

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

Curso académico:	2022/2023	Fecha de encuestación:	2 de octubre de 2023
Tipología:	Clientes Externos	Código cuestionario	A2
Grupo de interés:	Egresados, Futuros estudiantes y Empleadores	Nº de participantes	240

1. INTRODUCCIÓN.

En este informe vamos a compartir los resultados sobre la opinión y experiencia que tiene este colectivo tan importante para la Universidad, 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 que serán incorporadas a la planificación estratégica generando y desarrollando una relación más sólida, más participativa, centrada en el compromiso y la implicación de todos sus miembros, con el objetivo de 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.

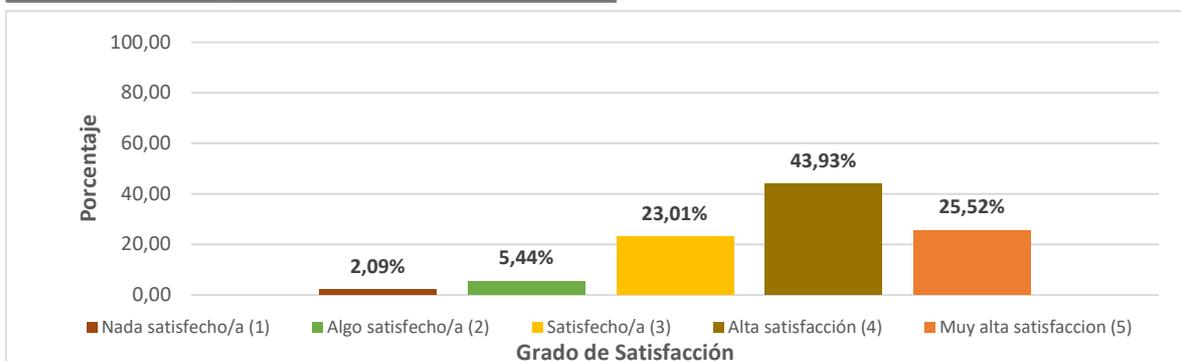
2. CUESTIONES PLANTEADAS Y RESULTADO.

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 Sobre nuestra oferta formativa oficial

(el catálogo de grados, másteres y programas de doctorado que ofertamos).

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	5	nada satisfecho/a	2,09%
2	13	algo satisfecho/a	5,44%
3	55	satisfecho/a	23,01%
4	105	alta satisfacción	43,93%
5	61	muy alta satisfacción	25,52%
Promedio = 3,85	239		

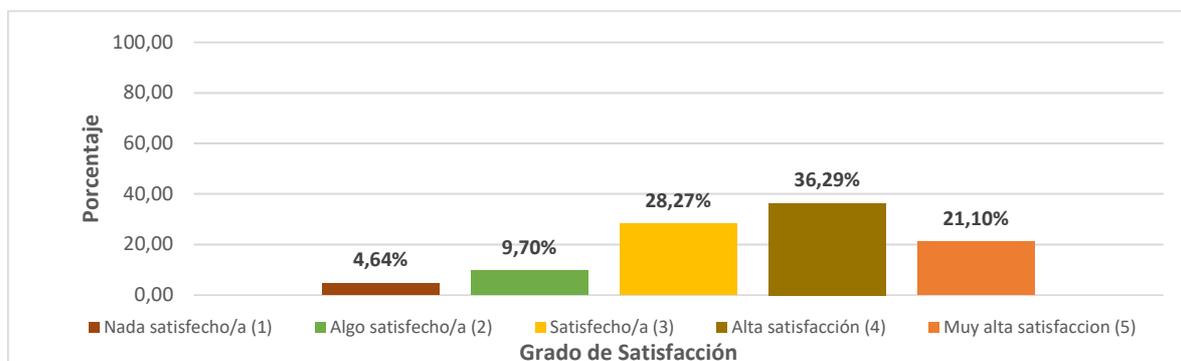


Código Seguro De Verificación	rWb/UaXg4ZEo6L0G1S6HuA==	Fecha	23/04/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Ana Pinto García		
Url De Verificación	https://verificafirma.uhu.es/verificarfirma/code/rWb/UaXg4ZEo6L0G1S6HuA=	Página	1/8



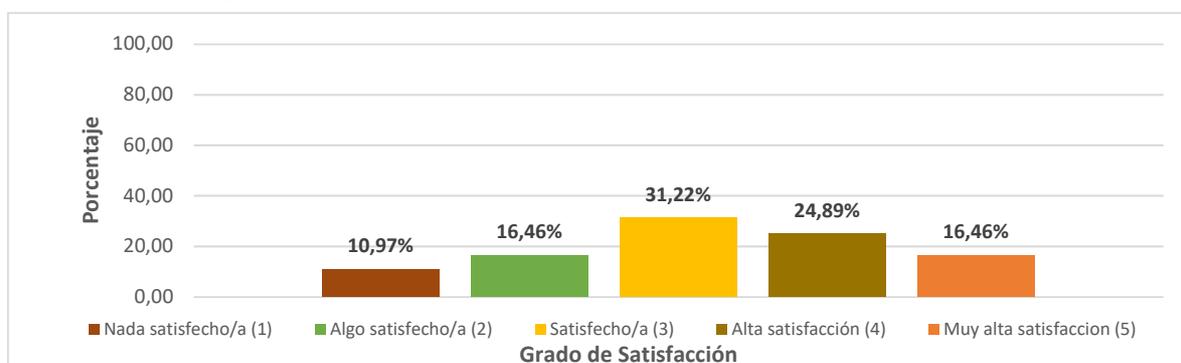
2.2 Respecto a nuestra oferta formativa complementaria o títulos propios.

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	11	nada satisfecho/a	4,64%
2	23	algo satisfecho/a	9,70%
3	67	satisfecho/a	28,27%
4	86	alta satisfacción	36,29%
5	50	muy alta satisfacción	21,10%
Promedio = 3,59	237		



2.3 Nuestras políticas para la atracción y retención del talento.

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	26	nada satisfecho/a	10,97%
2	39	algo satisfecho/a	16,46%
3	74	satisfecho/a	31,22%
4	59	alta satisfacción	24,89%
5	39	muy alta satisfacción	16,46%
Promedio = 3,19	237		

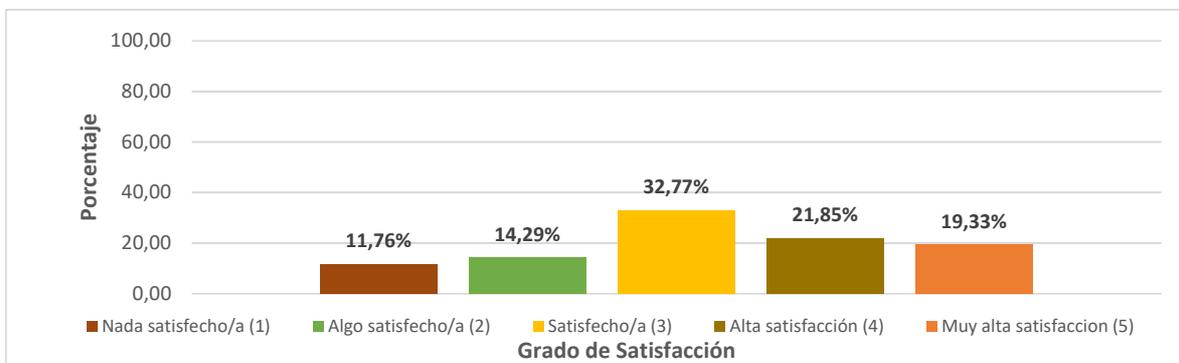


2.4 Acerca de la oferta de servicios de orientación.

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	28	nada satisfecho/a	11,76%
2	34	algo satisfecho/a	14,29%
3	78	satisfecho/a	32,77%
4	52	alta satisfacción	21,85%
5	46	muy alta satisfacción	19,33%
Promedio = 3,23	238		

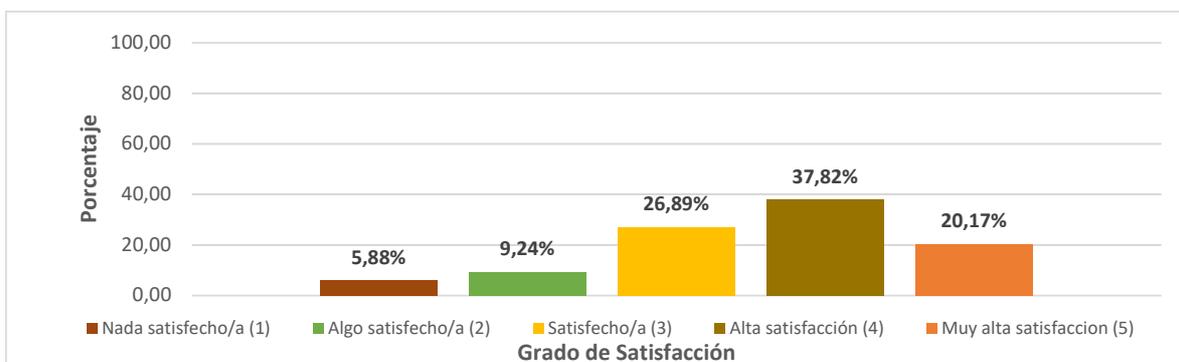
Código Seguro De Verificación	rWb/UaXg4ZEo6L0G1S6HuA==	Fecha	23/04/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Ana Pinto García		
Url De Verificación	https://verificafirma.uhu.es/verificarfirma/code/rWb/UaXg4ZEo6L0G1S6HuA=	Página	2/8





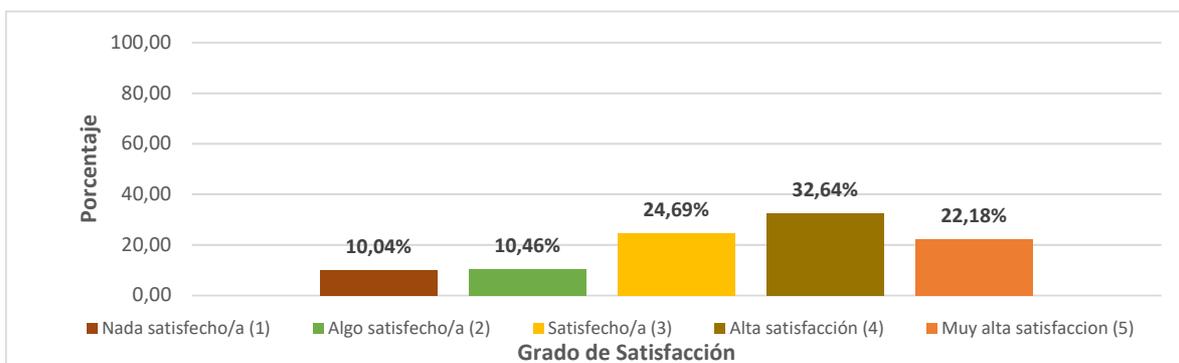
2.5 Sobre la oferta de otros servicios transversales, actividades culturales, deportivas, de convivencia y tiempo libre que ofrecemos para favorecer las relaciones interpersonales.

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	14	nada satisfecho/a	5,88%
2	22	algo satisfecho/a	9,24%
3	64	satisfecho/a	26,89%
4	90	alta satisfacción	37,82%
5	48	muy alta satisfacción	20,17%
Promedio = 3,57	238		



2.6 Acerca de la información, visibilidad y divulgación de las actividades que realizamos.

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	24	nada satisfecho/a	10,04%
2	25	algo satisfecho/a	10,46%
3	59	satisfecho/a	24,69%
4	78	alta satisfacción	32,64%
5	53	muy alta satisfacción	22,18%
Promedio = 3,46	239		

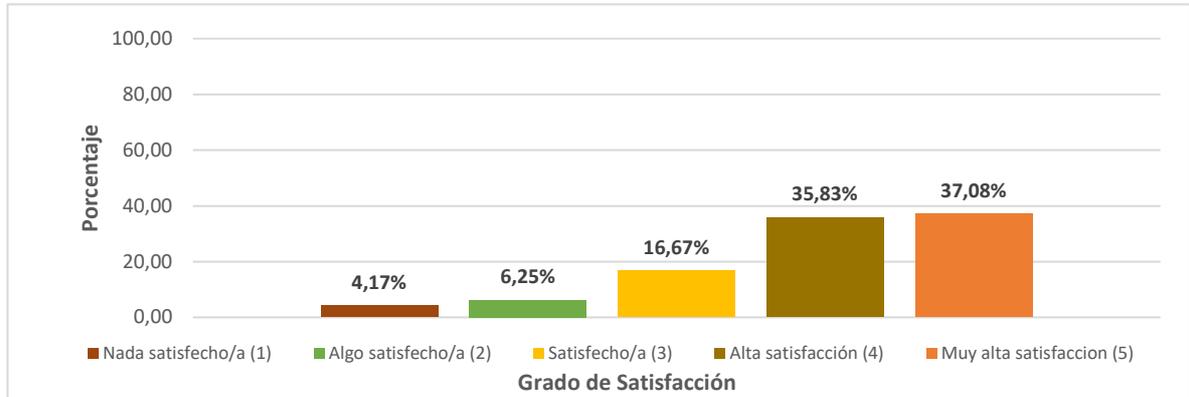


Código Seguro De Verificación	rWb/UaXg4ZEo6L0G1S6HuA==	Fecha	23/04/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Ana Pinto García		
Url De Verificación	https://verificafirma.uhu.es/verificarfirma/code/rWb/UaXg4ZEo6L0G1S6HuA=	Página	3/8



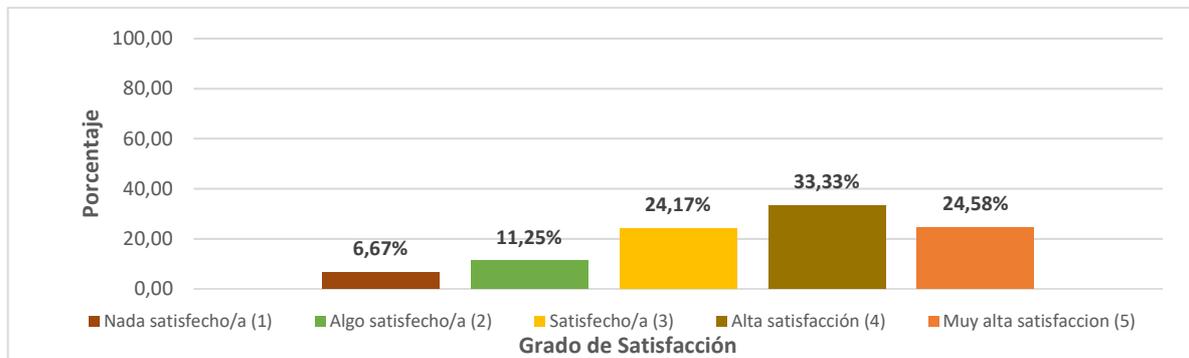
2.7 Acerca del trato y atención recibidas.

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	10	nada satisfecho/a	4,17%
2	15	algo satisfecho/a	6,25%
3	40	satisfecho/a	16,67%
4	86	alta satisfacción	35,83%
5	89	muy alta satisfacción	37,08%
Promedio = 3,95	240		



2.8 En relación con la eficacia y eficiencia de los canales de comunicación y de participación.

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	16	nada satisfecho/a	6,67%
2	27	algo satisfecho/a	11,25%
3	58	satisfecho/a	24,17%
4	80	alta satisfacción	33,33%
5	59	muy alta satisfacción	24,58%
Promedio = 3,58	240		

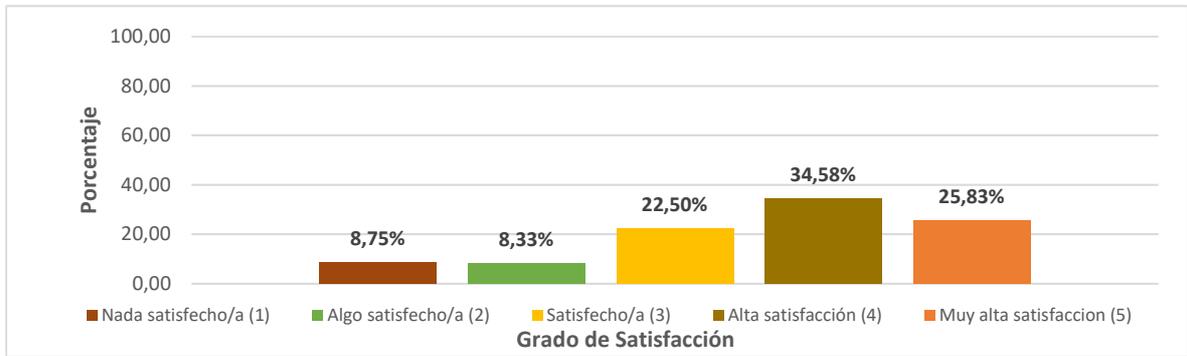


2.9 Sobre la transparencia, sencillez y agilidad de nuestros procedimientos y metodologías de trabajo.

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	21	nada satisfecho/a	8,75%
2	20	algo satisfecho/a	8,33%
3	54	satisfecho/a	22,50%
4	83	alta satisfacción	34,58%
5	62	muy alta satisfacción	25,83%
Promedio = 3,60	240		

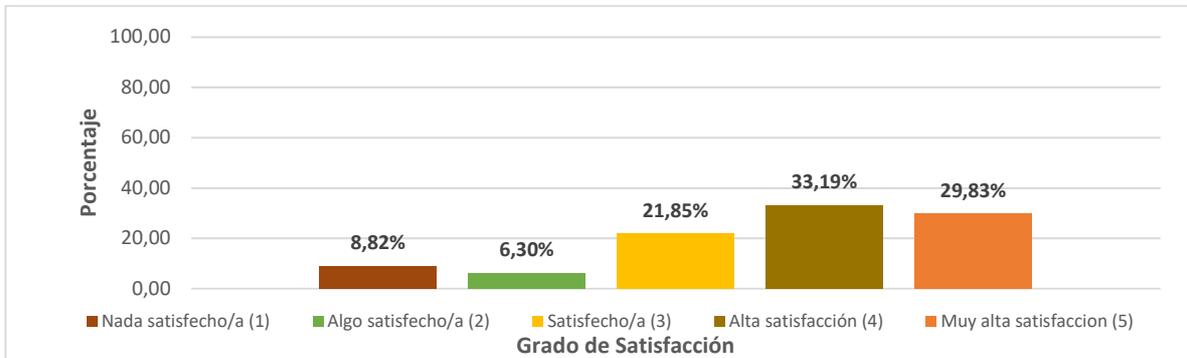
Código Seguro De Verificación	rWb/UaXg4ZEo6L0G1S6HuA==	Fecha	23/04/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Ana Pinto García		
Url De Verificación	https://verificafirma.uhu.es/verificarfirma/code/rWb/UaXg4ZEo6L0G1S6HuA=	Página	4/8





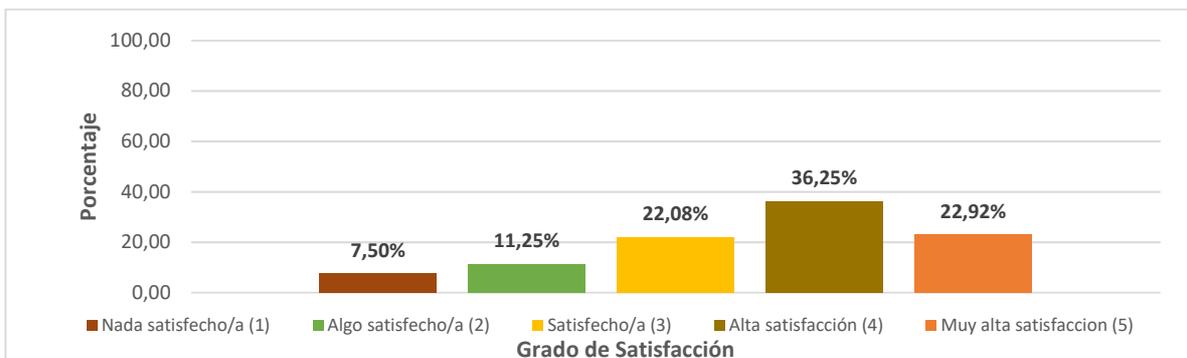
2.10 Nuestro nivel de compromiso, capacidad de respuesta y cumplimiento de plazos.

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	21	nada satisfecho/a	8,82%
2	15	algo satisfecho/a	6,30%
3	52	satisfecho/a	21,85%
4	79	alta satisfacción	33,19%
5	71	muy alta satisfacción	29,83%
Promedio = 3,69	238		



2.11 Acerca de nuestra capacidad de adaptación y gestión de los cambios laborales, sociales y tecnológicos (digitalización de procedimientos, recursos tecnológicos, virtualización de

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	18	nada satisfecho/a	7,50%
2	27	algo satisfecho/a	11,25%
3	53	satisfecho/a	22,08%
4	87	alta satisfacción	36,25%
5	55	muy alta satisfacción	22,92%
Promedio = 3,56	240		

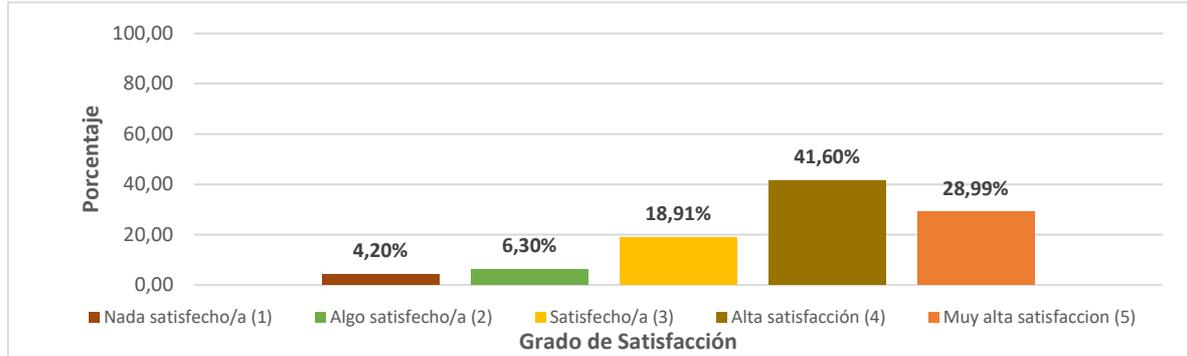


Código Seguro De Verificación	rWb/UaXg4ZEo6L0G1S6HuA==	Fecha	23/04/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Ana Pinto García		
Url De Verificación	https://verificafirma.uhu.es/verificarfirma/code/rWb/UaXg4ZEo6L0G1S6HuA=	Página	5/8



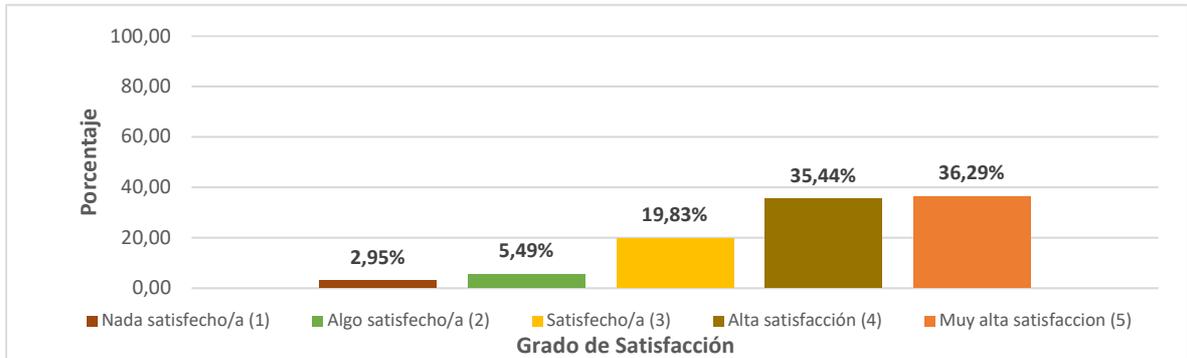
2.12 Nuestro comportamiento ético, ante el impacto ambiental y contribución al desarrollo sostenible (políticas de ahorro energético, metodologías electrónicas, reciclado de materiales, de residuos...)

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	10	nada satisfecho/a	4,20%
2	15	algo satisfecho/a	6,30%
3	45	satisfecho/a	18,91%
4	99	alta satisfacción	41,60%
5	69	muy alta satisfacción	28,99%
Promedio = 3,85	238		



2.13 Nuestro compromiso con la igualdad efectiva (atención a la diversidad, inclusión social, ayudas y becas, conciliación familiar, igualdad y equilibrio de géneros...)

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	7	nada satisfecho/a	2,95%
2	13	algo satisfecho/a	5,49%
3	47	satisfecho/a	19,83%
4	84	alta satisfacción	35,44%
5	86	muy alta satisfacción	36,29%
Promedio = 3,97	237		

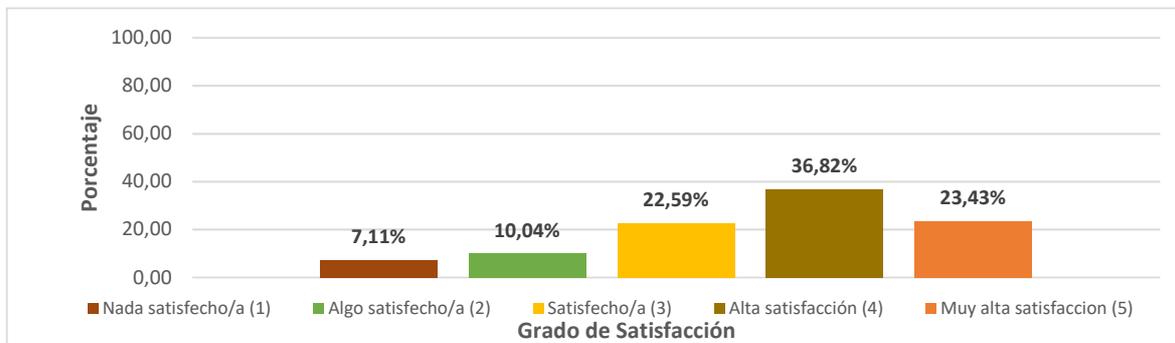


2.14 Nuestra imagen, prestigio y liderazgo en el entorno.

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	17	nada satisfecho/a	7,11%
2	24	algo satisfecho/a	10,04%
3	54	satisfecho/a	22,59%
4	88	alta satisfacción	36,82%
5	56	muy alta satisfacción	23,43%
Promedio = 3,59	239		

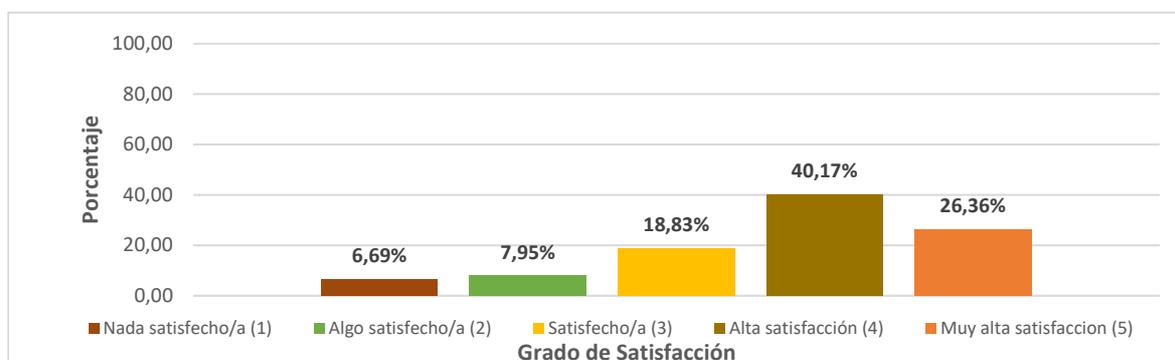
Código Seguro De Verificación	rWb/UaXg4ZEo6L0G1S6HuA==	Fecha	23/04/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Ana Pinto García		
Url De Verificación	https://verificafirma.uhu.es/verificarfirma/code/rWb/UaXg4ZEo6L0G1S6HuA=	Página	6/8





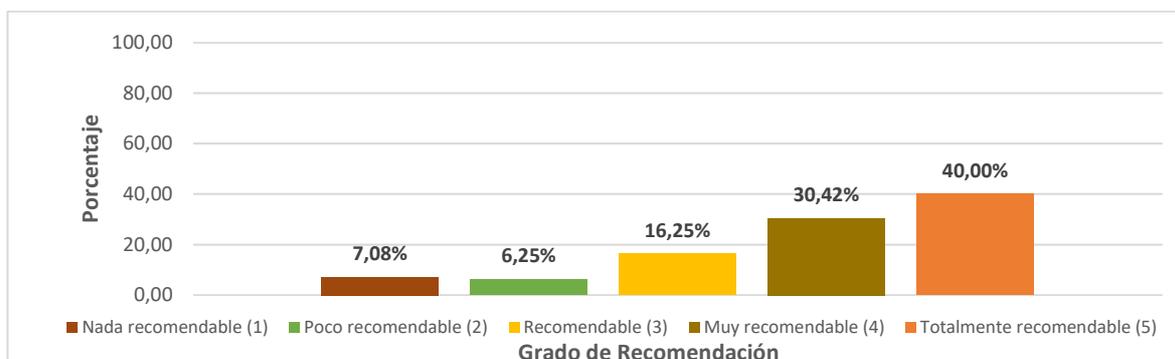
2.15 En general, sobre el grado de satisfacción de tus necesidades y expectativas y de tu experiencia global con la Universidad.

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	16	nada satisfecho/a	6,69%
2	19	algo satisfecho/a	7,95%
3	45	satisfecho/a	18,83%
4	96	alta satisfacción	40,17%
5	63	muy alta satisfacción	26,36%
Promedio = 3,72	239		



2.16 Recomendar a la Universidad de Huelva a familiares y otras personas de tu entorno.

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	17	nada recomendable	7,08%
2	15	poco recomendable	6,25%
3	39	recomendable	16,25%
4	73	muy recomendable	30,42%
5	96	totalmente recomendable	40,00%
Promedio = 3,90	240		



Código Seguro De Verificación	rWb/UaXg4ZEo6L0G1S6HuA==	Fecha	23/04/2024
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/rWb/UaXg4ZEo6L0G1S6HuA=	Página	7/8



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:

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

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 = 70,42%

Porcentaje pasivos (%) = nº pasivos / nº total encuestados / 100 = 16,25%

Porcentaje detractores (%) = nº Detractores / nº total encuestados / 100 = 13,33%

NPS = 57,08%

Código Seguro De Verificación	rWb/UaXg4ZEo6L0G1S6HuA==	Fecha	23/04/2024
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/rWb/UaXg4ZEo6L0G1S6HuA=	Página	8/8

