

INFORME DE RESULTADOS SOBRE LA EXPERIENCIA DE LOS GRUPOS DE INTERÉS CON RESPECTO A LA ORGANIZACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE HUELVA Y LA SATISFACCIÓN DE SUS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS

Informe emitido el 1 de septiembre de 2022

Curso académico:	2021/2022	Fecha de encuestación:	1 de junio de 2022
Tipología:	Informe Global	Código cuestionario	Global
Grupo de interés:	Todos los grupos de interés (internos y externos)	Nº de participantes	602

1. INTRODUCCIÓN.

En este informe vamos a compartir los resultados sobre la opinión y experiencia que tienen los grupos de interés de la Universidad de Huelva, tanto internos como externos, lo que nos permitirá conocer qué esperan de la organización, cuáles son sus expectativas y necesidades no satisfechas, y qué podemos hacer para mejorar o satisfacerlas en el futuro.

A la vista del análisis de esta información, la Dirección de Planificación Estratégica de la Universidad, tomará decisiones y diseñará acciones para incorporar al Plan Estratégico institucional y comenzar así a crear una relación más sólida, más participativa, centrada en el compromiso y la implicación de todos sus miembros, para mejorar su experiencia y su nivel de satisfacción.

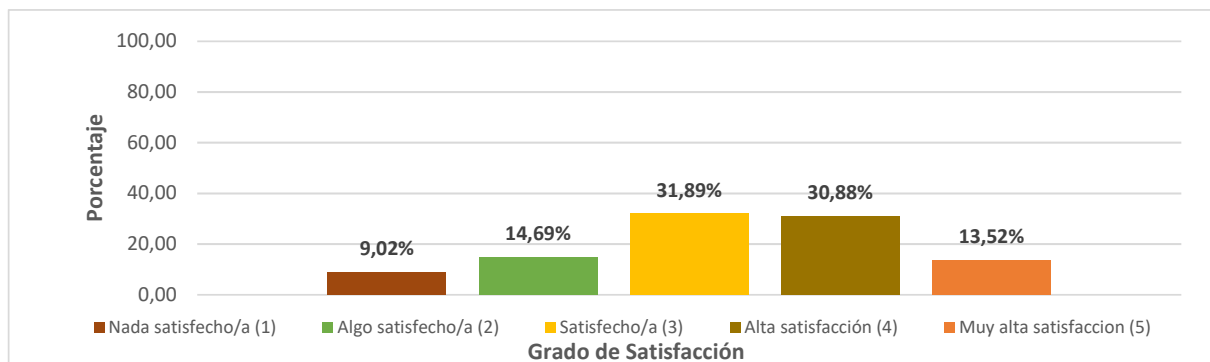
En aplicación de la Ley 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, así como de la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía, toda referencia a personas y colectivos cuyo género sea masculino, se entenderá realizada al género gramatical neutro, incluyendo, por tanto, la posibilidad de referirse tanto a mujeres como a hombres.

2. CUESTIONES PLANTEADAS Y RESULTADO.

A continuación se exponen todas y cada una de las preguntas planteadas en el cuestionario y se analiza el grado de satisfacción y el promedio ponderado en cada una de ellas:

2.1 Servicios y soluciones que se ofrecen (oferta formativa, oferta de servicios, actividad investigadora, gestión administrativa, gestión comercial...)

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	54	nada satisfecho/a	9,02%
2	88	algo satisfecho/a	14,69%
3	191	satisfecho/a	31,89%
4	185	alta satisfacción	30,88%
5	81	muy alta satisfacción	13,52%
Promedio = 3,25	599		



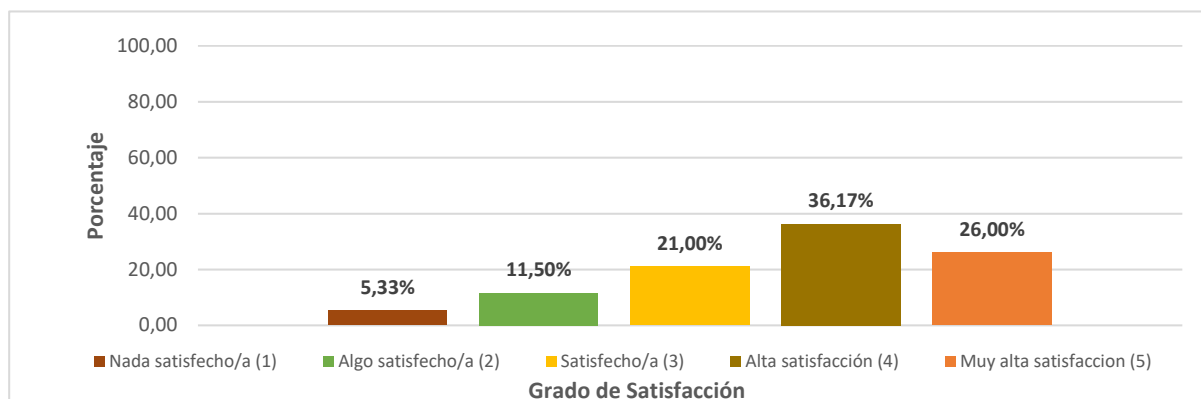
Código Seguro De Verificación	dwQTKV1LcA/m355cyR1qWw==	Fecha	30/11/2022
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Ana Pinto García		
Url De Verificación	https://verificafirma.uhu.es/verificarfirma/code/dwQTKV1LcA/m355cyR1qWw=	Página	1/8



2.2 Acerca del trato y atención recibidas

(amabilidad, respeto, cortesía, atención personal, empatía, rapidez...)

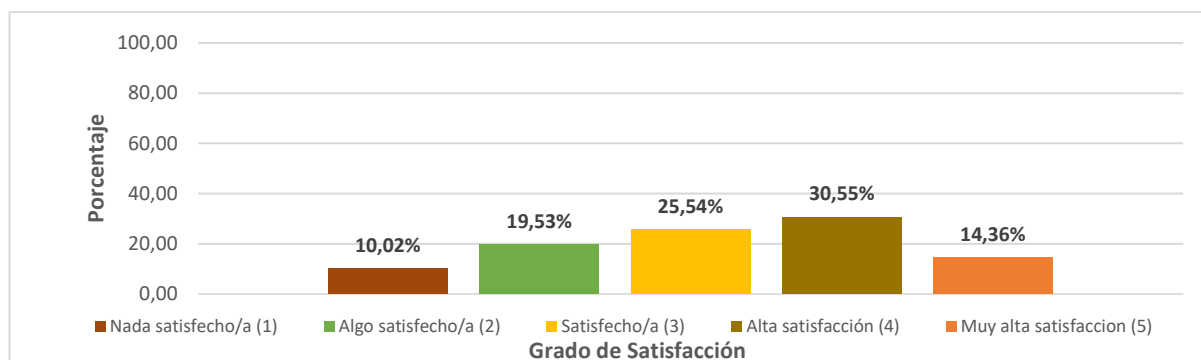
Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	32	nada satisfecho/a	5,33%
2	69	algo satisfecho/a	11,50%
3	126	satisfecho/a	21,00%
4	217	alta satisfacción	36,17%
5	156	muy alta satisfacción	26,00%
Promedio = 3,66	600		



2.3 Eficacia y eficiencia de los canales de comunicación y de participación

(si existen, son adecuados, son útiles y efectivos, se promueve la participación...)

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	60	nada satisfecho/a	10,02%
2	117	algo satisfecho/a	19,53%
3	153	satisfecho/a	25,54%
4	183	alta satisfacción	30,55%
5	86	muy alta satisfacción	14,36%
Promedio = 3,20	599		



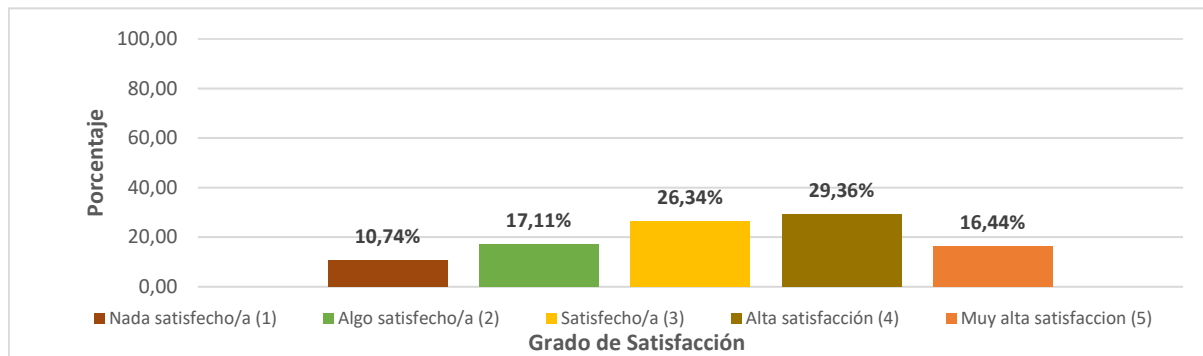
2.4 Metodología de trabajo y la información que se proporciona

(organización, agilidad, transparencia, fiabilidad, confiabilidad...)

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	64	nada satisfecho/a	10,74%
2	102	algo satisfecho/a	17,11%
3	157	satisfecho/a	26,34%
4	175	alta satisfacción	29,36%
5	98	muy alta satisfacción	16,44%
Promedio = 3,24	596		

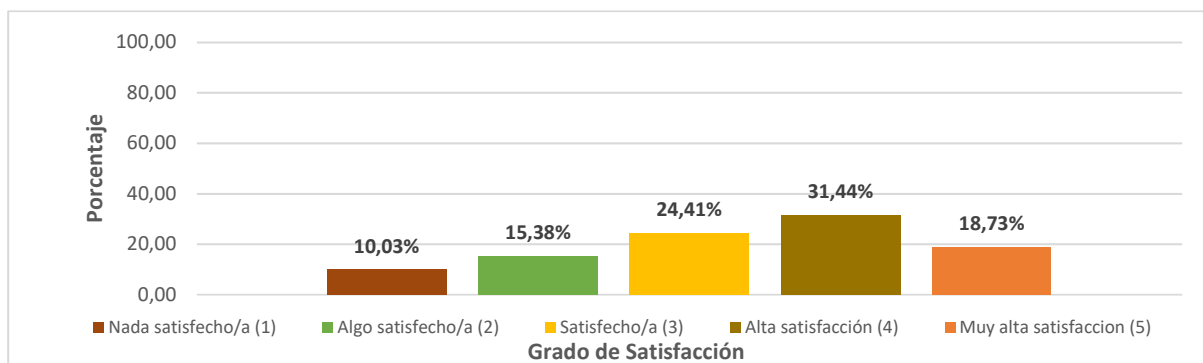
Código Seguro De Verificación	dwQTKV1LcA/m355cyR1qWw==	Fecha	30/11/2022
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Ana Pinto García		
Url De Verificación	https://verificafirma.uhu.es/verificarfirma/code/dwQTKV1LcA/m355cyR1qWw=	Página	2/8





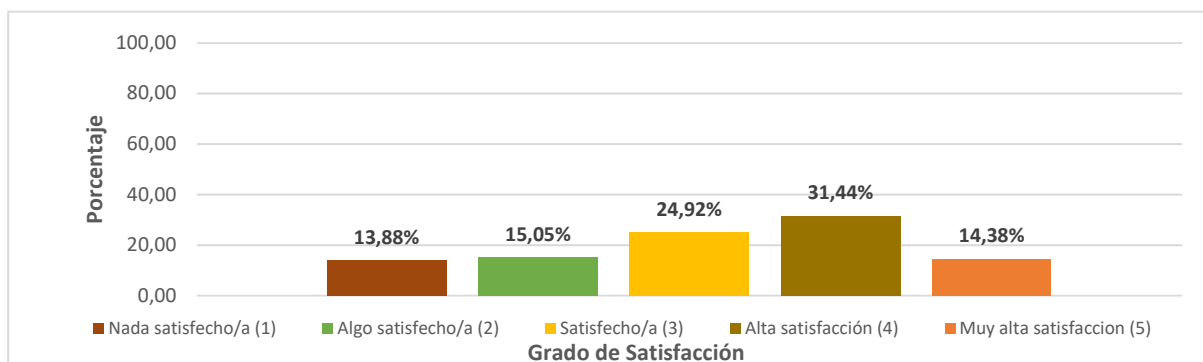
2.5 Nivel de compromiso, capacidad de respuesta y cumplimiento de plazos (agilidad, resolución de asuntos, sencillez en los trámites...)

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	60	nada satisfecho/a	10,03%
2	92	algo satisfecho/a	15,38%
3	146	satisfecho/a	24,41%
4	188	alta satisfacción	31,44%
5	112	muy alta satisfacción	18,73%
Promedio = 3,33	598		



2.6 Capacidad de adaptación y gestión de los cambios laborales, sociales y tecnológico (innovación, modernización, recursos tecnológicos, virtualización de actividades...)

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	83	nada satisfecho/a	13,88%
2	90	algo satisfecho/a	15,05%
3	149	satisfecho/a	24,92%
4	188	alta satisfacción	31,44%
5	86	muy alta satisfacción	14,38%
Promedio = 3,16	598		

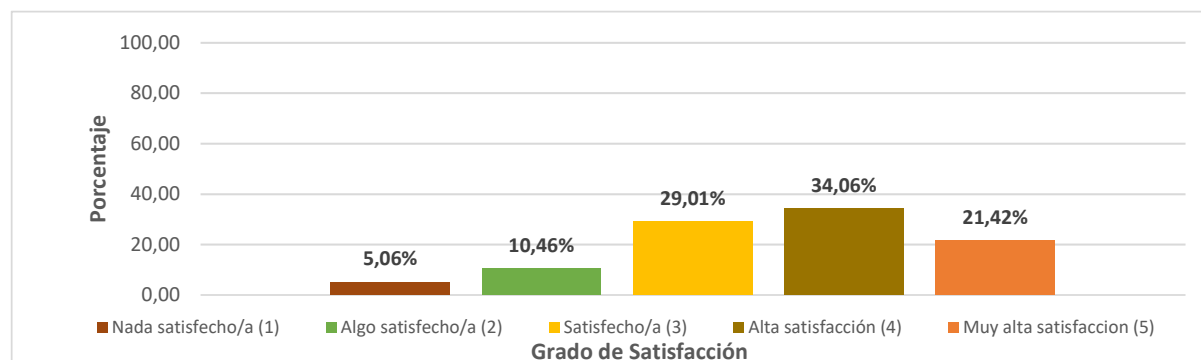


Código Seguro De Verificación	dwQTKV1LcA/m355cyR1qWw==	Fecha	30/11/2022
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Ana Pinto García		
Url De Verificación	https://verificafirma.uhu.es/verificarfirma/code/dwQTKV1LcA/m355cyR1qWw=	Página	3/8



2.7 Comportamiento ético, ante el impacto ambiental y contribución al desarrollo sostenible (políticas de ahorro energético, metodologías electrónicas, reciclado de materiales, de residuos...)

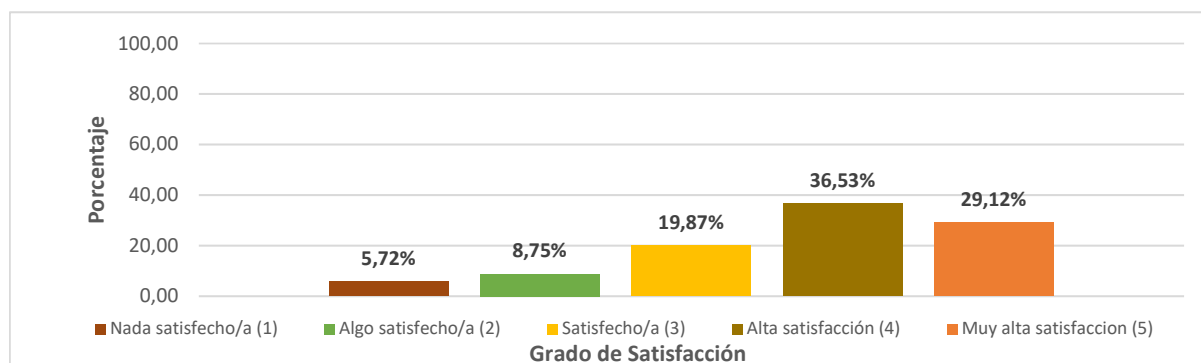
Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	30	nada satisfecho/a	5,06%
2	62	algo satisfecho/a	10,46%
3	172	satisfecho/a	29,01%
4	202	alta satisfacción	34,06%
5	127	muy alta satisfacción	21,42%
Promedio = 3,56	593		



2.8 Nuestro compromiso con la igualdad efectiva

(inclusión social, ayudas y becas, conciliación familiar, igualdad y equilibrio de géneros...)

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	34	nada satisfecho/a	5,72%
2	52	algo satisfecho/a	8,75%
3	118	satisfecho/a	19,87%
4	217	alta satisfacción	36,53%
5	173	muy alta satisfacción	29,12%
Promedio = 3,75	594		



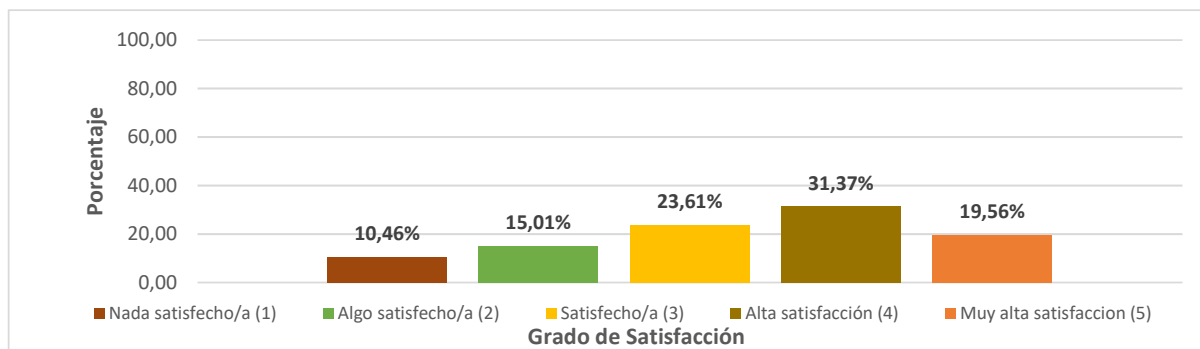
2.9 Nuestra imagen, cultura, gobernanza y liderazgo en el entorno

(prestigio, imagen de marca, estilo y cultura diferenciadora, capacidad de competencia en el entorno...)

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	62	nada satisfecho/a	10,46%
2	89	algo satisfecho/a	15,01%
3	140	satisfecho/a	23,61%
4	186	alta satisfacción	31,37%
5	116	muy alta satisfacción	19,56%
Promedio = 3,35	593		

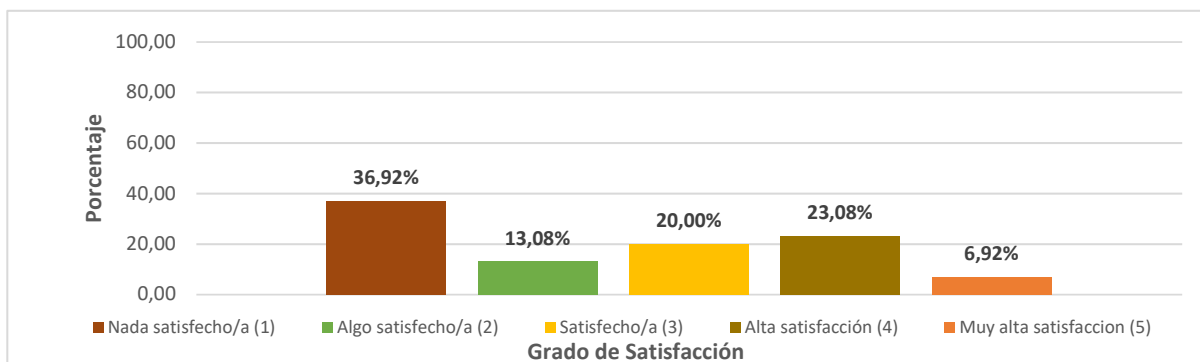
Código Seguro De Verificación	dwQTKV1LcA/m355cyR1qWw==	Fecha	30/11/2022
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Ana Pinto García		
Url De Verificación	https://verificafirma.uhu.es/verificarfirma/code/dwQTKV1LcA/m355cyR1qWw=	Página	4/8





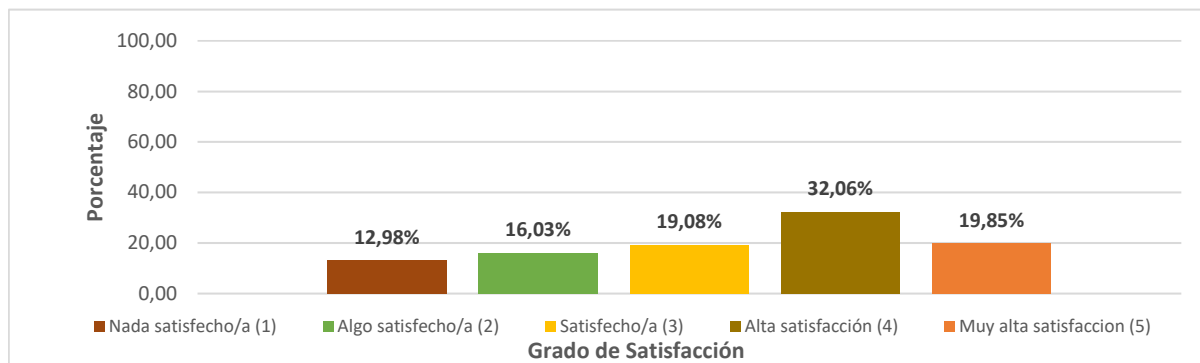
2.10 Sobre nuestras políticas de recursos humanos y para la atracción y retención del talento (para la promoción, para la formación, el reconocimiento, la remuneración, los horarios, conciliación familiar ...)

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	48	nada satisfecho/a	36,92%
2	17	algo satisfecho/a	13,08%
3	26	satisfecho/a	20,00%
4	30	alta satisfacción	23,08%
5	9	muy alta satisfacción	6,92%
Promedio = 2,50	130		



2.11 Acerca del entorno laboral donde realizas tu actividad (ambiente de trabajo, riesgos laborales, riesgos psicosociales, recursos materiales, trabajo en equipo ...)

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	17	nada satisfecho/a	12,98%
2	21	algo satisfecho/a	16,03%
3	25	satisfecho/a	19,08%
4	42	alta satisfacción	32,06%
5	26	muy alta satisfacción	19,85%
Promedio = 3,30	131		

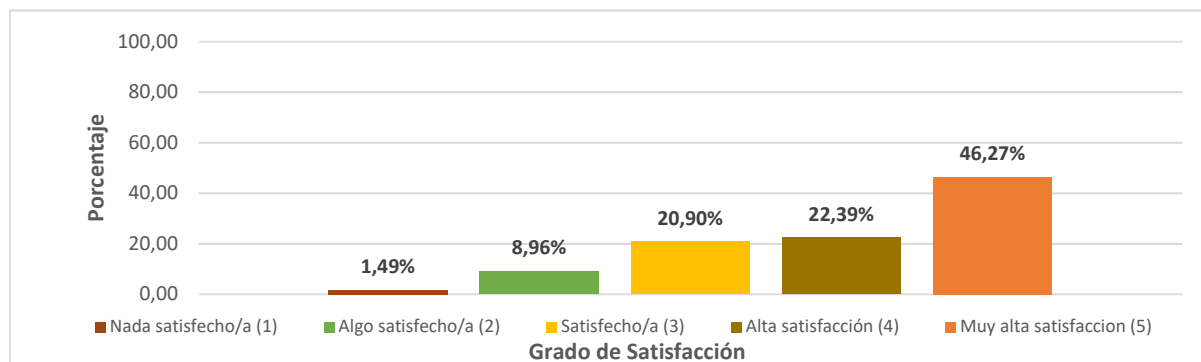


Código Seguro De Verificación	dwQTKV1LcA/m355cyR1qWw=	Fecha	30/11/2022
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Ana Pinto García		
Url De Verificación	https://verificafirma.uhu.es/verificarfirma/code/dwQTKV1LcA/m355cyR1qWw=	Página	5/8



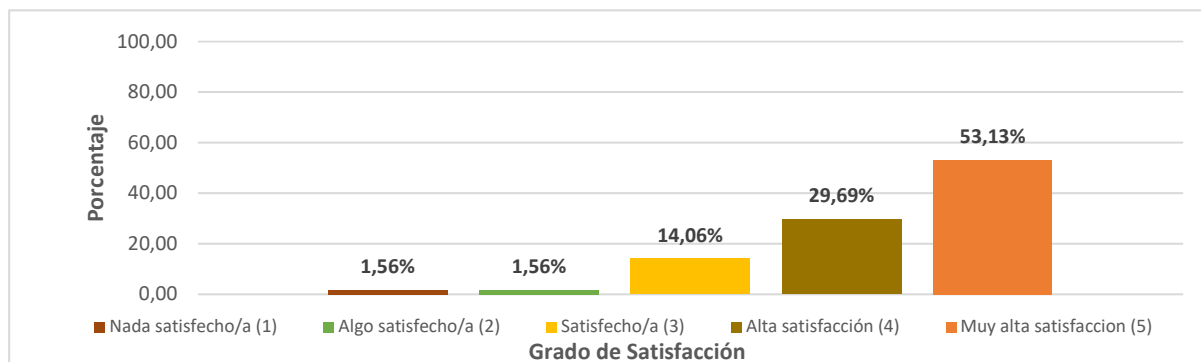
2.12 Nuestra gestión económica y sostenibilidad financiera.

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	1	nada satisfecho/a	1,49%
2	6	algo satisfecho/a	8,96%
3	14	satisfecho/a	20,90%
4	15	alta satisfacción	22,39%
5	31	muy alta satisfacción	46,27%
Promedio = 4,03	67		



2.13 Cumplimiento de nuestras obligaciones fiscales y de rendición de cuentas.

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	1	nada satisfecho/a	1,56%
2	1	algo satisfecho/a	1,56%
3	9	satisfecho/a	14,06%
4	19	alta satisfacción	29,69%
5	34	muy alta satisfacción	53,13%
Promedio = 4,31	64		

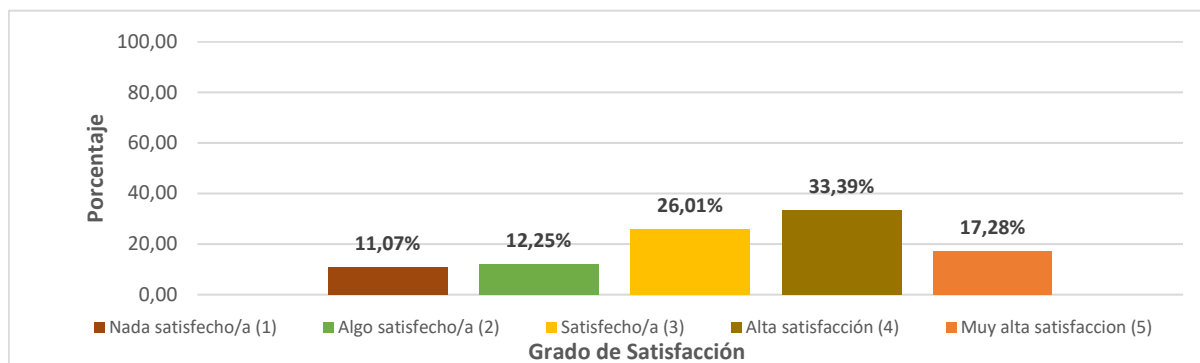


2.14 Grado de satisfacción general de necesidades y expectativas, y experiencia global con la Universidad.

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	66	nada satisfecho/a	11,07%
2	73	algo satisfecho/a	12,25%
3	155	satisfecho/a	26,01%
4	199	alta satisfacción	33,39%
5	103	muy alta satisfacción	17,28%
Promedio = 3,34	596		

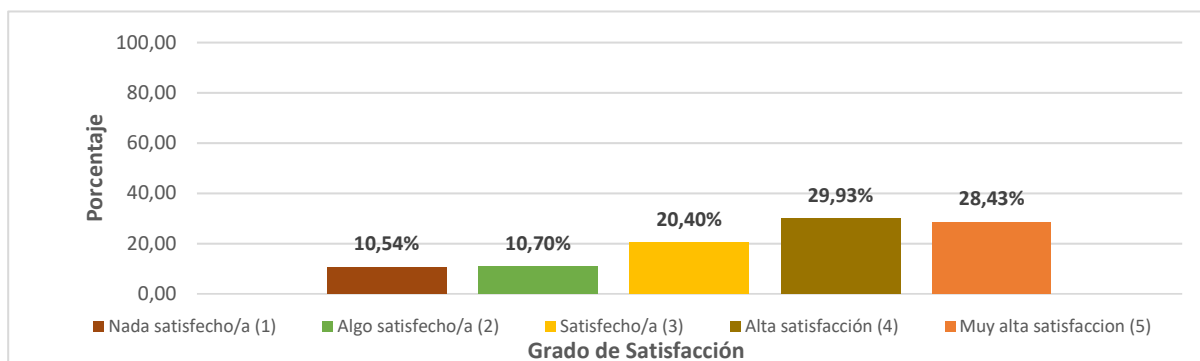
Código Seguro De Verificación	dwQTKVlLcA/m355cyR1qWw==	Fecha	30/11/2022
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Ana Pinto García		
Url De Verificación	https://verificafirma.uhu.es/verificarfirma/code/dwQTKVlLcA/m355cyR1qWw=	Página	6/8





2.15 Sobre recomendar a la Universidad de Huelva a familiares y otras personas de tu entorno (para estudiar, formarte, investigar, trabajar...)

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	63	nada recomendable	10,54%
2	64	poco recomendable	10,70%
3	122	recomendable	20,40%
4	179	muy recomendable	29,93%
5	170	totalmente recomendable	28,43%
Promedio = 3,55	598		



Esta cuestión vamos a analizarla siguiendo la metodología de medición Net Promoter Score (NPS). Esta metodología, se utiliza en todo el mundo y en toda clase de empresas e instituciones.

El Net Promoter Score, o NPS, es un indicador clave que proporciona información sobre el grado de satisfacción y lealtad de los clientes o usuarios de una empresa: **¿usarían de nuevo nuestros servicios o incluso, nos recomendarían a otras personas?**

El objetivo es tener un indicador sencillo e interpretable, para compararlo en el tiempo con nuestros propios resultados y, también, para compararnos con otras universidades del entorno.

Existen 3 categorías para el cálculo del NPS según la valoración otorgada en la escala Likert del 1 al 5:

- Detractores:** valores 1 y 2. Este grupo no nos recomendaría, e incluso puede desanimar a amigos y conocidos. También tienden a escribir reseñas o evaluaciones negativas en redes u otros foros.
- Pasivos:** valor 3. Este grupo no está particularmente insatisfecho, pero tampoco nos recomendaría. Se comporta de manera neutral al respecto. Por lo tanto, los pasivos se pueden ignorar en el cálculo del NPS.
- Promotores:** valores 4 y 5. Los llamados promotores tienen una percepción muy positiva y, probablemente, nos recomiendan a su círculo de conocidos.

Se calcula a través de la siguiente fórmula:

$$\text{NPS} = \text{Porcentaje de promotores (\%)} - \text{Porcentaje de detractores (\%)}$$

Código Seguro De Verificación	dwQTKV1LcA/m355cyR1qWw==	Fecha	30/11/2022
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Ana Pinto García		
Url De Verificación	https://verificafirma.uhu.es/verificafirma/code/dwQTKV1LcA/m355cyR1qWw=	Página	7/8



Podemos concluir por tanto que, según los resultados obtenidos en la consulta realizada a nuestros grupos de interés, el NPS de la Universidad de Huelva sería:

Porcentaje promotores (%) = nº Promotores / nº total encuestados / 100 = 58,36%

Porcentaje pasivos (%) = nº pasivos / nº total encuestados / 100 = 20,40%

Porcentaje detractores (%) = nº Detractores / nº total encuestados / 100 = 21,24%

NPS = 37,12%

Código Seguro De Verificación	dwQTKVlLcA/m355cyR1qWw=	Fecha	30/11/2022
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Ana Pinto García		
Url De Verificación	https://verificafirma.uhu.es/verificarfirma/code/dwQTKVlLcA/m355cyR1qWw=	Página	8/8

