



**INFORME DE RESULTADOS DEL ESTUDIO DE
SATISFACCIÓN DE USUARIOS**

UNIVERSIDAD DE ALMERÍA 2012

Acción Social

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
2. PARTICIPANTES	5
2.1. Participantes por sector.....	5
2.2. Participantes por edad	6
2.3. Participantes por sexo	6
2.4. Participantes por Centro	7
3. RESULTADOS.....	7
3.1. Fiabilidad.....	7
3.2. Validez.....	8
3.3. Puntuación media de satisfacción por ítem.....	8
3.4. Puntuación media de satisfacción por dimensiones	9
3.5. Puntuación media de satisfacción por dimensión y sexo	9
3.6. Puntuación media de satisfacción por dimensión y edad	10
3.7. Puntuación media de satisfacción por dimensión y sector	10
3.8. Puntuación media de satisfacción por sector y nº de encuestas.....	12
3.9. Puntuación media de satisfacción por dimensión y Centros.....	12
3.10. Puntuación media total.....	14
4. SUGERENCIAS.....	15

1. INTRODUCCIÓN

Los usuarios de la Universidad de Almería, como los de cualquier otro ámbito, se acercan a ella con unas necesidades y expectativas que deben ser satisfechas con criterios de calidad y excelencia. Por esta razón, desde la Administración Pública se contempla el análisis de las necesidades y expectativas de los usuarios de los servicios públicos, así como mediciones sistemáticas y permanentes del grado de satisfacción de los usuarios con los servicios públicos que reciben. Para ello, se pueden utilizar diferentes técnicas de análisis, tanto cualitativas como cuantitativas.

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.

El método empleado 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 está basado en 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, y que por tanto, ofrezca valores comparables. Estas dimensiones son:

- *Fiabilidad*: la capacidad para cumplir con lo prometido y hacerlo sin errores.
- *Tangibilidad*: Se refiere a las facilidades físicas, materiales y al aspecto del personal.
- *Capacidad de respuesta*: Es la voluntad de ayuda a los usuarios, así como el proporcionar un servicio rápido y ágil.
- *Seguridad*: El conocimiento y la profesionalidad de los empleados y su capacidad para inspirar confianza y seguridad.
- *Empatía*: Consiste en la atención esmerada e individualizada.

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.

El proceso de evaluación de la satisfacción de los usuarios de los servicios prestados por el área de Administración y Servicios de la UAL 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.

El cuestionario que se ha utilizado en este estudio se basa en el modelo Servperf, midiendo la satisfacción utilizando tan solo la percepción, a través de 10 ítems agrupados en las 5 dimensiones del modelo ServQual, utilizando la escala de respuestas elementos de tipo Likert de 5 puntos (las respuestas a las preguntas del cuestionario se hacen especificando en 5 niveles el acuerdo o desacuerdo con el enunciado). Además, se han medido las expectativas del usuario para poder comparar ambos datos de forma global.

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 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 ($\pm 5\%$).

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.

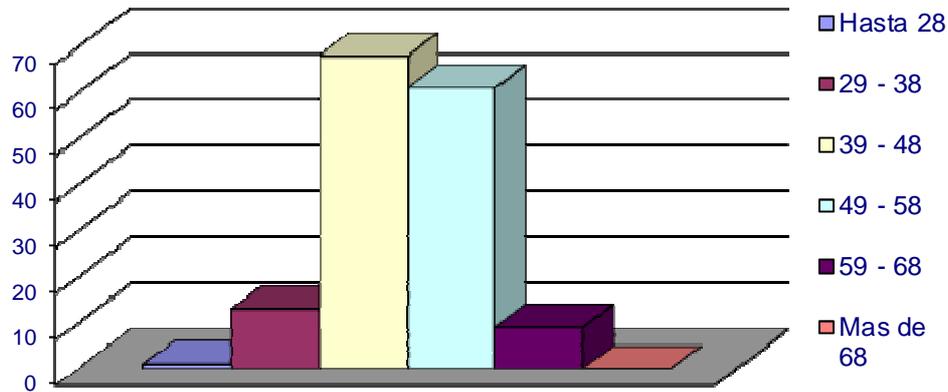
Confianza	Acción Social									
	PAS	PDI	EST	TIT	FUT	EMP	PRO	DEM	OTR	TOTAL
91,53%										
Población	216	95	0	0	0	0	0	0	0	311
Muestra	101	44								145
Encuestas	107	45	0	0	0	0	0	0	0	152

Leyenda:

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

2.2. Participantes por edad

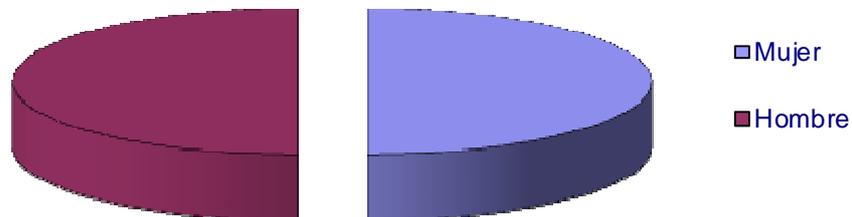
Con respecto a la edad de los participantes, la distribución de encuestas es la siguiente:



	Encuestas	Porcentaje
Hasta 28	1	0,66%
29 - 38	13	8,55%
39 - 48	68	44,74%
49 - 58	61	40,13%
59 - 68	9	5,92%
Mas de 68	0	0,00%

2.3. Participantes por sexo

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



	Encuestas	Porcentaje
Mujer	76	50,00%
Hombre	76	50,00%

2.4. Participantes por Centro

Por último, en la siguiente tabla se presentan los datos de participantes adscritos a algún Centro.

	Encuestas	Porcentaje
Fac. Ciencias de la Educación	5	11,11%
Fac. Ciencias Económicas y Empresariales	4	8,89%
Fac. Ciencias Experimentales	7	15,56%
Fac. Ciencias de la Salud	5	11,11%
Fac. Derecho	5	11,11%
Fac. Humanidades	5	11,11%
Fac. Psicología	7	15,56%
E.T.S. Ingeniería	7	15,56%
Centro de Posgrado	0	0,00%

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 instrumento. Se calcula siguiendo la siguiente fórmula:

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

donde

- 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
- S_T^2 : Es la varianza de la suma de los Ítems

El dato obtenido es **0,946**, por lo que se considera que la fiabilidad obtenida es muy buena.

3.2. Validez

La validez de los resultados mide la correlación entre dos variables. Es decir, en nuestro caso, comprueba que los datos indicados en los 10 primeros ítems de satisfacción están relacionados con lo expresado en el último ítem de "satisfacción general". Por ejemplo, si la satisfacción indicada con respecto a los 10 primeros ítems es alta, la satisfacción general de último ítem 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:

$$r = \frac{\sigma_{XY}}{\sigma_x \times \sigma_y}$$

donde

- 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

El dato obtenido es **0,85**, lo que se considera un resultado significativo.

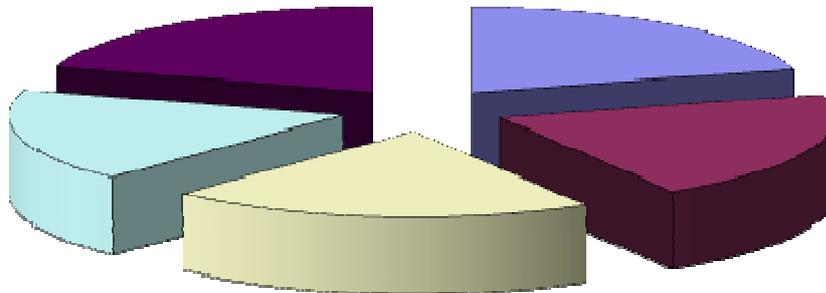
3.3. Puntuación media de satisfacción por ítem

En la siguiente tabla se presentan las puntuaciones medias de satisfacción obtenidas por ítem.

ITEMS	Media	Desv. Stan.
1. Disposición a ayudar	8,77	1,35
2. Conclusión realización del trabajo	8,31	1,59
3. Atención personalizada	8,75	1,44
4. Preocupación por mis intereses	8,72	1,41
5. Equipos actualizados	8,11	1,75
6. Acceso al Servicio	6,91	2,30
7. Trabajo bien hecho	8,83	1,32
8. Cumplimiento tiempos	8,60	1,37
9. Conocimientos suficientes	8,88	1,37
10. Seguridad con el Servicio	8,73	1,44
11. Satisfacción general	8,91	1,34

3.4. Puntuación media de satisfacción por dimensiones

A continuación se presentan los resultados medios obtenidos agrupados por cada una de las dimensiones.



■ Fiabilidad
 ■ Seguridad
 ■ Empatía
 ■ Elementos tangibles
 ■ Capacidad de respuesta

DIMENSIÓN	SATISFACCIÓN	
	Media	Desv. Stan.
Fiabilidad	8,72	1,35
Seguridad	8,81	1,41
Empatía	8,73	1,42
Elementos tangibles	7,51	2,13
Capacidad de respuesta	8,54	1,49

3.5. Puntuación media de satisfacción por dimensión y sexo

En la siguiente tabla se presentan los resultados de satisfacción obtenidos por dimensiones y agrupados por sexo.

DIMENSIÓN	SATISFACCIÓN	
	Sexo	Media
Fiabilidad	Mujer	8,62
	Hombre	8,82
Seguridad	Mujer	8,70
	Hombre	8,91
Empatía	Mujer	8,62
	Hombre	8,85
Elementos Tangibles	Mujer	7,40
	Hombre	7,62
Capacidad de Respuesta	Mujer	8,45
	Hombre	8,62

3.6. Puntuación media de satisfacción por dimensión y edad

A continuación se presentan los resultados de satisfacción obtenidos por dimensiones, agrupados por edad.

DIMENSIÓN	SATISFACCIÓN	
	Edad	Media
Fiabilidad	Hasta 28	10,00
	29 - 38	9,23
	39 - 48	8,69
	49 - 58	8,52
	59 - 68	9,31
	Mas de 68	
Seguridad	Hasta 28	10,00
	29 - 38	8,37
	39 - 48	8,82
	49 - 58	8,79
	59 - 68	9,31
	Mas de 68	
Empatía	Hasta 28	10,00
	29 - 38	8,56
	39 - 48	8,68
	49 - 58	8,75
	59 - 68	9,17
	Mas de 68	
Elementos Tangibles	Hasta 28	10,00
	29 - 38	7,50
	39 - 48	7,67
	49 - 58	7,21
	59 - 68	8,06
	Mas de 68	
Capacidad de Respuesta	Hasta 28	10,00
	29 - 38	8,27
	39 - 48	8,73
	49 - 58	8,38
	59 - 68	8,33
	Mas de 68	

3.7. Puntuación media de satisfacción por dimensión y sector

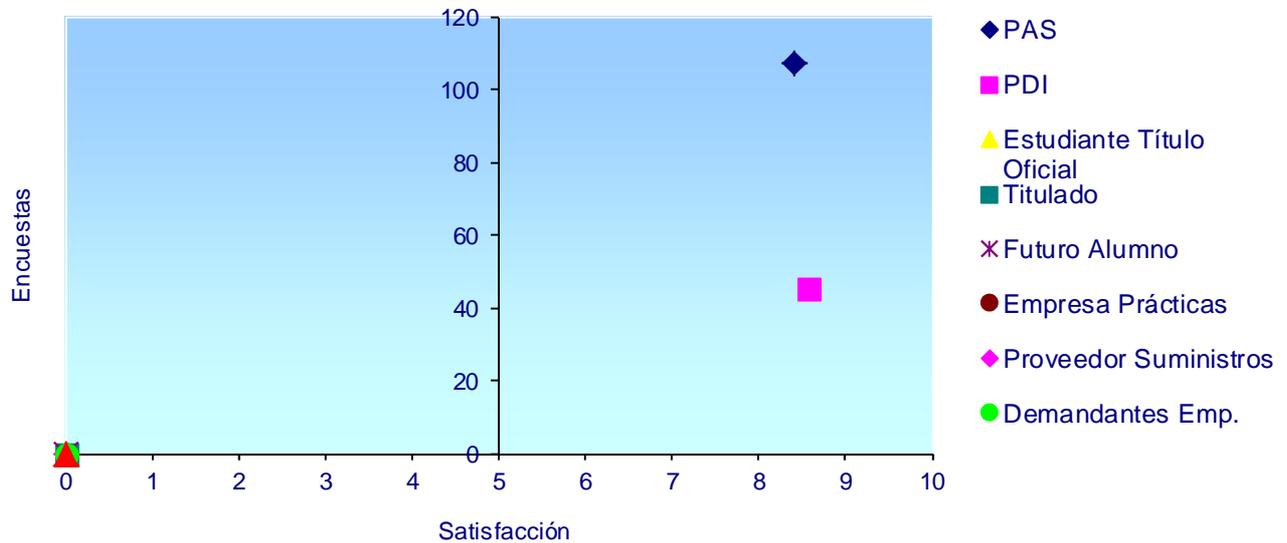
Aquí se presentan los resultados de satisfacción obtenidos por dimensiones, agrupados por sector.

DIMENSIÓN	SATISFACCIÓN	
	Sector	Media
Fiabilidad	PAS	8,66
	PDI	8,86
	Estudiante Título Oficial	
	Titulado	

	Futuro Alumno	
	Empresa Prácticas Emp.	
	Proveedor Suministros	
	Otros Demandantes Emp.	
	Otros	
Seguridad	PAS	8,75
	PDI	8,94
	Estudiante Título Oficial	
	Titulado	
	Futuro Alumno	
	Empresa Prácticas Emp.	
	Proveedor Suministros	
	Otros Demandantes Emp.	
	Otros	
Empatía	PAS	8,68
	PDI	8,86
	Estudiante Título Oficial	
	Titulado	
	Futuro Alumno	
	Empresa Prácticas Emp.	
	Proveedor Suministros	
	Otros Demandantes Emp.	
	Otros	
Elementos Tangibles	PAS	7,46
	PDI	7,61
	Estudiante Título Oficial	
	Titulado	
	Futuro Alumno	
	Empresa Prácticas Emp.	
	Proveedor Suministros	
	Otros Demandantes Emp.	
	Otros	
Capacidad de Respuesta	PAS	8,49
	PDI	8,64
	Estudiante Título Oficial	
	Titulado	
	Futuro Alumno	
	Empresa Prácticas Emp.	
	Proveedor Suministros	
	Otros Demandantes Emp.	
	Otros	

3.8. Puntuación media de satisfacción por sector y nº de encuestas

Los resultados de satisfacción obtenidos por sector y en relación al número de encuestas del mismo se presentan en el siguiente gráfico y su tabla correspondiente.



Sector	Media	Encuestas
PAS	8,41	107
PDI	8,58	45
Estudiante Título Oficial	0,00	0
Titulado	0,00	0
Futuro Alumno	0,00	0
Empresa Prácticas	0,00	0
Proveedor Suministros	0,00	0
Demandantes Emp.	0,00	0
Otros	0,00	0

3.9. Puntuación media de satisfacción por dimensión y Centros

A continuación se presentan los resultados de satisfacción obtenidos por dimensiones, agrupados por Centros.

DIMENSIÓN	SATISFACCIÓN	
	Centro	Media
Fiabilidad	Fac. Ciencias de la Educación	9,25
	Fac. CC. Económicas y Empresariales	8,75
	Fac. Ciencias Experimentales	9,11
	Fac. Ciencias de la Salud	8,00
	Fac. Derecho	9,00
	Fac. Humanidades	8,25
	Fac. Psicología	9,46
	E.T.S. Ingeniería	8,75

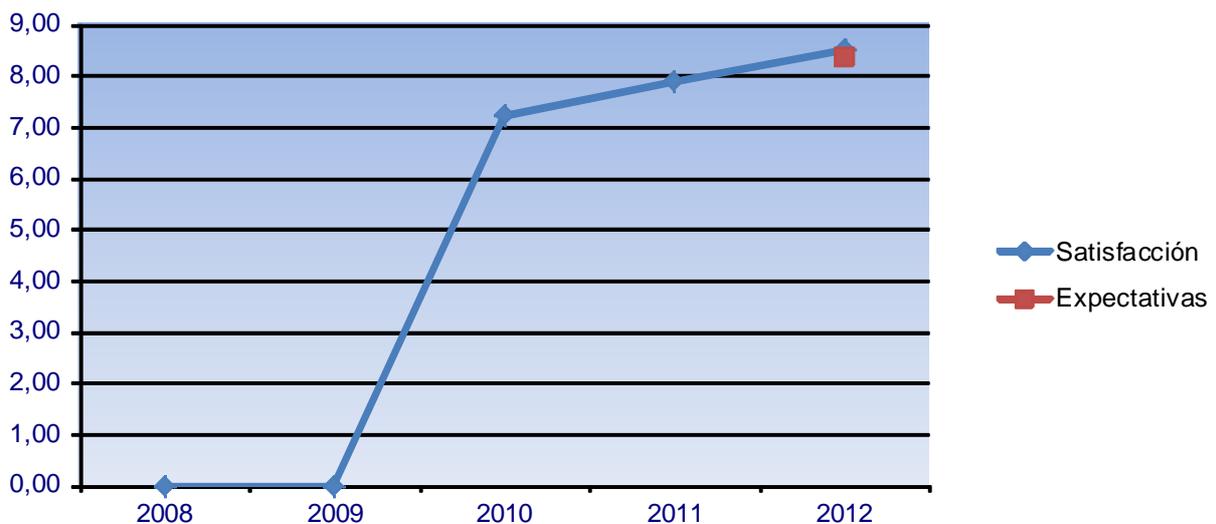
	Centro de Posgrado	
Seguridad	Fac. Ciencias de la Educación	9,25
	Fac. CC. Económicas y Empresariales	9,38
	Fac. Ciencias Experimentales	9,11
	Fac. Ciencias de la Salud	8,00
	Fac. Derecho	9,50
	Fac. Humanidades	8,75
	Fac. Psicología	9,11
	E.T.S. Ingeniería	8,57
	Centro de Posgrado	
Empatía	Fac. Ciencias de la Educación	9,25
	Fac. CC. Económicas y Empresariales	9,38
	Fac. Ciencias Experimentales	9,11
	Fac. Ciencias de la Salud	8,00
	Fac. Derecho	9,00
	Fac. Humanidades	8,25
	Fac. Psicología	9,11
	E.T.S. Ingeniería	8,75
	Centro de Posgrado	
Elementos Tangibles	Fac. Ciencias de la Educación	7,75
	Fac. CC. Económicas y Empresariales	7,81
	Fac. Ciencias Experimentales	6,79
	Fac. Ciencias de la Salud	7,25
	Fac. Derecho	7,75
	Fac. Humanidades	7,50
	Fac. Psicología	7,68
	E.T.S. Ingeniería	8,39
	Centro de Posgrado	
Capacidad de Respuesta	Fac. Ciencias de la Educación	8,25
	Fac. CC. Económicas y Empresariales	9,06
	Fac. Ciencias Experimentales	8,39
	Fac. Ciencias de la Salud	8,00
	Fac. Derecho	9,75
	Fac. Humanidades	8,00
	Fac. Psicología	9,29
	E.T.S. Ingeniería	8,39
	Centro de Posgrado	

3.10. Puntuación media total

En este apartado encontramos, en primer lugar, los datos obtenidos para la importancia de cada una de las dimensiones.

DIMENSIÓN	IMPORTANCIA	
	Media	Desv. Stan.
Fiabilidad	20,58%	1,35
Seguridad	20,74%	1,41
Empatía	20,06%	1,42
Elementos tangibles	18,02%	2,13
Capacidad de respuesta	20,58%	1,49

A continuación, se presenta el dato de la satisfacción global obtenida, comparándola con la obtenida en años anteriores. Este valor ha sido ponderado utilizando los valores obtenidos para la importancia de cada dimensión presentados anteriormente. Se incluye además para el año 2012 el valor medio calculado de las expectativas de los usuarios para poder comparar con el valor de la satisfacción.



RESULTADOS GLOBALES	2008	2009	2010	2011	2012	
	Media	Media	Media	Media	Media	Desv. Stan.
Satisfacción	0,00	0,00	7,22	7,90	8,50	1,63
Expectativas					8,34	1,69

4. SUGERENCIAS

Por último, las sugerencias aportadas en las encuestas con objeto de poder incidir en la mejora del servicio.

GRACIAS POR servicio a domicilio
Me he sentido bien atendido
Hay una serie de respuestas obligatorias que, al no incluir la opción 'no contesta' puede aportar una información sesgada. Por ejemplo, no se si los equipos informáticos son adecuados o no.
Buen trato al cliente por parte de Inmaculada
No hay sugerencias. Siempre he recibido un servicio muy profesional.