

Estudio sobre

medición de la percepción

de los Grupos de Interés
en las Universidades españolas



*IX Jornadas de Reflexión y Debate de las Unidades de Calidad de las Universidades Españolas
Zaragoza, Junio 2018*



1542

Universidad
Zaragoza



DEPLOYMENT

Introducción al Informe



Celia Cañadas Blasco
Universidad de Zaragoza
Jefa Unidad de Calidad y
Racionalización
celiac@unizar.es

El presente estudio nace con la vocación de recoger información de interés relacionada con las prácticas desplegadas en las Universidades españolas relativas a la medición y mejora de la percepción de los Grupos de Interés. Su origen viene de la oportunidad para compartir conocimiento y experiencias que representan las [IX Jornadas de Reflexión y Debate de las Unidades de Calidad de las Universidades Españolas](#).



Óscar Gracia Oliván
Cegos Deployment
Socio Director
ogracia@cegos.es

*En este contexto, la [Universidad de Zaragoza](#), a través de su Unidad de Calidad y Racionalización, junto con [Cegos Deployment](#), firma de consultoría especialista en los ámbitos de Calidad, Experiencia y Excelencia, ha tratado de dar respuesta a esta oportunidad cocreando y desplegando el presente estudio sobre la **Medición de la Percepción de las Universidades Españolas** el cual permitirá a sus usuarios disponer de una visión sobre cómo se desarrollan y despliegan los diferentes mecanismos de medición y mejora de la percepción de los Grupos de Interés. El presente informe recoge los resultados arrojados por más de 50 universidades que han participado en el estudio realizado en mayo de 2018.*

Desde la Universidad de Zaragoza y Cegos Deployment confiamos que la información y datos, conclusiones de este estudio resulten de valor para los usuarios y, en consecuencia, contribuya a mejorar las transformaciones de las Áreas de Calidad de las Universidades Españolas en su ruta hacia la Excelencia.



Estudio sobre la medición de la percepción de los grupos de interés

Ficha técnica	
Método de obtención de la información	Encuesta online
Periodo de obtención de la información	Del 10 al 31 de mayo de 2018
Universo del estudio	Departamentos de Calidad de las universidades españolas
Tamaño de la muestra	83 universidades
Participación	57 participantes (68,67%)
Nivel de confianza	95%
Error muestral del estudio	$\pm 7,31\%$ (población infinita en condiciones de dispersión desfavorable, $p = q = 50\%$)



Estudio sobre la medición de la percepción de los grupos de interés



Síntesis de conclusiones



Conclusiones (1 de 2)

1

En general, las Universidades Españolas consideran que obtienen un Notable

2

Las principales oportunidades de mejora se centran en la renovación metodológica y el aumento de la participación de los usuarios

3

El uso de tecnología para el uso el despliegue de las encuestas están muy extendido

4

Las encuestas se suelen realizar en estudios de campo entre 5 y 30 días



Conclusiones (2 de 2)

5

Uso mayoritario de escalas numéricas para valorar

6

Muy reducido uso de la medición de la importancia de las preguntas para priorizar acciones de mejora

7

Reducido uso del Net Promoter Score (NPS) como índice de recomendación

8

Alto uso de la media para representar las valoraciones expresadas por los encuestados



Estudio sobre la medición de la percepción de los grupos de interés

Datos de los participantes



Grados y másteres impartidos

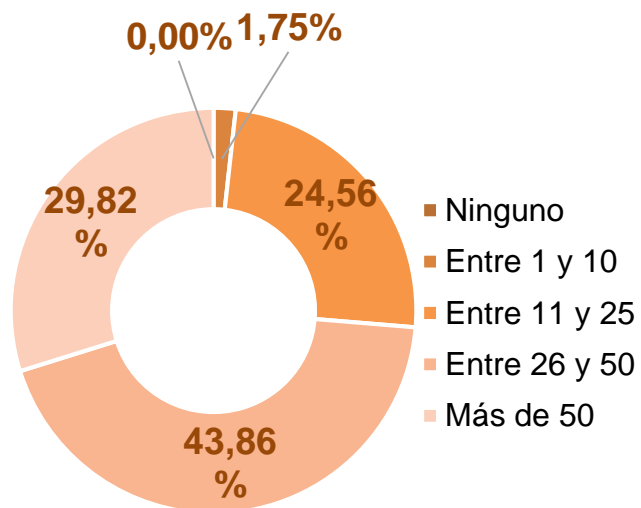
Equipo de calidad



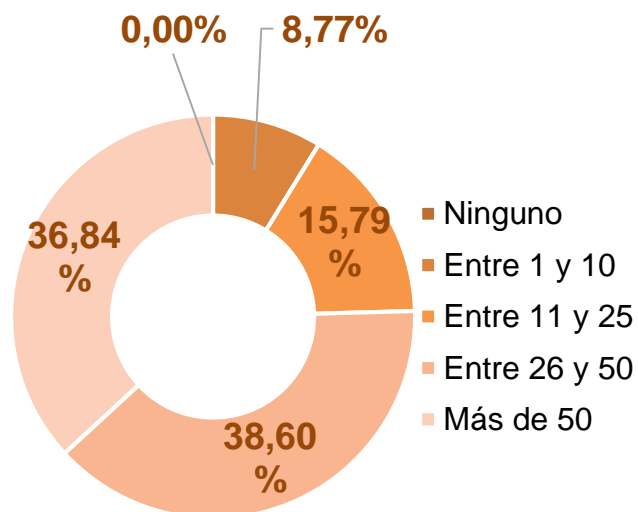
Datos de los participantes:

- La mayoría de las Universidades españolas ofrecen más de 26 grados y/o másteres en sus respectivas facultades.
- El equipo de calidad está formado por 5 o más personas en un 70% de las universidades de España.

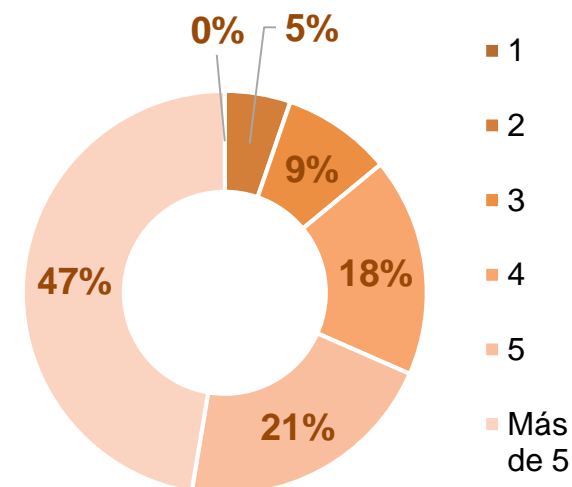
Grados impartidos



Másteres impartidos



Equipo de Calidad





Estudio sobre la medición de la percepción de los grupos de interés

Unidad de Calidad



Funciones desarrolladas en las universidades

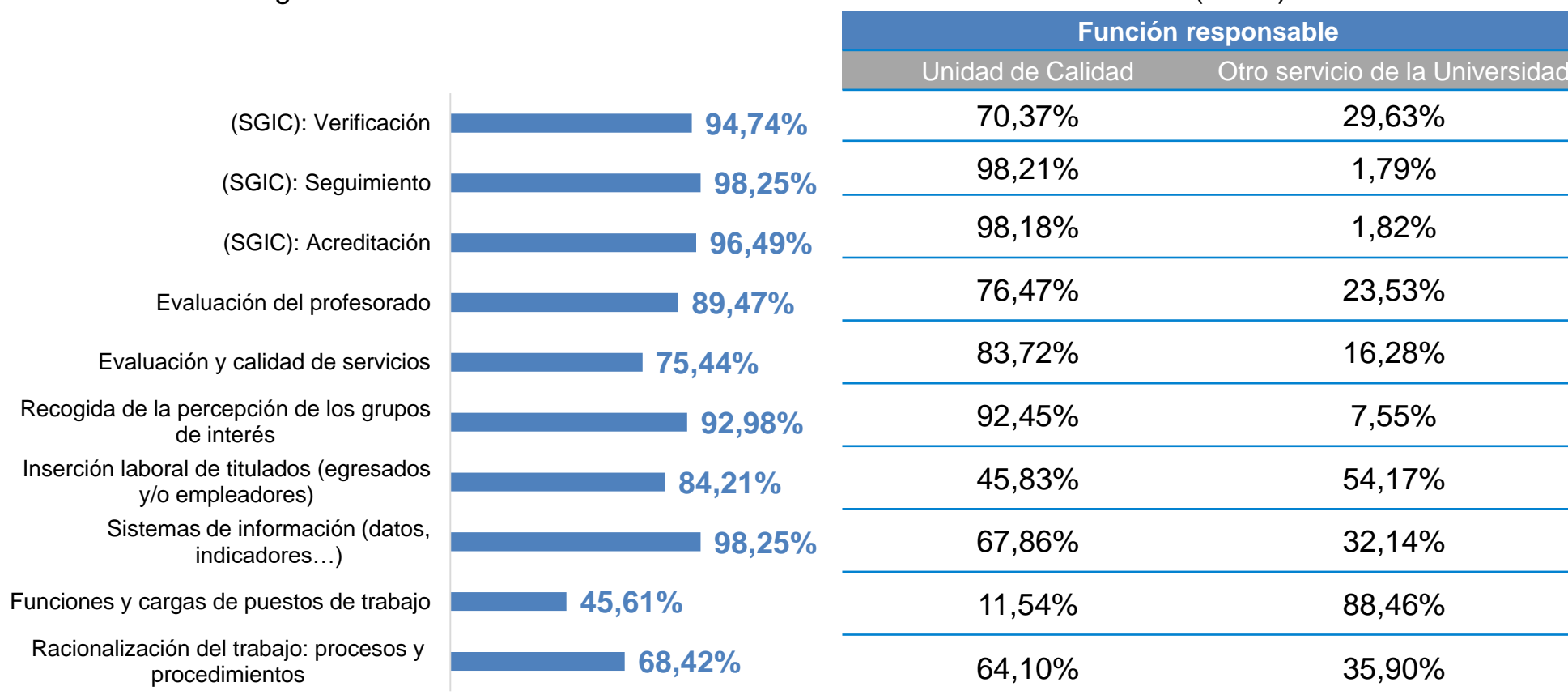
Métodos para el desarrollo de la evaluación

Métodos para el desarrollo de recogida de percepción de grupos de interés e inserción laboral de titulados



Unidad de Calidad: Funciones que se desarrollan en su Universidad

- Las funciones más desarrolladas en las Universidades españolas son las englobadas en el Sistema de Garantía Interna de Calidad (SGIC), en los Sistemas de información y en la Recogida de la percepción de los grupos de interés.
- En cambio, destaca que muy pocas universidades centran su desarrollo en las funciones y cargas de puestos de trabajo.
- Además, el equipo de Unidad de Calidad se encarga de la mayor parte de las funciones de la universidad, excepto la función de Seguimiento en la sección de Sistemas de Garantía Interna de Calidad (SGIC).

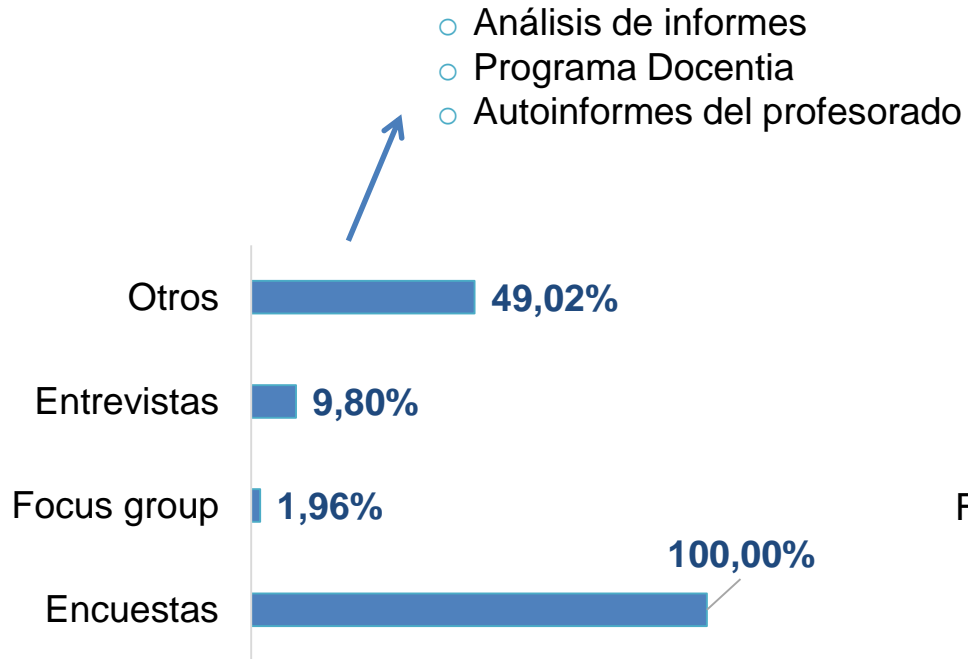




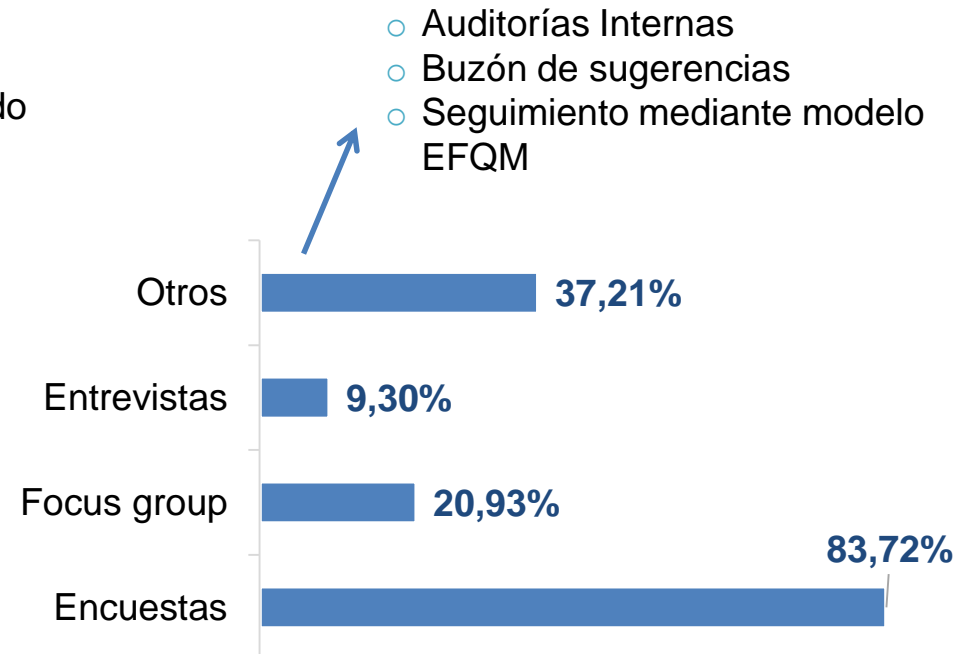
Unidad de Calidad: Métodos

- El método más utilizado para la evaluación de ambos casos es la encuesta.
- Además, destaca la existencia de otros métodos que las universidades utilizan de manera adicional para el desarrollo de esta acción.

Evaluación del profesorado



Evaluación y calidad de servicios

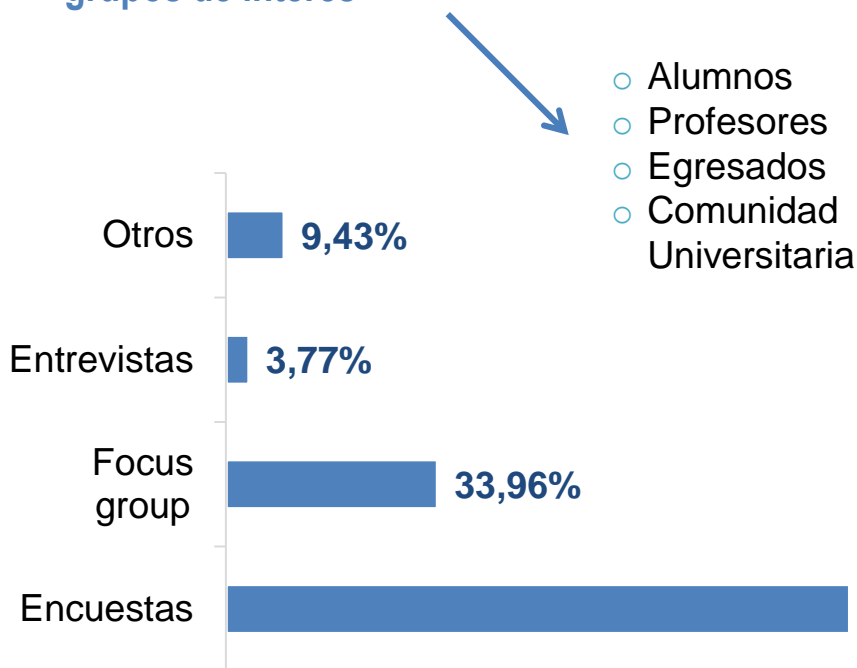




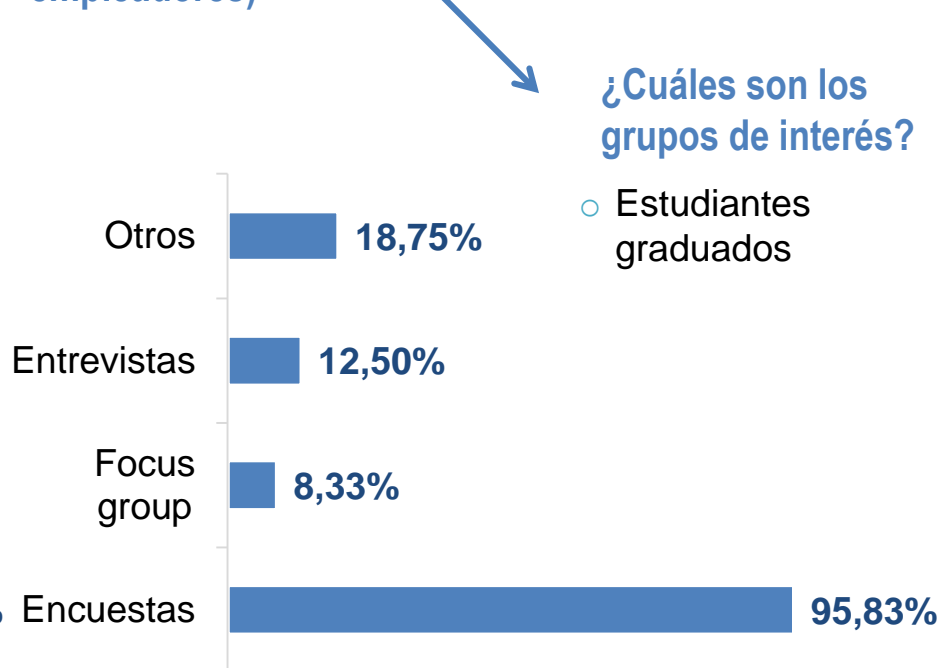
Unidad de Calidad: Métodos

- La encuesta es el método más desarrollado en la recogida de la percepción de los grupos de interés, aunque el uso de los focus groups también es destacable.
- Además, existen otros métodos que las universidades utilizan de manera adicional para el desarrollo de esta acción.

Recogida de la percepción de los grupos de interés



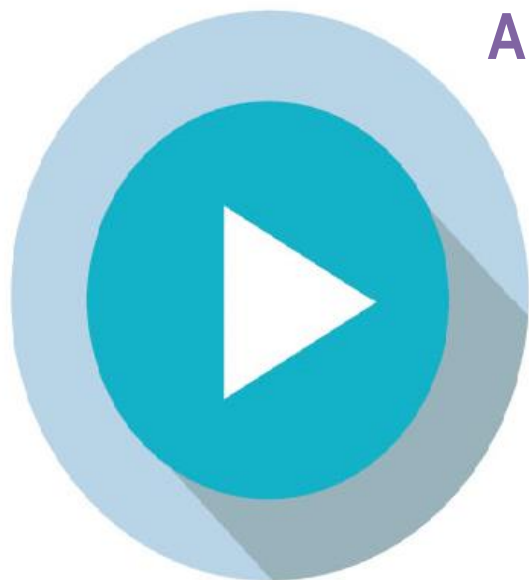
Inserción laboral de titulados (egresados y/o empleadores)





Estudio sobre la medición de la percepción de los grupos de interés

Alcance de los estudios

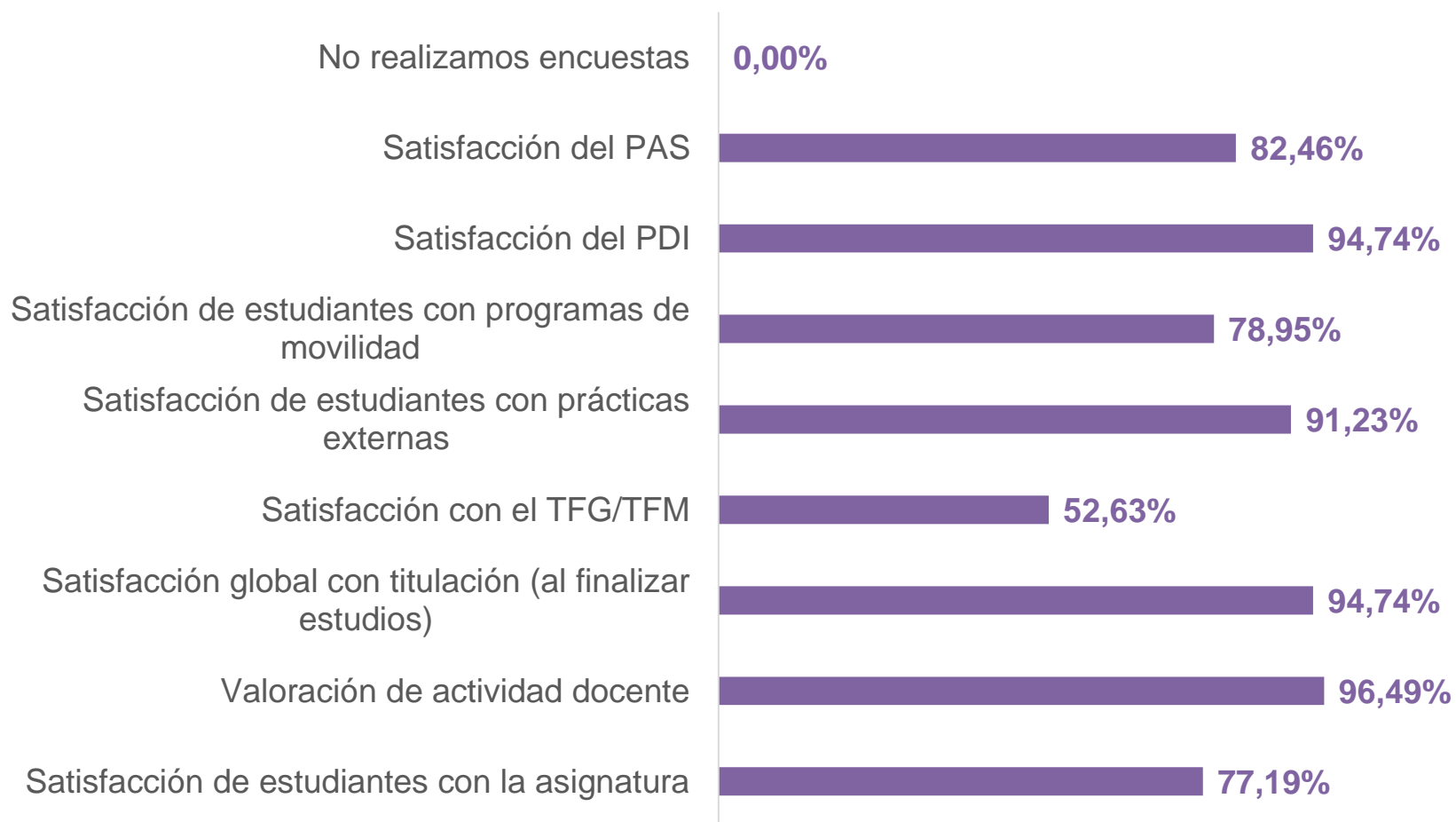


Tipo de encuestas realizadas



Alcance de los estudios: Tipo de encuestas realizadas

- En general, las universidades realizan encuestas para la mayoría de las opciones proporcionadas. Sin embargo, en comparación con el resto, las encuestas dirigidas a la satisfacción del TFG/TFM son utilizadas en menor medida.





Estudio sobre la medición de la percepción de los grupos de interés

Contenido de los cuestionarios:



Número de preguntas del cuestionario

¿Utiliza la misma escala en todas sus encuestas?

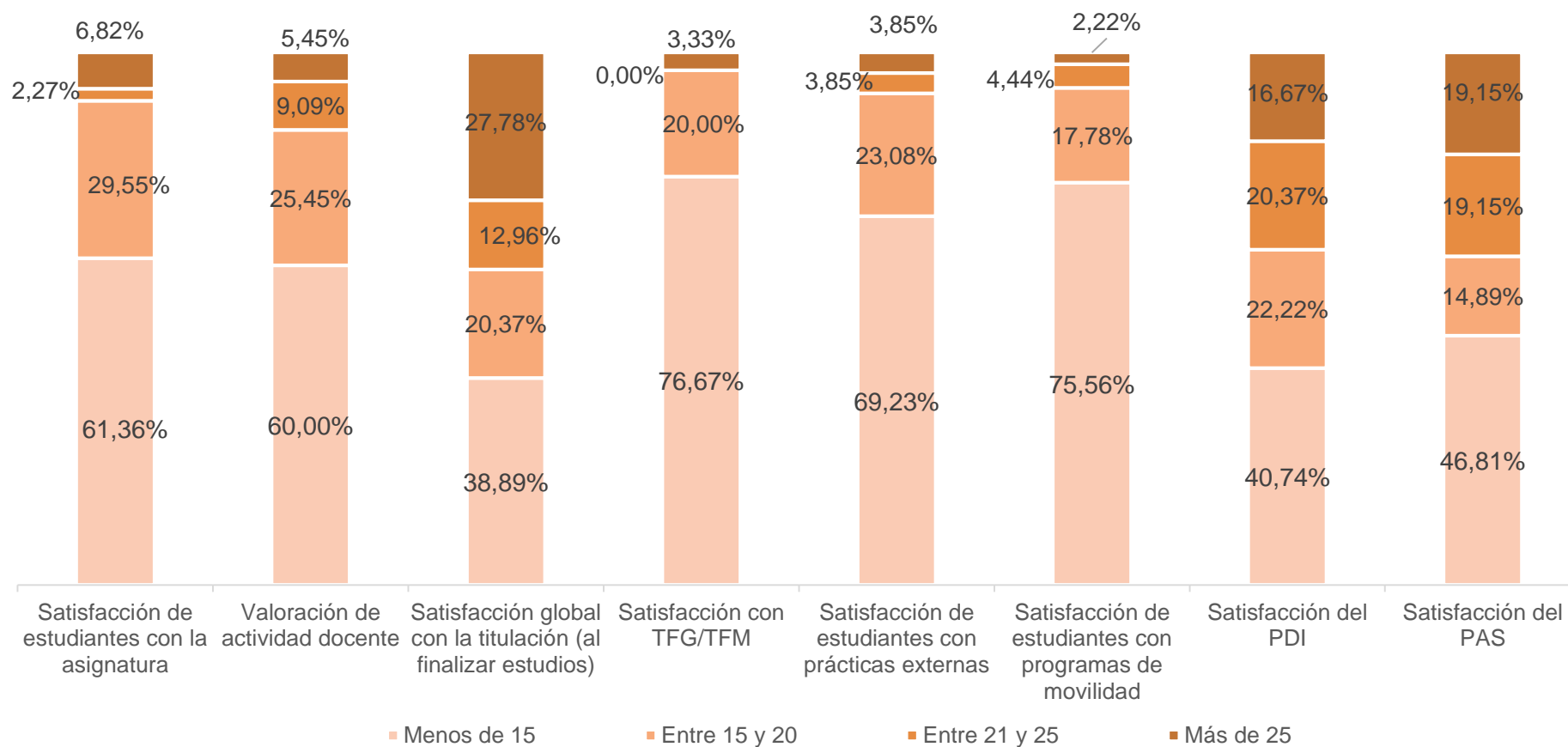
¿Calcula la importancia otorgada a cada una de las preguntas?

¿Pregunta la probabilidad de recomendación para el posterior cálculo de NPS?



Contenido de los cuestionarios: Número de preguntas del cuestionario

- Generalmente, las Universidades desarrollan encuestas con menos de 15 preguntas.
- Sin embargo, en el caso de las encuestas de satisfacción con el TFG/TFM, el número de preguntas incorporadas en las encuestas es mayor que 15.





Contenido de los cuestionarios: ¿Utiliza la misma escala en todas sus encuestas?

- 2 de cada 3 universidades españolas utilizan la misma escala en las encuestas realizadas a la comunidad universitaria.
- Además, las escalas numéricas, principalmente de 1 a 5, son las más recurridas para la realización de las encuestas.

■ De 0 a 10

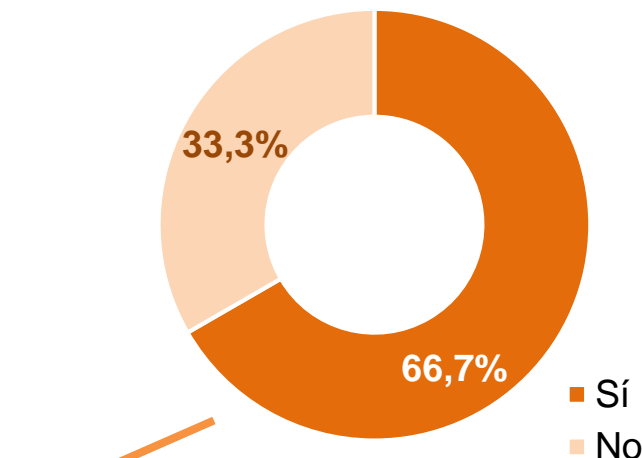
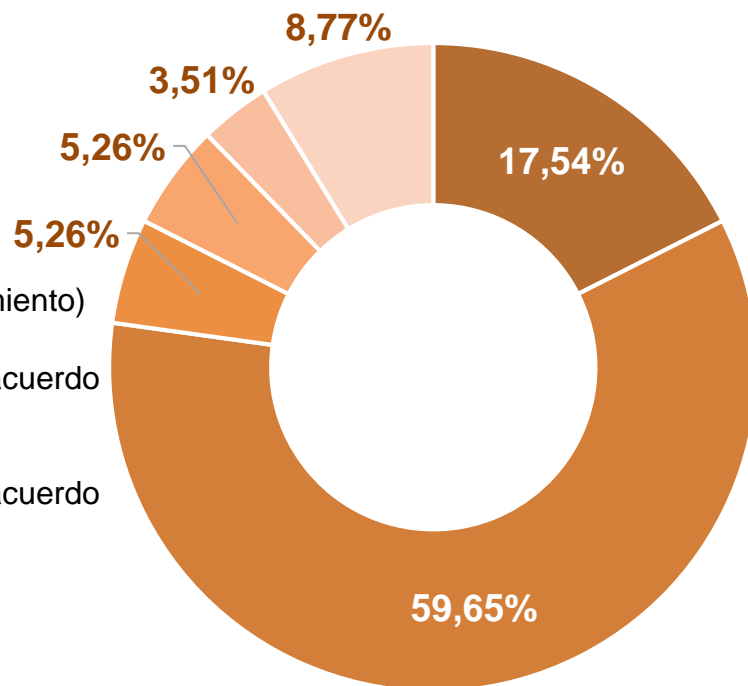
■ De 1 a 5

■ De 1 a 4 (o similar, con obligación de posicionamiento)

■ Escala en un tramo: de acuerdo - en desacuerdo

■ Escala en un tramo: de acuerdo - en desacuerdo con afirmaciones

■ Otras escalas

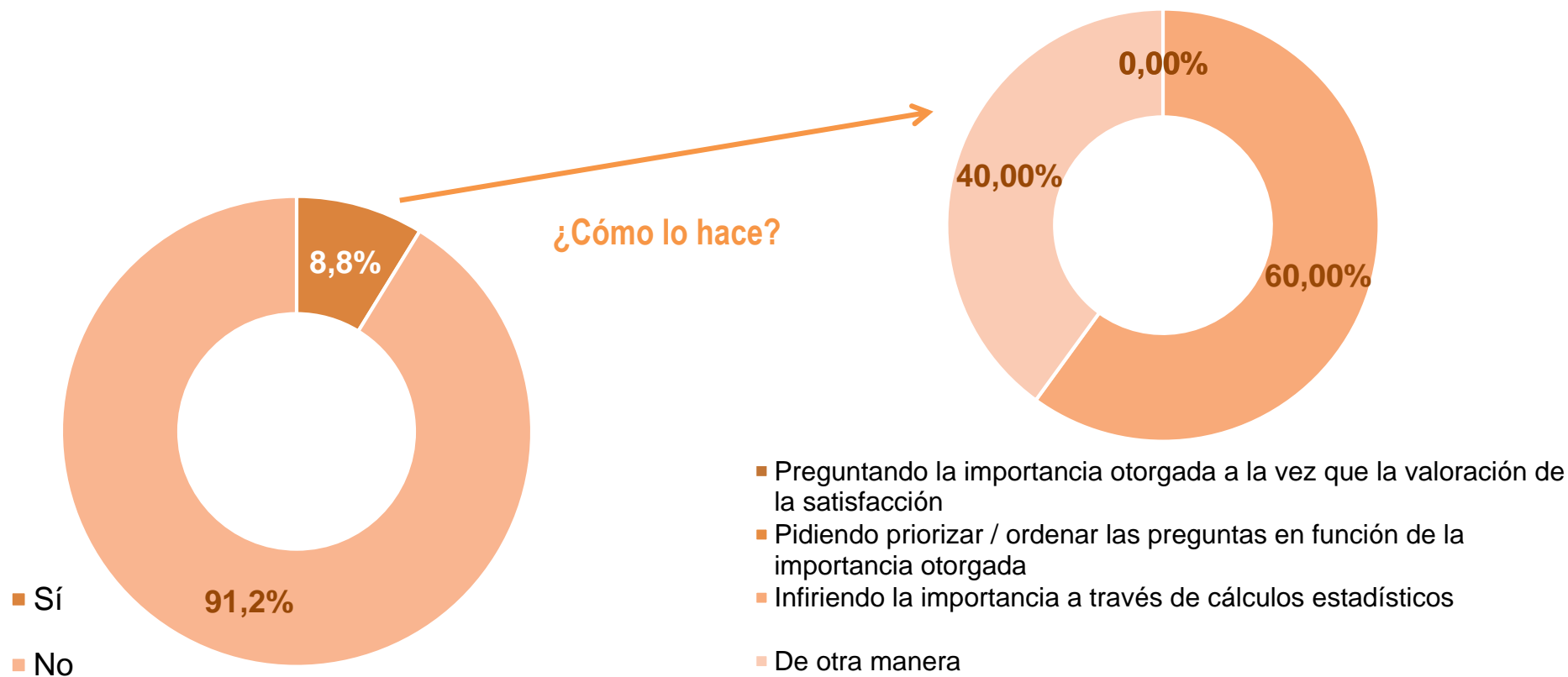


¿Cuál es la más utilizada?



Contenido de los cuestionarios: ¿Calcula la importancia otorgada a cada una de las preguntas?

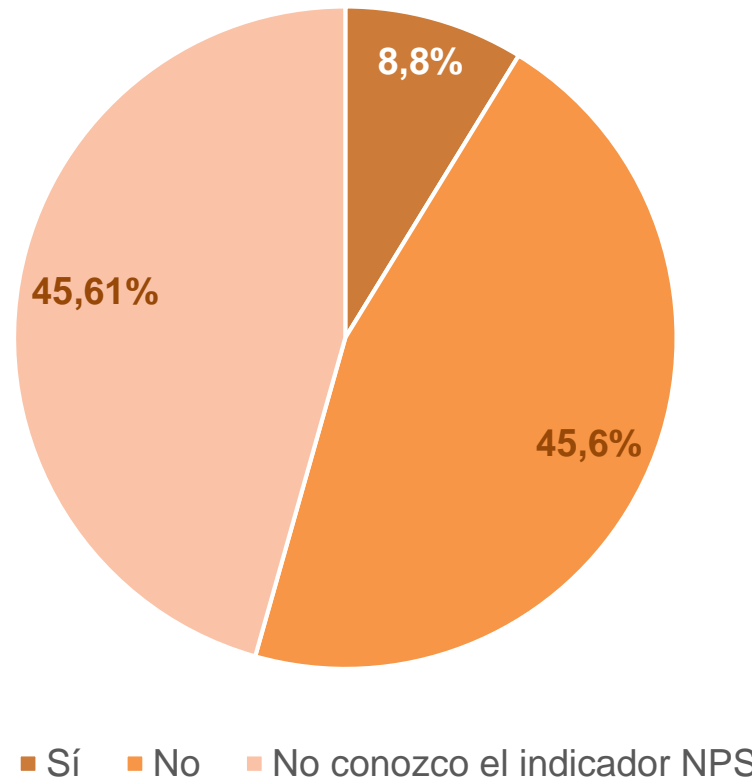
- 9 de cada 10 universidades españolas evalúan la importancia otorgada a cada pregunta.
- Los principales métodos son: la priorización de las preguntas en función de su importancia, utilizada por 6 de cada 10 universidades, y los cálculos estadísticos, usados por 4 de cada 10 universidades.





Contenido de los cuestionarios: ¿Pregunta la probabilidad de recomendación para el posterior cálculo de NPS?

- Sólo 1 de cada 10 universidades incluye en el cuestionario la probabilidad de recomendación para el cálculo de NPS.
- Sin embargo, casi la mitad de las universidades españolas que han participado en este estudio desconocen el indicador NPS.





Estudio sobre la medición de la percepción de los grupos de interés

Estudio de campo



¿Cuántas campañas de encuestas realiza?

¿De qué manera se contestan las encuestas?

¿Cuántos días dura la campaña para responder las encuestas?

¿Cuál es el grado de participación?

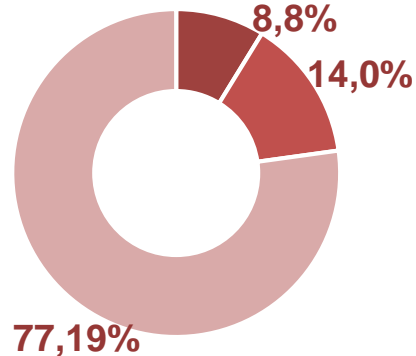


Estudio de campo

- La mayoría de las universidades españolas no confirman un número de campañas de encuestas realizadas, ya que dependen del tipo de encuesta.
- La mitad de las universidades encuestadas utilizan la plataforma on-line para realizar las encuestas.
- La duración de las campañas es superior a los 5 días naturales, destacando el rango entre 16 y 30 días naturales.
- Más de la mitad de las universidades españolas tienen un grado de participación entre 5 y 15 días naturales.

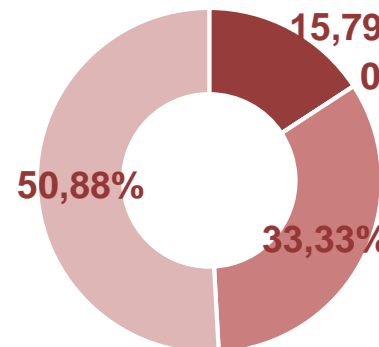
Nº Campañas de encuestas

- 1
- 2 (una por semestre)
- Depende del tipo de encuesta



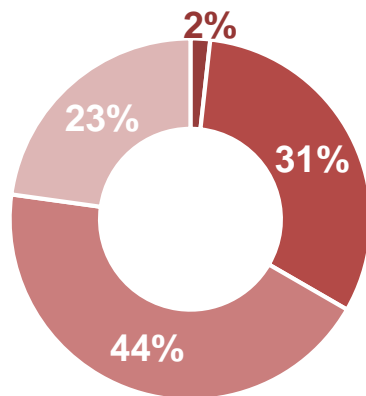
Medio de participación

- En formato papel
- A través de una plantilla Excel o similar
- Formulario de encuestas
- Plataforma on line de encuestas de la universidad



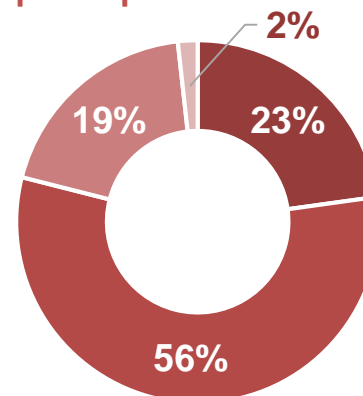
Duración de las campañas

- Menos de 5 días naturales
- Entre 5 y 15 días naturales
- Entre 16 y 30 días naturales
- Más de 30 días naturales



Grado de participación

- Menos de 25%
- Del 25% al 50%
- Del 50% al 75%
- Más del 75%





Estudio sobre la medición de la percepción de los grupos de interés

Análisis de conclusiones:



Presentación de los resultados de las preguntas

¿Se acompañan los resultados con un análisis de los mismos?

¿A quién se le entrega el informe de resultados de encuestas de alumnos?

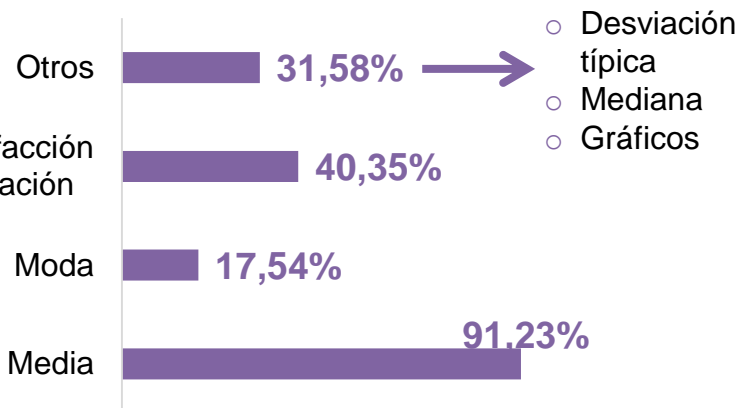


Análisis de conclusiones:

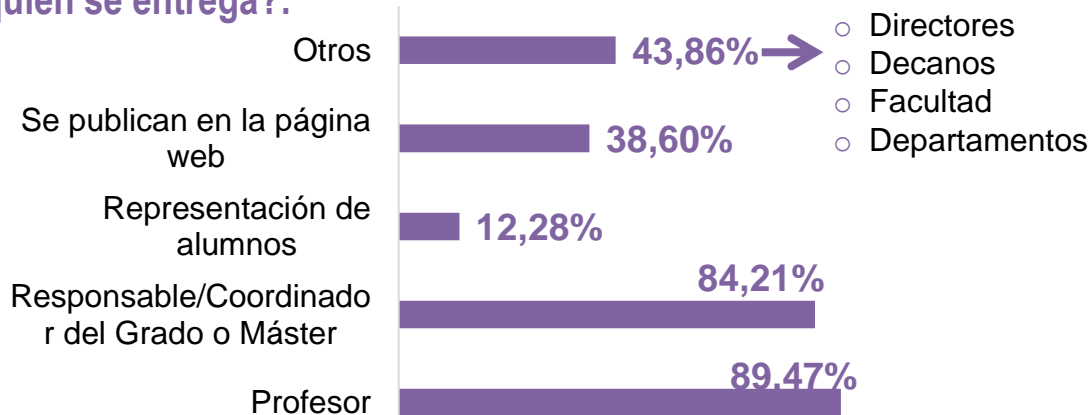
- 9 de cada 10 universidades españolas utilizan la media para presentar los resultados de las preguntas, aunque el porcentaje de satisfacción, la desviación típica y la mediana son otros indicadores destacables.
- La mayoría de universidades acompañan a los resultados de las preguntas con un análisis. Sin embargo, también realizan comparaciones con encuestas o cursos anteriores.
- Los informes de los resultados se entregan, principalmente, a los profesores y responsables del grado/máster, aunque también se informa a decanos y directores.

Presentación de resultados

% insatisfacción o satisfacción según tramos de valoración



¿A quién se entrega?:



¿Se acompañan los resultados con un análisis?





Estudio sobre la medición de la percepción de los grupos de interés

Gestión de los resultados:



¿Cómo se plantean las acciones de mejora?

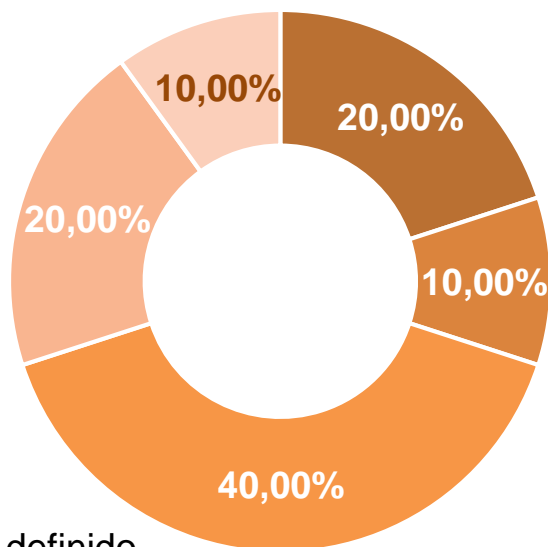
¿Cómo se revisa la mejora?



Gestión de los resultados

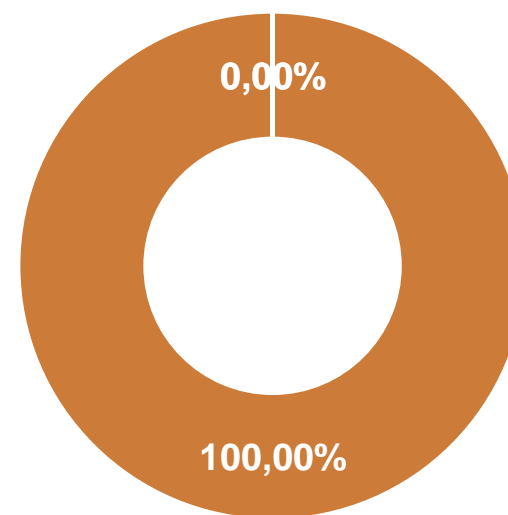
- 4 de cada 10 universidades españolas definen acciones de mejora por parte del coordinador de la titulación. También se debe destacar que 2 de cada 10 universidades no tienen fijado un planteamiento de acciones de mejora.
- Todas las universidades españolas que han participado en el estudio llevan a cabo un seguimiento de las acciones de mejora planteadas

Planteamiento de acciones de mejora



- No hay un estándar definido
- Concretando acciones de mejora por parte del responsable evaluado
- Concretando acciones de mejora por parte del coordinador de la titulación
- Concretando acciones de mejora por parte del área de calidad
- Concretando acciones de mejora por otra área de la Universidad

Revisión

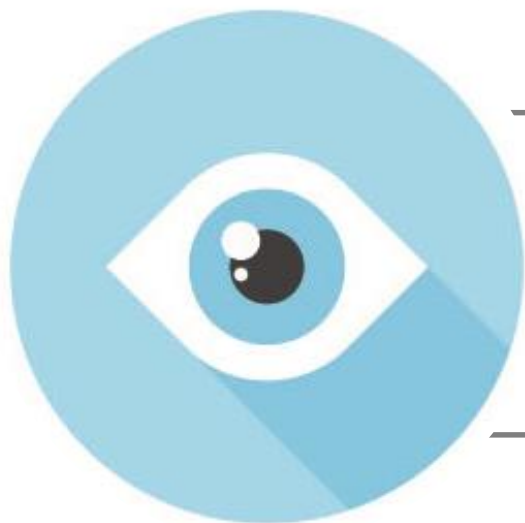


- No hay un estándar definido
- Revisando la evolución de los resultados de percepción
- Haciendo un seguimiento de las acciones de mejora planteadas



Estudio sobre la medición de la percepción de los grupos de interés

Resultados globales:



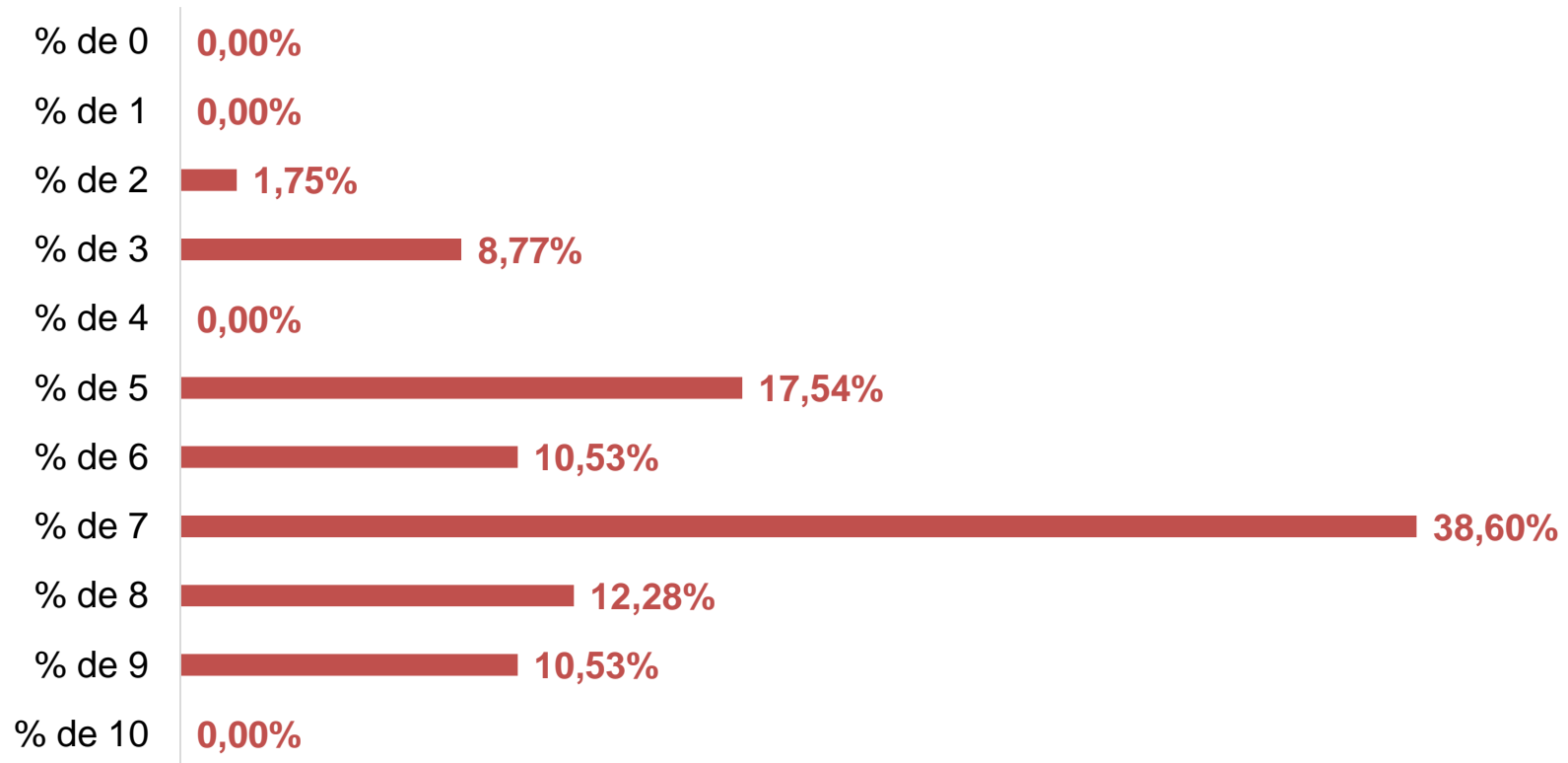
Percepción del sistema propio

Mejoras, barreras y puntos fuertes



Gestión de los resultados: Percepción del sistema propio

- La percepción general de las universidades españolas sobre su modelo actual de recogida de información sobre la satisfacción de los grupos de interés está valorada con un 7.
- La media de todas las universidades que han participado en el estudio es: 6,44.



MEDIA: 6,44



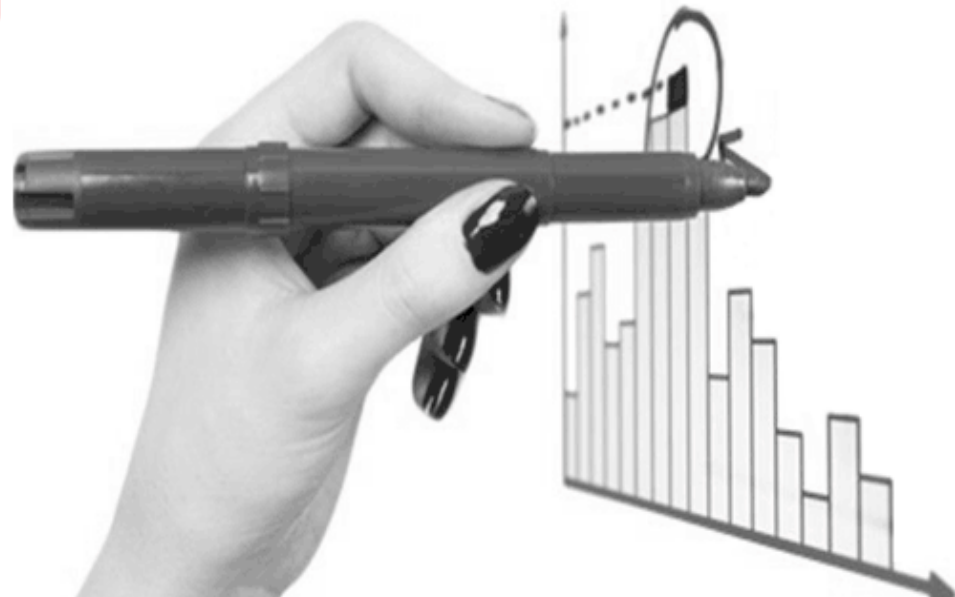
Gestión de los resultados: Mejoras, barreras y puntos fuertes

Mejoras	Barreras	Puntos fuertes
<ul style="list-style-type: none">• Adecuación y renovación de la metodología• Simplificar las encuestas y reducir el número de preguntas• Incentivar y promover las encuestas para aumentar la participación• Introducir focus group• Mejorar el análisis de los resultados e incrementar el uso de los mismos• Facilitar el uso de la plataforma digital para realizar encuestas y recoger los resultados	<ul style="list-style-type: none">• Falta de concienciación y/o colaboración de los grupos de interés• Presupuestos• Falta de personal• Falta de tiempo• Dependencia del servicio tecnológico	<ul style="list-style-type: none">• Modelo consensuado, económico y sostenible• Accesibilidad• Datos consolidados• Facilidad de acceso a las aplicaciones y herramientas informáticas• Procedimiento ágil de recogida de información

Estudio sobre

medición de la percepción

de los Grupos de Interés
en las Universidades españolas



Anexo. Respuestas cualitativas

*IX Jornadas de Reflexión y Debate de las Unidades de Calidad de las Universidades Españolas
Zaragoza, Junio 2018*



Universidad
Zaragoza

1542



DEPLOYMENT

Anexo. Respuestas cualitativas: Mejoras

Reducción de ítems

la implicación en el proceso de los grupos

Aumento de la tasa de respuesta para los estudios a distancia

aumentar la tasa de participación y de representatividad,

Mejorar la forma en que se analizan los datos para sacarles más partido

Simplificar las encuestas

actualización de los sistemas tecnológicos, mejora en la visualización personalizada por el receptor de los resultados, estudios de anticipación

Adecuar la metodología a los diferentes grupos de interés, frente al uso generalizado de la encuesta como herramienta. Presentar análisis de la información y los resultados obtenidos.

Para grupos pequeños, como los másters, metodologías focus group

Que no fuera únicamente por encuestas. Las encuestas deberían ser mas breves y luego hacer grupos con lo representantes de cada curso. Estos deberían ser los que trasladen la opinión del sentir de la clase. El problema de las encuestas es que son muchas, con muchos ítems y los alumnos no tienen percepción de que sirve de nada lo que hace que muchas veces los resultados no son representativos.

Introducir focus group

Implicar aún más al PDI en el proceso de recogida de encuestas

Implementar sistema que de mayor eficacia a las respuestas recibidas

Mecanismos que sean útiles para optimizar la participación en las encuestas

A través de la plataforma virtual de apoyo

unificar en una misma plataforma informática la recogida de encuestas,

incluir un modulo de explotación automático

personalizar el calendario de apertura

difusión a los alumnos para incrementar su participación i transparencia

tratamiento de los másteres

tratamiento de la representatividad

aumentar participación

uso de los resultados

1.Actuaciones para aumentar el porcentaje de participación.

2.Mas recursos para realizar un análisis mas detallado.

Automatización

Mecanismos alternativos o complementarios para la recogida de información de satisfacción de los grupos de interés.

Anexo. Respuestas cualitativas: Mejoras

Poder analizar comentarios cualitativos

Realizar las encuestas online

Aumentar la participación.

Automatizar el tratamiento, visaulización web y entrega de resultados de forma centralizada, a los diferentes agentes implicados.

Evaluación de los resultados: Convertir la información en conocimiento para la organización

Mejorar la participación de los grupos de interés no miembros de la comunidad universitaria

Extracción de datos y generación de informes más automática

Incorporar al profesorado externo

Incorporar la valoración de los TFE

Mejorar la tasa de respuesta

Que el profesorado valore la información proporcionada y haga verdaderos análisis de la misma

Unificar las escalas

validez y fiabilidad los cuestionarios

otras técnicas: grupo focal, entrevista

Mayor participación. Análisis más exhaustivo de los datos. Unificar modelos de encuestas a los grupos de interés que realizan distintos servicios de la Universidad

Mejorar la automatización de los informes de resultados

Aspectos de visibilización y participación

Mejorar la tasa de respuesta

MEJORAR LA MUESTRA

REDUCIR ESTUDIOS

EXPLOTACIÓN DE LA INFORMACIÓN EN LA PUBLICACIÓN DE RESULTADOS

-Recogida automática de los porcentajes de respuesta por parte de los servicios informáticos de la universidad, para evitar que tenga que hacer este cálculo la Unidad Técnica de Calidad de la universidad.

-Hacer un seguimiento del grado de ejecución de los planes de mejora de los distintos Centros de la Universidad para ver su nivel de cumplimiento.

-Realizar un cuestionario específico para modalidad semipresencial y otro específico para titulaciones de máster oficial.

la percepción de la utilidad de las encuestas por parte de todos los gestores

Reducir las tipologías de encuesta, utilizar una plataforma más ágil, tener mejoras en los informes de resultados a demanda y utilizar sistemas de gráficos y frecuencias para la representación de los resultados.

Anexo. Respuestas cualitativas: Barreras principales

De momento lo que mejor resultado nos da (mejores tasas de respuesta) los las encuestas presenciales en el aula.

Técnica.

La principal barrera es que, lo grupos de interés, sobre todo el alumnado, no entiende aun, la importancia que tiene la evaluación para la mejora continua de la Universidad.

Necesitamos incorporar al Servicio a una persona con un perfil adecuado

El histórico.

presupuestarios, de priorización institucional

las diferentes estructuras directivas de la organización

El tiempo y lo costoso que es.

Falta personal

Que el alumno, principalmente, no visualiza par qué sirve las encuestas

Se han utilizado varios métodos, pero dejan de ser útiles al cabo de poco tiempo. Los GI parece que no tienen motivación para contestar a las encuestas

Problemas técnicos.

recursos humanos ,tiempo y dinero, politica institucional

1. Hay poco percepción de la calidad y la mejora continua. 2. Limitaciones

La resistencia a cumplimentar tantas encuestas.

Son dos barreras: recursos económicos para la parte tecnológica y una modificación normativa en el caso de las encuestas de evaluación docente, que permita una gestión de los grupos de docencia que racionalice el uso de la herramienta.

Se está debatiendo en este momento

Hay cierto grado de automatización en la realización de informes de resultados y de sus análisis, pero es complicado aumentar el grado de automatización sin perder la calidad del análisis... es complicado a nivel informático conseguir más, se sigue trabajando en ello.

Gestionar la visibilización.

Lograr la participación de los estuđinates.

Falta de colaboración

VOLUMEN DE ESTUDIOS, RECURSOS DISPONIBLES, LAS PROPIAS MUESTRAS , FALTA DE LIDERAZGO INSTITUCIONAL

La actual plataforma informática de la universidad no permite el cálculo automático de los porcentajes de respuesta.

La dependencia del Servicio de Tecnologías de la Información de la Universidad

La inercia. Las encuestas están consolidadas dentro de la universidad y es muy difícil plantear cambios.

Falta de tiempo

Anexo. Respuestas cualitativas: Barreras principales

Inercias. Comodidad. Resistencia al cambio.. Valoración/importancia. Escasa cultura de la calidad.

No existe una barrera. Pero la implantación de una nueva herramienta requiere de unos plazos determinados.

Falta de personal y concienciación de los grupos de interés.

La información necesaria para algunas encuestas (prácticas externas, evaluación de la docencia) no se encuentra disponible en la base de datos de matrícula (SIGMA).

Determinados grupos de interés (empleadores) no tienen acceso a la plataforma de encuestas.

Presupuesto, disponibilidad de recursos humanos y técnicos

El número de encuestas y de encuestados hace imposible utilizar otro método que no sea el online. Conseguir la implicación de los encuestados para que dediquen parte de su tiempo a hacer la encuesta es muy complicado. Por otro lado, a los estudiantes se les anima a participar en varias encuestas a lo largo del curso, lo que hace que su hartazgo se vaya incrementado a medida que pasan los cursos. Tenemos mayor participación en los primeros cursos.

Cansancio y desánimo en el personal universitario por la excesiva carga de gestión que los procesos de evaluación conllevan herramientas informáticas

La falta de tiempo con los recursos humanos disponibles

recursos económicos y humanos

Falta de prioridad

Títulos interuniversitarios, donde hay que aplicar el SGC de la Universidad responsable (con los cuestionarios que tenga definidos) y es un inconveniente trabajar con distintos modelos

las múltiples ocupaciones de los mismos

Las encuestas son voluntarias, y los alumnos a distancia no vienen al centro y por lo tanto son mas difíciles las campañas de motivación

elevado número de encuestas

Conseguir la atención de los estudiantes.

Falta de RRHH y soluciones TIC implantadas

Conocimiento y dedicación (tiempo - recursos)

La participación de los grupos de interés externos

Costes, política informática

Recursos

Anexo. Respuestas cualitativas: Puntos fuertes

El modelo esta consensuado con toda la comunidad universitaria y esta aceptado por todos.

Las consecuencias para PAS y PDI.

Es un modelo que abarca mucha información al mismo tiempo que no requiere mucho esfuerzo por parte de los grupos de interés, y es un sistema organizado y sistematizado en el poco tiempo que ha transcurrido desde el Reconocimiento de la Universidad.

Además, la Comisión de Garantía de Calidad se complementa con la Comisión de Coordinación Docente, y el Departamento de Calidad hace de nexo entre todos los ámbitos evaluables de la Universidad, por lo que facilita el procedimiento, lo hace transversal y genera pertenencia, por lo que conlleva a una obligatoria implicación.

Las aplicaciones y herramientas informáticas de gestión de la calidad

1. Sistema informático corporativo de gestión y análisis de la información: Plataforma integrada de recogida y acceso a los datos.

2. Pacto de dedicación: El autoinforme recoge la información del pacto de dedicación que anualmente realiza el profesorado. En el momento de evaluación, la mayoría de la información ya está validada por el profesor/a y director/a del departamento y se vuelca automáticamente en el informe

global, equilibrado y transparente

Consolidación del sistema por su uso continuado y aceptado en un largo periodo de tiempo.

Con 20 preguntas (que queremos reducir a 10-12) y si fuéramos capaces de que los alumnos contestaran, se podría tener conocimiento real de su opinión y poner en marcha mejoras.

Colaboración e implicación de los estudiantes

El método es a coste 0 Euros para la Universidad y la captación se ha duplicado con respecto a método anterior (encuesta directa al alumno vía on-line)

Se han incorporado metodologías para aumentar el índice de respuesta, como el uso de dispositivos móviles; Una aplicación específica de respuesta on-line; procesamiento de las encuestas automatizado, y elaboración de informes a los distintos colectivos también automatizados

Permite que los responsables de las titulaciones elijan entre modalidad presencial u online en la aplicación de las encuestas aunque diversas, las herramientas informáticas

los informes exhaustivos de resultados a diferentes niveles de agregación

la historia acumulada

la información web y las FAQs

Plan general de recogida de información estructurado y reconocido en las distintas renovaciones de la acreditación de los títulos.

Herramienta informática que facilita el proceso de gestión de encuestas. Alta participación, en general.

Agilidad en el tratamiento de resultados.

Se recoge la información suficiente para el análisis y mejora de la docencia

Anexo. Respuestas cualitativas: Puntos fuertes

ESTRATEGIA PROPIAS DE LA UNIDAD TÉCNICA DE CALIDAD PARA PODER ASUMIR TODOS LOS ESTUDIOS

ADAPTABILIDAD ,PACIENCIA

PLANIFICACIÓN TEMPORAL DE ENCUESTAS ANUALES DESDE LA UNIDAD TÉCNICA DE CALIDAD

-El procedimiento de recogida y análisis de datos de los distintos grupos de interés.

El incremento de la participación

Alta participación de los estudiantes, en general, debido a la implicación de los responsables

Despliegue efectivo de modelos de encuestas para todos los colectivos, algunos de ellos con una historia de unos 20 años.

Cuestionarios depurados por la larga tradición en encuestas de actividad docente. Modelo exhaustivo. Software de encuestas integrado en la ordenación docente.

Histórico de datos consolidado, participación alta de los distintos colectivos.

Disponibilidad de tendencias.

Actualmente, nuestro principal punto fuerte es la elevada tasa de participación, que en muchos supera el 80%.

Además se obtienen resultados relevantes para la mejora del profesorado, los títulos y los servicios gracias a que el diseño y continua revisión de los cuestionarios.

Facilidad y agilidad del sistema on line de encuestas

La aplicación informática para la realización de encuestas

al haber mantenido un esquema general de preguntas, los resultados son comparables en el tiempo, y entre diferentes estudios

La integración del sistema en la intranet de los alumnos.

Participación y fiabilidad

Información completa de los principales colectivos.

Las encuestas de valoración de la docencia que se hacen con la plataforma de la Universidad, solo obtienen un 20-25% de tasa de respuesta, pero las de satisfacción general se hacen en papel o telefónicas y la tasa de respuesta es muy alta porque se calcula el número para que la fiabilidad sea alta. Este aspecto no se valora suficientemente en la Universidad porque estas encuestas se realizan cada 2-3 años y quedan escondidas por las de la valoración docente que son semestrales.

Las experiencias en focus group con PAS y empleadores son altamente satisfactorias.

capital humano

Las encuestas a los estudiantes se realizan desde hace más de 7 años, con lo que se trata de un proceso totalmente consolidado. Se pueden realizar a través de una plataforma online o mediante dispositivos móviles.

La accesibilidad

el modelo descentralizado de aplicación por centros

las preguntas están diseñadas para que puedan ser utilizadas en varios programas de calidad simultáneamente como son los seguimientos, DOCENTIA, Acreditación de titulaciones, Acreditación del profesorado, etc....

Anexo. Respuestas cualitativas: Puntos fuertes

Eficiencia en el trabajo de los RRHH disponibles y alineamiento entre encuestas de diferentes grupos de interés

Cultura de la encuesta: para mostrar satisfacción e insatisfacción. Además los resultados sirven para la evaluación de profesores y para la toma de decisiones

Las encuestas sobre la actividad docente (estudiantes, egresados, PDI y PAS)

flexibilidad, diseño a medida, llegamos a todos los grupos de interés, procedimiento

Completo pues abarca todos los aspectos de los Títulos
