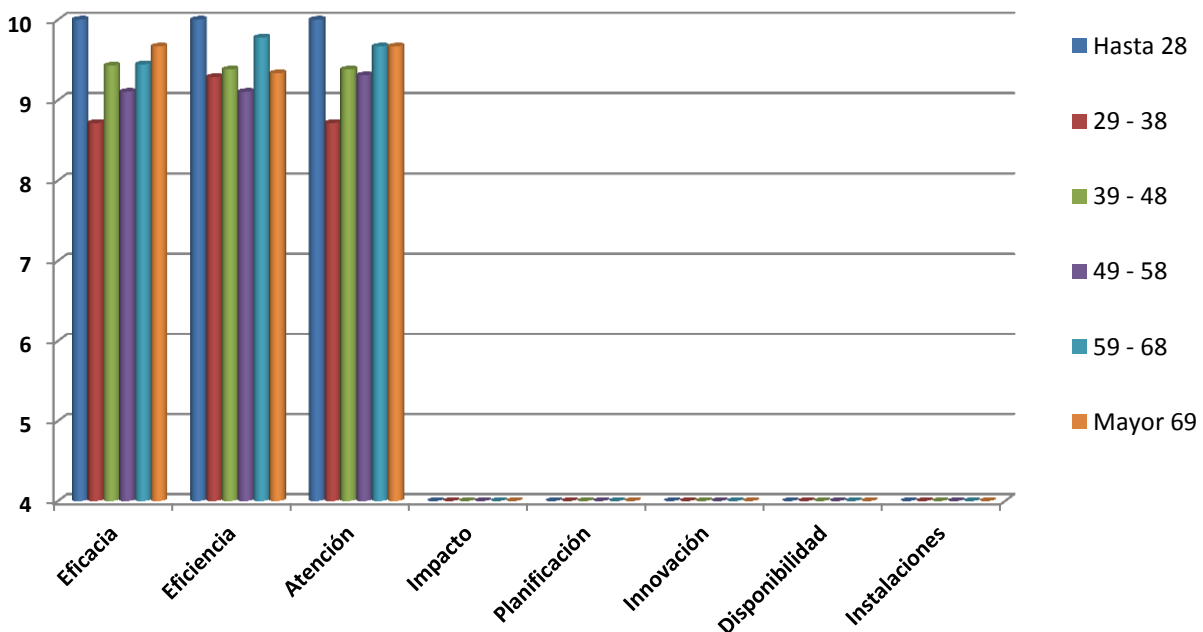


Gráfico 9: comparativa de puntuación media por CUALIDADES y edad en el Área

Puntuación Media						
CUALIDAD	Hasta 28	29 - 38	39 - 48	49 - 58	59 - 68	Mayor 69
Eficacia	10,00	8,71	9,43	9,10	9,44	9,67
Eficiencia	10,00	9,29	9,38	9,10	9,78	9,33
Atención	10,00	8,71	9,38	9,31	9,67	9,67
Impacto						
Planificación						
Innovación						
Disponibilidad						
Instalaciones						
Desviación Estándar						
CUALIDAD	Hasta 28	29 - 38	39 - 48	49 - 58	59 - 68	Mayor 69
Eficacia	0,00	2,56	0,86	1,29	0,53	0,58
Eficiencia	0,00	1,11	0,79	1,14	0,44	1,15
Atención	0,00	2,14	0,79	1,06	0,50	0,58
Impacto						
Planificación						
Innovación						
Disponibilidad						
Instalaciones						

4.8 Puntuación media por CUALIDAD y sector

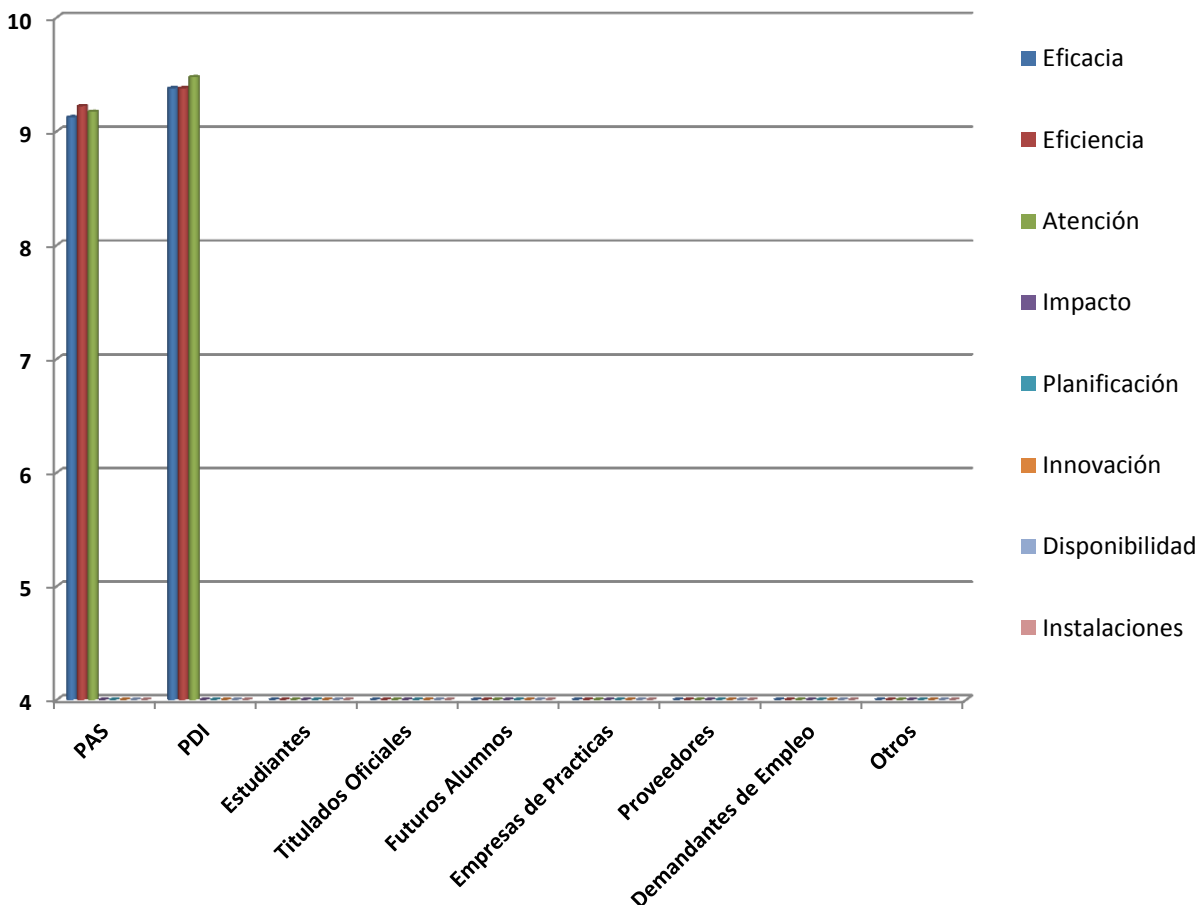


Gráfico 10: comparativa de puntuación media por CUALIDADES y sector en el Área

Puntuación Media								
Sector	Eficacia	Eficiencia	Atención	Impacto	Planif.	Innova.	Disponi.	Instal.
PAS	9,12	9,22	9,17					
PDI	9,38	9,38	9,48					
Estudiantes								
Titulados								
Fut.Alu.								
Emp.Pract.								
Proveedores								
Deman.Empl.								
Otros								
Desviación Estándar								
Sector	Eficacia	Eficiencia	Atención	Impacto	Planif.	Innova.	Disponi.	Instal.
PAS	1,35	0,94	1,16					
PDI	1,07	0,97	0,89					
Estudiantes								
Titulados								
Fut.Alu.								
Emp.Pract.								
Proveedores								
Deman.Empl.								
Otros								

4.9 Puntuación GLOBAL por sector y número de encuestas

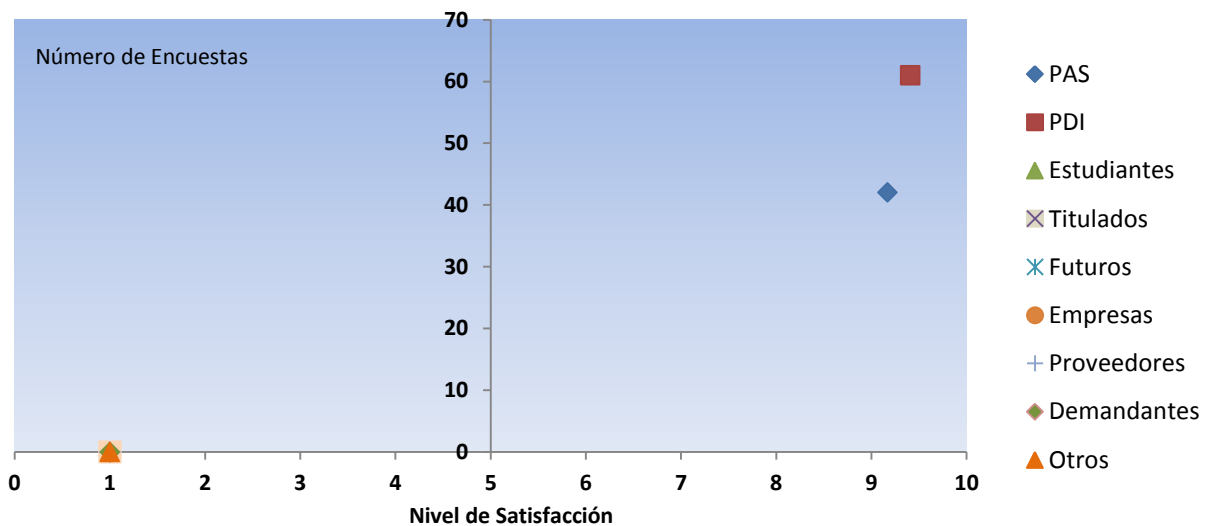


Gráfico 11: correlación entre número de encuestas y nivel de satisfacción por sectores en el Área

Sector	Número de encuestas	GLOBAL de Satisfacción
PAS	42	9,17
PDI	61	9,41
Estudiantes		
Titulados		
Futuros		
Empresas		
Proveedores		
Demandantes		
Otros		

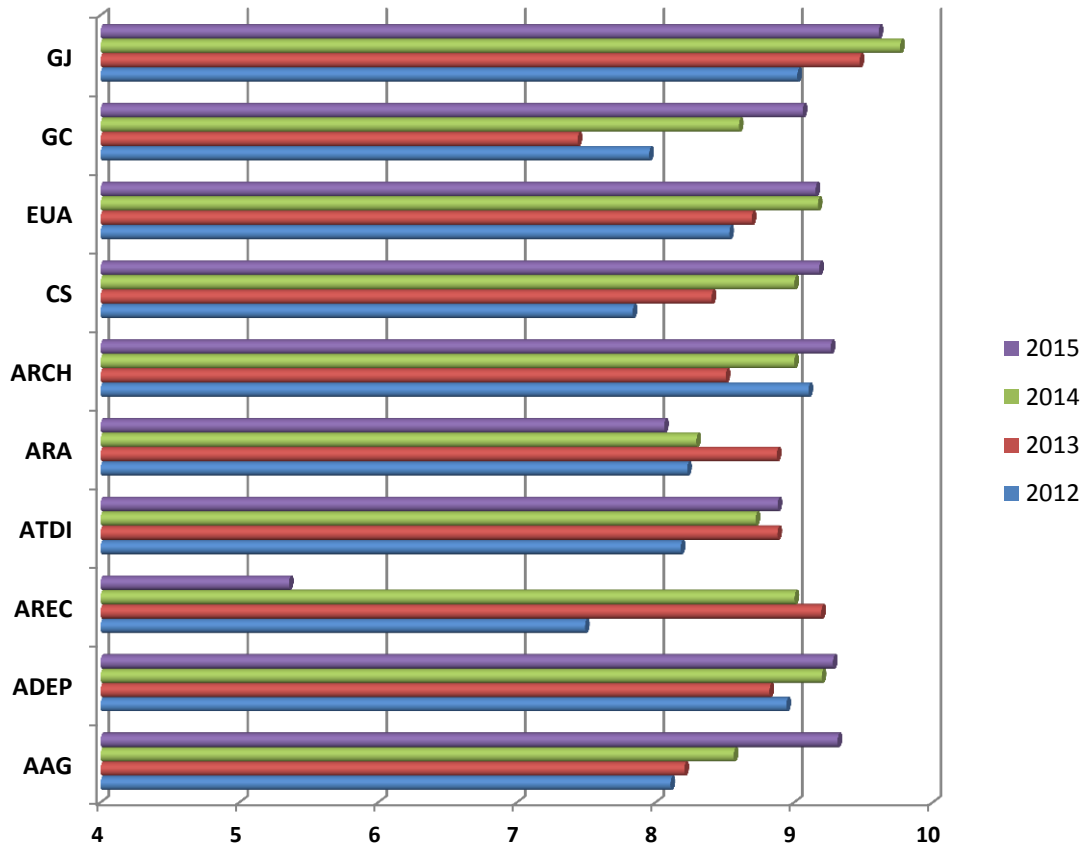


Gráfico 13: tendencias y comparativa sobre puntuación GLOBAL en las 10 primeras Áreas

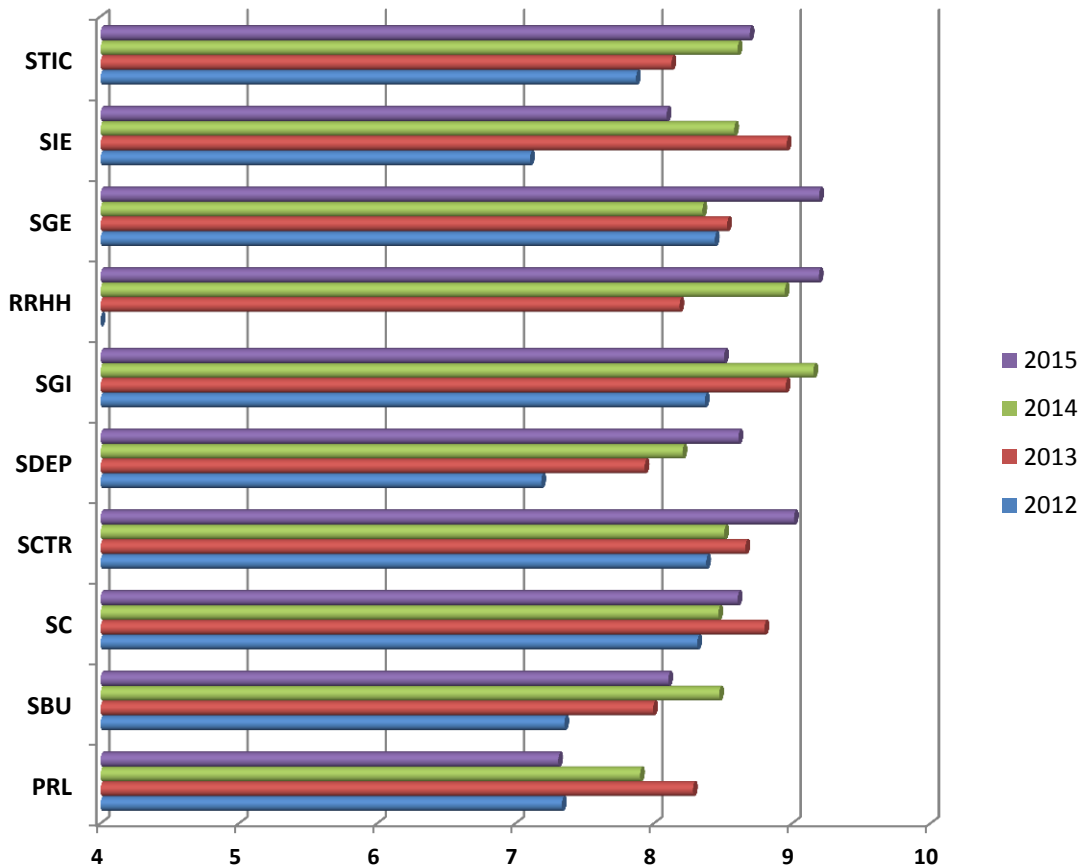


Gráfico 14: tendencias y comparativa sobre puntuación GLOBAL de la 10 segundas Áreas

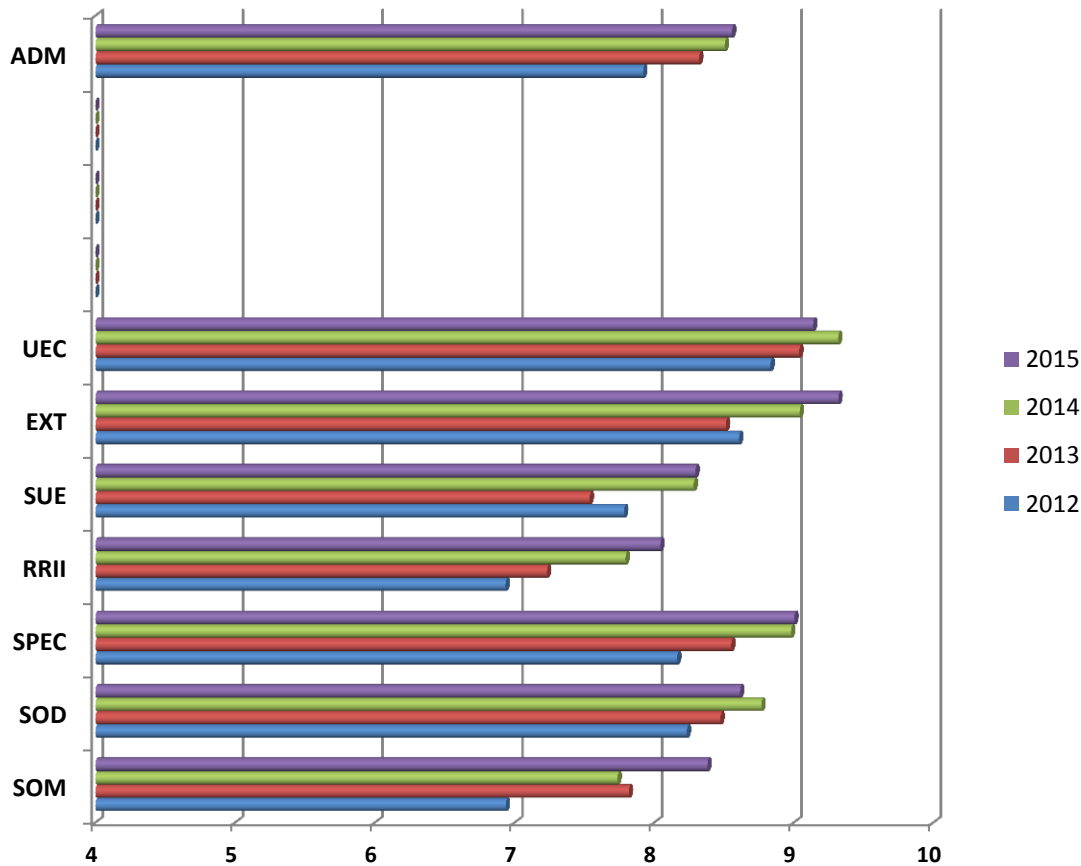


Gráfico 15: tendencias y comparativa sobre puntuación GLOBAL de la 10 últimas Áreas y Administración

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	9,61
2º	Servicios Externalizados	9,32
3º	Apoyo a Áreas de Gobierno	9,31

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
<i>Eficacia</i>	3	9,38%
<i>Eficiencia</i>	3	9,38%
<i>Atención</i>		
<i>Impacto</i>	7	21,88%
<i>Planificación</i>	7	21,88%
<i>Innovación</i>	7	21,88%
<i>Disponibilidad</i>	2	6,25%
<i>Instalaciones</i>	3	9,38%

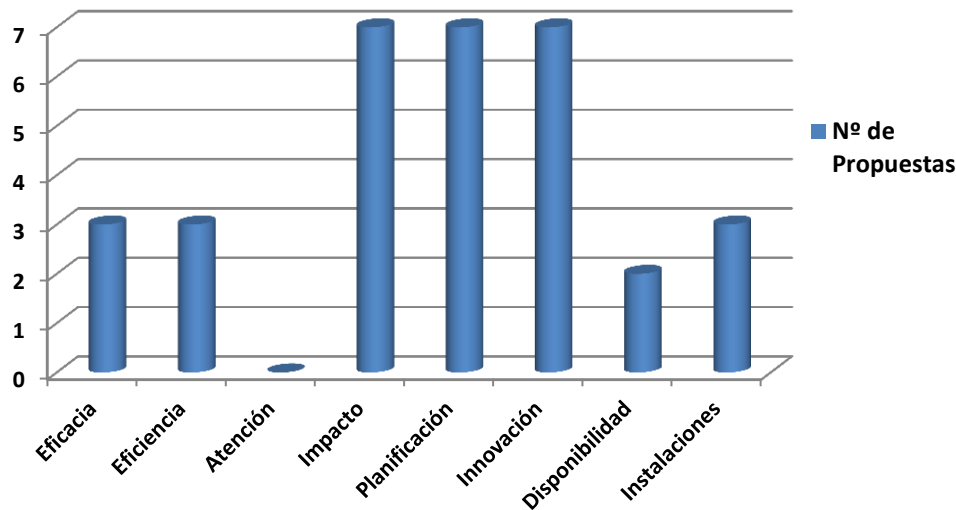


Gráfico 16: comparativa por CUALIDADES y Propuestas de Mejora en el Área

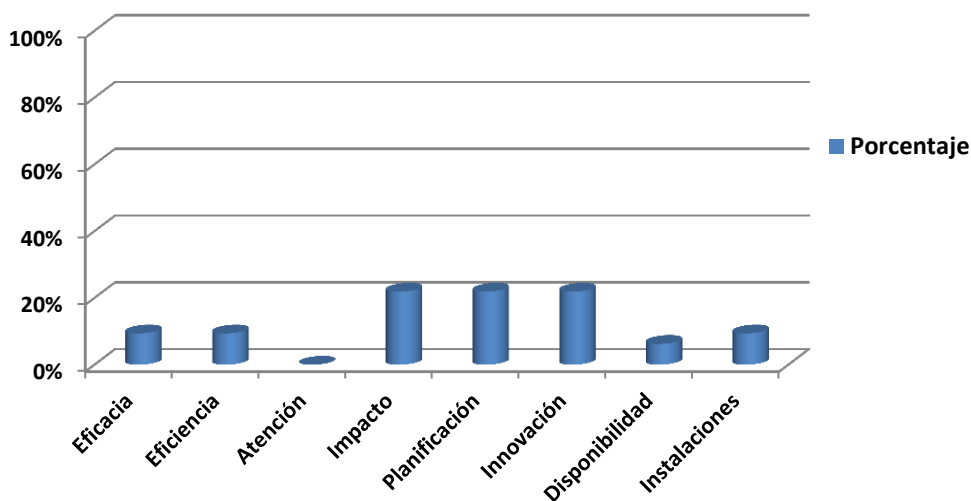


Gráfico 17: comparativa por CUALIDADES y Propuestas de Mejora en el Área

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

Mejorar el salario de esta profesional

Mejorar el departamento de acción social por la importancia que tiene para su personal.

Debería tenerse en cuenta la renta como criterio fundamental para la adjudicación de ayudas de matrícula.

Las tasas en tercera matrícula de los hijos de los trabajadores de la UAL que estudian en nuestra universidad no deberían
Quiero felicitar al apoyo del Vicerrectorado de Internacionalización, Manuel Castro, por la eficiente labor desarrollada en su puesto de trabajo.

He tenido relación fundamentalmente con el apoyo al vicerrectorado de Internacionalización, destacando una atención por encima de mi expectativas (incluso fuera de horario y en plazos muy cortos). Excelente.

El apoyo al Decanato de la Facultad de CC.EE. y Empresariales ofrece un servicio extraordinario

Inma genial, como siempre.

