



# INFORME DE RESULTADOS DEL ESTUDIO DE SATISFACCIÓN DE USUARIOS

UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

2013

Apoyo a Áreas de Gobierno



## ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. PARTICIPANTES.....	5
2.1. Participantes por sector.....	6
2.2. Participantes por edad.....	6
2.3. Participantes por sexo.....	7
3. RESULTADOS.....	7
3.1. Fiabilidad.....	7
3.2. Validez.....	8
3.3. Puntuación media de satisfacción por dimensiones/ítems.....	8
3.4. Puntuación media de satisfacción por dimensión y sexo.....	9
3.5. Puntuación media de satisfacción por dimensión y edad.....	10
3.6. Puntuación media de satisfacción por dimensión y sector.....	11
3.7. Resultados de satisfacción por sector y nº de encuestas.....	13
3.8. Puntuación media total.....	13
3.9. Puntuación media de satisfacción por subáreas.....	15
4. SUGERENCIAS.....	17

## 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 utilizan 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:

- *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.

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, aunque también se han medido las expectativas del usuario de forma global a través de un solo ítem, para poder comparar ambos datos para cada una de las áreas. Dicha percepción de la satisfacción se mide a través de a través de 5 ítems, uno por cada una de las 5 dimensiones del modelo ServQual.

El cuestionario utilizado ha sufrido este año 2013 una serie de cambios con respecto al del año anterior. Dichos cambios han consistido en siguiente:

- Se ha eliminado la pregunta relativa a la importancia de las dimensiones con el fin de reducir la extensión del cuestionario, teniendo en cuenta a partir de ahora los datos de los que ya se disponen de años anteriores para determinar la misma.
- Se ha reducido el número de preguntas relativas a la satisfacción, igualmente para reducir la extensión del cuestionario, manteniéndose las dimensiones requeridas para el estudio de los resultados.
- Se ha modificado la escala de valoración de esta pregunta para obtener unos resultados más fiables, pasando de una escala de respuestas 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), a ser una escala numérica de 0 a 10.
- Se ha añadido una opción de NS/NC como respuesta para aquellos casos en que el usuario no sepa o no quiera valorar la pregunta.

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 LimeSurvey, no pudiéndose incorporar los datos de aquellas áreas que no se han ajustado a esta metodología.

## 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 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 ( $\pm 5\%$ ).

## 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.

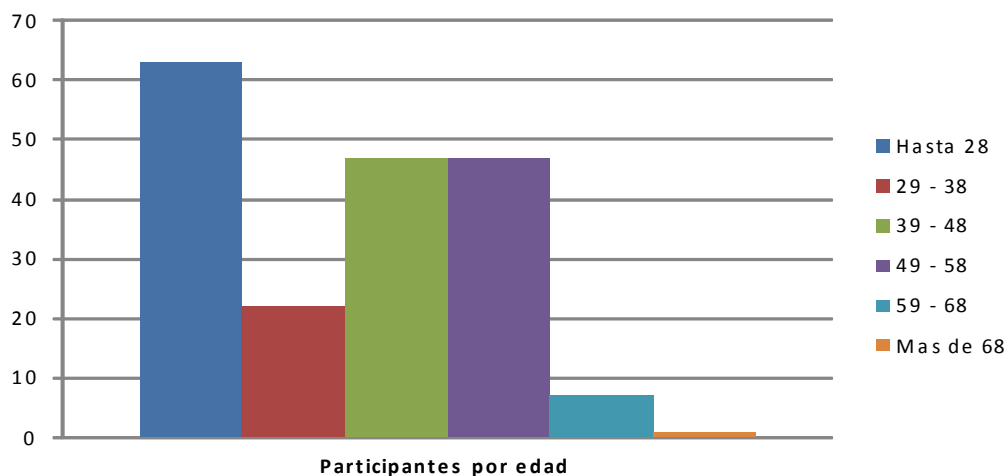
Apoyo a Áreas de Gobierno											Confianza
	PAS	PDI	EST	TIT	FUT	EMP	PRO	DEM	OTR	TOTAL	83,27%
<b>Población</b>	450	891	12000	0	0	0	1	0	1	0	
<b>Muestra</b>	9	18	239	0	0	0	0	0	0	266	
<b>Encuestas</b>	47	56	72	0	0	0	5	0	8	188	

**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

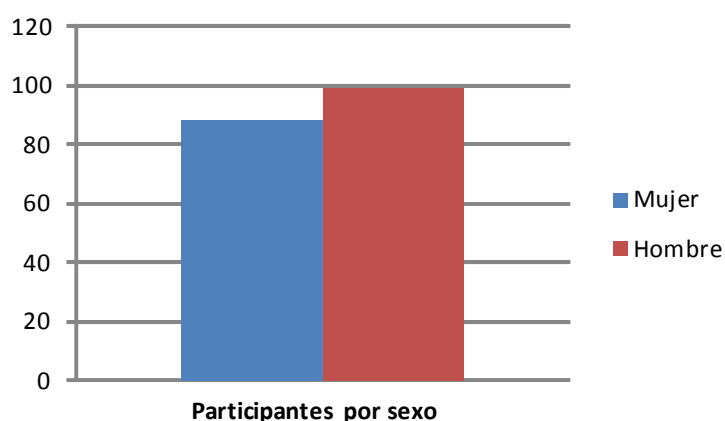
Con respecto a la edad de los participantes, la distribución de encuestas es la siguiente:



	<b>Encuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Hasta 28	63	33,69%
29 - 38	22	11,76%
39 - 48	47	25,13%
49 - 58	47	25,13%
59 - 68	7	3,74%
Mas de 68	1	0,53%

### 2.3. Participantes por sexo

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



	<b>Encuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Mujer	88	47,06%
Hombre	99	52,94%

## 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  $\alpha$  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:

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

donde

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

El dato obtenido es **0,942**, por lo que se considera que el grado de fiabilidad obtenido es muy bueno.

### 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 5 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 las 5 primeras preguntas 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:

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

donde

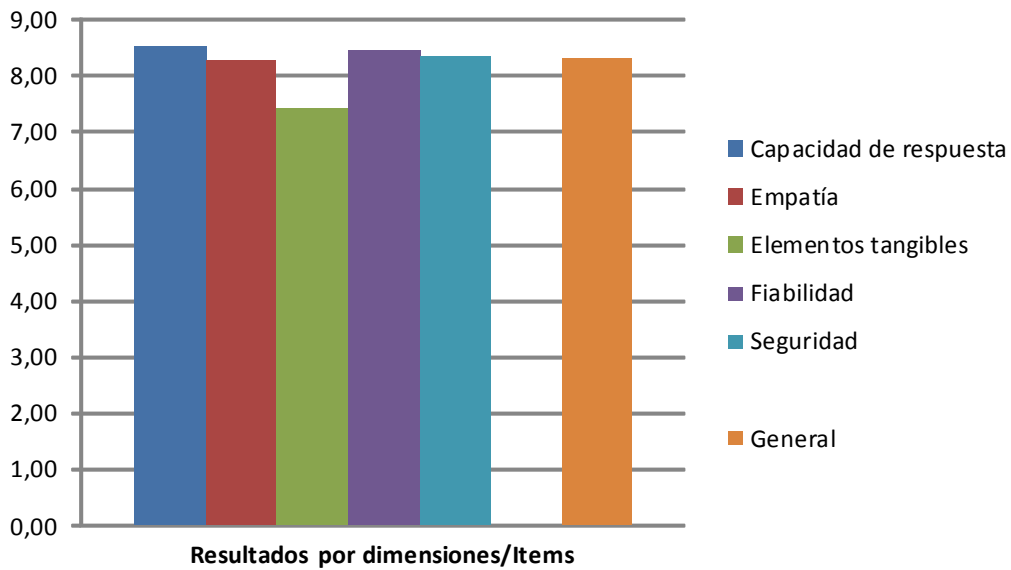
- $r$  :Es el Índice de correlación de Pearson
- $\sigma_{XY}$  :Es la covarianza de las dos variables
- $\sigma_X, \sigma_Y$  :Es la desviación estándar de cada una de ellas

El dato obtenido es **0,916**, por lo que se considera que los datos obtenidos son fiables.

### 3.3. Puntuación media de satisfacción por dimensiones/ítems

En la siguiente tabla se presentan los resultados medios de satisfacción por cada una de las preguntas del cuestionario.

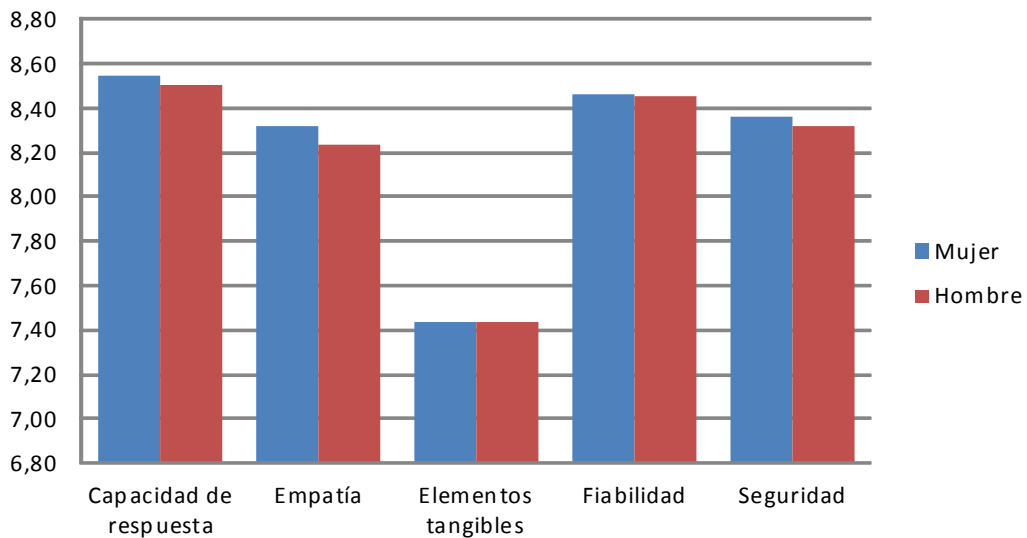




ITEMS	Media	Desv. Stan.
Capacidad de respuesta	8,52	1,49
Empatía	8,27	1,70
Elementos tangibles	7,44	1,77
Fiabilidad	8,46	1,58
Seguridad	8,34	1,47
General	8,31	1,59

### 3.4. Puntuación media de satisfacción por dimensión y sexo

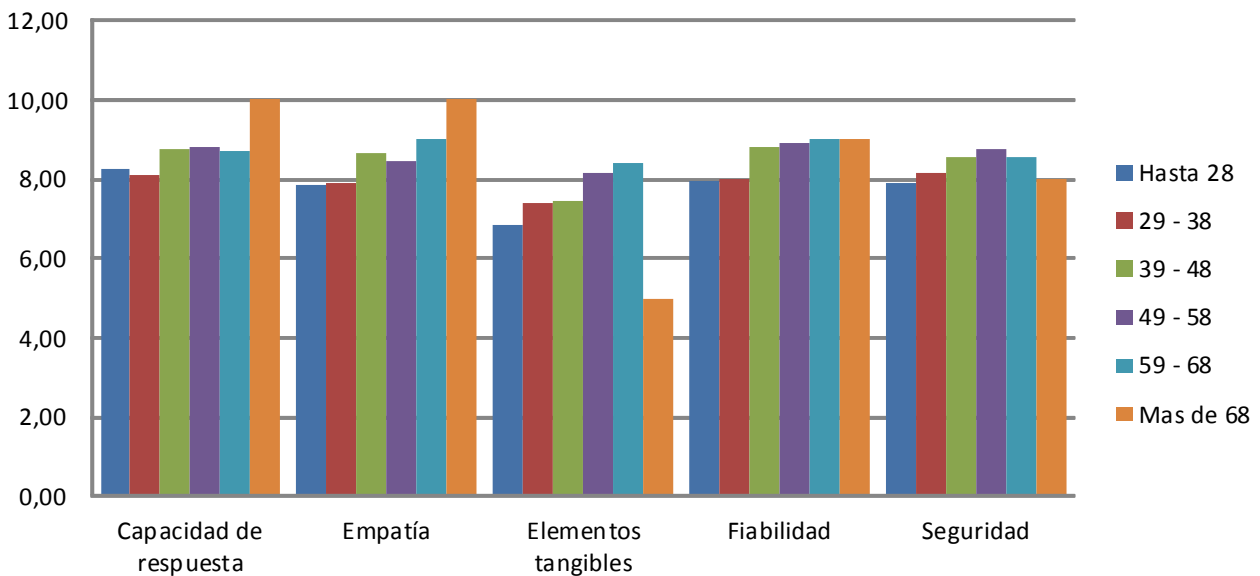
En la siguiente tabla se presentan los resultados de satisfacción obtenidos agrupados por dimensiones y por sexos.



DIMENSIÓN	SEXO	SATISFACCIÓN	
		Media	Desv. Stan.
Capacidad de respuesta	Mujer	8,55	1,65
	Hombre	8,51	1,34
Empatía	Mujer	8,32	1,73
	Hombre	8,23	1,68
Elementos tangibles	Mujer	7,44	1,64
	Hombre	7,44	1,88
Fiabilidad	Mujer	8,47	1,67
	Hombre	8,45	1,50
Seguridad	Mujer	8,36	1,46
	Hombre	8,32	1,49

### 3.5. Puntuación media de satisfacción por dimensión y edad

A continuación se presentan los resultados de satisfacción obtenidos agrupados por dimensiones y por edades.

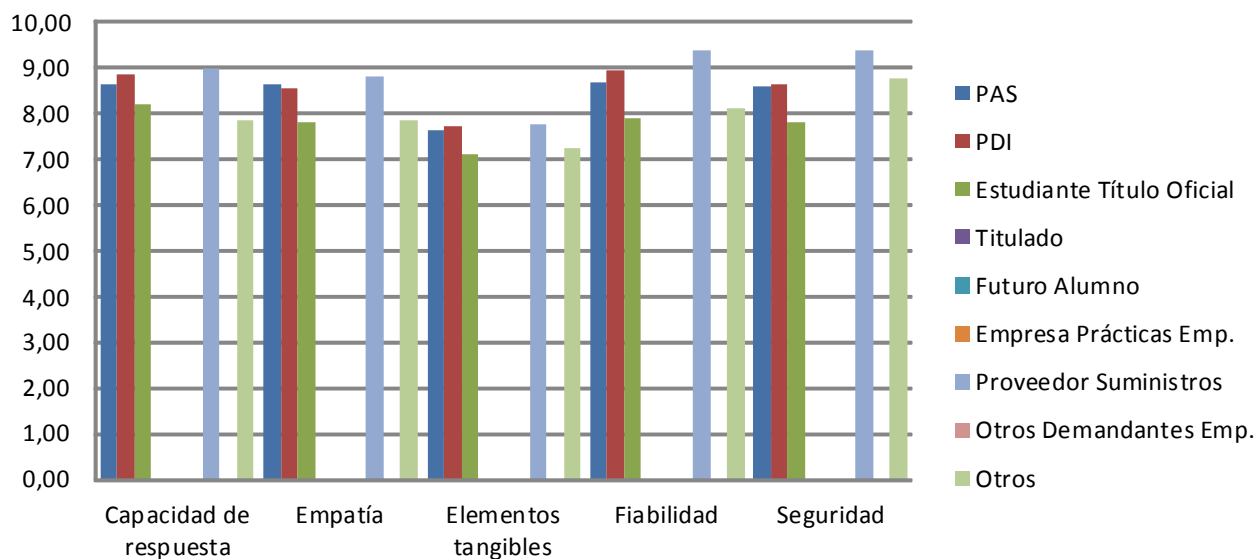


DIMENSIÓN	EDAD	SATISFACCIÓN	
		Media	Desv. Stan.
Capacidad de Respuesta	Hasta 28	8,24	1,13
	29 - 38	8,09	2,27
	39 - 48	8,77	1,66
	49 - 58	8,81	1,26
	59 - 68	8,71	1,11
	Mas de 68	10,00	

<b>Empatía</b>	Hasta 28	7,86	1,49
	29 - 38	7,91	2,33
	39 - 48	8,68	1,71
	49 - 58	8,45	1,61
	59 - 68	9,00	0,82
	Mas de 68	10,00	
<b>Elementos tangibles</b>	Hasta 28	6,86	1,77
	29 - 38	7,38	1,77
	39 - 48	7,47	1,71
	49 - 58	8,16	1,58
	59 - 68	8,43	1,51
	Mas de 68	5,00	
<b>Fiabilidad</b>	Hasta 28	7,94	1,56
	29 - 38	8,00	2,27
	39 - 48	8,83	1,39
	49 - 58	8,91	1,23
	59 - 68	9,00	0,82
	Mas de 68	9,00	
<b>Seguridad</b>	Hasta 28	7,90	1,43
	29 - 38	8,14	1,46
	39 - 48	8,57	1,65
	49 - 58	8,77	1,29
	59 - 68	8,57	0,79
	Mas de 68	8,00	

### 3.6. Puntuación media de satisfacción por dimensión y sector

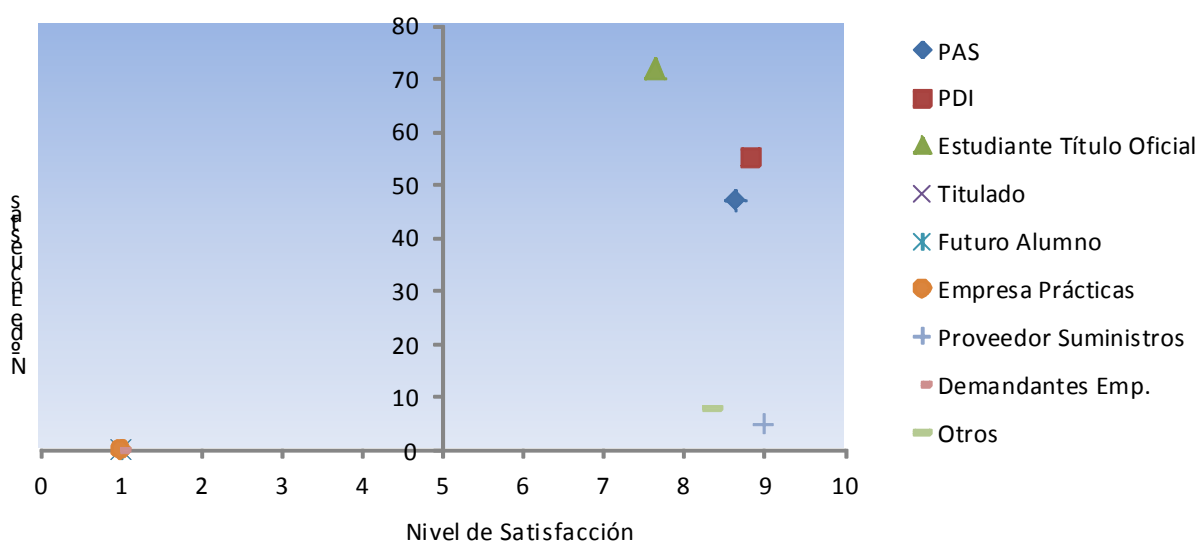
Aquí se presentan los resultados de satisfacción obtenidos agrupados por dimensiones y por sectores.



DIMENSIÓN	SECTOR	SATISFACCIÓN	
		Media	Desv. Stan.
Capacidad de Respuesta	PAS	8,66	1,46
	PDI	8,87	1,54
	Estudiante Título Oficial	8,21	1,21
	Titulado		
	Futuro Alumno		
	Empresa Prácticas Emp.		
	Proveedor Suministros	9,00	1,00
	Otros Demandantes Emp.		
	Otros	7,88	2,90
Empatía	PAS	8,64	1,66
	PDI	8,55	1,66
	Estudiante Título Oficial	7,83	1,54
	Titulado		
	Futuro Alumno		
	Empresa Prácticas Emp.		
	Proveedor Suministros	8,80	1,30
	Otros Demandantes Emp.		
	Otros	7,88	2,95
Elementos tangibles	PAS	7,64	1,82
	PDI	7,74	1,64
	Estudiante Título Oficial	7,10	1,82
	Titulado		
	Futuro Alumno		
	Empresa Prácticas Emp.		
	Proveedor Suministros	7,75	2,06
	Otros Demandantes Emp.		
	Otros	7,25	1,58
Fiabilidad	PAS	8,70	1,46
	PDI	8,96	1,20
	Estudiante Título Oficial	7,89	1,58
	Titulado		
	Futuro Alumno		
	Empresa Prácticas Emp.		
	Proveedor Suministros	9,40	0,89
	Otros Demandantes Emp.		
	Otros	8,13	2,95
Seguridad	PAS	8,60	1,54
	PDI	8,65	1,35
	Estudiante Título Oficial	7,82	1,45
	Titulado		
	Futuro Alumno		
	Empresa Prácticas Emp.		
	Proveedor Suministros	9,40	0,89
	Otros Demandantes Emp.		
	Otros	8,75	1,04

### 3.7. Resultados de satisfacción por sector y nº de encuestas

La valoración de la satisfacción obtenida por sectores, según el ítem general, en relación al número de encuestas del mismo, se presenta en el siguiente gráfico junto a su tabla correspondiente.



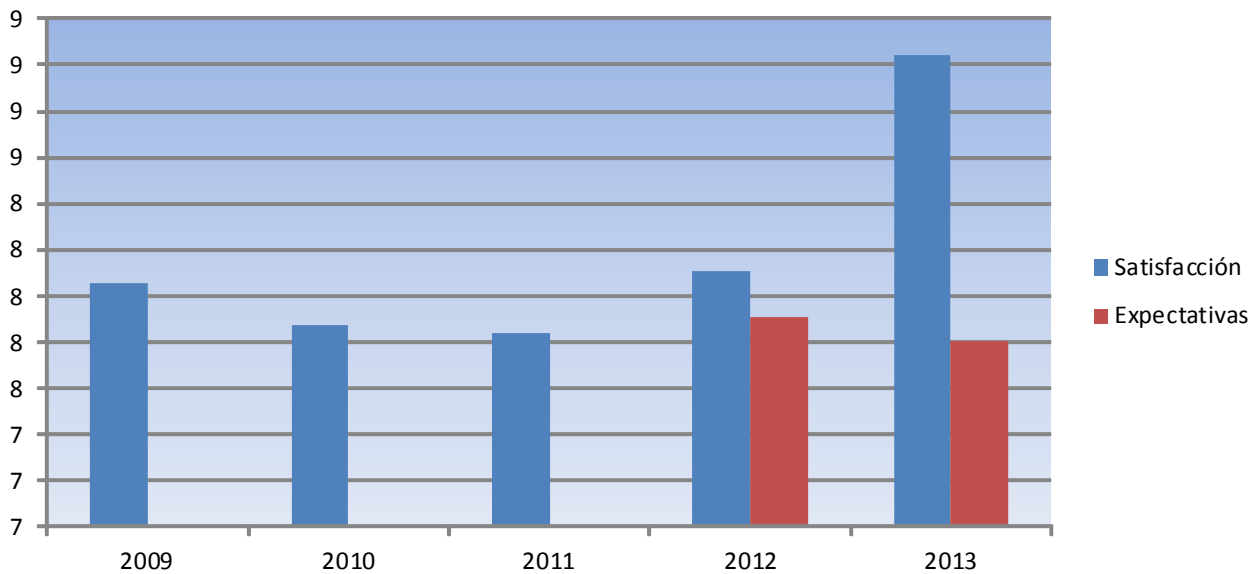
SECTOR	SATISFACCIÓN		
	General	Encuestas	Desv. Stan.
PAS	8,64	47	1,51
PDI	8,84	55	1,40
Estudiante Título Oficial	7,64	72	1,60
Titulado		0	
Futuro Alumno		0	
Empresa Prácticas		0	
Proveedor Suministros	9,00	5	1,00
Demandantes Emp.		0	
Otros	8,38	8	1,69

### 3.8. Puntuación media total

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 en el año 2012 para la importancia de cada dimensión para todas las áreas de Administración y

Servicios, dado que dichos valores no han sufrido cambios significativos en los últimos años. Se incluye el valor medio de las expectativas de los usuarios en los años en que se encuentra disponible dicho dato.

DIMENSIÓN	IMPORTANCIA
Capacidad de respuesta	20,48%
Empatía	20,05%
Elementos tangibles	18,83%
Fiabilidad	20,31%
Seguridad	20,33%



RESULTADOS GLOBALES	2009	2010	2011	2012	2013	
	Media	Media	Media	Media	Media	DesStan
Satisfacción	8,06	7,87	7,84	8,11	9,04	0,87
Expectativas				7,91	7,80	1,90

### 3.9. Puntuación media de satisfacción por subáreas

A continuación se presentan los resultados de satisfacción por dimensión de cada una de las subáreas, así como los valores correspondientes al ítem general de satisfacción y el valor para la satisfacción global ponderada con la importancia de las dimensiones.

Código	SUBÁREAS	Capacidad de Respuesta	Empatía	Elementos Tangibles	Fiabilidad	Seguridad	Item General	Satisfacción Global
A1	Apoyo a Áreas de Gobierno	8,24	8,29	7,18	8,71	8,29	8,41	8,14
A2	Apoyo a Cargos	8,38	8,06	7,47	8,25	8,20	8,11	8,07
A3	Apoyo a Decanatos/Dirección	8,33	8,33	6,76	8,24	8,14	8,05	7,96
A4	Acción Social	9,41	9,11	7,96	9,33	9,30	9,33	9,02
A5	Gestión Contabilidad Analítica y Plan de Auditoría y Control Interno (PACI)							
A6	Secretaría General	9,00	8,50	8,25	9,00	7,25	8,25	8,40
A7								
A8								
A9								
A10								
A11								
A12								
A13								
A14								
A15								

