

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:	2023/2024	Fecha de encuestación:	1 de junio de 2024
Tipología:	Inversores/Reguladores	Código cuestionario	C7
Grupo de interés:	Entidades Financieras Privadas	Nº de participantes	4

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.

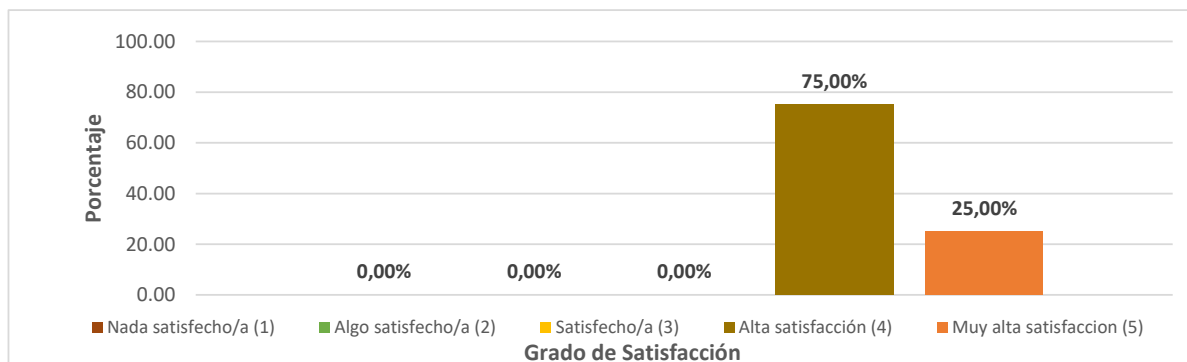
En aplicación de la Ley 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, así como de la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía, toda referencia a personas y colectivos cuyo género sea masculino, se entenderá realizada al género 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 los servicios y soluciones que se ofrecen.

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	0	nada satisfecho/a	0,00%
2	0	algo satisfecho/a	0,00%
3	0	satisfecho/a	0,00%
4	3	alta satisfacción	75,00%
5	1	muy alta satisfacción	25,00%
Promedio = 4,25	4		



Código Seguro De Verificación	S0006u0Bt5K50eTLLXKn5w==	Fecha	19/05/2025
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/S0006u0Bt5K50eTLLXKn5w=	Página	1/13



En este apartado, el grado mínimo de satisfacción se encuentra en 0,00% y el máximo en 75,00%. Con estos datos, obtenemos un grado de satisfacción que se corresponde con un valor promedio de 4,25 sobre 5.

Observamos los dos resultados más bajos, correspondiendo el 0,00% al valor 3 (satisfecho/a), seguido del 0,00% correspondiente al valor 2 (algo satisfecho/a).

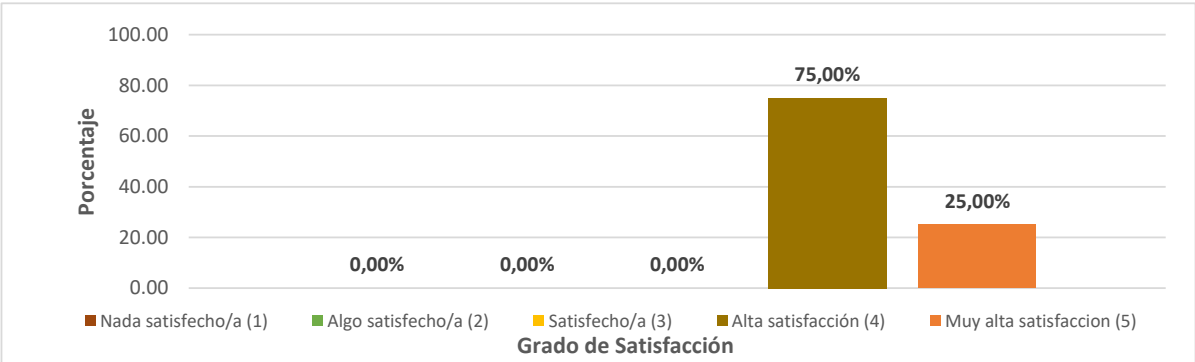
Destacamos los tres resultados más altos, correspondiendo el 75,00% al valor 4 (alta satisfacción), seguido del 25,00% correspondiente al valor 5 (muy alta satisfacción) y por último el 0,00% que se refiere al valor 1 (nada satisfecho/a).

Respecto a los rangos de valoración positiva (valores del 3 al 5), los datos muestran que el 100,00% de las personas encuestadas, se encuentran satisfechas, altamente satisfechas o muy altamente satisfechas, acerca de los servicios y soluciones que se ofrecen. Respecto a los rasgos de valoración negativa (valores 1 y 2), los datos muestran que el 0,00% de las personas encuestadas, se encuentran nada satisfechas o algo satisfechas, acerca de los servicios y soluciones que se ofrecen.

Como acción de mejora se propone mejorar los canales de comunicación abiertos y transparentes para que los colaboradores puedan expresar sus opiniones y preocupaciones.

2.2 En relación con nuestras infraestructuras e instalaciones.

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	0	nada satisfecho/a	0,00%
2	0	algo satisfecho/a	0,00%
3	0	satisfecho/a	0,00%
4	3	alta satisfacción	75,00%
5	1	muy alta satisfacción	25,00%
Promedio = 4,25	4		



En este apartado, el grado mínimo de satisfacción se encuentra en 0,00% y el máximo en 75,00%. Con estos datos, obtenemos un grado de satisfacción que se corresponde con un valor promedio de 4,25 sobre 5.

Observamos los dos resultados más bajos, correspondiendo el 0,00% al valor 3 (satisfecho/a), seguido del 0,00% correspondiente al valor 2 (algo satisfecho/a).

Destacamos los tres resultados más altos, correspondiendo el 75,00% al valor 4 (alta satisfacción), seguido del 25,00% correspondiente al valor 5 (muy alta satisfacción) y por último el 0,00% que se refiere al valor 1 (nada satisfecho/a).

Respecto a los rangos de valoración positiva (valores del 3 al 5), los datos muestran que el 100,00% de las personas encuestadas, se encuentran satisfechas, altamente satisfechas o muy altamente satisfechas, sobre las infraestructuras e instalaciones de la Universidad de Huelva. Respecto a los rasgos de valoración negativa (valores 1 y 2), los datos muestran que el 0,00% de las personas encuestadas, se encuentran nada satisfechas o algo satisfechas, sobre las infraestructuras e instalaciones de la Universidad de Huelva.

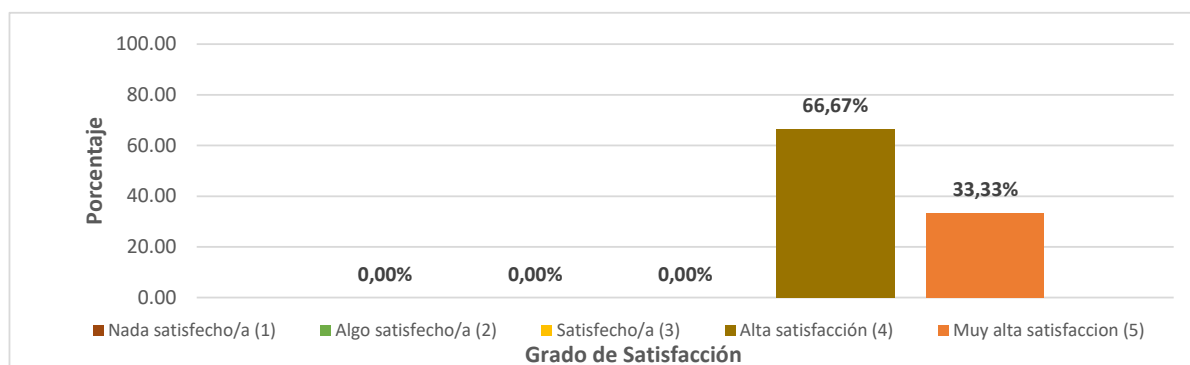
Código Seguro De Verificación	S0006u0Bt5K50eTLLXKn5w==	Fecha	19/05/2025
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Ana Pinto García		
Url De Verificación	https://verificafirma.uhu.es/verificarfirma/code/S0006u0Bt5K50eTLLXKn5w=	Página	2/13



Como acción de mejora se propone crear entornos de trabajo abiertos y agradables que aumenten la satisfacción y el compromiso con las instituciones.

2.3 Respecto al grado de colaboración, alianzas, relaciones y conexión con nuestro entorno.

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	0	nada satisfecho/a	0,00%
2	0	algo satisfecho/a	0,00%
3	0	satisfecho/a	0,00%
4	2	alta satisfacción	66,67%
5	1	muy alta satisfacción	33,33%
Promedio = 4,33		3	



En este apartado, el grado mínimo de satisfacción se encuentra en 0,00% y el máximo en 66,67%. Con estos datos, obtenemos un grado de satisfacción que se corresponde con un valor promedio de 4,33 sobre 5.

Observamos los dos resultados más bajos, correspondiendo el 0,00% al valor 3 (satisfecho/a), seguido del 0,00% correspondiente al valor 2 (algo satisfecho/a).

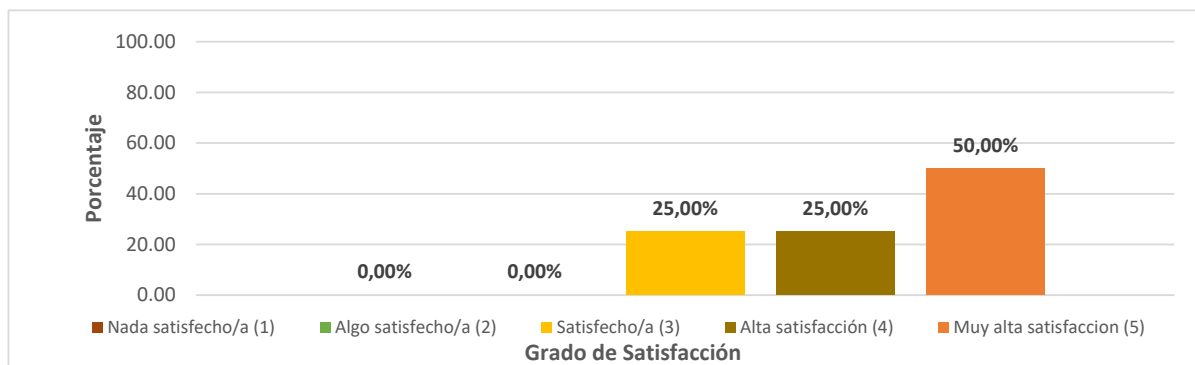
Destacamos los tres resultados más altos, correspondiendo el 66,67% al valor 4 (alta satisfacción), seguido del 33,33% correspondiente al valor 5 (muy alta satisfacción) y por último el 0,00% que se refiere al valor 1 (nada satisfecho/a).

Respecto a los rangos de valoración positiva (valores del 3 al 5), los datos muestran que el 100,00% de las personas encuestadas, se encuentran satisfechas, altamente satisfechas o muy altamente satisfechas, sobre el grado de colaboración, alianzas, relaciones y conexión con nuestro entorno. Respecto a los rasgos de valoración negativa (valores 1 y 2), los datos muestran que el 0,00% de las personas encuestadas, se encuentran nada satisfechas o algo satisfechas, sobre el grado de colaboración, alianzas, relaciones y conexión con nuestro entorno.

Como acción de mejora se propone incrementar las alianzas con organizaciones locales para desarrollar proyectos en beneficio de la comunidad.

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

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	0	nada satisfecho/a	0,00%
2	0	algo satisfecho/a	0,00%
3	1	satisfecho/a	25,00%
4	1	alta satisfacción	25,00%
5	2	muy alta satisfacción	50,00%
Promedio = 4,25		4	



En este apartado, el grado mínimo de satisfacción se encuentra en 0,00% y el máximo en 50,00%. Con estos datos, obtenemos un grado de satisfacción que se corresponde con un valor promedio de 4,25 sobre 5.

Observamos los dos resultados más bajos, correspondiendo el 0,00% al valor 2 (algo satisfecho/a), seguido del 0,00% correspondiente al valor 1 (nada satisfecho/a).

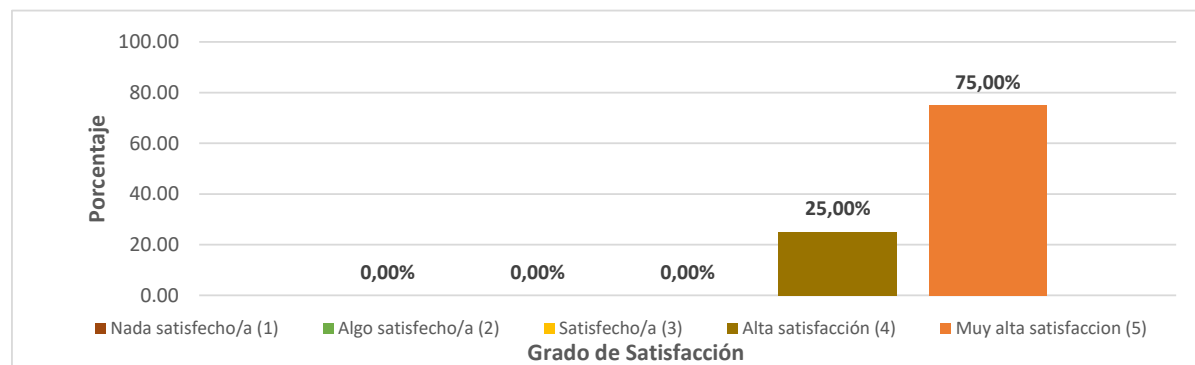
Destacamos los tres resultados más altos, correspondiendo el 50,00% al valor 5 (muy alta satisfacción), seguido del 25,00% correspondiente al valor 3 (satisfecho/a) y por último el 25,00% que se refiere al valor 4 (alta satisfacción).

Respecto a los rangos de valoración positiva (valores del 3 al 5), los datos muestran que el 100,00% de las personas encuestadas, se encuentran satisfechas, altamente satisfechas o muy altamente satisfechas, acerca de la información, visibilidad y divulgación de las actividades que realiza la Universidad de Huelva. Respecto a los rasgos de valoración negativa (valores 1 y 2), los datos muestran que el 0,00% de las personas encuestadas, se encuentran nada satisfechas o algo satisfechas, acerca de la información, visibilidad y divulgación de las actividades que realiza la Universidad de Huelva.

Como acción de mejora se propone mejorar la zona web específica donde se concentre toda la información sobre eventos, cursos, talleres, conferencias, etc. Y diseñar una aplicación móvil.

2.5 Respecto a nuestra sostenibilidad financiera y nuestra capacidad para la captación de fondos externos.

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	0	nada satisfecho/a	0,00%
2	0	algo satisfecho/a	0,00%
3	0	satisfecho/a	0,00%
4	1	alta satisfacción	25,00%
5	3	muy alta satisfacción	75,00%
Promedio = 4,75	4		



En este apartado, el grado mínimo de satisfacción se encuentra en 0,00% y el máximo en 75,00%. Con estos datos, obtenemos un grado de satisfacción que se corresponde con un valor promedio de 4,75 sobre 5.

Observamos los dos resultados más bajos, correspondiendo el 0,00% al valor 3 (satisfecho/a), seguido del 0,00% correspondiente al valor 2 (algo satisfecho/a).

Código Seguro De Verificación	S0006u0Bt5K50eTLLXKn5w==	Fecha	19/05/2025
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/S0006u0Bt5K50eTLLXKn5w=	Página	4/13



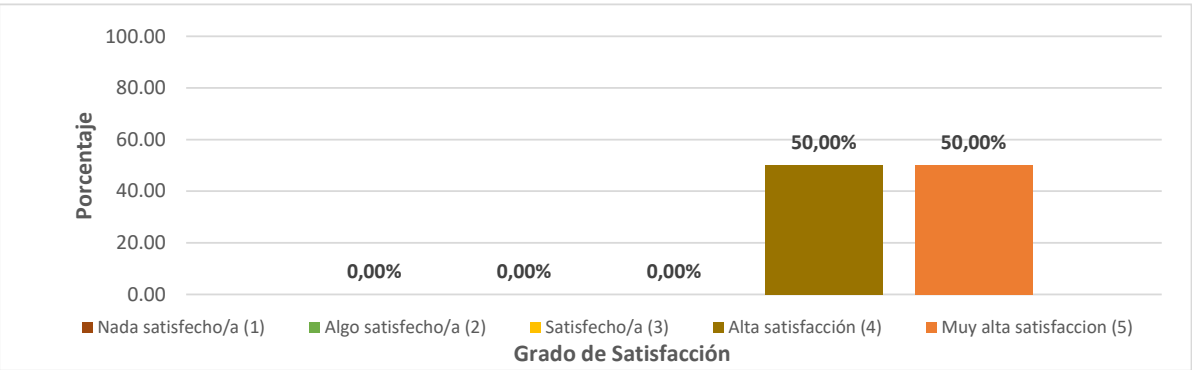
Destacamos los tres resultados más altos, correspondiendo el 75,00% al valor 5 (muy alta satisfacción), seguido del 25,00% correspondiente al valor 4 (alta satisfacción) y por último el 0,00% que se refiere al valor 1 (nada satisfecho/a).

Respecto a los rangos de valoración positiva (valores del 3 al 5), los datos muestran que el 100,00% de las personas encuestadas, se encuentran satisfechas, altamente satisfechas o muy altamente satisfechas, sobre la sostenibilidad financiera y nuestra capacidad para la captación de fondos externos. Respecto a los rasgos de valoración negativa (valores 1 y 2), los datos muestran que el 0,00% de las personas encuestadas, se encuentran nada satisfechas o algo satisfechas, sobre la sostenibilidad financiera y nuestra capacidad para la captación de fondos externos.

Como acción de mejora se propone además de realizar auditorías periódicas para identificar áreas de mejora en la gestión de los recursos y reducir los gastos innecesarios, establecer programas de donaciones y patrocinios para atraer fondos de empresas, fundaciones y particulares.

2.6 En cuanto al cumplimiento de nuestras obligaciones fiscales y de rendición de cuentas.

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	0	nada satisfecho/a	0,00%
2	0	algo satisfecho/a	0,00%
3	0	satisfecho/a	0,00%
4	2	alta satisfacción	50,00%
5	2	muy alta satisfacción	50,00%
Promedio = 4,50	4		



En este apartado, el grado mínimo de satisfacción se encuentra en 0,00% y el máximo en 50,00%. Con estos datos, obtenemos un grado de satisfacción que se corresponde con un valor promedio de 4,50 sobre 5.

Observamos los dos resultados más bajos, correspondiendo el 0,00% al valor 3 (satisfecho/a), seguido del 0,00% correspondiente al valor 2 (algo satisfecho/a).

Destacamos los tres resultados más altos, correspondiendo el 50,00% al valor 4 (alta satisfacción), seguido del 50,00% correspondiente al valor 5 (muy alta satisfacción) y por último el 0,00% que se refiere al valor 1 (nada satisfecho/a).

Respecto a los rangos de valoración positiva (valores del 3 al 5), los datos muestran que el 100,00% de las personas encuestadas, se encuentran satisfechas, altamente satisfechas o muy altamente satisfechas, sobre el cumplimiento de nuestras obligaciones fiscales y de rendición de cuentas. Respecto a los rasgos de valoración negativa (valores 1 y 2), los datos muestran que el 0,00% de las personas encuestadas, se encuentran nada satisfechas o algo satisfechas, sobre el cumplimiento de nuestras obligaciones fiscales y de rendición de cuentas.

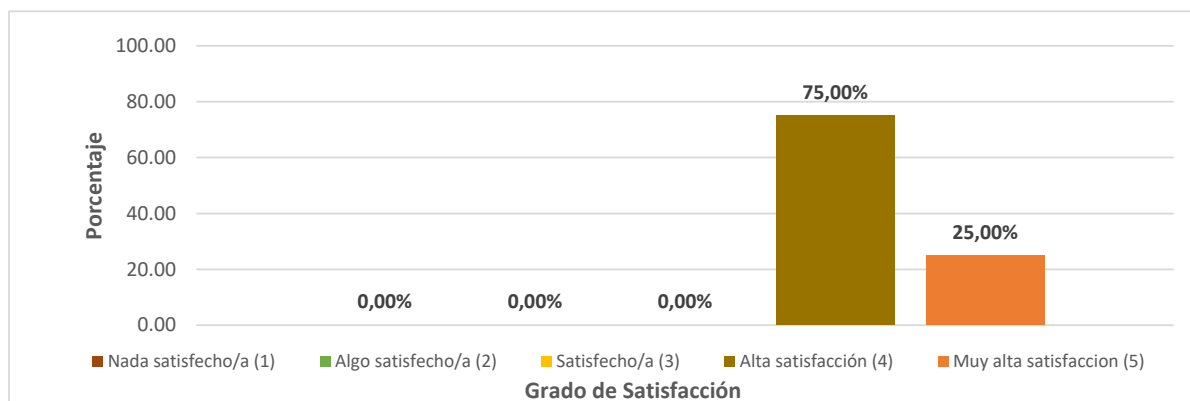
Como acción de mejora se propone impartir programas de formación continua al personal administrativo y académico en materia de gestión financiera, contabilidad y normativa fiscal.

Código Seguro De Verificación	S0006u0Bt5K50eTLLXKn5w==	Fecha	19/05/2025
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/S0006u0Bt5K50eTLLXKn5w=	Página	5/13



2.7 Acerca del trato y atención recibidas.

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	0	nada satisfecho/a	0,00%
2	0	algo satisfecho/a	0,00%
3	0	satisfecho/a	0,00%
4	3	alta satisfacción	75,00%
5	1	muy alta satisfacción	25,00%
Promedio = 4,25	4		



En este apartado, el grado mínimo de satisfacción se encuentra en 0,00% y el máximo en 75,00%. Con estos datos, obtenemos un grado de satisfacción que se corresponde con un valor promedio de 4,25 sobre 5.

Observamos los dos resultados más bajos, correspondiendo el 0,00% al valor 3 (satisfecho/a), seguido del 0,00% correspondiente al valor 2 (algo satisfecho/a).

Destacamos los tres resultados más altos, correspondiendo el 75,00% al valor 4 (alta satisfacción), seguido del 25,00% correspondiente al valor 5 (muy alta satisfacción) y por último el 0,00% que se refiere al valor 1 (nada satisfecho/a).

Respecto a los rangos de valoración positiva (valores del 3 al 5), los datos muestran que el 100,00% de las personas encuestadas, se encuentran satisfechas, altamente satisfechas o muy altamente satisfechas, acerca del trato y la atención recibida. Respecto a los rasgos de valoración negativa (valores 1 y 2), los datos muestran que el 0,00% de las personas encuestadas, se encuentran nada satisfechas o algo satisfechas, acerca del trato y la atención recibida.

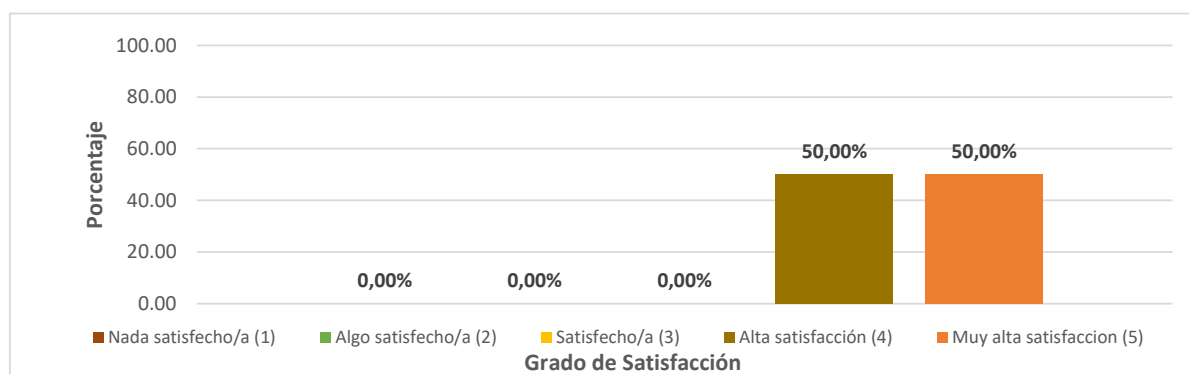
Como acción de mejora se propone mejorar los canales de comunicación online (fáciles y rápidos) para que todo estudiante, personal de administración, personal docente y comunidad universitaria en general, pueda realizar consultas y expresar sus inquietudes.

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

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	0	nada satisfecho/a	0,00%
2	0	algo satisfecho/a	0,00%
3	0	satisfecho/a	0,00%
4	2	alta satisfacción	50,00%
5	2	muy alta satisfacción	50,00%
Promedio = 4,50	4		

Código Seguro De Verificación	S0006u0Bt5K50eTLLXKn5w==	Fecha	19/05/2025
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/S0006u0Bt5K50eTLLXKn5w=	Página	6/13





En este apartado, el grado mínimo de satisfacción se encuentra en 0,00% y el máximo en 50,00%. Con estos datos, obtenemos un grado de satisfacción que se corresponde con un valor promedio de 4,50 sobre 5.

Observamos los dos resultados más bajos, correspondiendo el 0,00% al valor 3 (satisfecho/a), seguido del 0,00% correspondiente al valor 2 (algo satisfecho/a).

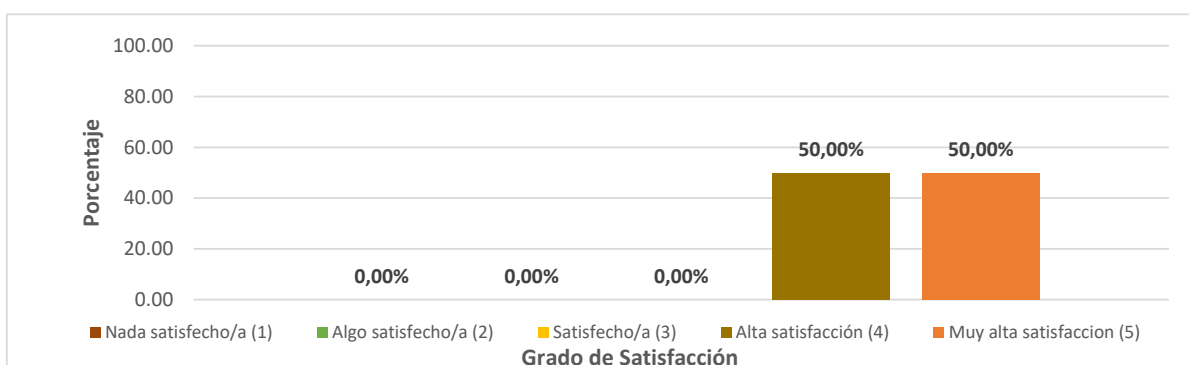
Destacamos los tres resultados más altos, correspondiendo el 50,00% al valor 4 (alta satisfacción), seguido del 50,00% correspondiente al valor 5 (muy alta satisfacción) y por último el 0,00% que se refiere al valor 1 (nada satisfecho/a).

Respecto a los rangos de valoración positiva (valores del 3 al 5), los datos muestran que el 100,00% de las personas encuestadas, se encuentran satisfechas, altamente satisfechas o muy altamente satisfechas, acerca de la eficacia y eficiencia de los canales de comunicación y de participación. Respecto a los rasgos de valoración negativa (valores 1 y 2), los datos muestran que el 0,00% de las personas encuestadas, se encuentran nada satisfechas o algo satisfechas, acerca de la eficacia y eficiencia de los canales de comunicación y de participación.

Como acción de mejora se propone establecer aplicaciones/plataformas que faciliten la comunicación rápida y sencilla entre los estudiantes y el personal (adm./docente) de la Universidad; y con la sociedad.

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

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	0	nada satisfecho/a	0,00%
2	0	algo satisfecho/a	0,00%
3	0	satisfecho/a	0,00%
4	2	alta satisfacción	50,00%
5	2	muy alta satisfacción	50,00%
Promedio = 4,50	4		



En este apartado, el grado mínimo de satisfacción se encuentra en 0,00% y el máximo en 50,00%. Con estos datos, obtenemos un grado de satisfacción que se corresponde con un valor promedio de 4,50 sobre 5.

Código Seguro De Verificación	S0006u0Bt5K50eTLLXKn5w==	Fecha	19/05/2025
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/S0006u0Bt5K50eTLLXKn5w=	Página	7/13



Observamos los dos resultados más bajos, correspondiendo el 0,00% al valor 3 (satisfecho/a), seguido del 0,00% correspondiente al valor 2 (algo satisfecho/a).

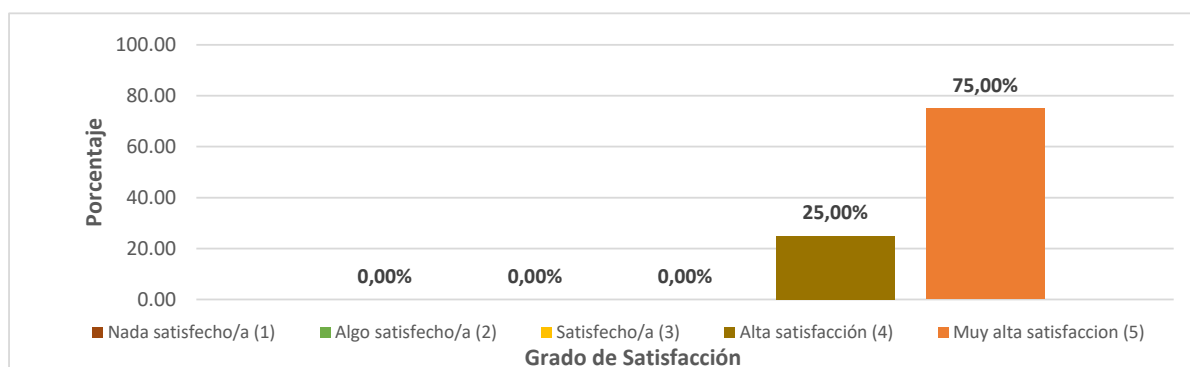
Destacamos los tres resultados más altos, correspondiendo el 50,00% al valor 4 (alta satisfacción), seguido del 50,00% correspondiente al valor 5 (muy alta satisfacción) y por último el 0,00% que se refiere al valor 1 (nada satisfecho/a).

Respecto a los rangos de valoración positiva (valores del 3 al 5), los datos muestran que el 100,00% de las personas encuestadas, se encuentran satisfechas, altamente satisfechas o muy altamente satisfechas, sobre la transparencia, sencillez y agilidad de nuestros procedimientos y metodologías de trabajo. Respecto a los rasgos de valoración negativa (valores 1 y 2), los datos muestran que el 0,00% de las personas encuestadas, se encuentran nada satisfechas o algo satisfechas, sobre la transparencia, sencillez y agilidad de nuestros procedimientos y metodologías de trabajo.

Como acción de mejora se propone identificar y eliminar pasos innecesarios en los procesos administrativos y académicos; diseñando procesos fáciles de entender (guías/manuales con lenguaje accesible).

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

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	0	nada satisfecho/a	0,00%
2	0	algo satisfecho/a	0,00%
3	0	satisfecho/a	0,00%
4	1	alta satisfacción	25,00%
5	3	muy alta satisfacción	75,00%
Promedio = 4,75	4		



En este apartado, el grado mínimo de satisfacción se encuentra en 0,00% y el máximo en 75,00%. Con estos datos, obtenemos un grado de satisfacción que se corresponde con un valor promedio de 4,75 sobre 5.

Observamos los dos resultados más bajos, correspondiendo el 0,00% al valor 3 (satisfecho/a), seguido del 0,00% correspondiente al valor 2 (algo satisfecho/a).

Destacamos los tres resultados más altos, correspondiendo el 75,00% al valor 5 (muy alta satisfacción), seguido del 25,00% correspondiente al valor 4 (alta satisfacción) y por último el 0,00% que se refiere al valor 1 (nada satisfecho/a).

Respecto a los rangos de valoración positiva (valores del 3 al 5), los datos muestran que el 100,00% de las personas encuestadas, se encuentran satisfechas, altamente satisfechas o muy altamente satisfechas, sobre nuestro nivel de compromiso, capacidad de respuesta y cumplimiento de plazos. Respecto a los rasgos de valoración negativa (valores 1 y 2), los datos muestran que el 0,00% de las personas encuestadas, se encuentran nada satisfechas o algo satisfechas, sobre nuestro nivel de compromiso, capacidad de respuesta y cumplimiento de plazos.

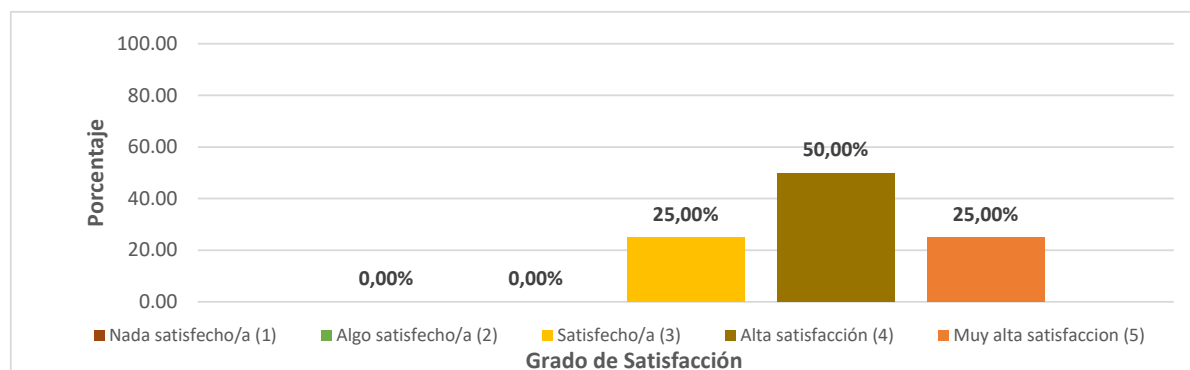
Como acción de mejora se propone reducir los tiempos de respuesta implementando metodologías más ágiles que permitan la reducción de plazos.

Código Seguro De Verificación	S0006u0Bt5K50eTLLXKn5w==	Fecha	19/05/2025
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/S0006u0Bt5K50eTLLXKn5w=	Página	8/13



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

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	0	nada satisfecho/a	0,00%
2	0	algo satisfecho/a	0,00%
3	1	satisfecho/a	25,00%
4	2	alta satisfacción	50,00%
5	1	muy alta satisfacción	25,00%
Promedio = 4,00	4		



En este apartado, el grado mínimo de satisfacción se encuentra en 0,00% y el máximo en 50,00%. Con estos datos, obtenemos un grado de satisfacción que se corresponde con un valor promedio de 4,00 sobre 5.

Observamos los dos resultados más bajos, correspondiendo el 0,00% al valor 2 (algo satisfecho/a), seguido del 0,00% correspondiente al valor 1 (nada satisfecho/a).

Destacamos los tres resultados más altos, correspondiendo el 50,00% al valor 4 (alta satisfacción), seguido del 25,00% correspondiente al valor 3 (satisfecho/a) y por último el 25,00% que se refiere al valor 5 (muy alta satisfacción).

Respecto a los rangos de valoración positiva (valores del 3 al 5), los datos muestran que el 100,00% de las personas encuestadas, se encuentran satisfechas, altamente satisfechas o muy altamente satisfechas, acerca de la capacidad de adaptación y gestión de los cambios laborales, sociales y tecnológicos. Respecto a los rasgos de valoración negativa (valores 1 y 2), los datos muestran que el 0,00% de las personas encuestadas, se encuentran nada satisfechas o algo satisfechas, acerca de la capacidad de adaptación y gestión de los cambios laborales, sociales y tecnológicos.

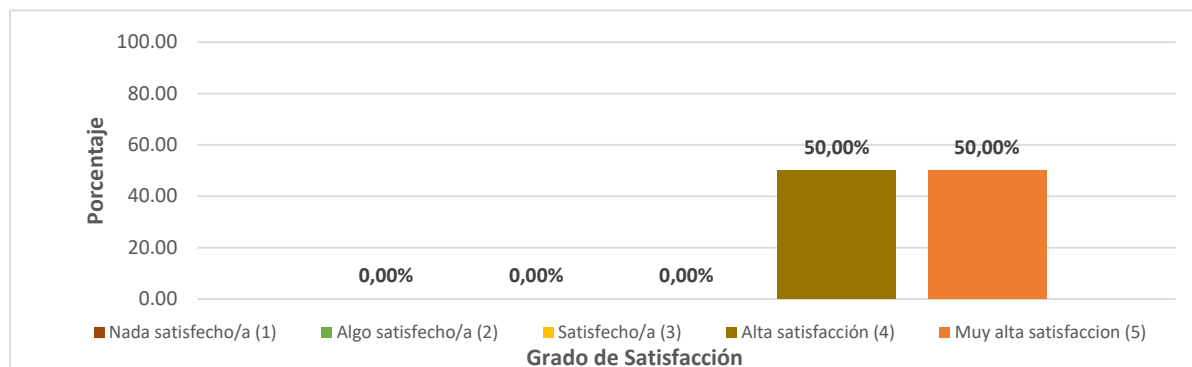
Como acción de mejora se propone la formación específica en esta materia para el PDI y para el PTGAS.

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	0	nada satisfecho/a	0,00%
2	0	algo satisfecho/a	0,00%
3	0	satisfecho/a	0,00%
4	2	alta satisfacción	50,00%
5	2	muy alta satisfacción	50,00%
Promedio = 4,50	4		

Código Seguro De Verificación	S0006u0Bt5K50eTLLXKn5w==	Fecha	19/05/2025
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/S0006u0Bt5K50eTLLXKn5w=	Página	9/13





En este apartado, el grado mínimo de satisfacción se encuentra en 0,00% y el máximo en 50,00%. Con estos datos, obtenemos un grado de satisfacción que se corresponde con un valor promedio de 4,50 sobre 5.

Observamos los dos resultados más bajos, correspondiendo el 0,00% al valor 3 (satisfecho/a), seguido del 0,00% correspondiente al valor 2 (algo satisfecho/a).

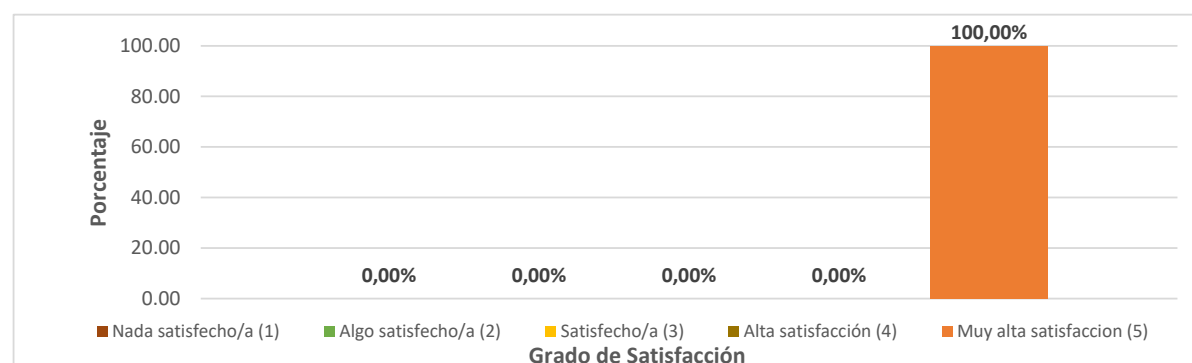
Destacamos los tres resultados más altos, correspondiendo el 50,00% al valor 4 (alta satisfacción), seguido del 50,00% correspondiente al valor 5 (muy alta satisfacción) y por último el 0,00% que se refiere al valor 1 (nada satisfecho/a).

Respecto a los rangos de valoración positiva (valores del 3 al 5), los datos muestran que el 100,00% de las personas encuestadas, se encuentran satisfechas, altamente satisfechas o muy altamente satisfechas, acerca de nuestro comportamiento ético, ante el impacto ambiental y contribución al desarrollo sostenible. Respecto a los rasgos de valoración negativa (valores 1 y 2), los datos muestran que el 0,00% de las personas encuestadas, se encuentran nada satisfechas o algo satisfechas, acerca de nuestro comportamiento ético, ante el impacto ambiental y contribución al desarrollo sostenible.

Como acción de mejora se propone más formación en ética, sostenibilidad y responsabilidad social que sean parte del currículo académico, fomentando la discusión y la reflexión dentro de la comunidad universitaria.

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	0	nada satisfecho/a	0,00%
2	0	algo satisfecho/a	0,00%
3	0	satisfecho/a	0,00%
4	0	alta satisfacción	0,00%
5	4	muy alta satisfacción	100,00%
Promedio = 5,00	4		



En este apartado, el grado mínimo de satisfacción se encuentra en 0,00% y el máximo en 100,00%. Con estos datos, obtenemos un grado de satisfacción que se corresponde con un valor promedio de 5,00 sobre 5.

Código Seguro De Verificación	S0006u0Bt5K50eTLLXKn5w==	Fecha	19/05/2025
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/S0006u0Bt5K50eTLLXKn5w=	Página	10/13



Observamos los dos resultados más bajos, correspondiendo el 0,00% al valor 4 (alta satisfacción), seguido del 0,00% correspondiente al valor 3 (satisfecho/a).

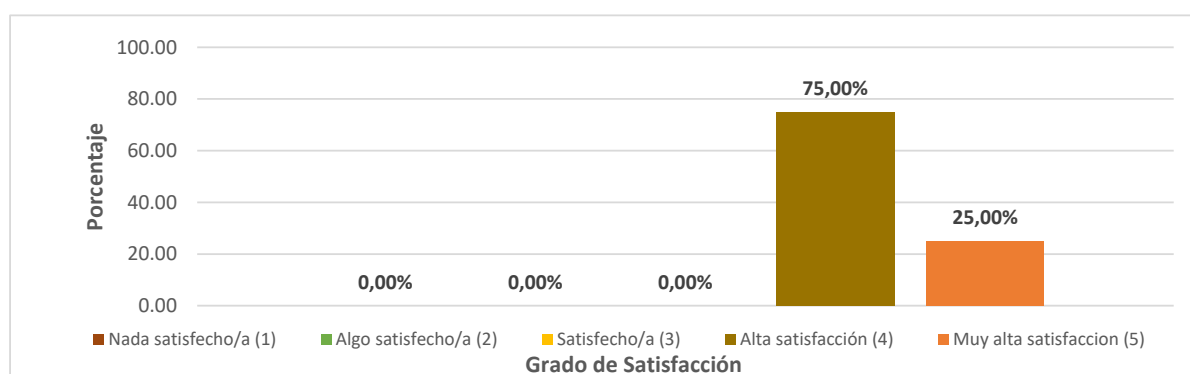
Destacamos los tres resultados más altos, correspondiendo el 100,00% al valor 5 (muy alta satisfacción), seguido del 0,00% correspondiente al valor 1 (nada satisfecho/a) y por último el 0,00% que se refiere al valor 2 (algo satisfecho/a).

Respecto a los rangos de valoración positiva (valores del 3 al 5), los datos muestran que el 100,00% de las personas encuestadas, se encuentran satisfechas, altamente satisfechas o muy altamente satisfechas, acerca del compromiso con la igualdad efectiva. Respecto a los rasgos de valoración negativa (valores 1 y 2), los datos muestran que el 0,00% de las personas encuestadas, se encuentran nada satisfechas o algo satisfechas, acerca del compromiso con la igualdad efectiva.

Como acción de mejora se propone eliminar cualquier barrera que impida la igualdad efectiva en todos los ámbitos.

2.14 Nuestra imagen, prestigio y liderazgo en el entorno.

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	0	nada satisfecho/a	0,00%
2	0	algo satisfecho/a	0,00%
3	0	satisfecho/a	0,00%
4	3	alta satisfacción	75,00%
5	1	muy alta satisfacción	25,00%
Promedio = 4,25	4		



En este apartado, el grado mínimo de satisfacción se encuentra en 0,00% y el máximo en 75,00%. Con estos datos, obtenemos un grado de satisfacción que se corresponde con un valor promedio de 4,25 sobre 5.

Observamos los dos resultados más bajos, correspondiendo el 0,00% al valor 3 (satisfecho/a), seguido del 0,00% correspondiente al valor 2 (algo satisfecho/a).

Destacamos los tres resultados más altos, correspondiendo el 75,00% al valor 4 (alta satisfacción), seguido del 25,00% correspondiente al valor 5 (muy alta satisfacción) y por último el 0,00% que se refiere al valor 1 (nada satisfecho/a).

Respecto a los rangos de valoración positiva (valores del 3 al 5), los datos muestran que el 100,00% de las personas encuestadas, se encuentran satisfechas, altamente satisfechas o muy altamente satisfechas, sobre nuestra imagen, el prestigio y el liderazgo en el entorno. Respecto a los rasgos de valoración negativa (valores 1 y 2), los datos muestran que el 0,00% de las personas encuestadas, se encuentran nada satisfechas o algo satisfechas, sobre nuestra imagen, el prestigio y el liderazgo en el entorno.

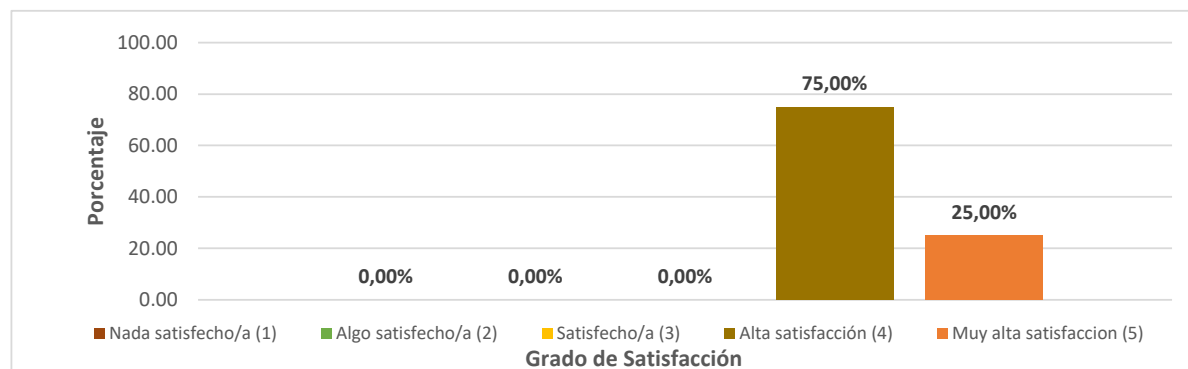
Como acción de mejora se propone mejorar la colaboración con otras instituciones y organizaciones para dar visibilidad de la Universidad y de sus estudiantes; así como, incrementar la difusión de los logros obtenidos.

Código Seguro De Verificación	S0006u0Bt5K50eTLLXKn5w==	Fecha	19/05/2025
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/S0006u0Bt5K50eTLLXKn5w=	Página	11/13



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	0	nada satisfecho/a	0,00%
2	0	algo satisfecho/a	0,00%
3	0	satisfecho/a	0,00%
4	3	alta satisfacción	75,00%
5	1	muy alta satisfacción	25,00%
Promedio = 4,25	4		



En este apartado, el grado mínimo de satisfacción se encuentra en 0,00% y el máximo en 75,00%. Con estos datos, obtenemos un grado de satisfacción que se corresponde con un valor promedio de 4,25 sobre 5.

Observamos los dos resultados más bajos, correspondiendo el 0,00% al valor 3 (satisfecho/a), seguido del 0,00% correspondiente al valor 2 (algo satisfecho/a).

Destacamos los tres resultados más altos, correspondiendo el 75,00% al valor 4 (alta satisfacción), seguido del 25,00% correspondiente al valor 5 (muy alta satisfacción) y por último el 0,00% que se refiere al valor 1 (nada satisfecho/a).

Respecto a los rangos de valoración positiva (valores del 3 al 5), los datos muestran que el 100,00% de las personas encuestadas, se encuentran satisfechas, altamente satisfechas o muy altamente satisfechas, sobre el grado de satisfacción general de necesidades y expectativas, y experiencia global con la Universidad. Respecto a los rasgos de valoración negativa (valores 1 y 2), los datos muestran que el 0,00% de las personas encuestadas, se encuentran nada satisfechas o algo satisfechas, sobre el grado de satisfacción general de necesidades y expectativas, y experiencia global con la Universidad.

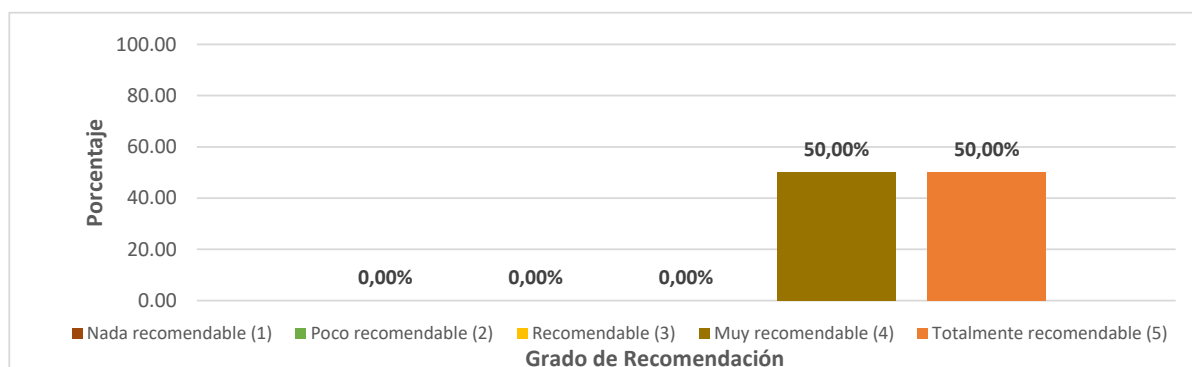
Como acción de mejora se propone dar visibilidad a la Universidad y a sus estudiantes, así como incrementar la satisfacción de las necesidades y expectativas de los grupos de interés, incorporando acciones de mejora en la Planificación Estratégica.

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

Valores	Cantidad de respuestas	Satisfacción	Porcentaje
1	0	nada recomendable	0,00%
2	0	poco recomendable	0,00%
3	0	recomendable	0,00%
4	2	muy recomendable	50,00%
5	2	totalmente recomendable	50,00%
Promedio = 4,50	4		

Código Seguro De Verificación	S0006u0Bt5K50eTLLXKn5w==	Fecha	19/05/2025
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/S0006u0Bt5K50eTLLXKn5w=	Página	12/13





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:

$$\text{Porcentaje promotores (\%)} = \frac{\text{nº Promotores}}{\text{nº total encuestados}} \cdot 100 = 100,00\%$$

$$\text{Porcentaje pasivos (\%)} = \frac{\text{nº pasivos}}{\text{nº total encuestados}} \cdot 100 = 0,00\%$$

$$\text{Porcentaje detractores (\%)} = \frac{\text{nº Detractores}}{\text{nº total encuestados}} \cdot 100 = 0,00\%$$

$$\text{NPS} = 100,00\%$$



Código Seguro De Verificación	S0006u0Bt5K50eTLLXKn5w==	Fecha	19/05/2025
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/S0006u0Bt5K50eTLLXKn5w=	Página	13/13

