

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN CON EL BUZÓN DE CONSULTAS, QUEJAS, SUGERENCIAS Y FELICITACIONES DE LA UNIVERSITAT JAUME I

Año 2012



VICERECTORAT DE PLANIFICACIÓ ESTRATÈGICA, QUALITAT I COMUNICACIÓ

Oficina de Promoció i Avaluació de la Qualitat

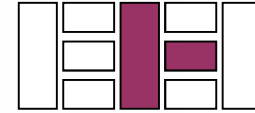
Febrero 2013

ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN	3
2.	MARCO TEÓRICO	6
3.	OBJETIVOS	8
4.	METODOLOGÍA	9
	4.1. Ficha técnica	9
	4.2. Cuestionario	10
	4.3. Procedimiento	12
	4.4. Población y muestra	13
5.	RESULTADOS	21
	5.1. Satisfacción general	21
	5.3. Otras valoraciones generales	26
	5.4. Aspectos específicos	29
	5.5. Dimensiones	31
	5.6. Frecuencia de uso	34
6.	COMPARACIONES	36
7.	CONCLUSIONES	37
8.	MEJORA CONTINUA	38
	8.1. Evolución de las propuestas de mejora	38
	8.2. Nuevas propuestas de mejora	40
9.	BIBLIOGRAFÍA	41

1. INTRODUCCIÓN

Encuesta de satisfacción con el Buzón UJI y el MODELO EFQM DE EXCELENCIA (vers. 2010):



Subcriterio 5e. Las relaciones con los clientes se gestionan y mejoran

Las Organizaciones Excelentes, en la práctica:

- ... Supervisan y revisan continuamente las experiencias y percepciones de los clientes y responden rápida y eficazmente a cualquier información que éstos les remiten

Subcriterio 6a. Percepciones (de Resultados en los clientes)

Son las percepciones que de la organización tienen los clientes. Pueden obtenerse de una serie de fuentes como, por ejemplo, encuestas a clientes, grupos focales, clasificaciones de proveedores, felicitaciones y quejas.

Subcriterio 6b. Indicadores de rendimiento(de Resultados en los clientes)

... Según el objeto de la organización, estas medidas pueden centrarse en:

- ... Servicio, atención y apoyo al cliente.
- Quejas y felicitaciones

1. INTRODUCCIÓN

Encuesta de satisfacción del Buzón UJI y la NORMA ISO 9001:2008



Requisito de la Norma, **7.2.3. Comunicación con el cliente:**

«... la organización **determine e implemente disposiciones eficaces para la comunicación con el cliente**, relativas a

- a) la **información** sobre el producto,
- b) las **consultas**, contratos o atención de pedidos, incluyendo las modificaciones, y
- c) la **retroalimentación** del cliente, incluyendo sus **quejas**»

Medidas del desempeño del SGC, **8.2.1 Satisfacción del cliente:**

«... la organización debe realizar el **seguimiento de la información relativa a la percepción del cliente** con respecto al cumplimiento de sus requisitos, determinándose los métodos para obtener y utilizar dicha información»

1. INTRODUCCIÓN

Encuesta de satisfacción del Buzón UJI y los programas de ANECA:



Dentro del **Programa de Apoyo a la Evaluación de la Actividad Docente del Profesorado (DOCENTIA)** la Universitat ha elaborado su *Manual de Evaluación Docente de la Universitat Jaume I* donde queda recogido que “...los miembros de la comunidad universitaria, y en concreto los estudiantes, podrán utilizar este canal como medio de canalizar sus peticiones ...”.

Por otro lado, el **Programa AUDIT** plantea, entre sus Directrices Específicas, que la Universidad debe orientar sus enseñanzas a los estudiantes. Para ello, y entre otros, debe “... disponer de sistemas de información que le permitan conocer y valorar sus necesidades en materia de ... alegaciones, reclamaciones y sugerencias ...” (Directriz Específica 1.2.1.c).

Asimismo, la Directriz Específica 1.5. indica que la Universidad “... debe dotarse de procedimientos que le permitan garantizar que se miden, analizan y utilizan los resultados ...”, incluidos los de la satisfacción de los distintos grupos de interés (donde quedan incluidos los usuarios del Buzón).

2. MARCO TEÓRICO

CALIDAD DE SERVICIO COMO SATISFACCIÓN DEL CLIENTE:

La calidad de servicio se produce cuando el servicio es capaz de satisfacer las expectativas de los usuarios.

Parasuraman et al. (1985)

DIMENSIONES DE CALIDAD DE SERVICIO

ELEMENTOS TANGIBLES

Instalaciones
físicas,
materiales y
aspecto físico
del personal

FIABILIDAD

Capacidad para
desarrollar el
servicio de una
forma seria y
exacta

CAPACIDAD DE RESPUESTA

Voluntad de
ayudar a los
clientes y
proporcionar
un buen
servicio

SEGURIDAD

Conocimiento
y cortesía de
los empleados
y su capacidad
para inspirar
confianza

EMPATÍA

Atención
esmerada e
individual
proporcionada
a los usuarios

2. MARCO TEÓRICO

- Partiendo de este marco teórico, Parasuraman, Zeithaml y Malhotra (2005) realizan una adaptación de la Escala SERVQUAL a los servicios electrónicos que da lugar a la E-S-QUAL.
- La escala E-S-QUAL fue definida para medir la calidad del servicio prestado en los sitios web en los que los clientes realizan compras on-line
- La escala E-S-QUAL agrupa sus 22 ítems en 4 dimensiones:

DIMENSIÓN EFICIENCIA

Facilidad y velocidad de acceso y uso del sitio web

DIMENSIÓN CUMPLIMIENTO

Grado en que las promesas de entrega y de disponibilidad del producto/servicio indicado en el sitio web se cumplen

DIMENSIÓN DISPONIBILIDAD DEL SISTEMA

Correcto funcionamiento técnico del sitio web

DIMENSIÓN PRIVACIDAD

Grado en que el sitio web es seguro y protege la información de los clientes

3. OBJETIVOS

La encuesta analizada surge como una necesidad dentro del proceso de certificación de la gestión académica de las titulaciones del ámbito de la informática.

Con posterioridad se ha incluido en el Sistema de Garantía Interna de Calidad de todas las titulaciones impartidas en la UJI, con el principal objetivo de:



**CONOCER EL GRADO DE SATISFACCIÓN
DEL USUARIO CON EL BUZÓN DE
SUGERENCIAS DE LA PÁGINA WEB DE LA
UNIVERSITAT JAUME I**

**CONOCER LA EVOLUCIÓN DE LA
SATISFACCIÓN DEL USUARIO CON EL
BUZÓN DE SUGERENCIAS DE LA PÁGINA
WEB DE LA UNIVERSITAT JAUME I**

4. METODOLOGÍA: Ficha técnica

A fecha 2 enero 2013:

POBLACIÓN: 2.967 usuarios

MUESTRA: 689 respuestas recibidas
(23,22% de la población encuestada)

ÍNDICE DE FIABILIDAD: 97,26%

ERROR MUESTRAL: $\pm 2,74\%$

FECHA DE REALIZACIÓN: año 2012

ADMINISTRACIÓN DE LA ENCUESTA: on-line

4. METODOLOGÍA: Cuestionario

- ❖ **Total de 20 ítems:**
 - a) 15 ítems sobre aspectos específicos
 - b) 2 ítems sobre valoraciones generales
 - c) 1 ítem sobre satisfacción general
 - d) 1 ítem sobre frecuencia de uso
 - e) 1 ítem para recoger comentarios
- ❖ **Escala de medida utiliza tipo Likert de 5 puntos, donde:**
 - 1 = Muy en desacuerdo / Muy bajo
 - 5 = Muy de acuerdo / Muy alto
- ❖ **Disponible en 3 idiomas: castellano, valenciano e inglés.**
- ❖ **Instrumento de medida utilizado desde la anualidad 2006.**

4. METODOLOGÍA: Cuestionario

Los 15 ítems sobre aspectos específicos de calidad de servicio electrónico se clasifican como sigue:

DIMENSIÓN EFICIENCIA

- Item01. Ha sido fácil encontrar la página del buzón
- Item02. He podido completar la transacción rápidamente
- Item03. La información de la página está bien organizada
- Item04. La página se carga rápido
- Item05. La página ha sido fácil de cumplimentar

DIMENSIÓN DISPONIBILIDAD

- Item06. Se navega bien por la página
- Item07. La página no ha quedado parada después de introducir la información
- Item09. La página ha estado disponible cuando he intentado acceder a ella

DIMENSIÓN CUMPLIMIENTO

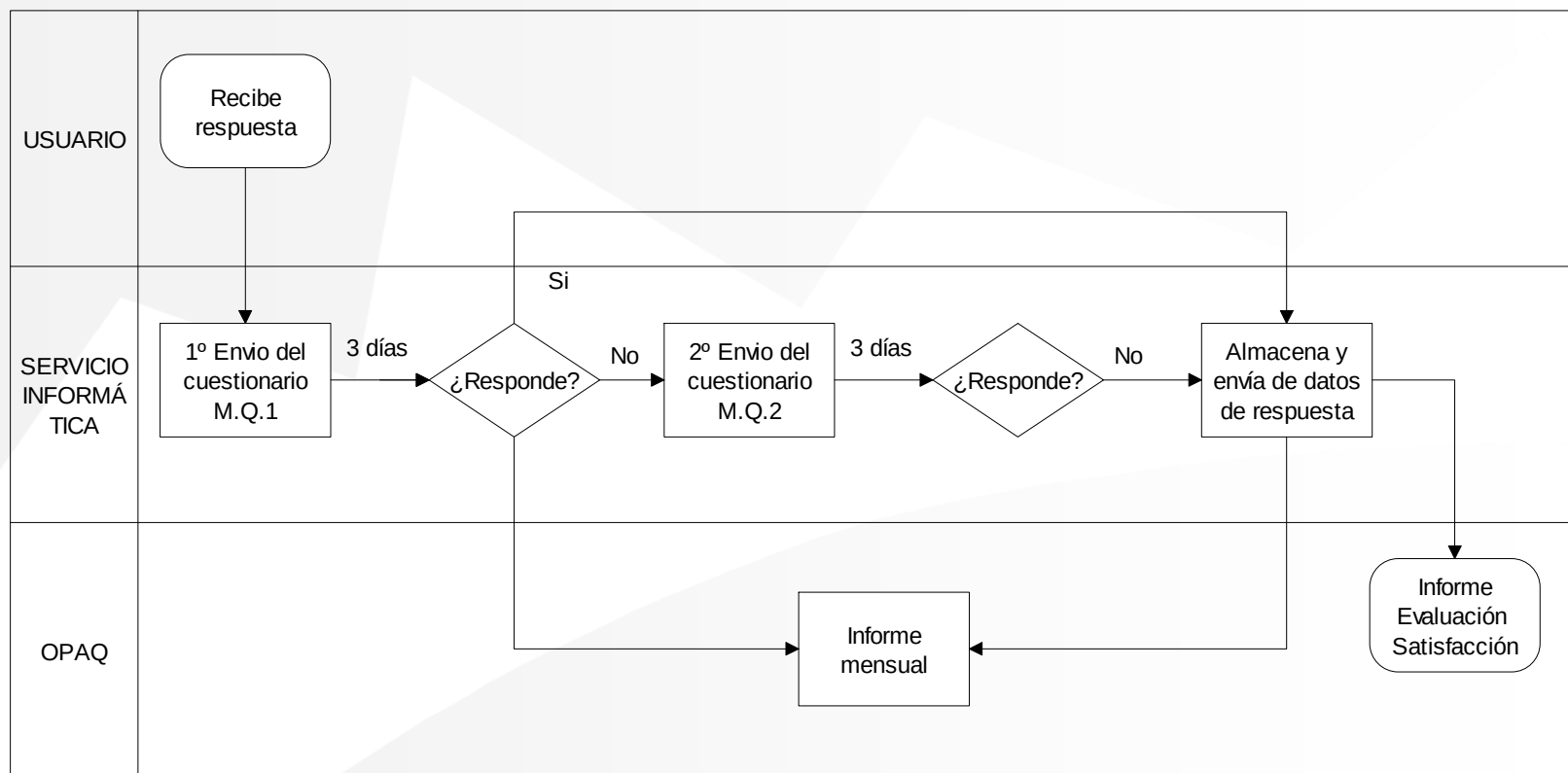
- Item08. Me han respondido en el periodo acordado
- Item10. El tiempo de respuesta es el adecuado
- Item11. Me han respondido rápidamente
- Item12. Me han respondido adecuadamente
- Item13. La respuesta ha sido sincera
- Item14. La respuesta ha sido precisa

DIMENSIÓN PRIVACIDAD

- Item 15. La confidencialidad de mis datos ha estado garantizada a lo largo de todo el proceso

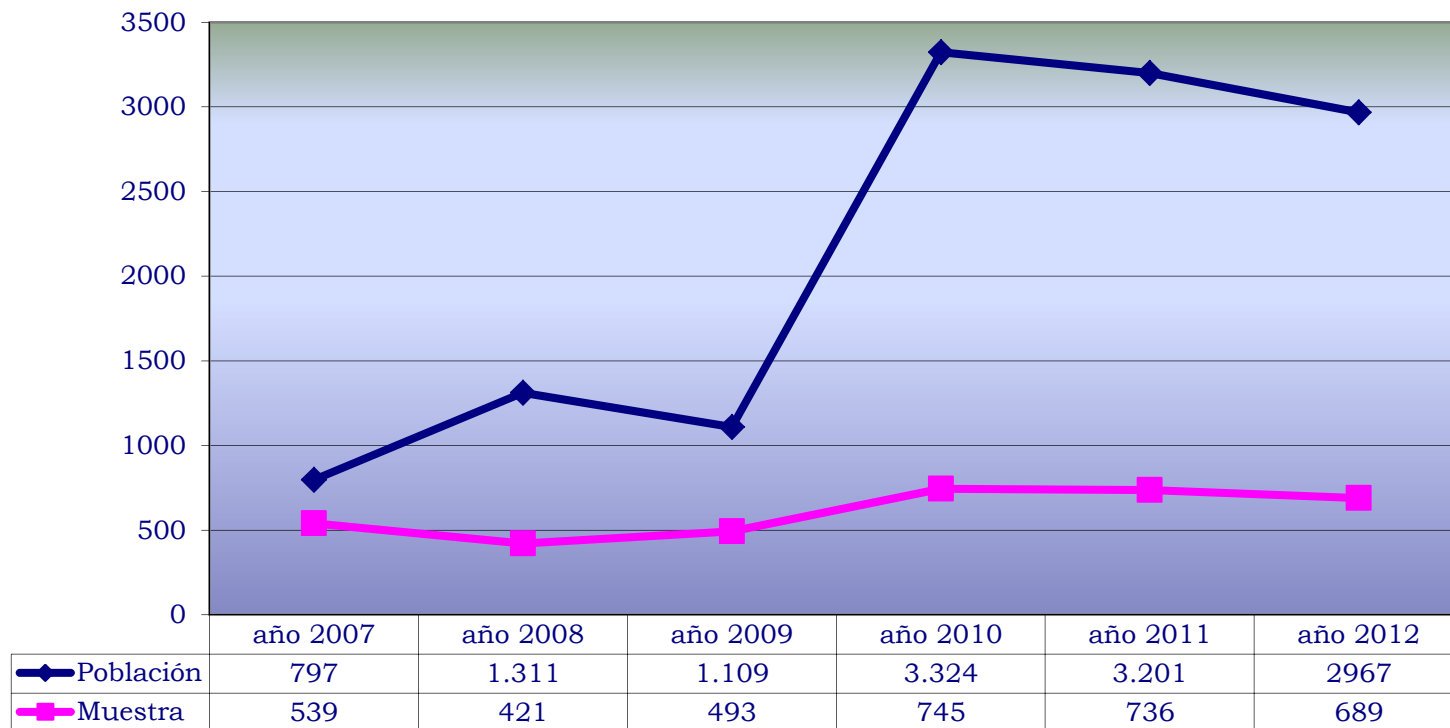
4. METODOLOGÍA: Procedimiento

DIAGRAMA DE FLUJO PARA LA REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA DEL BUZÓN UJI



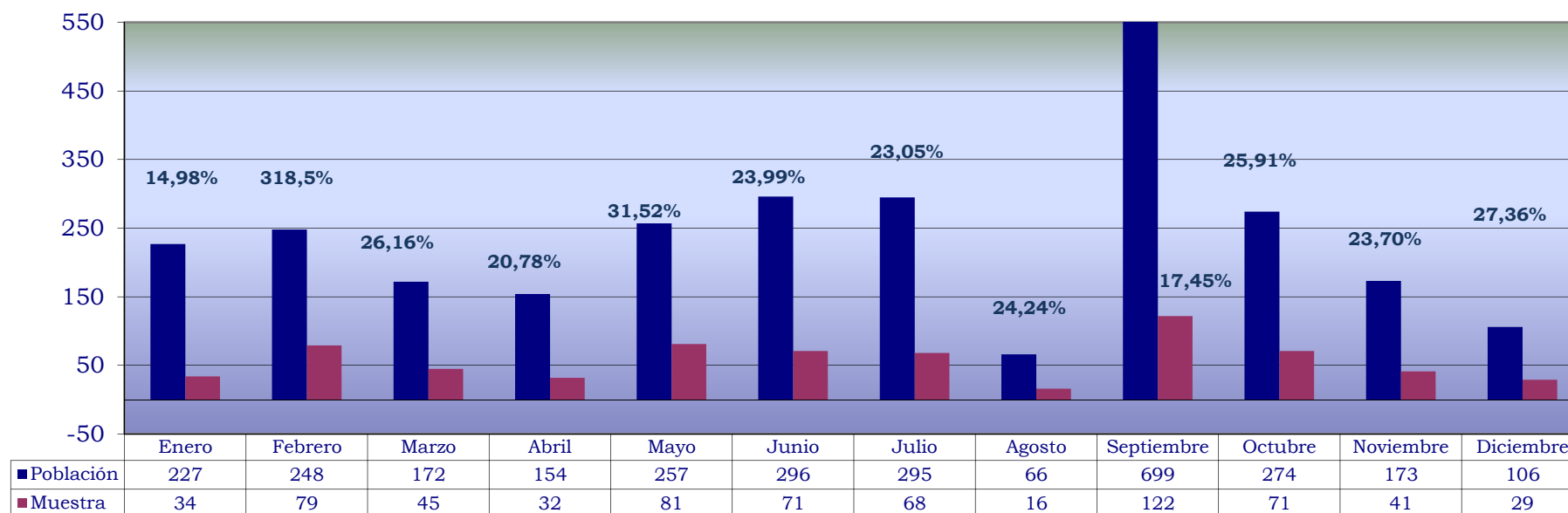
4. METODOLOGÍA: Población y muestra

Evolución de la población y la muestra



4. METODOLOGÍA: Población y muestra

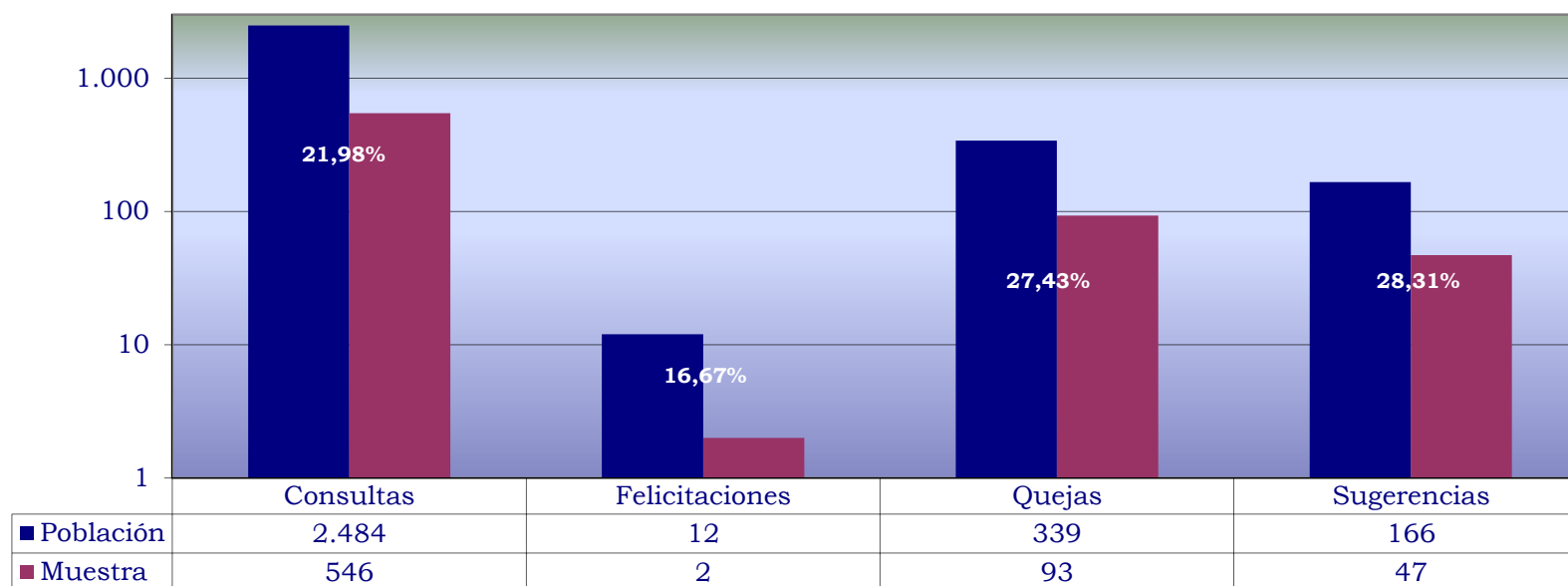
Distribución de la población y la muestra por meses



NOTA: Los porcentajes que aparecen sobre las barras indican el la relación entre la población y la muestra relativa a cada mes.

4. METODOLOGÍA: Población y muestra

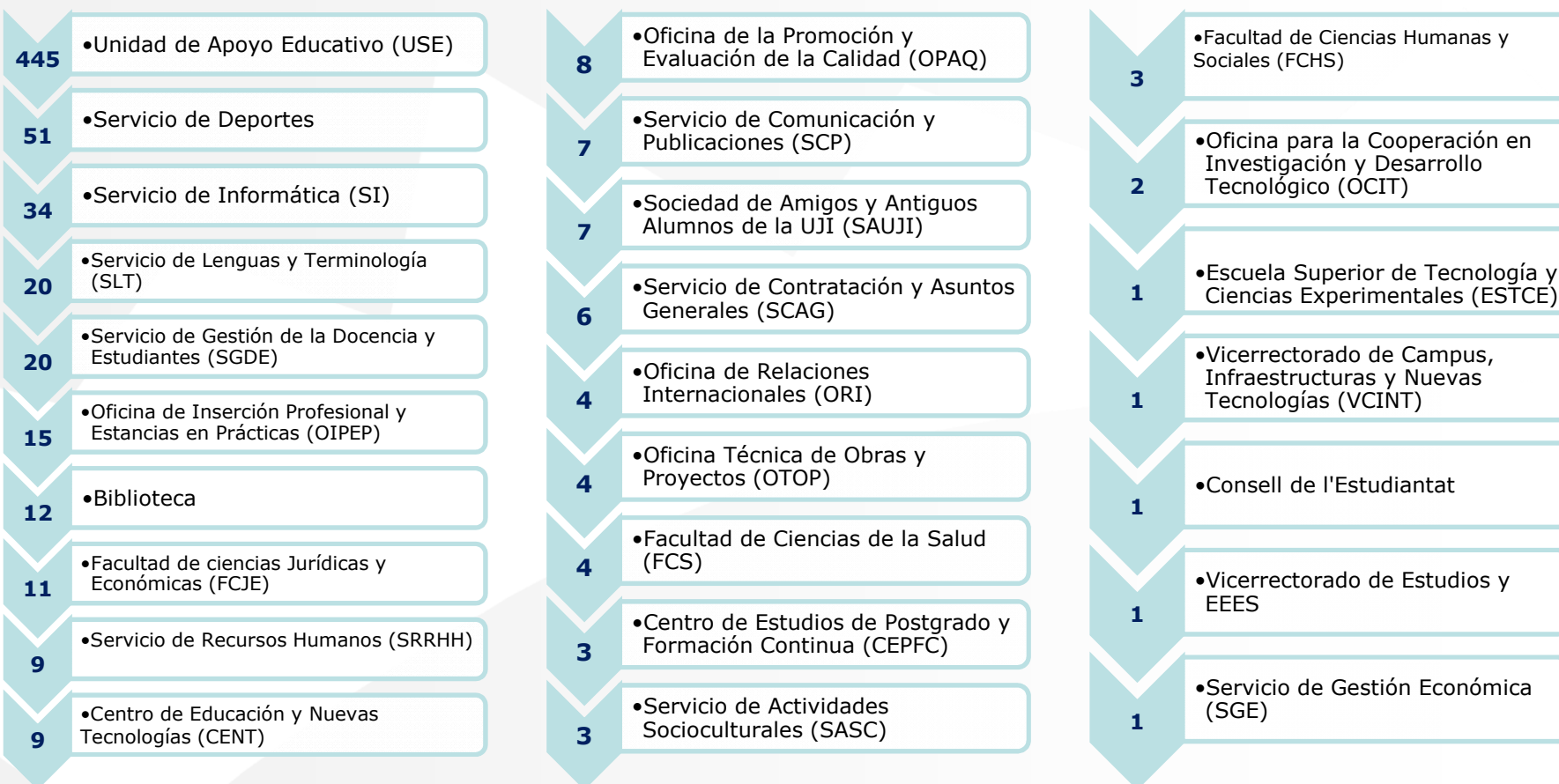
Distribución de la población y la muestra según el tipo de relación con el Buzón UJI



NOTA: Los porcentajes que aparecen sobre las barras indican el la relación entre la población y la muestra relativa a cada mes.

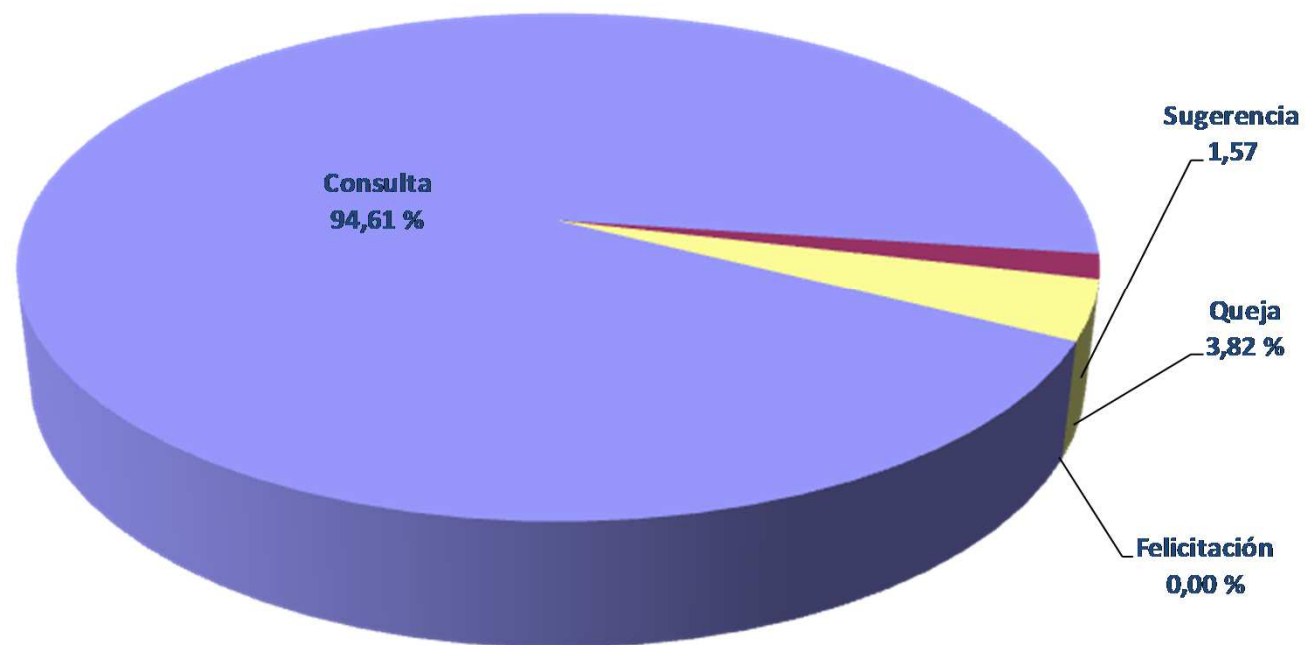
4. METODOLOGÍA: Población y muestra

Número de peticiones recibidas en el servicio/órgano encargado de responder



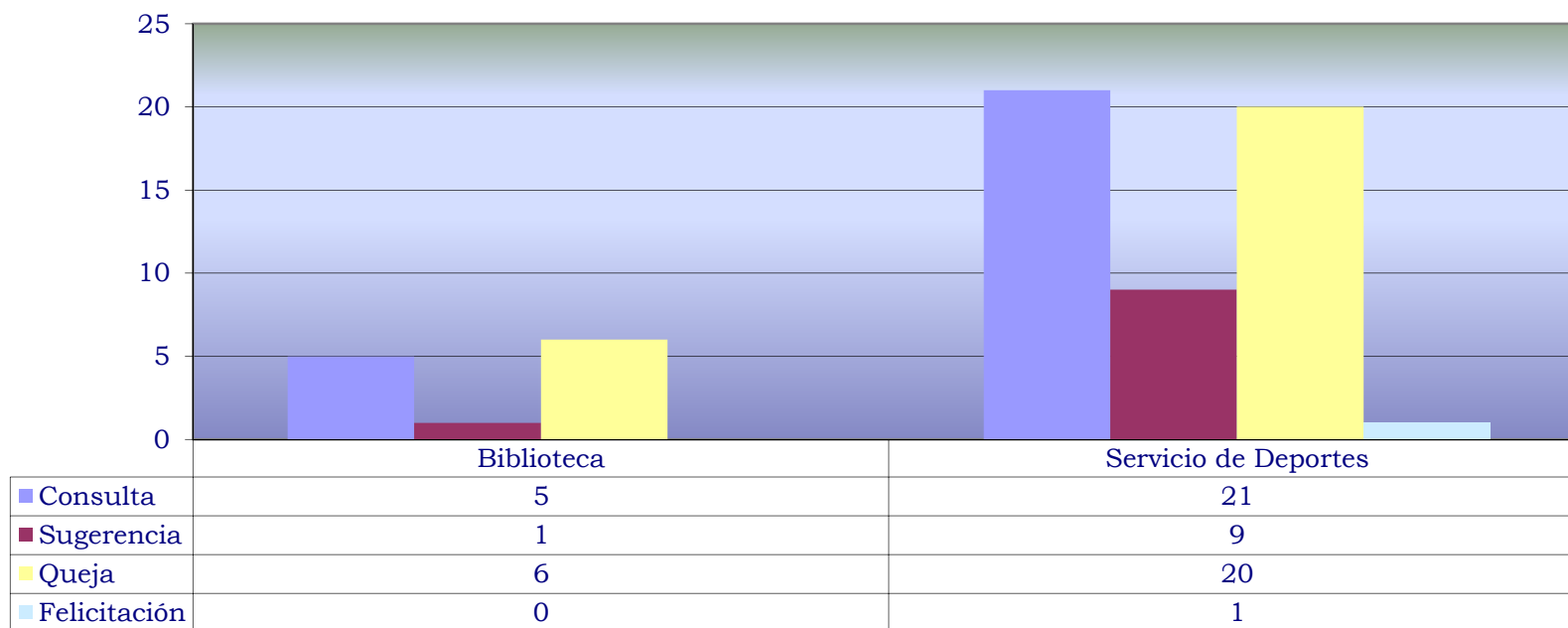
4. METODOLOGÍA: Población y muestra

Tipo de peticiones respondidas a través del Buzón UJI por el servicio encargado de su gestión (Unidad de Apoyo Educativo)



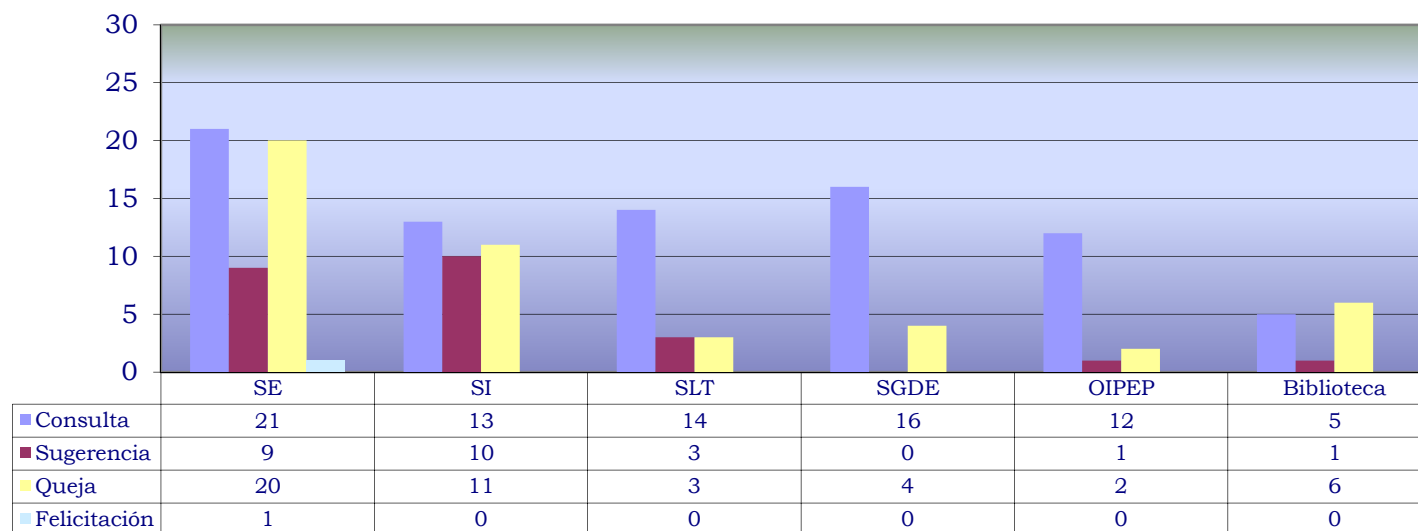
4. METODOLOGÍA: Población y muestra

Tipo de peticiones respondidas a través del Buzón por los servicios certificados en la norma ISO 9001:2008



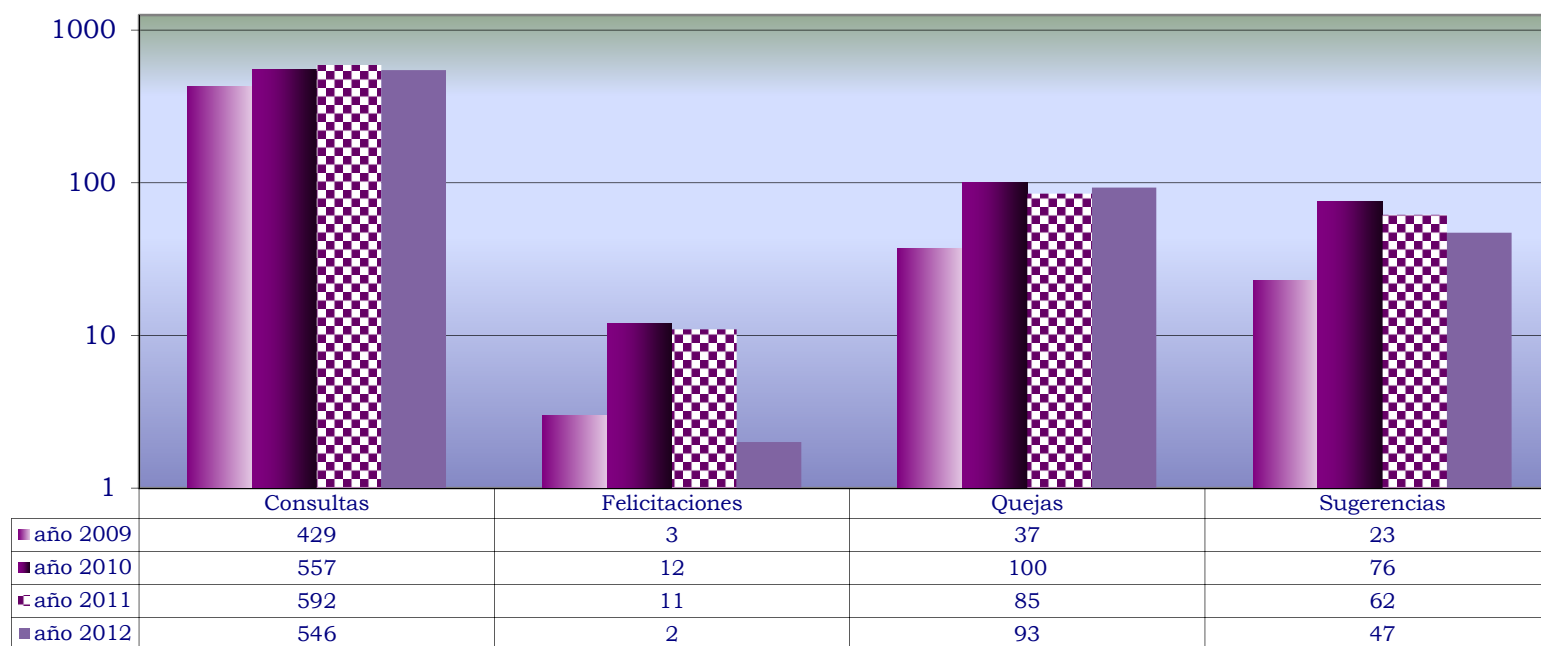
4. METODOLOGÍA: Población y muestra

Tipo de peticiones respondidas a través del Buzón UJI por los servicios con mayor número de interacciones

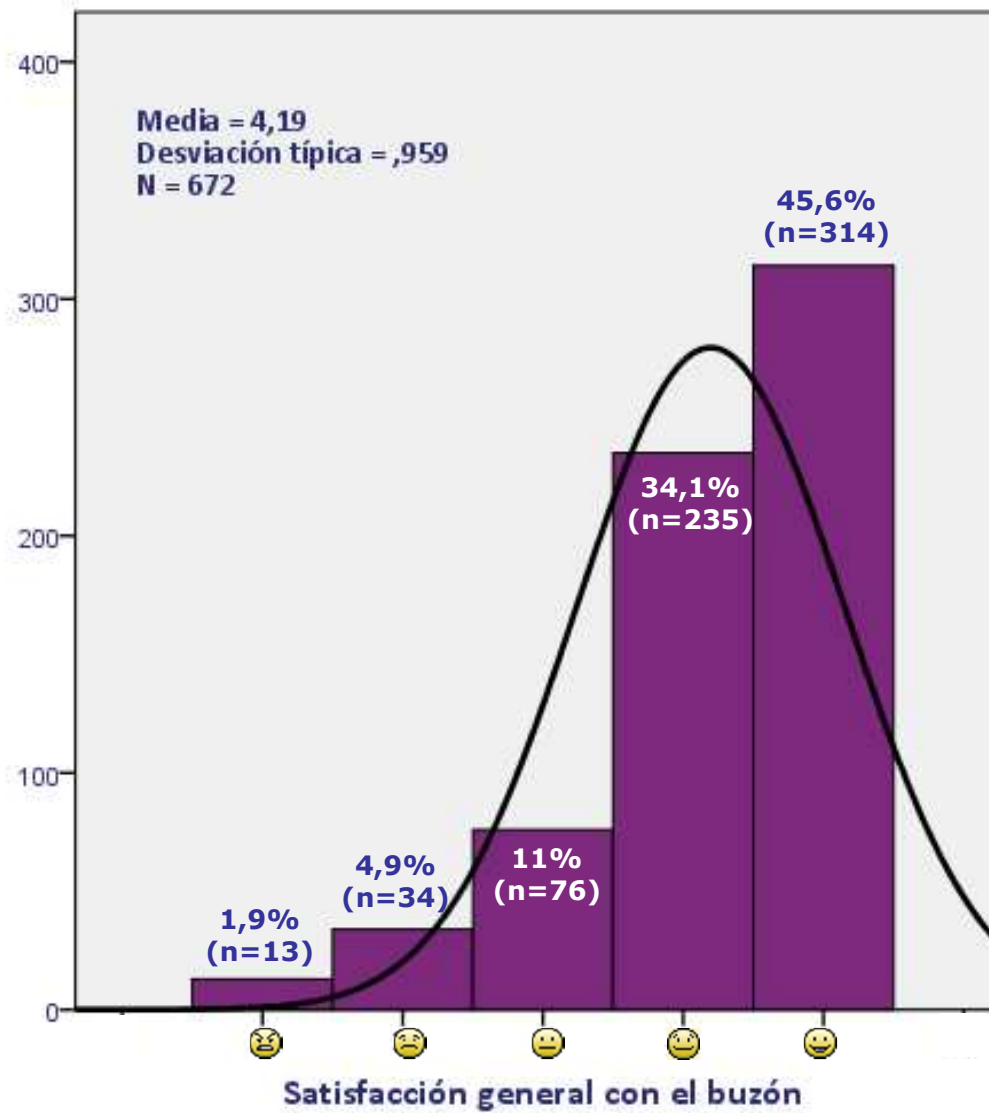


4. METODOLOGÍA: Población y muestra

Evolución de la muestra por tipo de relación con el Buzón UJI

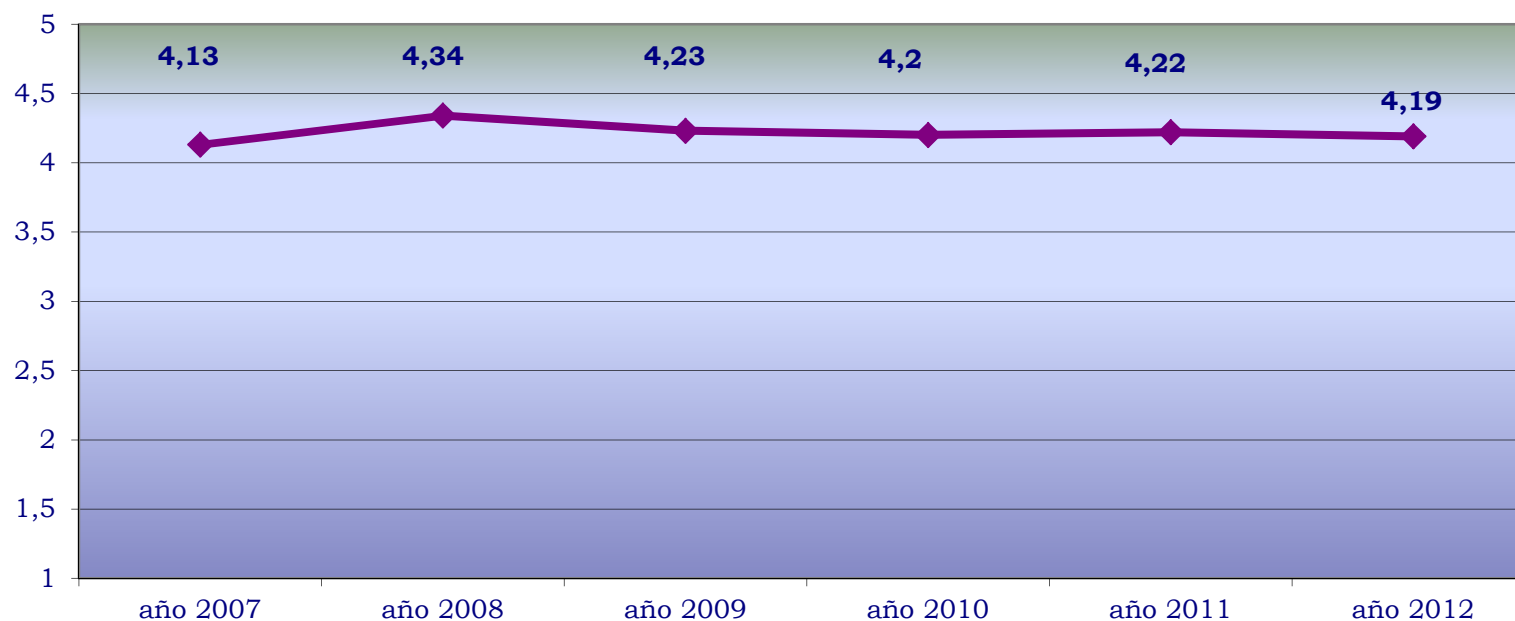


5.RESULTADOS: Satisfacción general



5.RESULTADOS: Satisfacción general

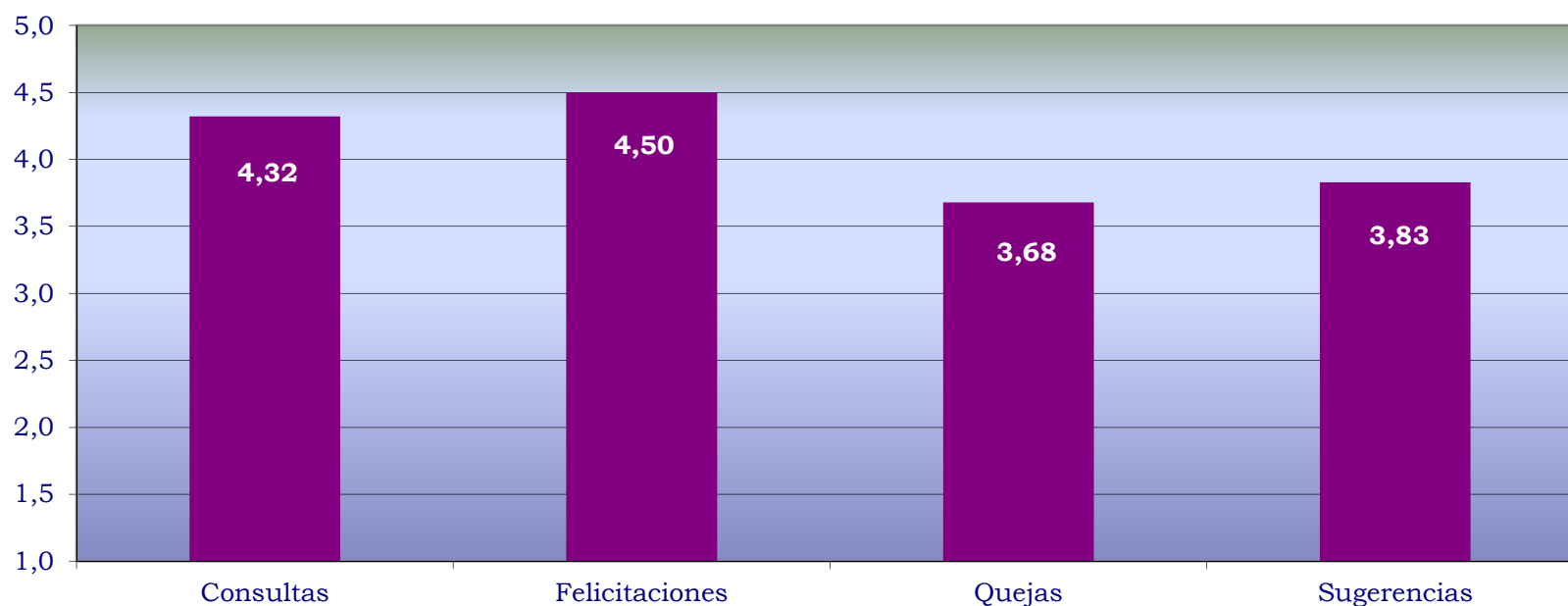
Evolución de la Satisfacción General con el Buzón UJI



No se muestran diferencias significativas entre las valoraciones del año 2012 y las del año 2011

5.RESULTADOS: Satisfacción general

Valoración de la Satisfacción General en función del tipo de relación con el Buzón UJI



**** Consultas > Quejas**
**** Consultas > Sugerencias**
**** Felicitaciones > Quejas**
**** Felicitaciones > Sugerencias**

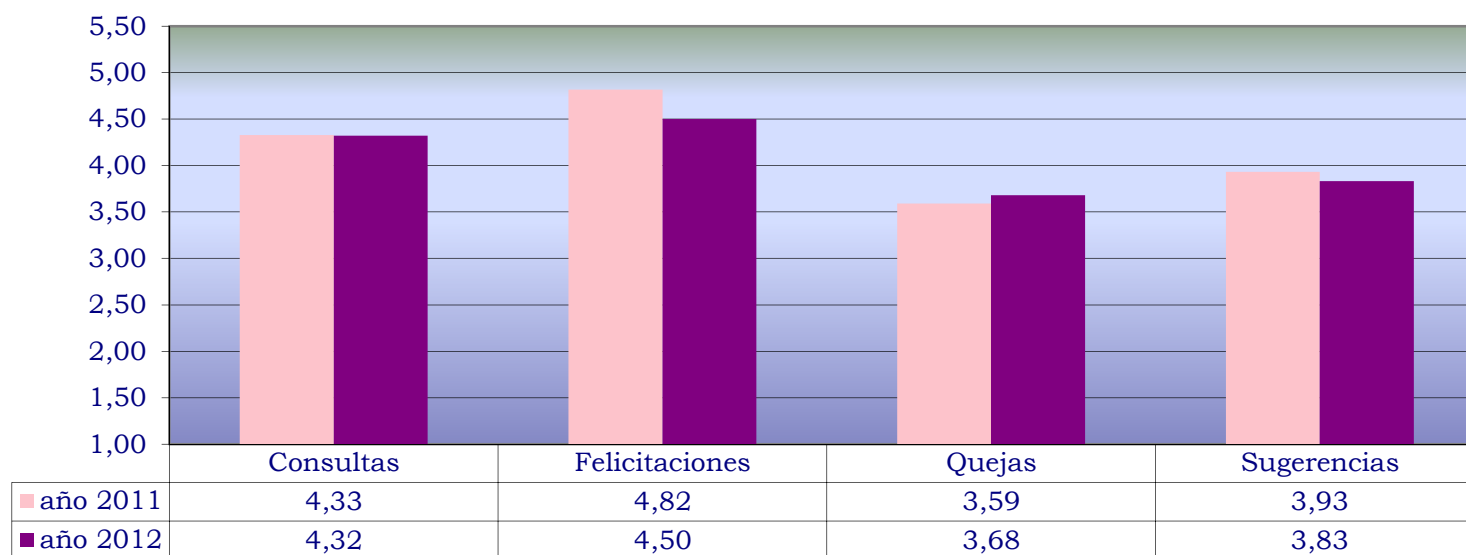
*** Felicitaciones > Consultas**

* Se muestran diferencias significativas con un nivel de probabilidad del 95% ($p = 0,05$)

** Se muestran diferencias significativas con un nivel de probabilidad del 99% ($p = 0,01$)

5.RESULTADOS: Satisfacción general

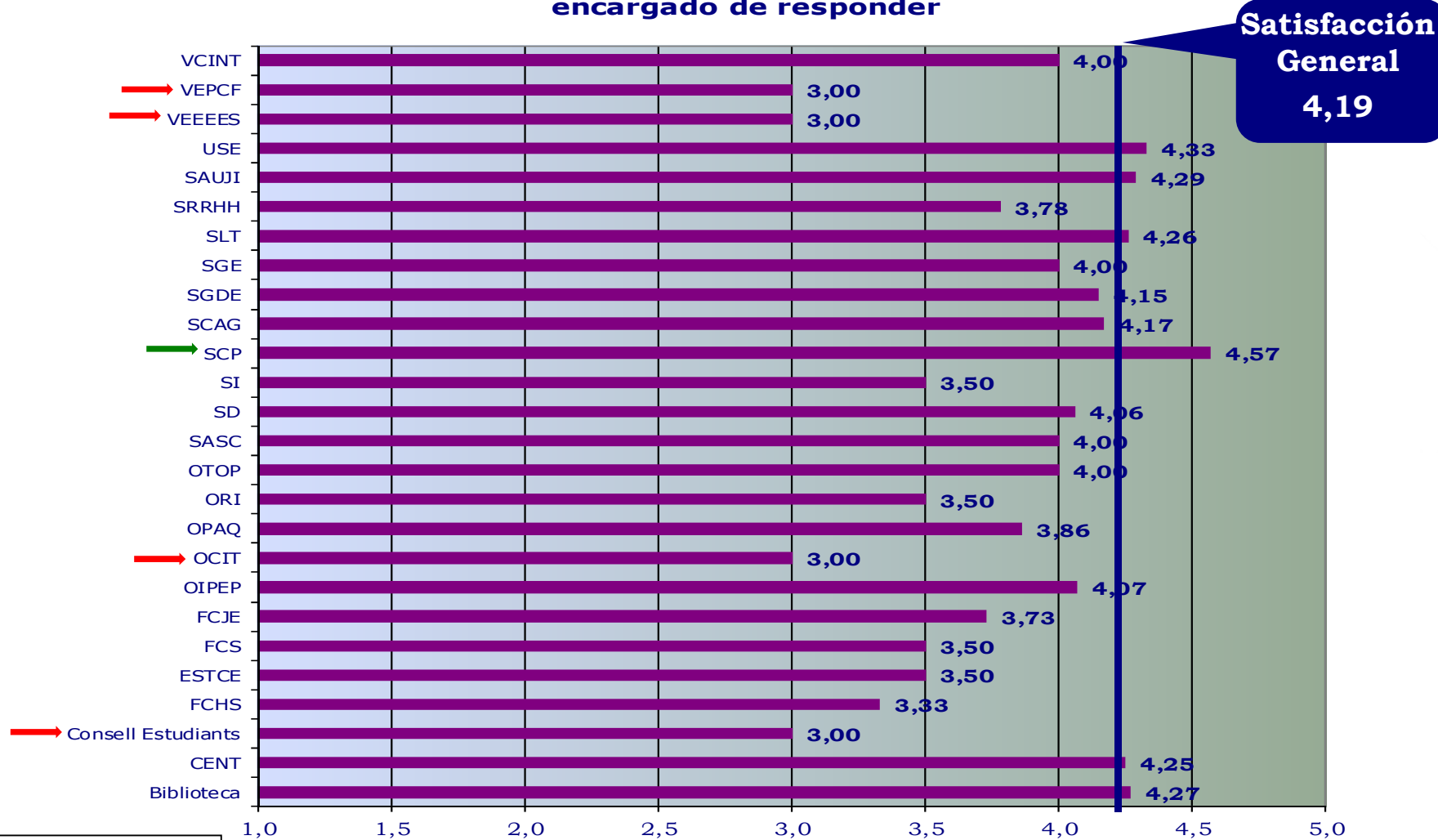
Evolución en la valoración de la Satisfacción General en función del tipo de relación con el Buzón UJI



No se muestran diferencias significativas con las valoraciones alcanzadas durante el año 2012 y las del año 2011

5.RESULTADOS: Satisfacción general

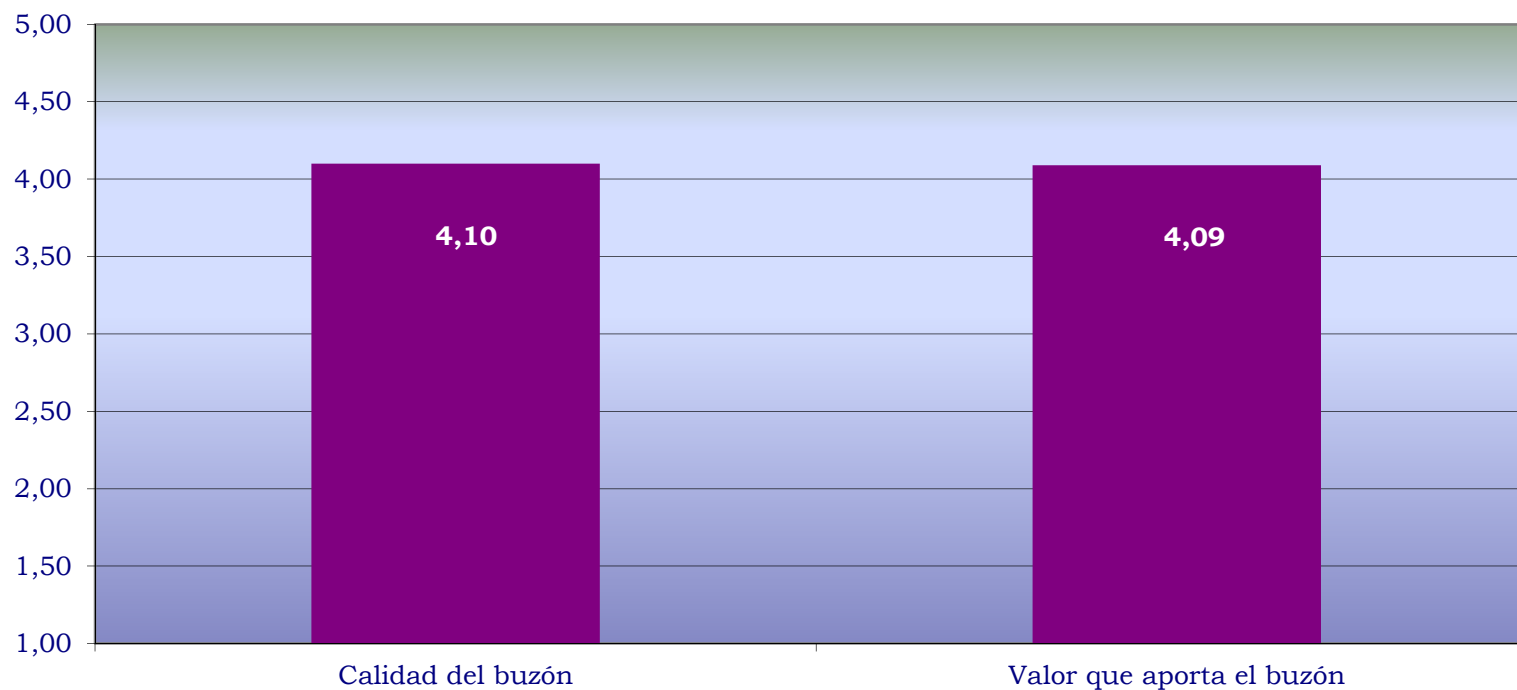
Satisfacción general de los usuarios del Buzón UJI según el ámbito encargado de responder



Valoraciones más altas
 Valoraciones más bajas

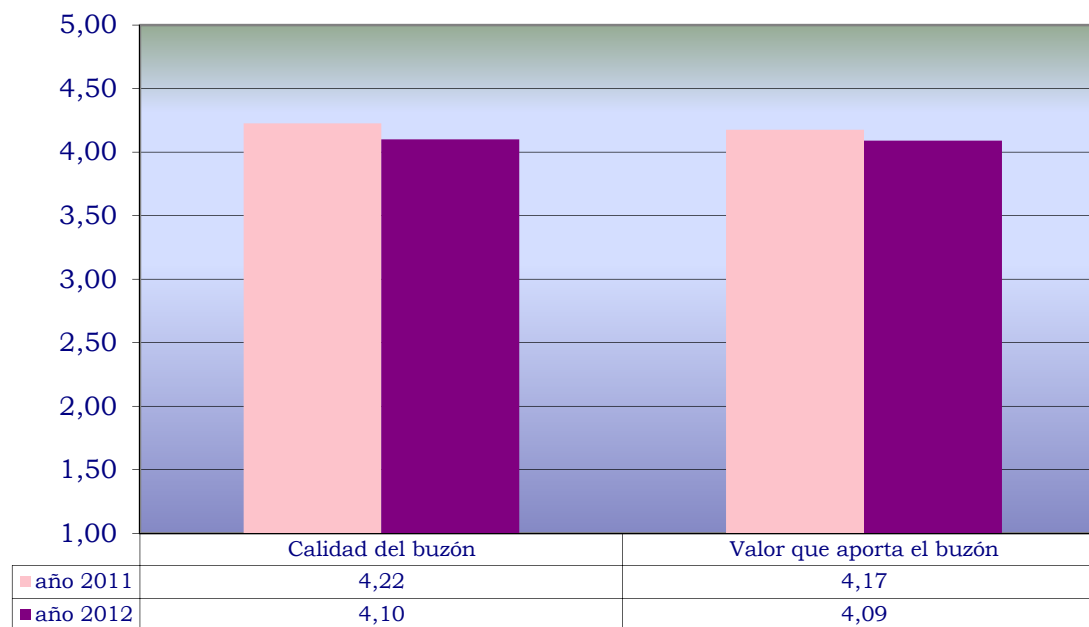
5.RESULTADOS: Otras valoraciones generales

Otras valoraciones generales sobre...



5.RESULTADOS: Otras valoraciones generales

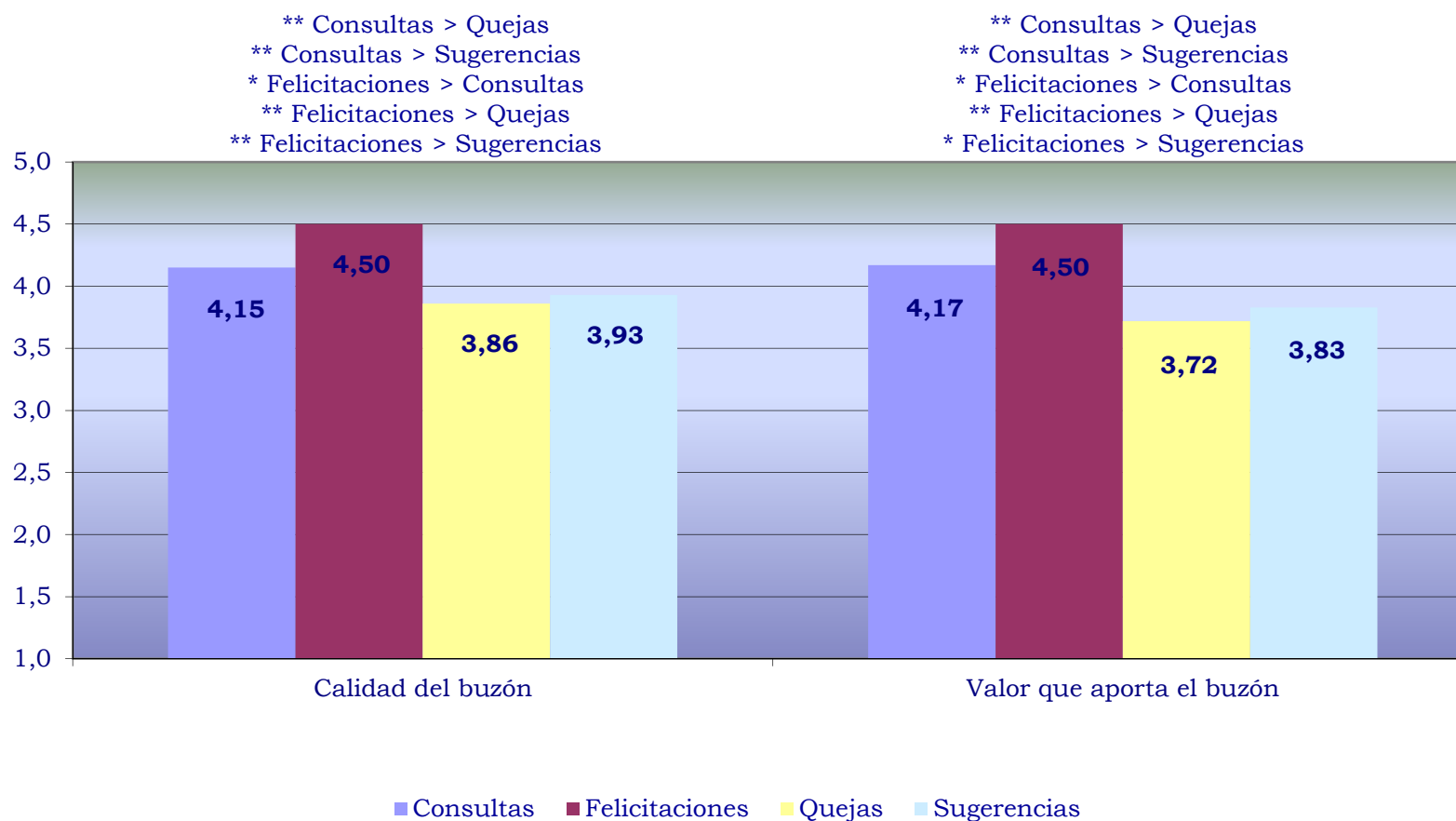
Evolución de la satisfacción con ...



No se muestran diferencias significativas entre las valoraciones alcanzadas en la año 2012 y las del año 2011

5.RESULTADOS: Otras valoraciones generales

Otras valoraciones en función del tipo de relación con el Buzón UJI



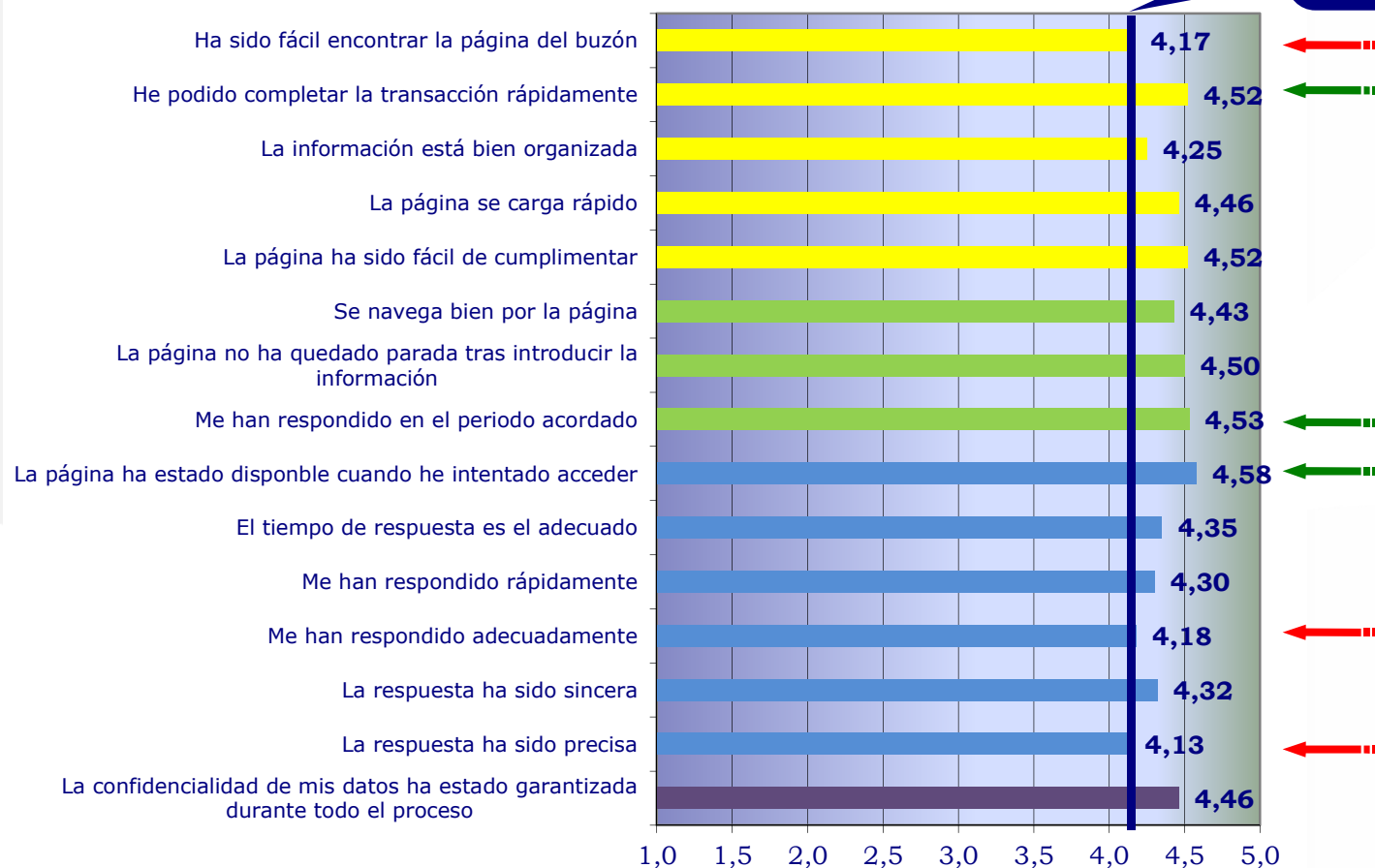
* Se muestran diferencias significativas con un nivel de probabilidad del 95% ($p = 0,05$)

** Se muestran diferencias significativas con un nivel de probabilidad del 99% ($p = 0,01$)

5.RESULTADOS: Aspectos específicos

**Satisfacción
General
4,19**

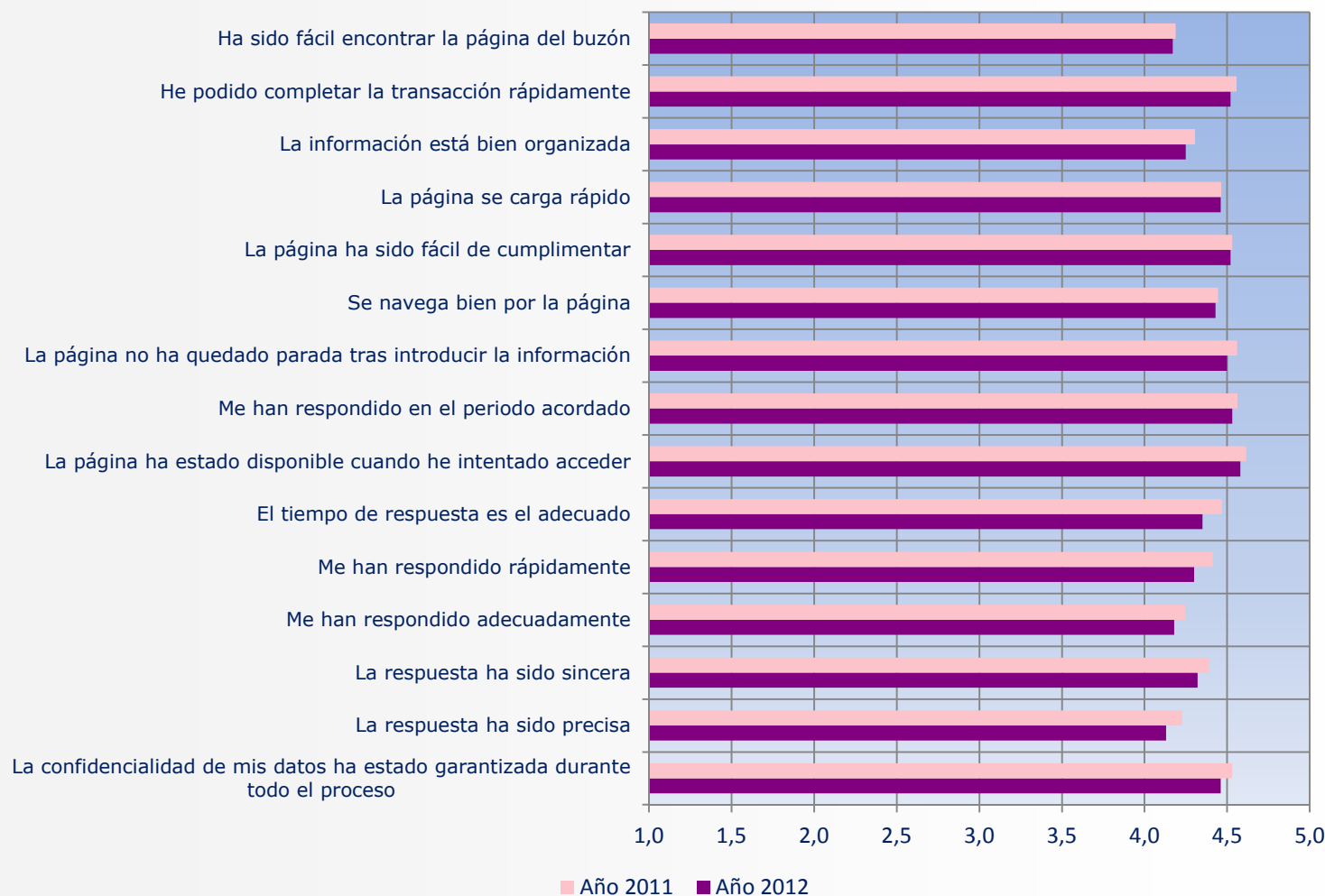
Valoración de los Aspectos Específicos de Calidad



→ Valoraciones más altas
→ Valoraciones más bajas

5.RESULTADOS: Aspectos específicos

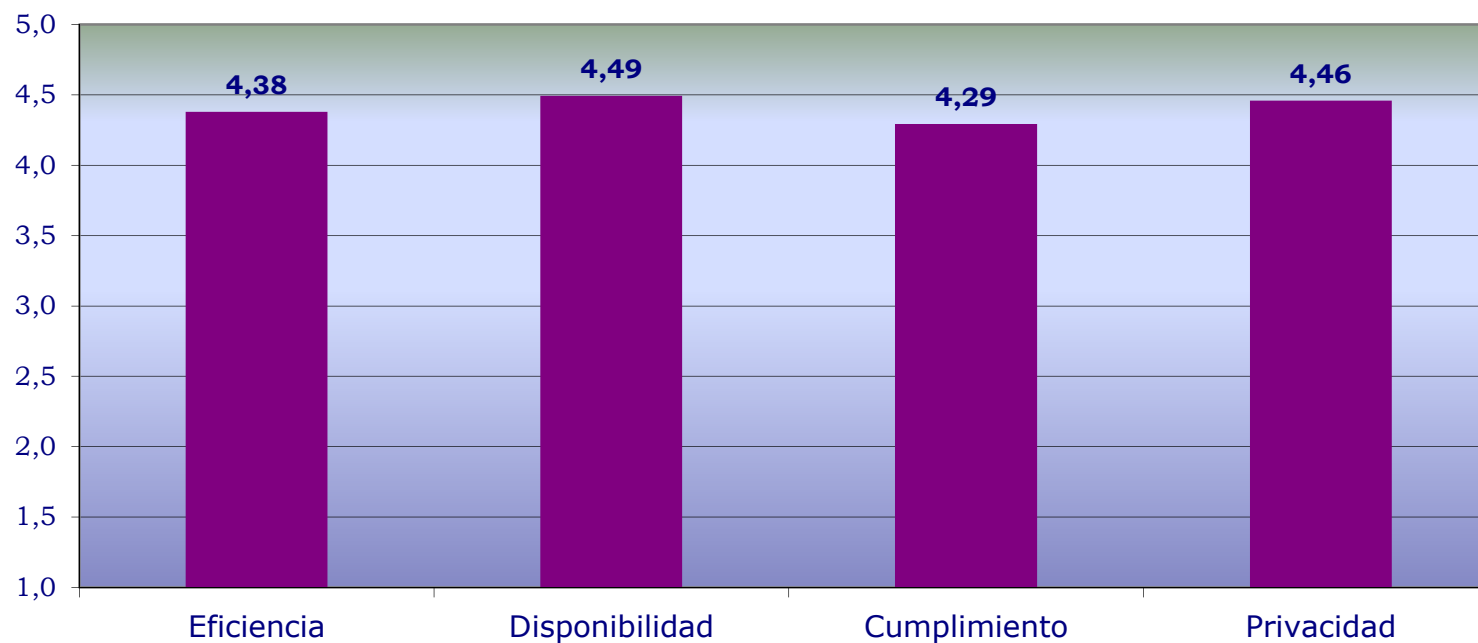
Evolución de la valoración de los Aspectos Específicos de Calidad



No se muestran diferencias significativas entre las valoraciones alcanzadas en la año 2012 y las del año 2011

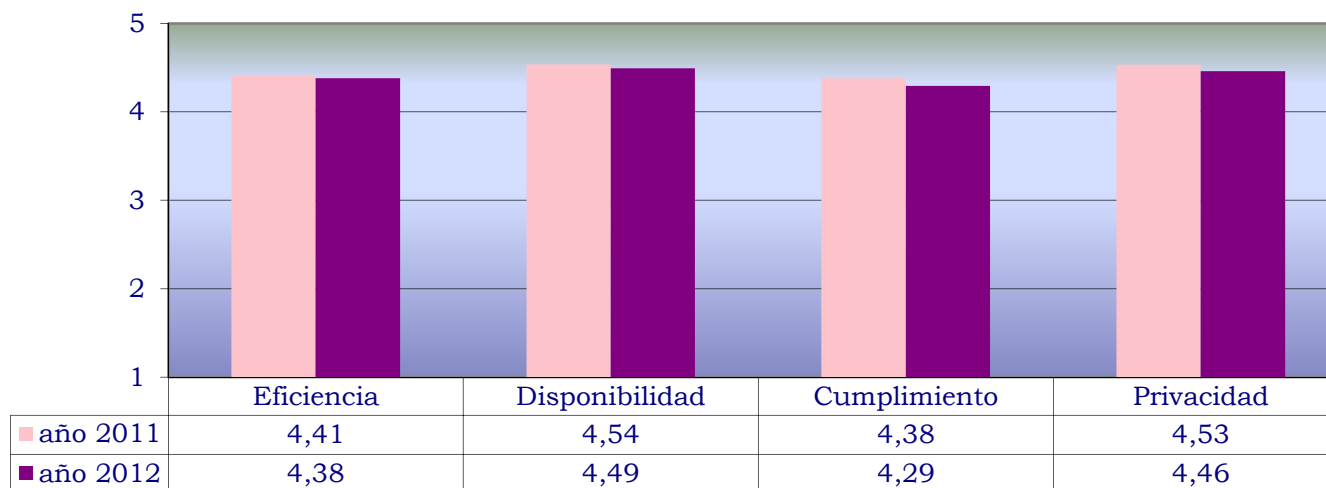
5. RESULTADOS: Dimensiones

Valoración de las Dimensiones de Calidad



5.RESULTADOS: Dimensiones

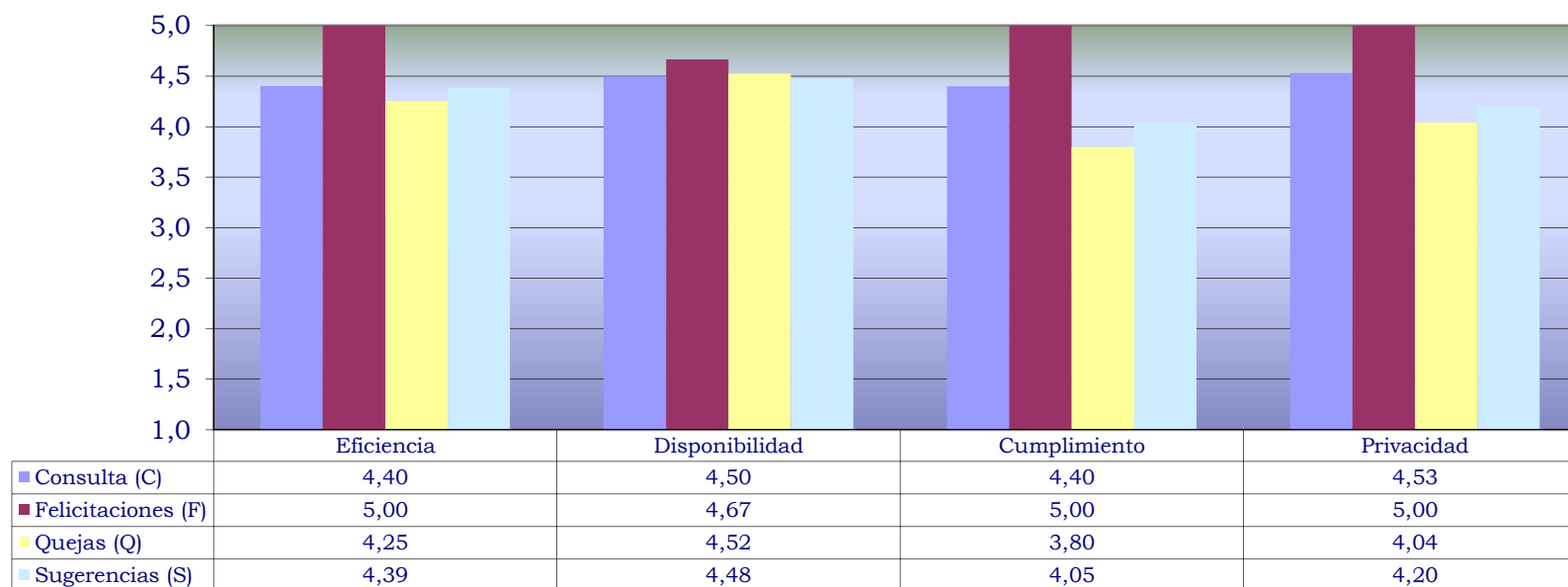
Evolución en la valoración de las Dimensiones de Calidad



No se muestran diferencias significativas entre las valoraciones alcanzadas en la año 2012 y las del año 2011

5.RESULTADOS: Dimensiones

Valoración de las Dimensiones en función del tipo de relación con el Buzón UJI



* Felicitaciones > Consultas
 ** Felicitaciones > Quejas
 * Felicitaciones > Sugerencias

* Felicitaciones > Consultas
 * Felicitaciones > Quejas
 * Felicitaciones > Sugerencias

** Consultas > Quejas
 ** Consultas > Sugerencias
 * Felicitaciones > Consultas
 ** Felicitaciones > Quejas
 ** Felicitaciones > Sugerencias

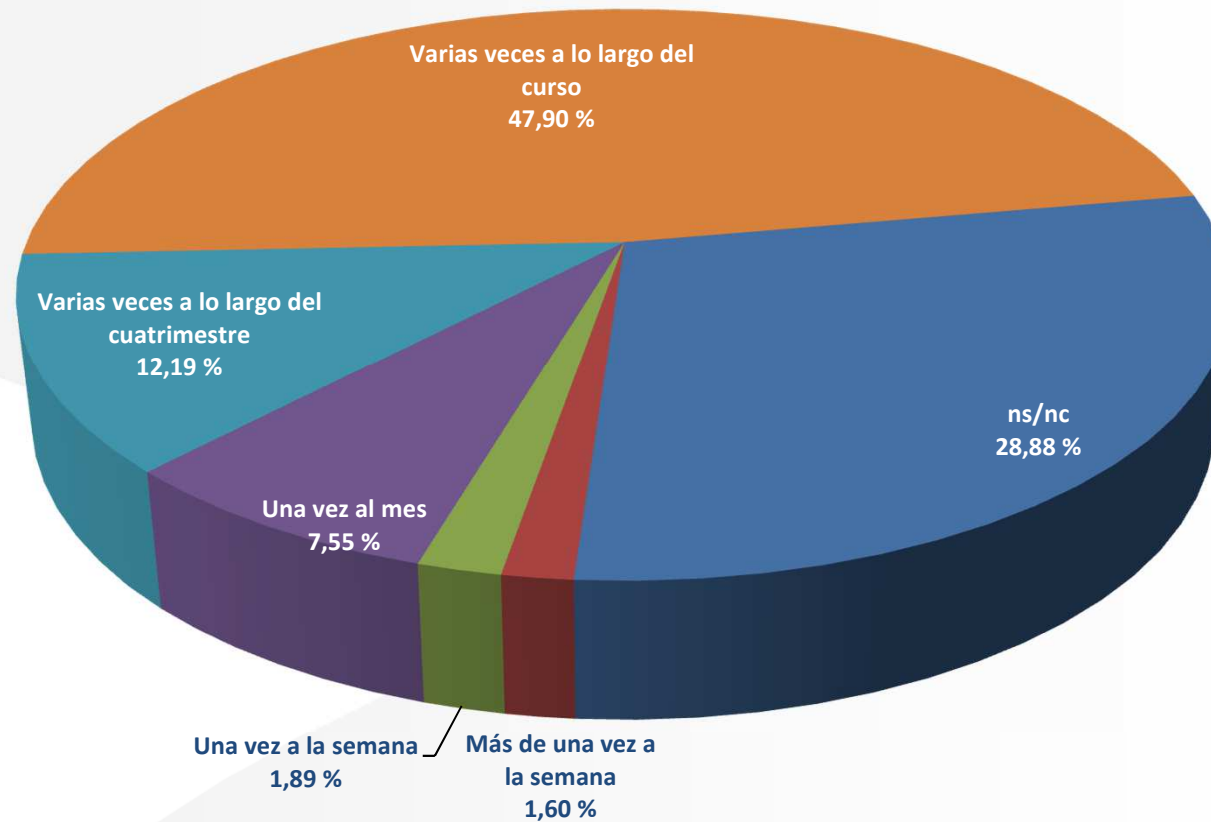
** Consultas > Quejas
 ** Consultas > Sugerencias

* Se muestran diferencias significativas con un nivel de probabilidad del 95% ($p = 0,05$)

** Se muestran diferencias significativas con un nivel de probabilidad del 99% ($p = 0,01$)

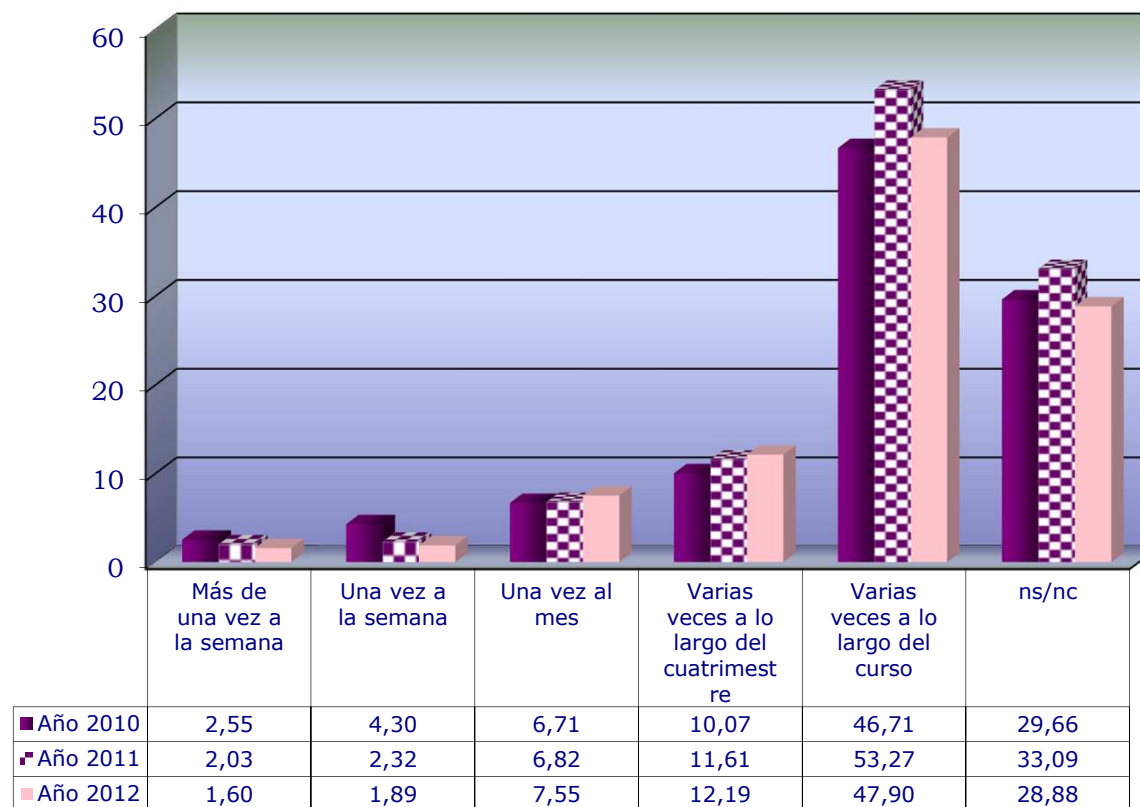
5.RESULTADOS: Frecuencia de uso

Indique la frecuencia con que utiliza el Buzón UJI



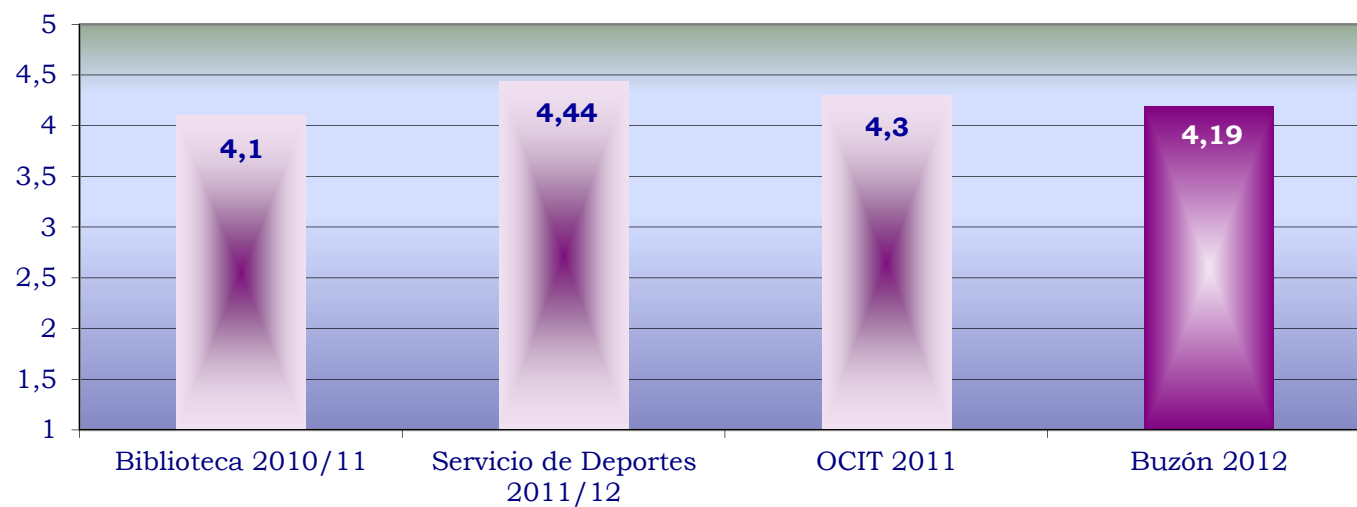
5.RESULTADOS: Frecuencia de uso

Evolución de la frecuencia de uso del Buzón UJI



6. COMPARACIONES

Comparación de los resultados de Satisfacción General obtenidos por el Buzón y otros servicios de la UJI



7. CONCLUSIONES

- La Satisfacción General del usuario es alta (4,19 sobre 5) y se mantiene estable y sin presentar diferencias significativas respecto a la valoración del año anterior.
- En cuanto a la relación mantenida con el buzón, el nivel de satisfacción con el mismo disminuye en función de que se realice, por este orden, una felicitación (4,5), una consulta (4,32), una sugerencia (3,83) o una queja (3,68), siendo significativas estas diferencias en la mayoría de los casos.
- En función del servicio que emite la respuesta al usuario, la mayor satisfacción se presenta con la USE, SAUJI y la Biblioteca, frente al SI, la ORI y la OCIT con quienes los usuarios están menos satisfechos.
- De la misma manera el resto de Valoraciones Generales respecto de la calidad y el valor del buzón, presentan valoraciones en ambos casos por encima de 4 sin que se aprecien diferencias significativas con el año anterior.
- Los Aspectos Específicos que mejor están valorados por el usuario se refieren a la *posibilidad de completar la acción satisfactoriamente*, la *recepción de la respuesta en el periodo acordado* y la *disponibilidad de la página* (todos con una media superior a 4,5).
- En cuanto a los que presentan una valoración más baja (aunque siempre superior a 4) encontramos la *facilidad para encontrar la página del Buzón* o *adecuación y precisión de la respuesta*.
- Ninguno de los Aspectos Específicos analizados presenta valoraciones estadísticamente significativas respecto al año anterior.
- Las Dimensiones de Calidad presentan valores que varían desde una media de 4,49 de la dimensión "disponibilidad" hasta una media de 4,29 de la dimensión "cumplimiento".
- Tampoco en el caso de las Dimensiones de Calidad las valoraciones alcanzadas muestran diferencias significativas con las del año anterior.

8. MEJORA CONTINUA: Evolución de propuestas

DERIVADAS DEL INFORME DEL AÑO 2008

Realizar un taller formativo sobre el funcionamiento del Buzón UJI.

DERIVADAS DEL INFORME DEL AÑO 2009

Modificar el procedimiento, y posteriormente la aplicación informática, para que la encuesta de satisfacción sea enviada al usuario junto con la respuesta a su consulta.

Este tema será tratado en la próxima reunión del grupo de mejora prevista para fechas próximas (comentario realizado el 25/04/2013)

Modificar la página enviada por la aplicación informática con la Encuesta de Satisfacción de manera que el usuario pueda optar por «No contestar la encuesta»; en el caso de no marcar esta opción la aplicación seguirá lanzando encuestas tal y como está programada (a los 3 y a los 6 días de realizar la consulta).



Con fecha 26/02/2013 confirman a la OPAQ, desde el SI, que el usuario tiene activada esa opción.

DERIVADAS DEL INFORME DEL AÑO 2010

En la Encuesta, ampliar la capacidad del campo de texto para recoger comentarios y/o sugerencias de los usuarios.

La capacidad actual del campo de texto es de 4.000 caracteres y, según el SI, pasar de este límite supone un tratamiento de datos especial.



Hablar con los servicios responsables del Buzón para mejorar la accesibilidad de la misma.

Realizar comparaciones de los resultados obtenidos con estudios similares realizados fuera de la UJI.

Se realiza la búsqueda de resultados similares entre universidades. No se encuentra información. Tampoco se dispone de este resultado en el grupo de Benchmarking del Club de Excelencia en Gestión

Incluir en el estudio los objetivos planteados por otros Servicios de la UJI en relación con el Buzón.

Realizar una revisión de los ítems del cuestionario (propuesta en la Subcomisión del Consell de Qualitat del 10/02/2011).

La OPAQ, a fecha 25/04/2013, se encuentra en realizando dicho proceso de revisión, sin que se haya llegado todavía a su finalización.

8. MEJORA CONTINUA: Evolución de propuestas

DERIVADAS DEL INFORME DEL AÑO 2011

En los comentarios de los encuestados se encuentran nuevas consultas; por ello se propone aclarar esta situación en el ítem de "comentarios".



Con fecha 26/02/2013 se ha introducido un pequeño cambio en el énfasis de la frase del ítem en cuestión.

Revisar el funcionamiento de la aplicación informática respecto a la selección del perfil, ya que debe ser el paso inicial para no perder la información introducida, lo cual no se hace evidente en la aplicación.

Este tema será tratado en la próxima reunión del grupo de mejora prevista para fechas próximas (comentario realizado el 25/04/2013)

Estudiar la forma en que se gestiona el anonimato. Algunos comentarios sugieren que el hecho de identificarse sea opcional ya que no siempre parece quedar garantizado dicho anonimato.

Este tema será tratado en la próxima reunión del grupo de mejora prevista para fechas próximas (comentario realizado el 25/04/2013)

Necesario realizar un seguimiento de la respuesta ya que hay usuarios que indican que sus comentarios quedan sin respuesta.

8. MEJORA CONTINUA: Nuevas propuestas

- ⌚ Modificar la escala de respuesta del ítem sobre frecuencia de uso del buzón para adaptarla a una frecuencia de uso más lógica.
- ⌚ Propuestas de mejora derivadas de los comentarios recibidos de los usuarios de la Bustia UJI:
 - Estudiar la posibilidad de identificar las respuestas que reciben los usuarios con el nombre y/o el cargo de la persona que responde para dar mayor confianza al usuario de la respuesta recibida.
 - Proporcionar información a los servicios implicados en la mejora del funcionamiento del Aula Virtual y de la web UJI en general.

9. BIBLIOGRAFÍA

- ✚ AENOR (2008). Sistema de Gestión de la Calidad. Requisitos (ISO 9001:2008). Madrid: AENOR
- ✚ ANECA (227). "AUDIT. Directrices para el diseño de los Sistemas de Garantía Interna de Calidad de la formación universitaria". Documento disponible en http://www.aneca.es/media/166342/audit_doc02_directrices_070621.pdf
- ✚ ANECA (2007). "DOCENTIA. Orientaciones para la elaboración del procedimiento de evaluación". Documento disponible en http://www.aneca.es/media/215773/docentia_orientaciones_070302.pdf
- ✚ EFQM (2010). Modelo EFQM de Excelencia. EFQM Model 2010. EFQM Publications.
- ✚ Hill, N. y Alexander, J. (2001). Manual de satisfacción del cliente y evaluación de la fidelidad. Madrid: AENOR.
- ✚ Parasuraman, A.; Zeithaml, V. y Berry, L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for further research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- ✚ Parasuraman, A.; Zeithaml, V. & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, no. 64, pp. 12-40.
- ✚ Parasuraman, A.; Zeithaml, V.A. y Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL. A multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*. Vol. 7, nº 3, pp. 213-233.
- ✚ Peiró, J.M.; Martínez-Tur, V. y Ramos, J. (2005). Employees' overestimation of functional and relational service quality: a gap analysis. *The Service Industries Journal*, vol. 25, no. 6, septembre 2005, pp. 773-788.