



Introducción

1.OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

El presente documento constituye el informe de resultados y conclusiones de la FASE CUANTITATIVA del estudio de MEDICIÓN DE LA SATISFACCION DE LOS ALUMNOS CON LOS SERVICIOS DE LA UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID.

Los objetivos asignados a la investigación se centraban en los siguientes bloques de información:

1.1 LA SATISFACCIÓN DEL ALUMNO CON LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE LA UNIVERSIDAD

Medición mediante escala 1 (muy insatisfecho) a 5 (muy satisfecho) de la calidad percibida en los distintos atributos de servicio, agrupados para su exploración en los siguientes apartados:

REPROGRAFÍA

APOYO Y MANTENIMIENTO

TIENDA/ LIBRERÍA

CAFETERÍA/ RESTAURANTE

ACTIVIDADES DEPORTIVAS

ACTIVIDADES CULTURALES/ RECREATIVAS

BECAS

AULAS INFORMÁTICAS, CORREO ELECTRÓNICO Y SERVICIOS EN RED

INFORMACIÓN ACADÉMICA, MATRICULACIÓN, ASESORAMIENTO Y OTROS SERVICIOS DE ADMINISTRACIÓN DE ALUMNOS.



1.2 EVOLUCIÓN PERCIBIDA EN LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS

Mediante escala de 1 (mucho peor) a 5 (mucho mejor) referida a los últimos 1-2 años.

1.3 HÁBITOS Y FRECUENCIAS DE UTILIZACIÓN DE LOS SERVICIOS

Capítulo centrado en chequear las prácticas de uso de determinados servicios con una doble finalidad:

Filtrar la opinión sobre dichos servicios, acotándola a los alumnos con un nivel de utilización determinado

Identificar cuotas de uso de los distintos servicios al objeto de conocer el grado de utilización actual de cada uno de ellos.

Con carácter general, hemos utilizado una escala de frecuencias de utilización homogénea para los servicios chequeados y referida al trimestre inmediatamente anterior a la fecha de realización del trabajo de campo:

Nunca

1-2 veces

Entre 3 y 5 veces

Con mayor frecuencia.



2. METODOLOGÍA

TECNICA DE EXPLORACION:

Encuesta mediante CUESTIONARIO AUTO-ADMINISTRADO, cumplimentada en el entorno de utilización de los servicios chequeados; las encuestas contaron con apoyo presencial de la red de encuestadores de ERYBA.

PUBLICO OBJETIVO: Alumnos de la Universidad Carlos III

TAMAÑO Y SELECCIÓN DE LA MUESTRA: SEISCIENTOS VEINTISEIS (626) INDIVIDUOS seleccionados aleatoriamente a partir de un plan de cuotas por sexo, titulación y curso.

El detalle sobre la distribución de la muestra por las variables mencionadas figura en la página xxx de este informe.

TRATAMIENTO DE DATOS:

Análisis de la SATISFACCION para cada atributo de calidad

- Frecuencias de satisfechos, no decantados e insatisfechos (4/5, 3 y 1/2 respectivamente en la escala utilizada)
- Medias de satisfacción (1 a 5) en cada atributo
- Media de satisfacción general (media aritmética de las medias de satisfacción en cada atributo)

Análisis de la EVOLUCION PERCIBIDA en la calidad de los servicios

- Porcentaje de individuos que perciben cada uno de los servicios por su evolución...
 - ☐ A mejor (4/5 en la escala)
 - ☐ Igual (3 en la escala)
 - ☐ A peor (1/2 en la escala)
- Medias de evolución (1 a 5) percibida en cada servicio.



FECHAS DE REALIZACIÓN DEL TRABAJO DEL CAMPO:

Distribuidas en dos periodos:

18-22 Diciembre 2000

10- 13 Enero 2001

FORMATO DE PRESENTACION DE RESULTADOS:

Con carácter general hemos incorporado a las distintas series gráficas sobre satisfacción, cuatro perspectivas de exposición de los resultados:

Satisfacción con cada atributo de calidad a NIVEL GENERAL del servicio afectado

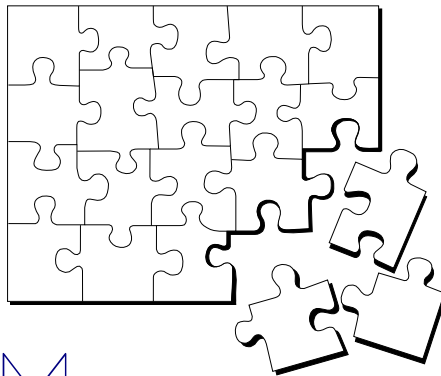
Idéntico análisis pero a NIVEL DE CADA CENTRO DE SERVICIO analizado

Datos para cada centro de servicio en los diferentes atributos de calidad

Datos de satisfacción global(satisfacción media con los diferentes atributos) tanto a nivel global (el servicio en su conjunto) como para cada centro de servicio analizado.

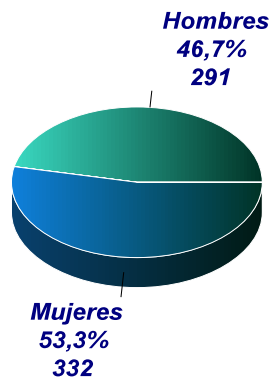


2

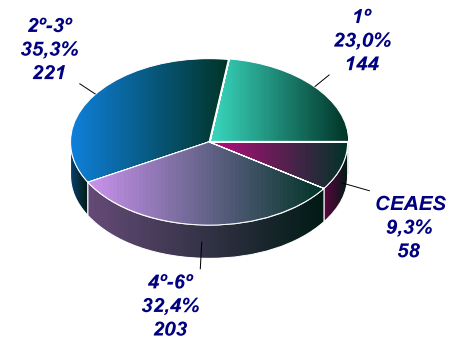


Muestra

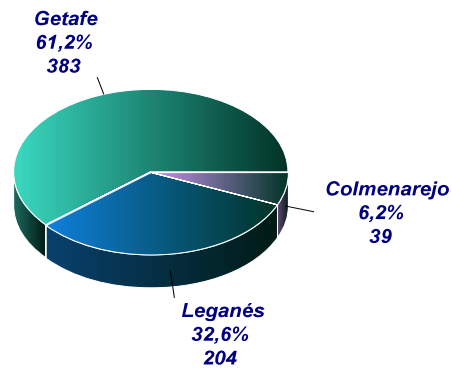
Muestra: Sexo



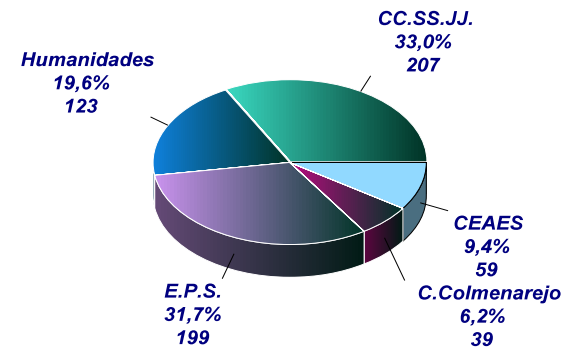
Curso



Campus



Centro

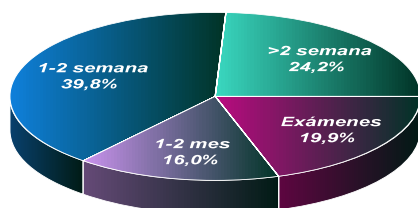


3

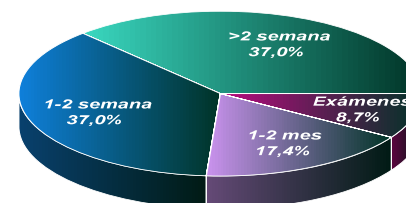


biblioteca

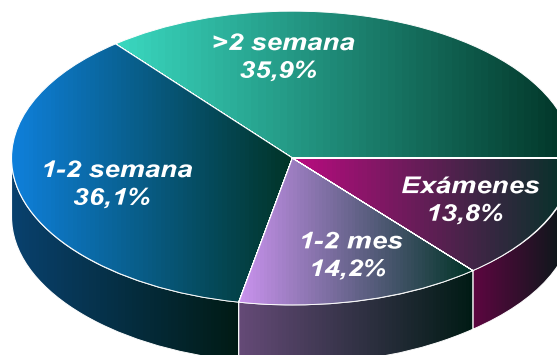
María Moliner (Getafe)



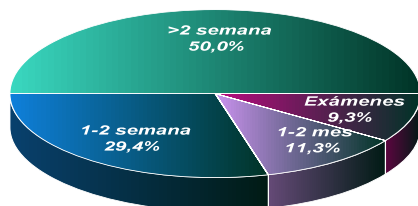
Concepción Arenal (Getafe)



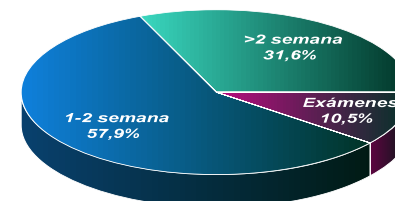
Biblioteca: Utilización



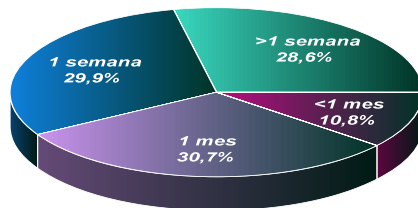
Rey Pastor (Leganés)



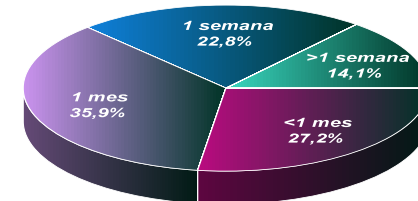
C.Colmenarejo



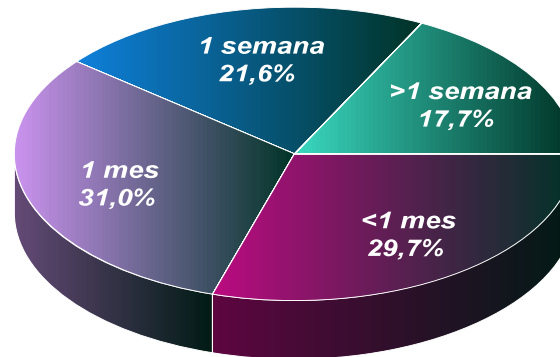
María Moliner (Getafe)



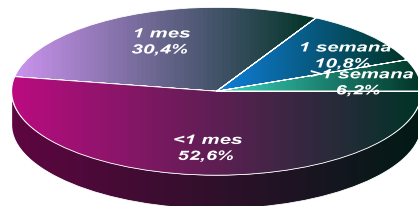
Concepción Arenal (Getafe)



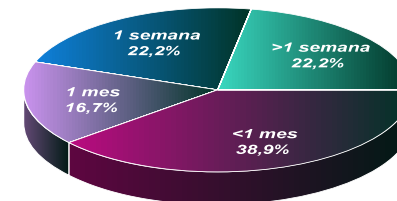
Biblioteca: Uso equipos informáticos



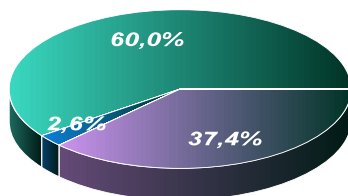
Rey Pastor (Leganés)



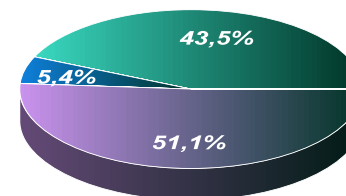
C.Colmenarejo



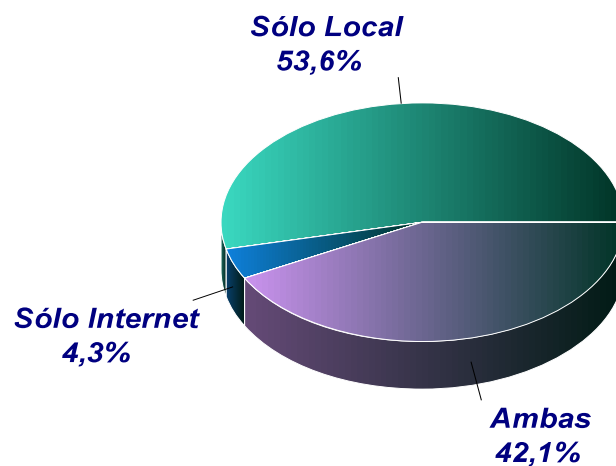
Maria Moliner (Getafe)



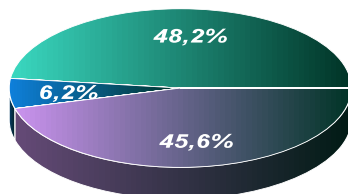
Concepción Arenal (Getafe)



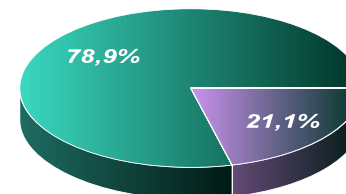
Biblioteca: Modalidades de uso

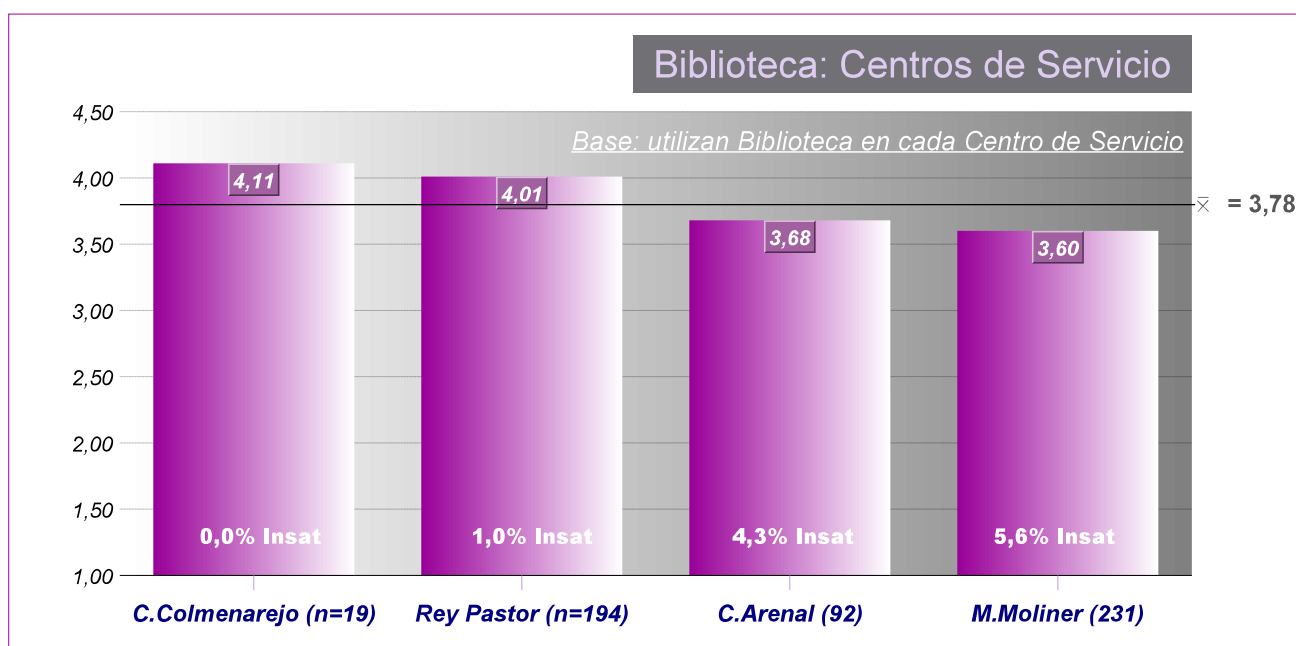


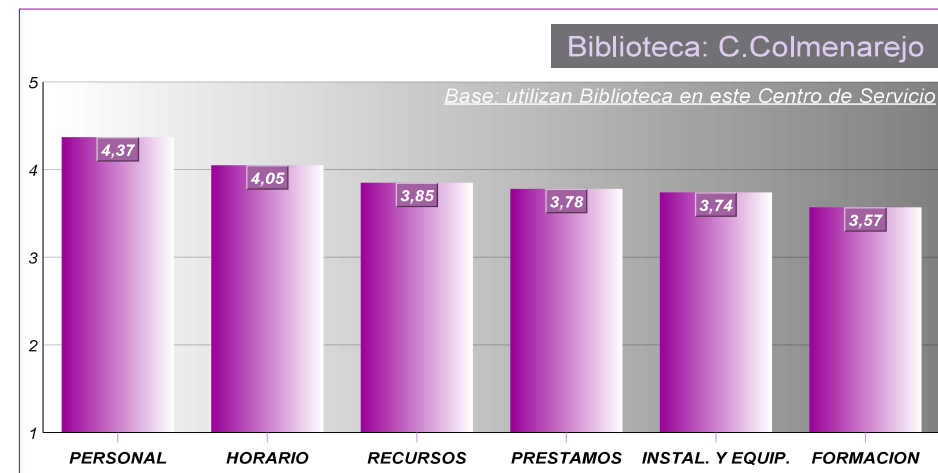
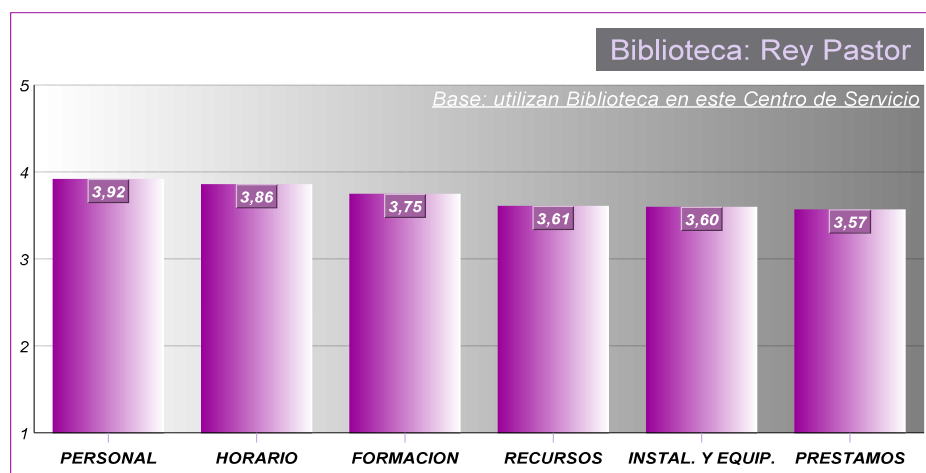
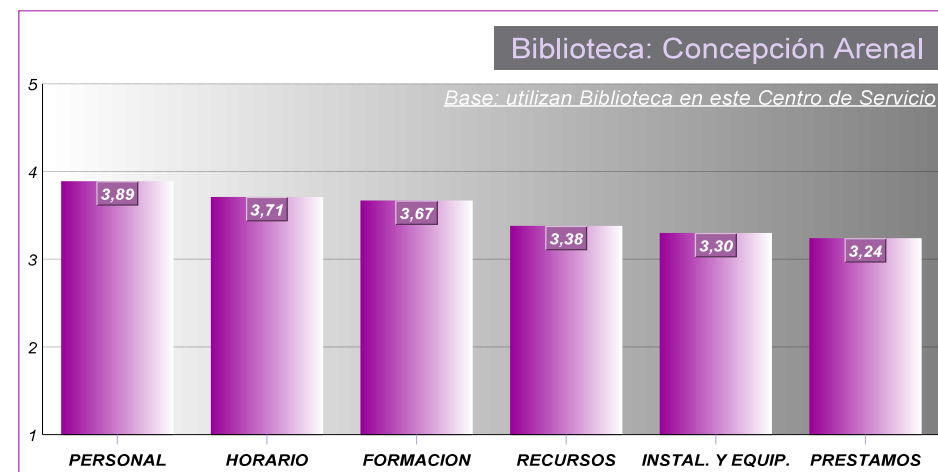
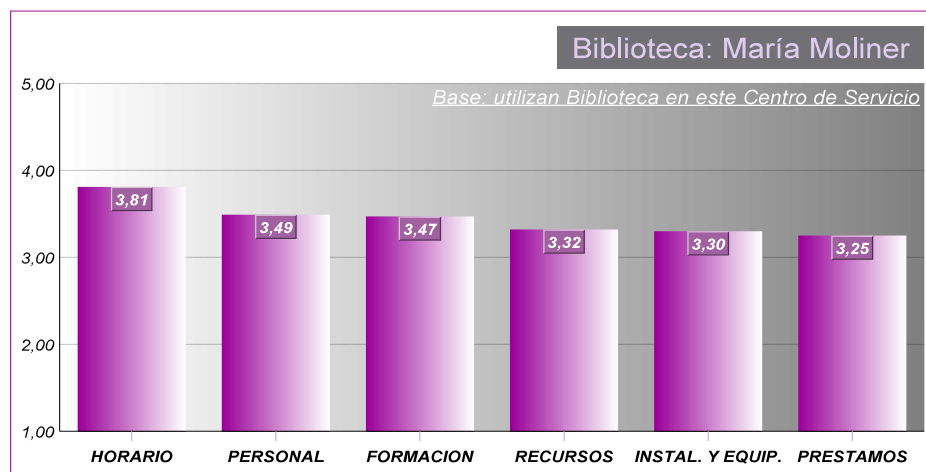
Rey Pastor (Leganés)

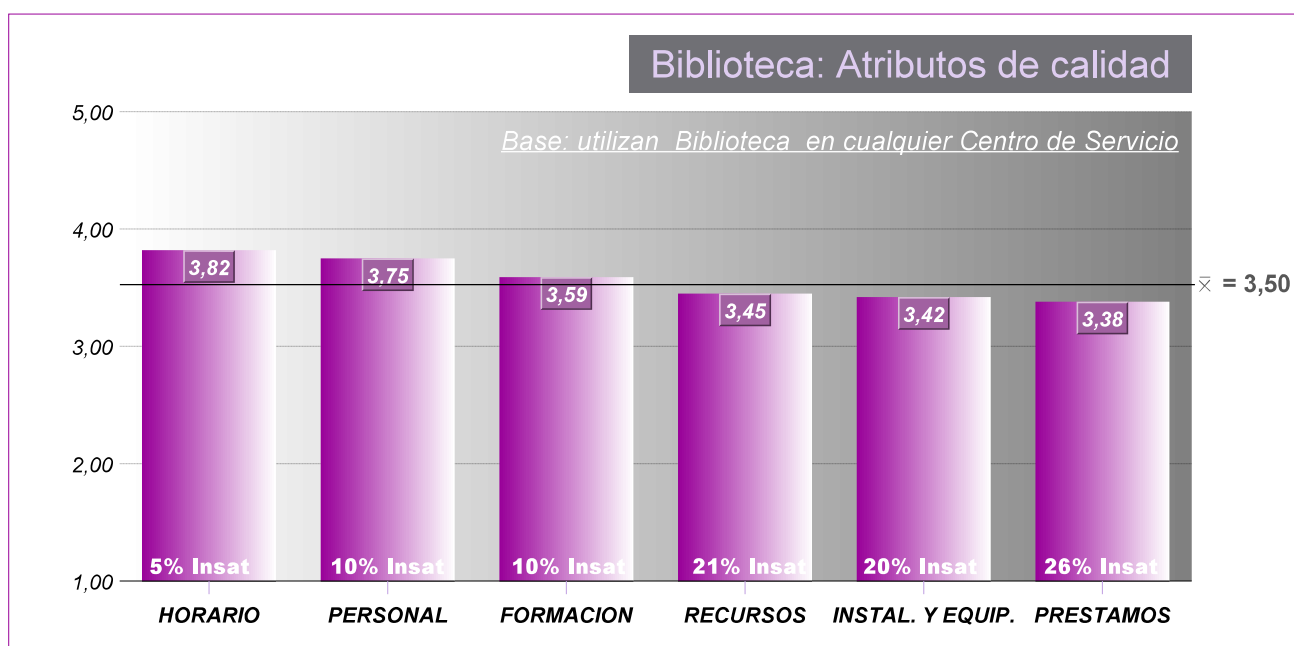


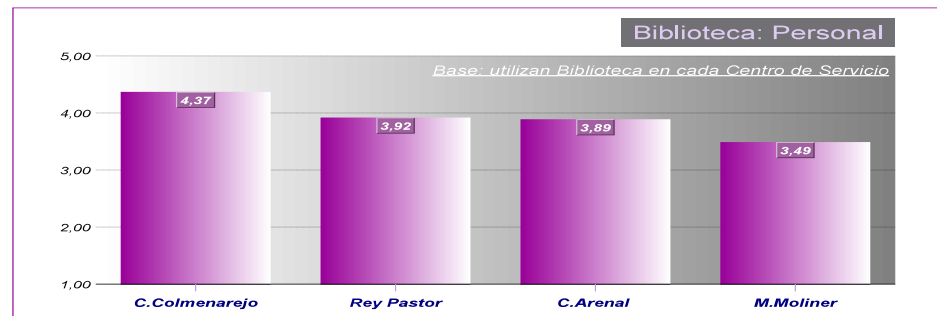
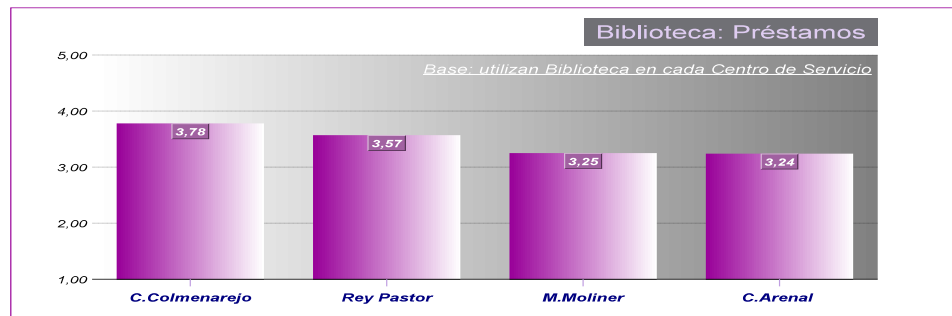
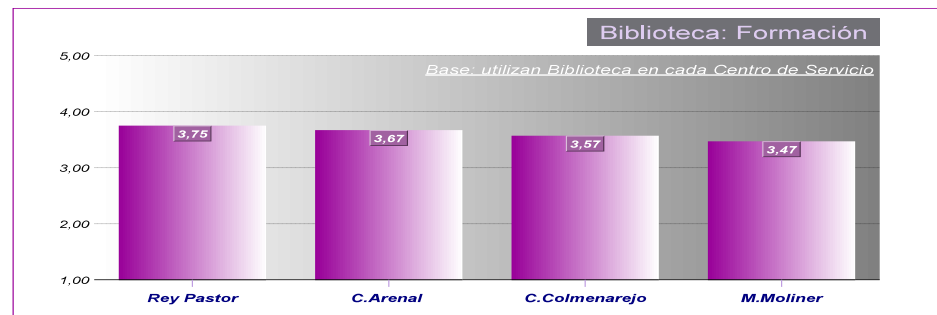
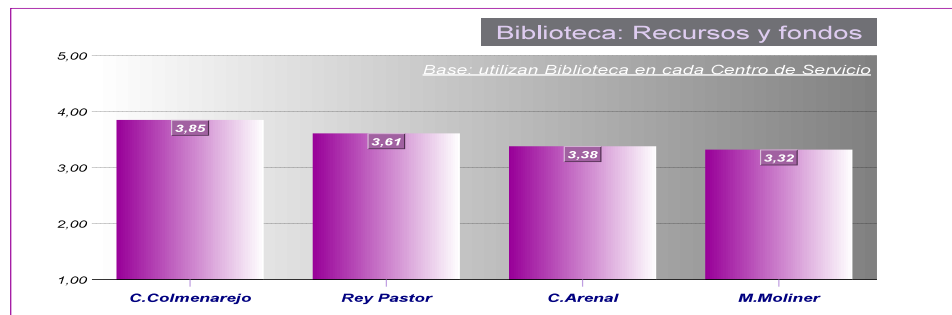
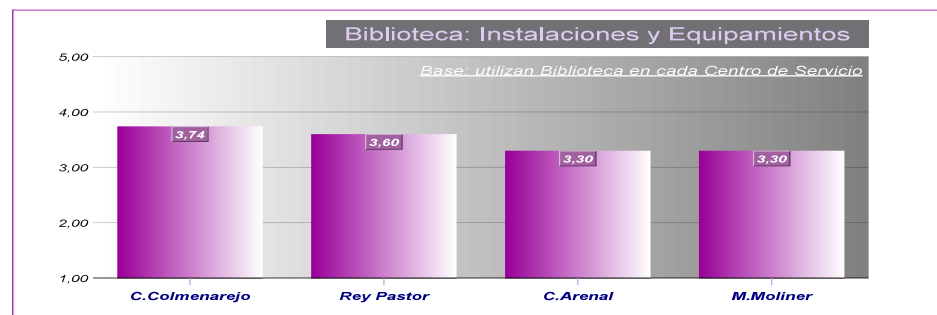
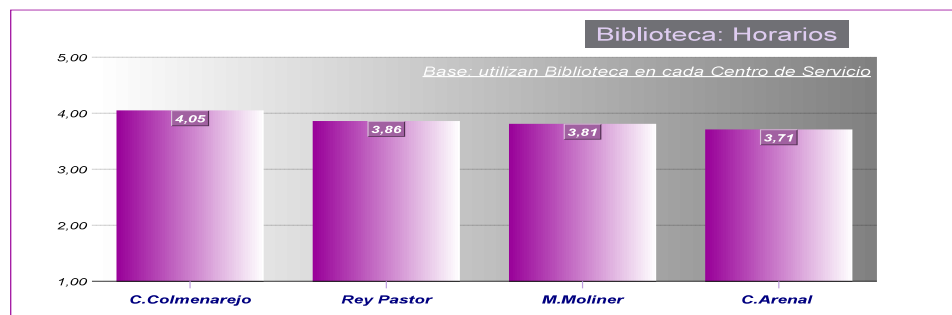
C.Colmenarejo



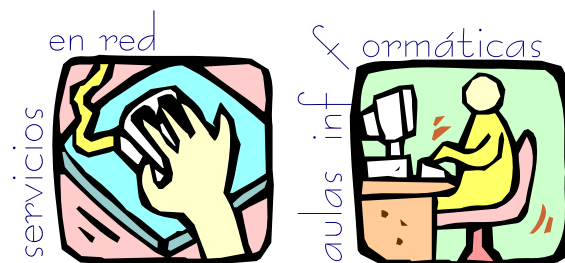






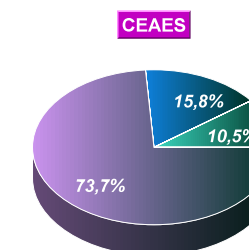
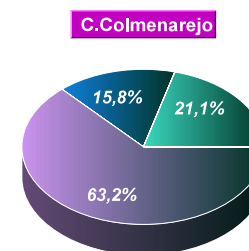
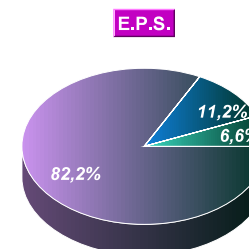
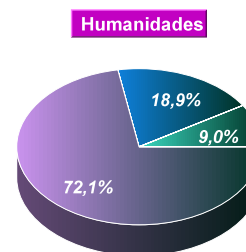
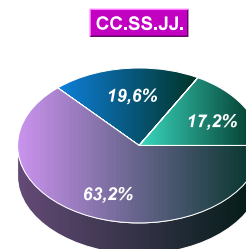
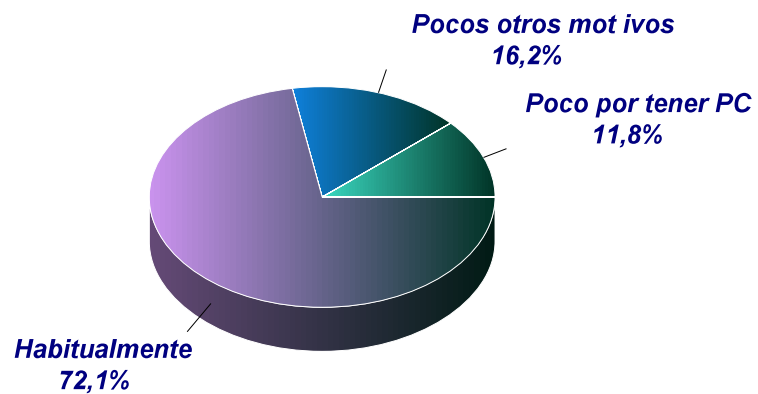


4

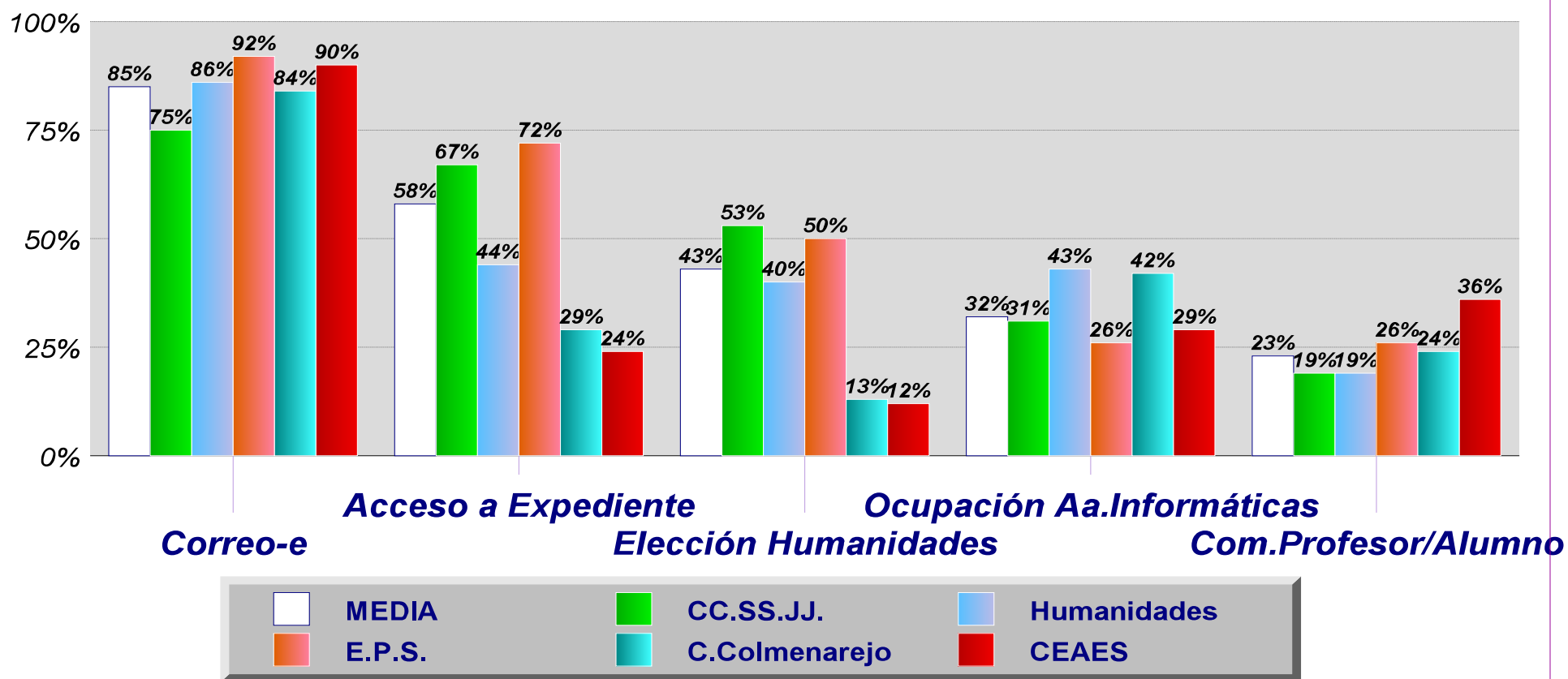


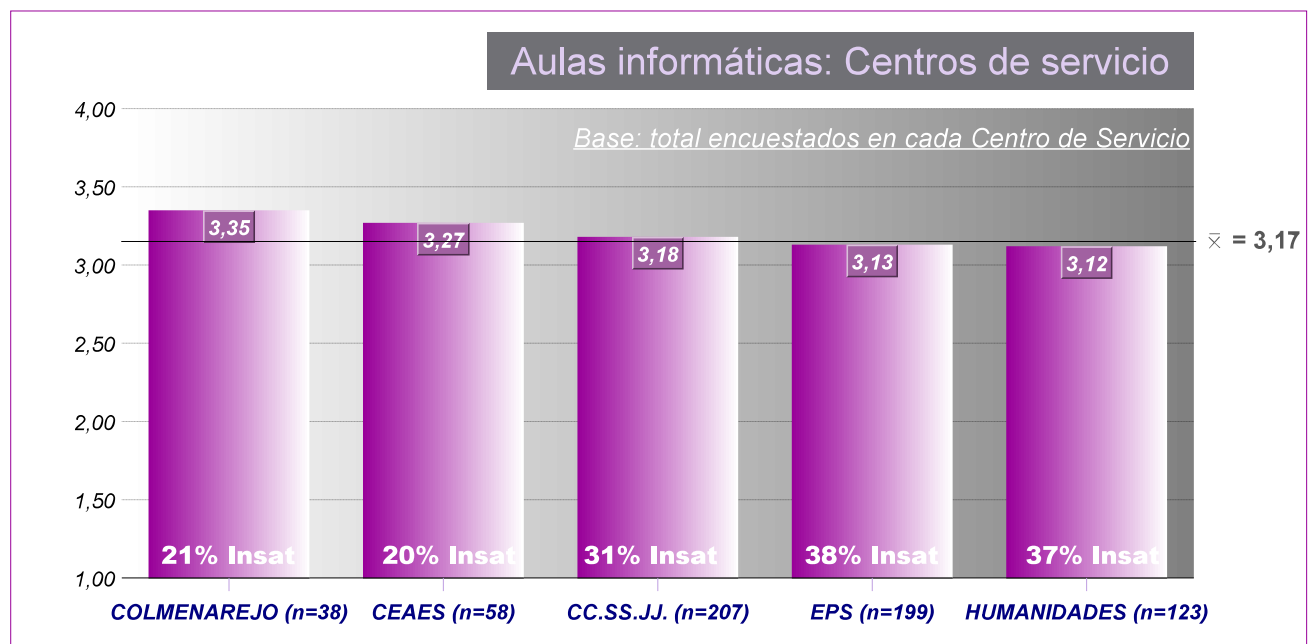
Servicios Informáticos

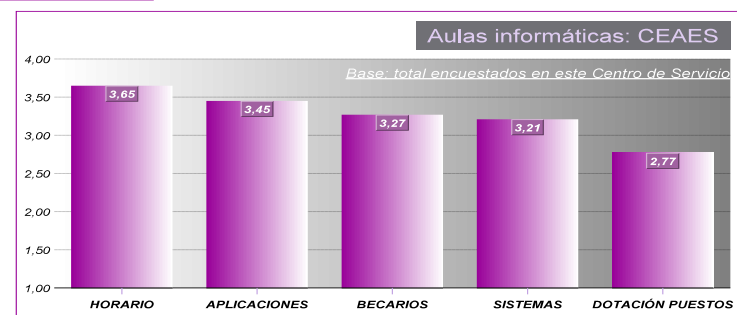
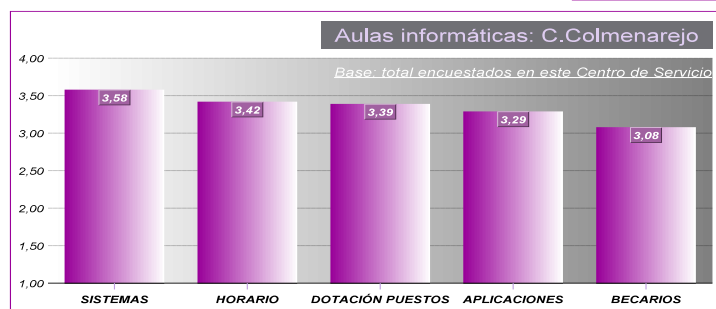
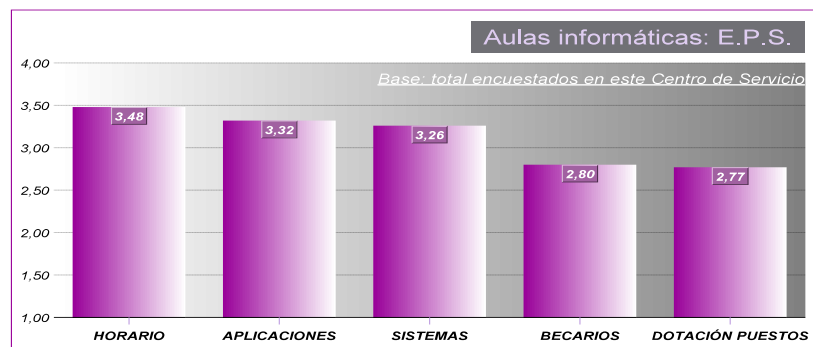
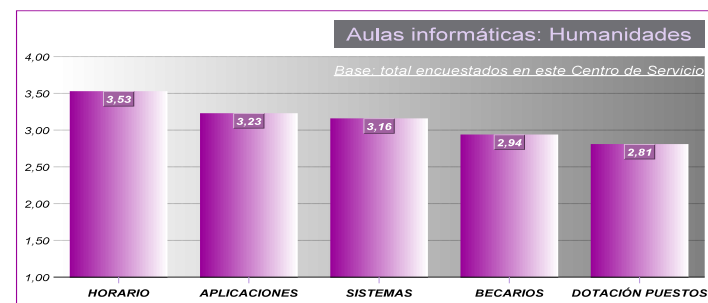
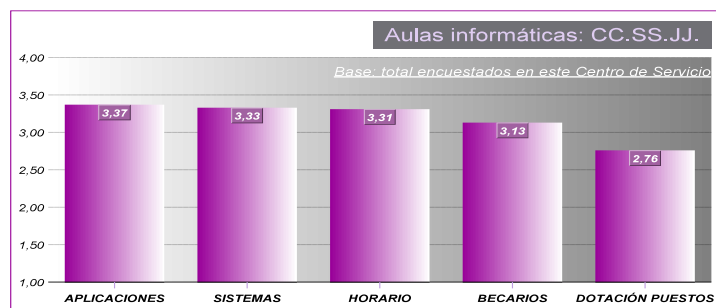
Aulas informáticas: Utilización

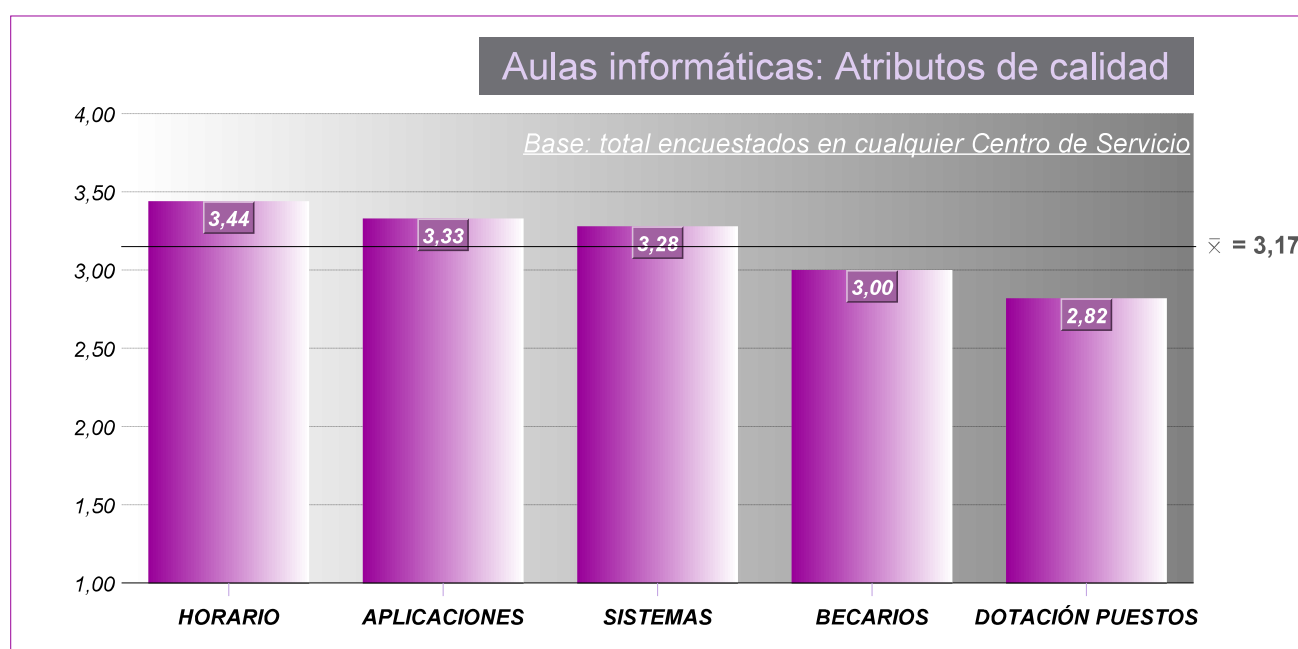


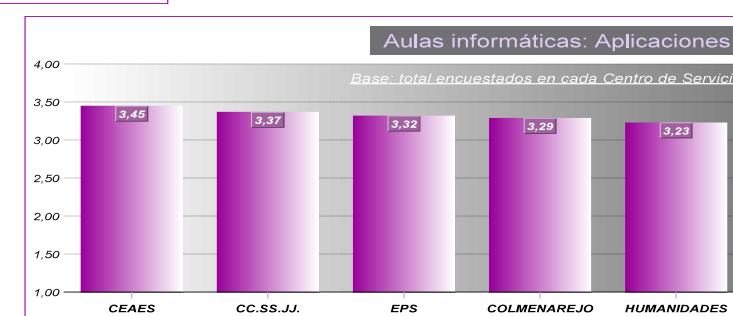
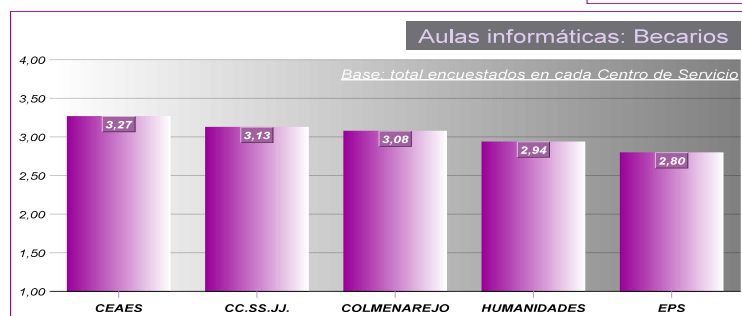
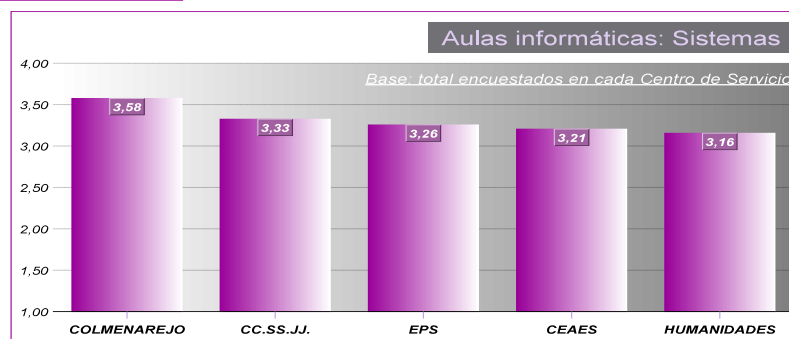
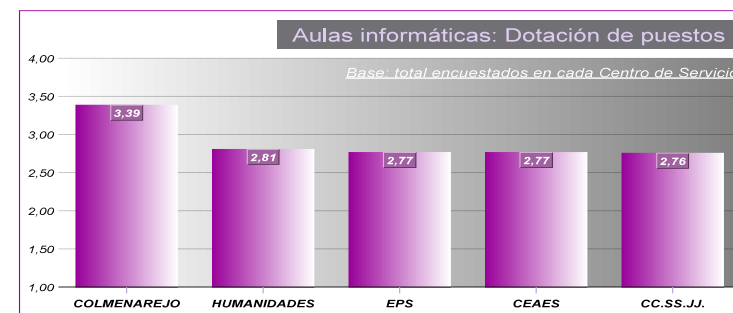
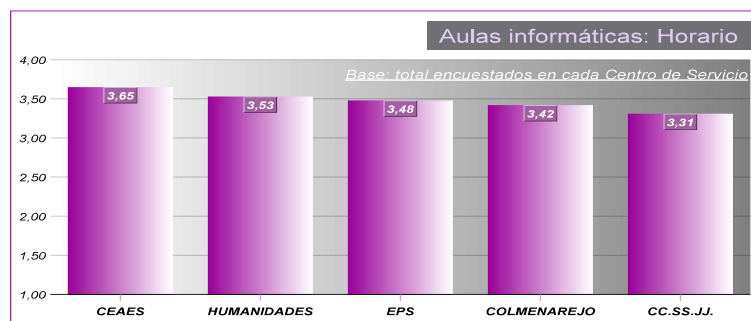
Utilización de los servicios en red



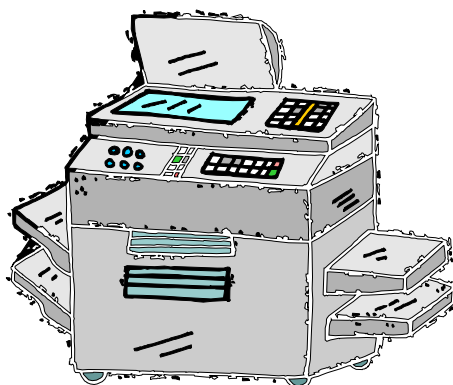






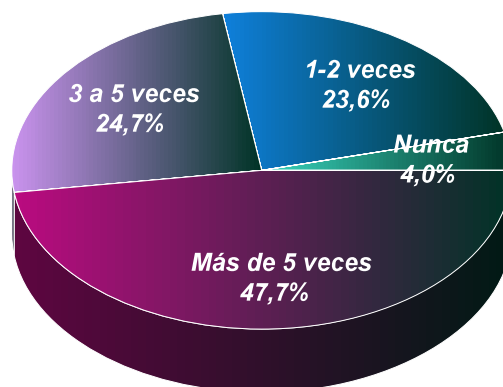


5

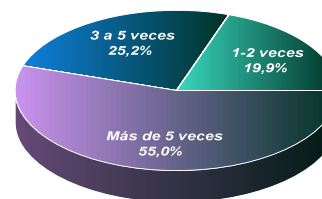


reprografía

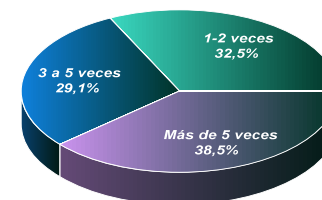
Reprografía: Utilización



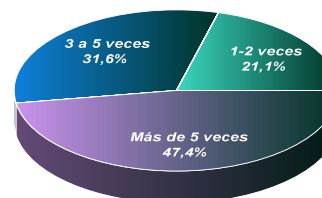
Adolfo Posada



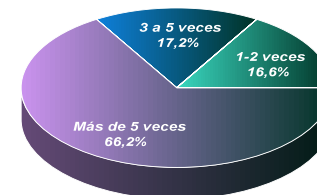
Sabatini



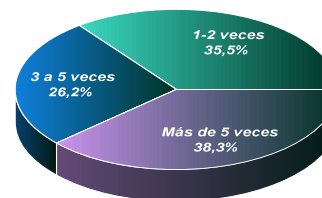
Concepción Arenal

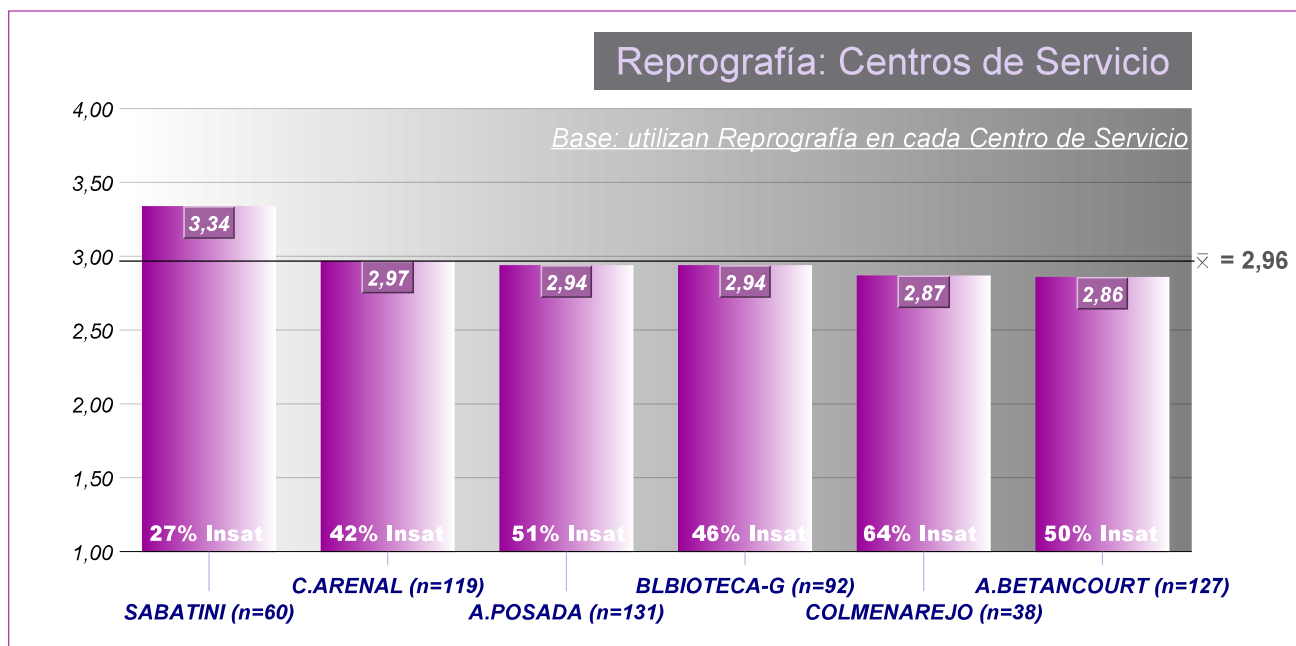


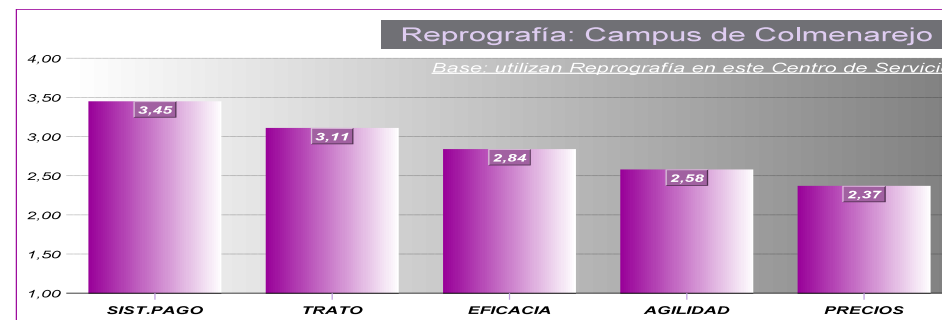
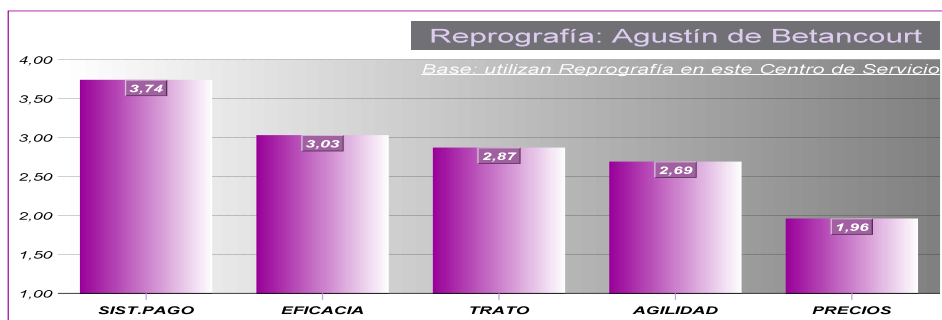
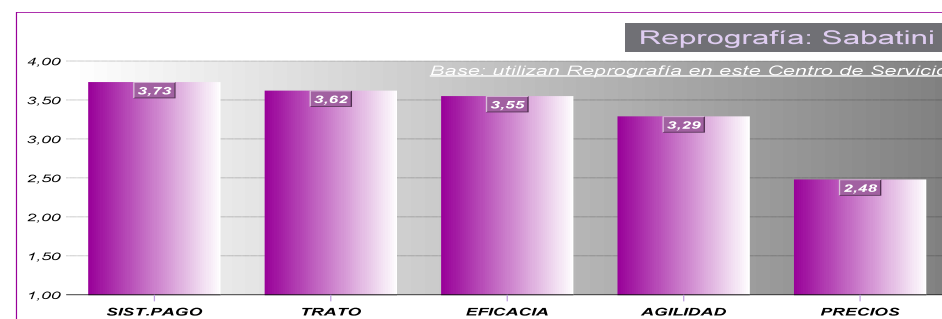
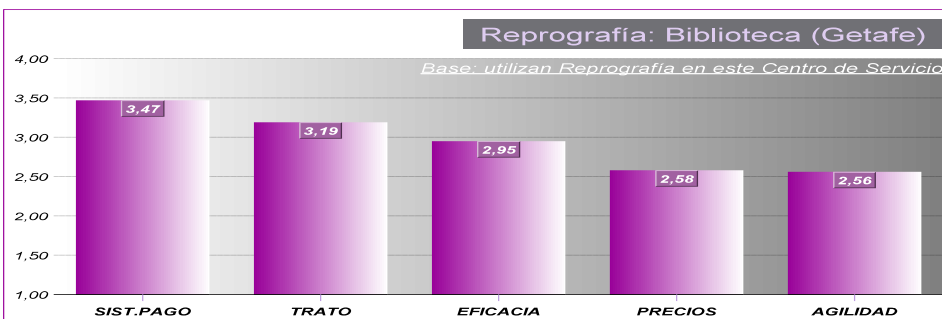
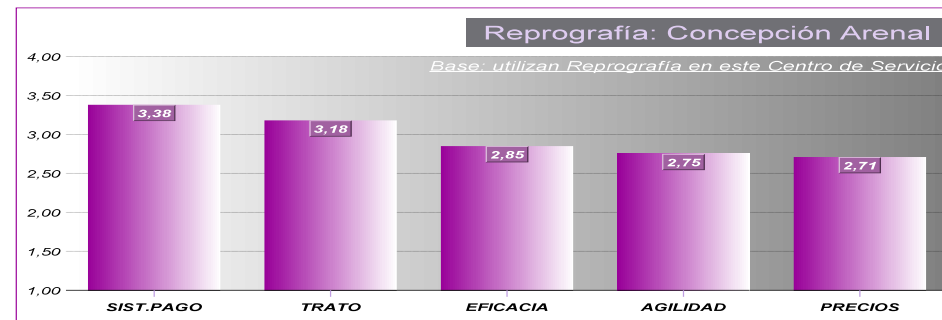
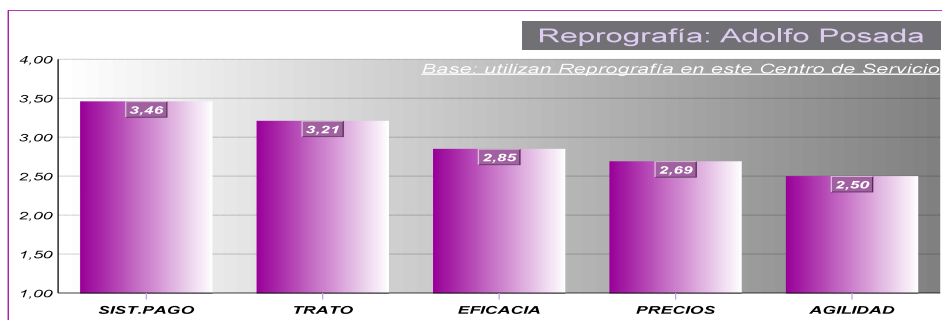
A.Betancourt

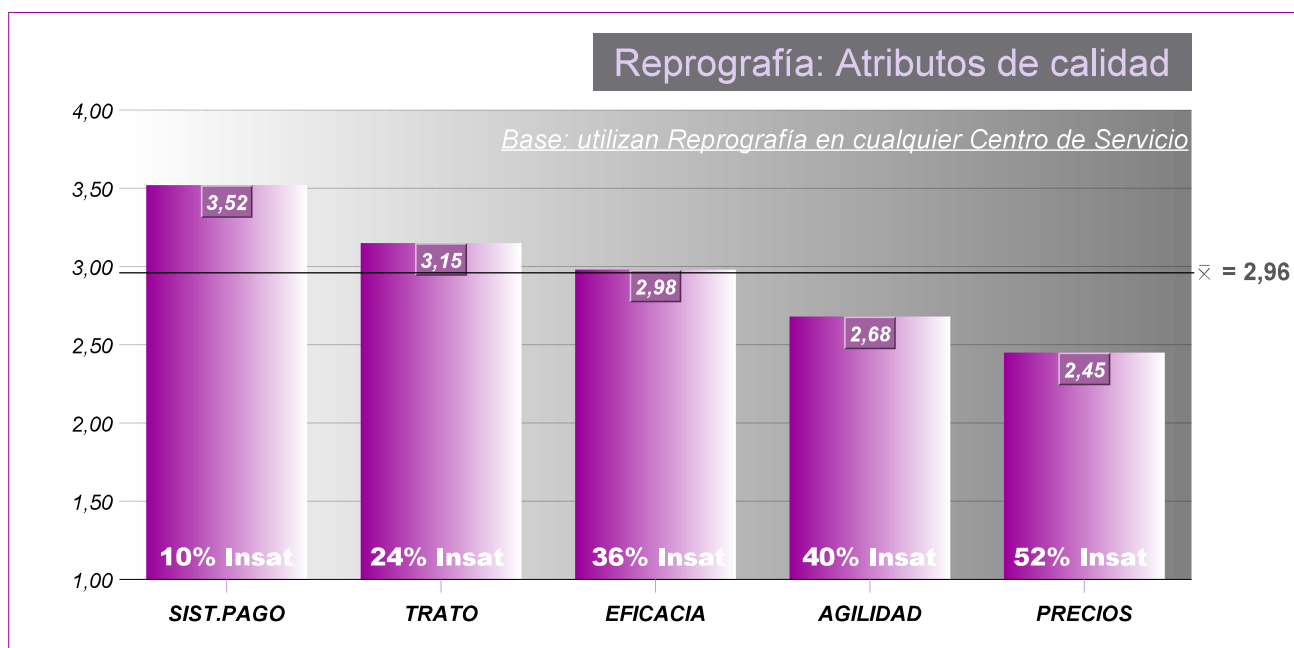


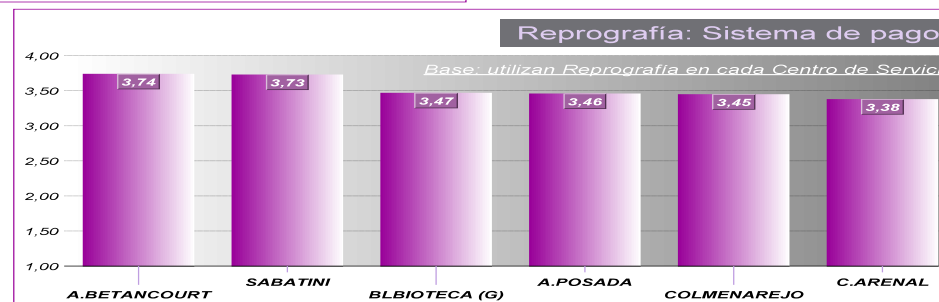
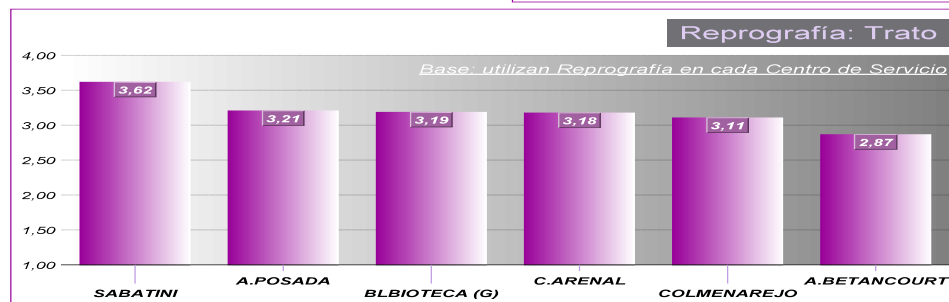
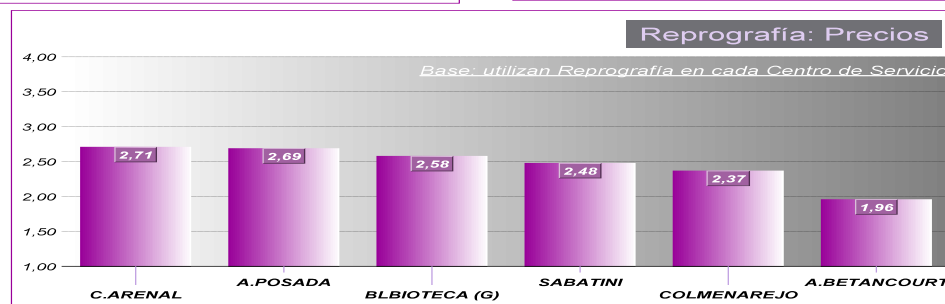
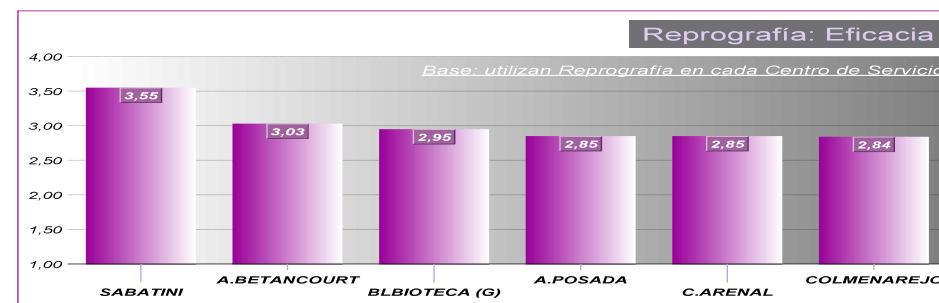
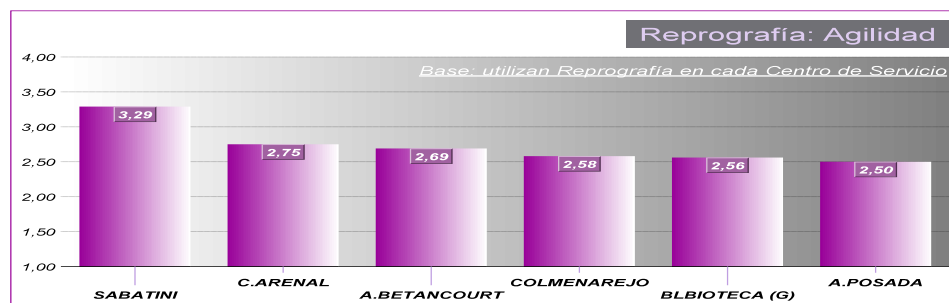
Biblioteca (G)











6



climatización



mantenimiento



limpieza



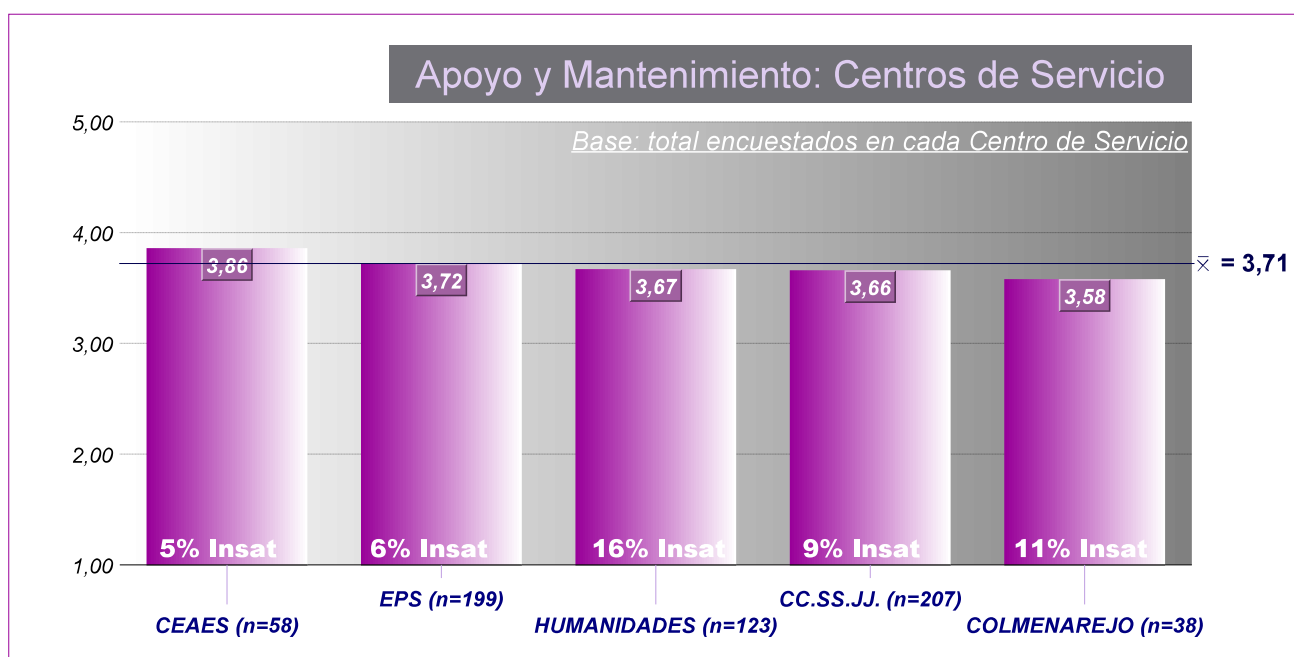
conserjería

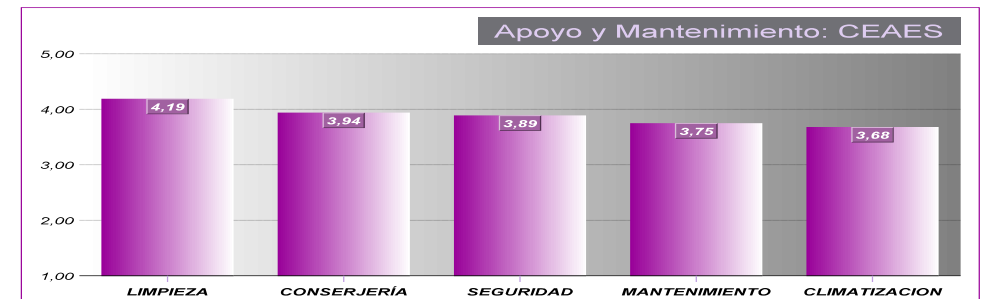
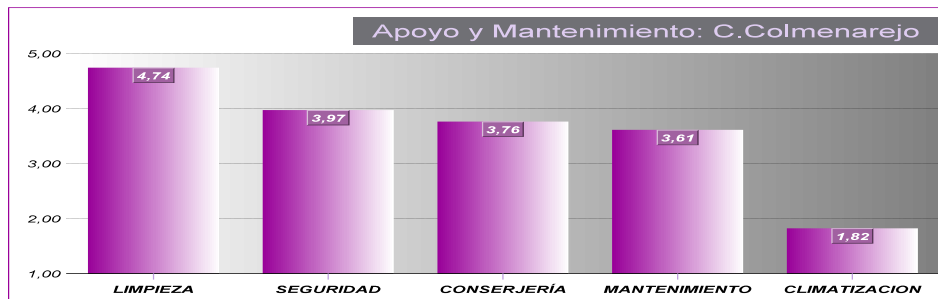
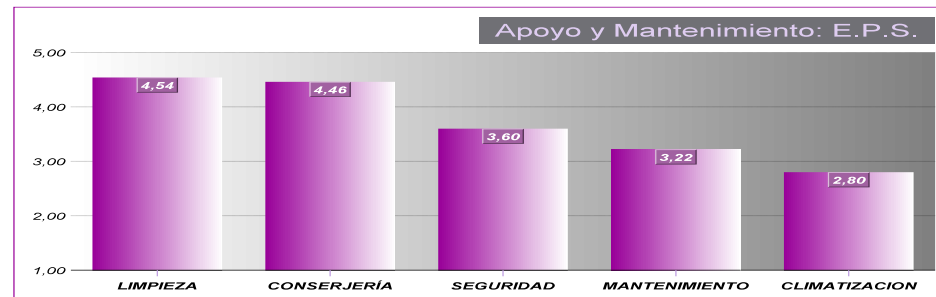
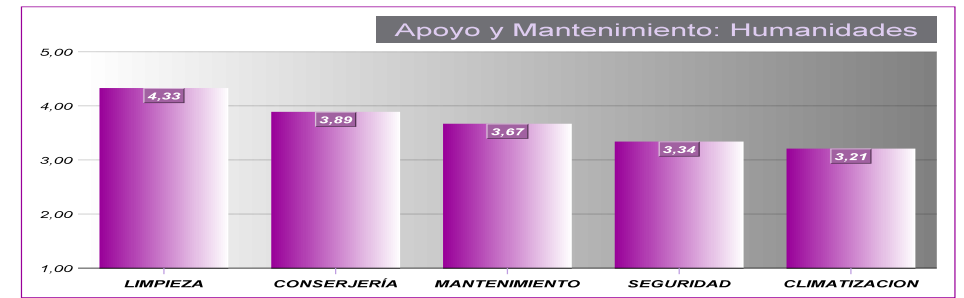
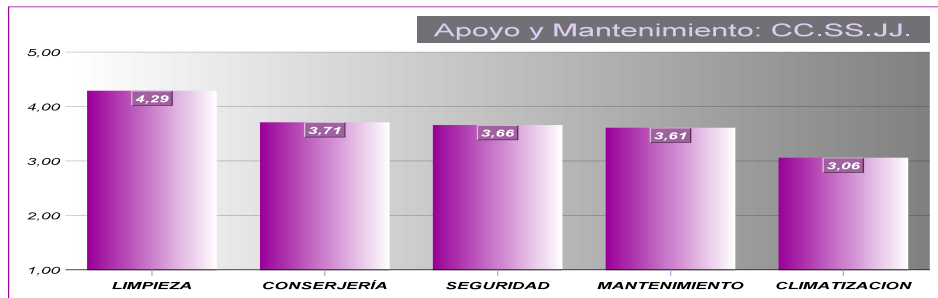
vigilancia

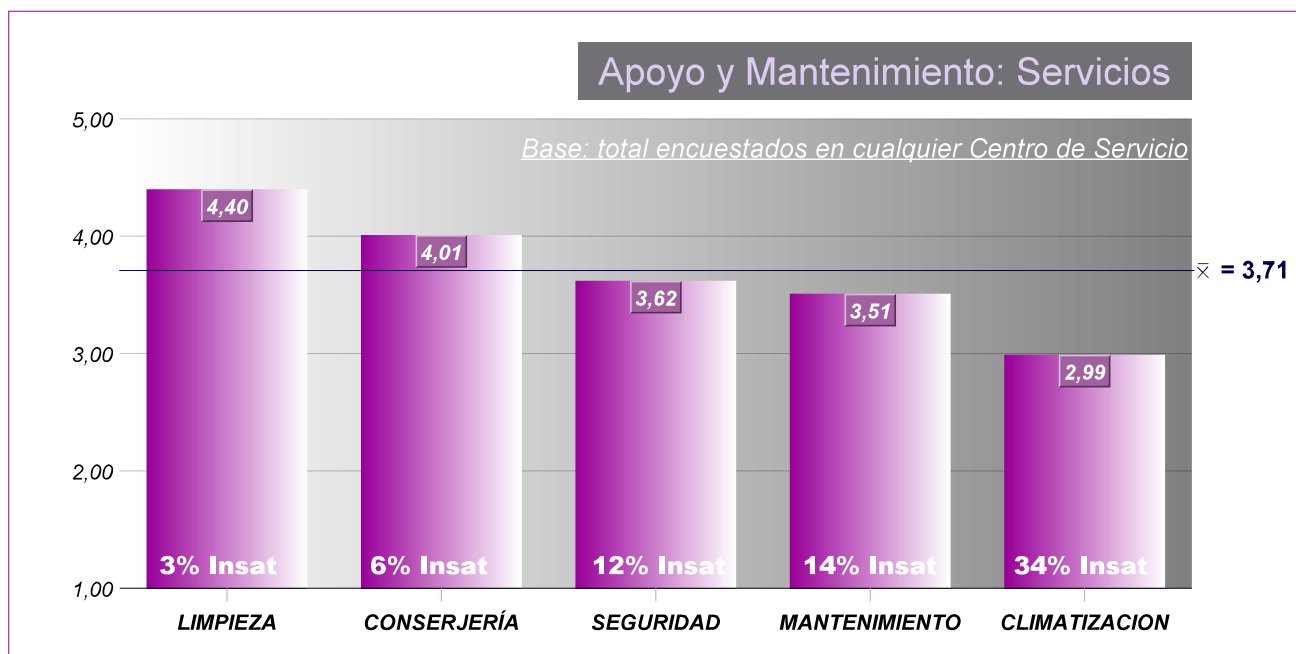


seguridad

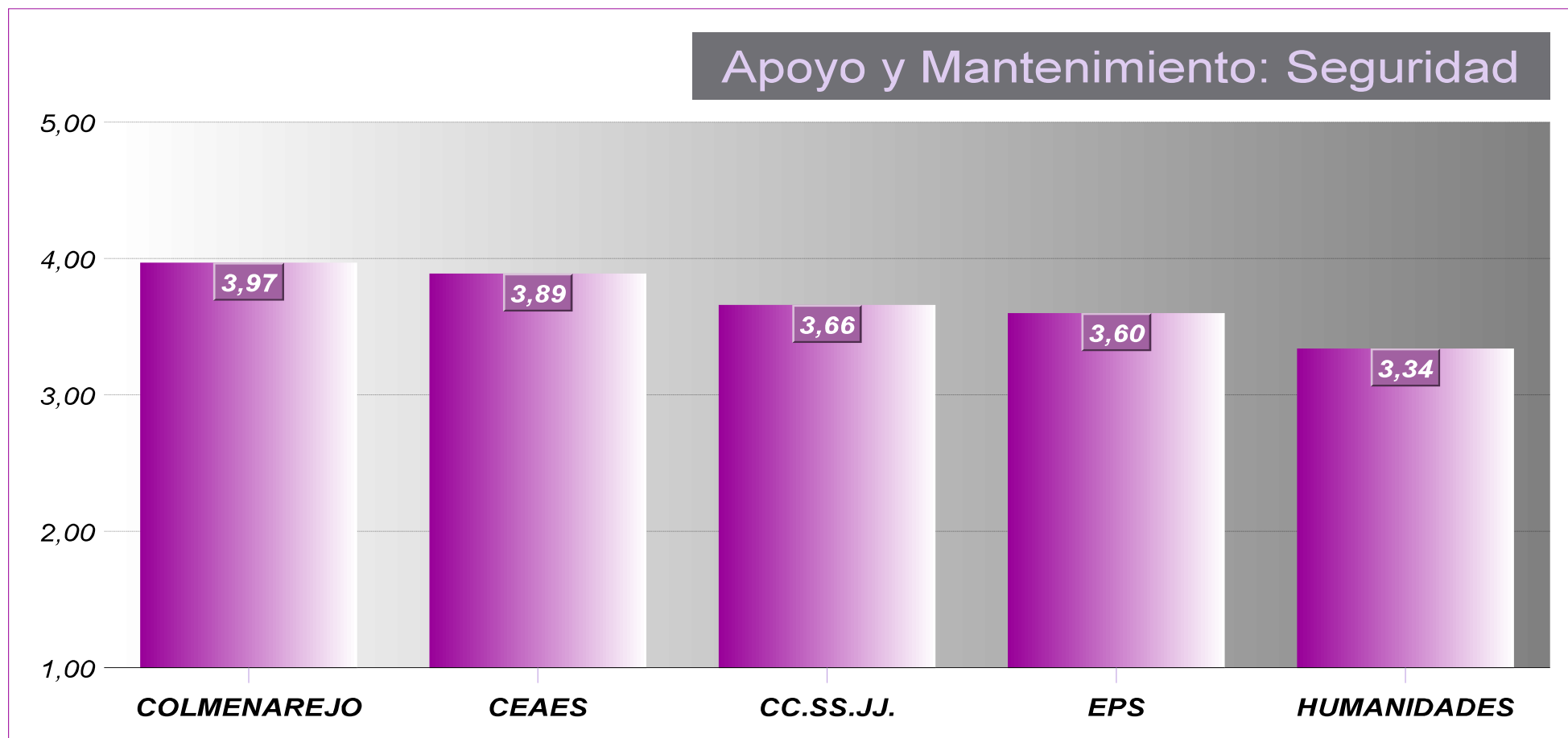
Servicios de apoyo y mantenimiento







Apoyo y Mantenimiento: Seguridad

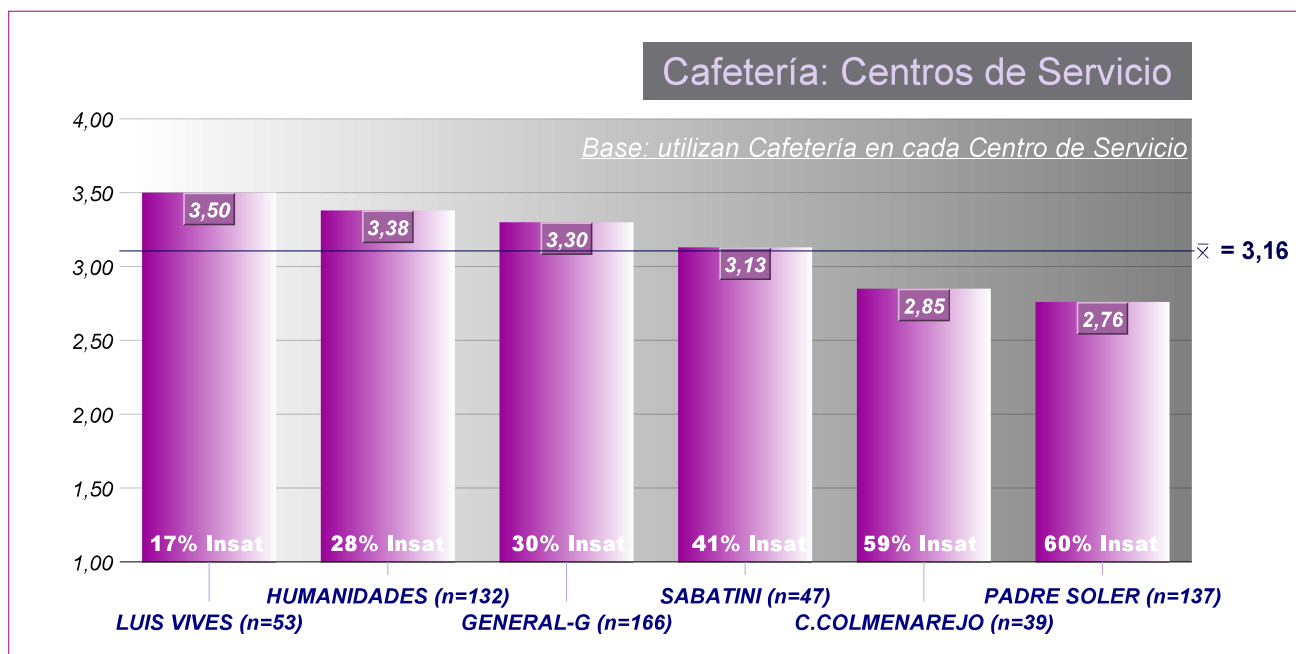


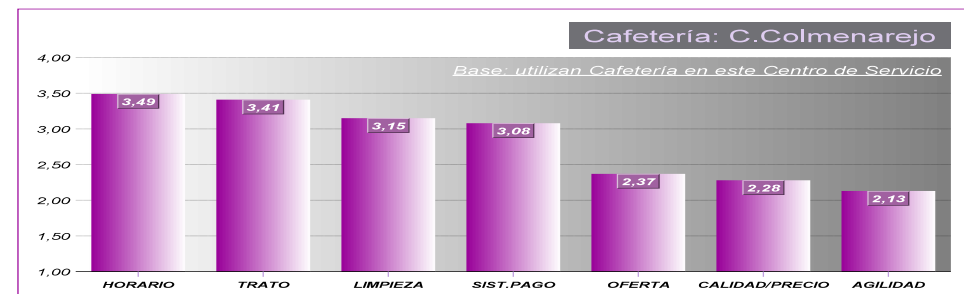
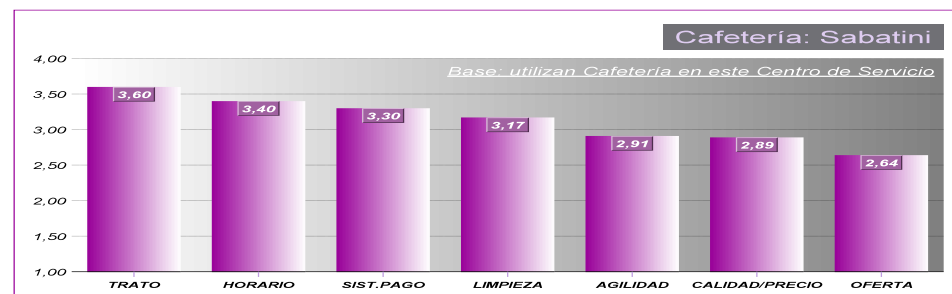
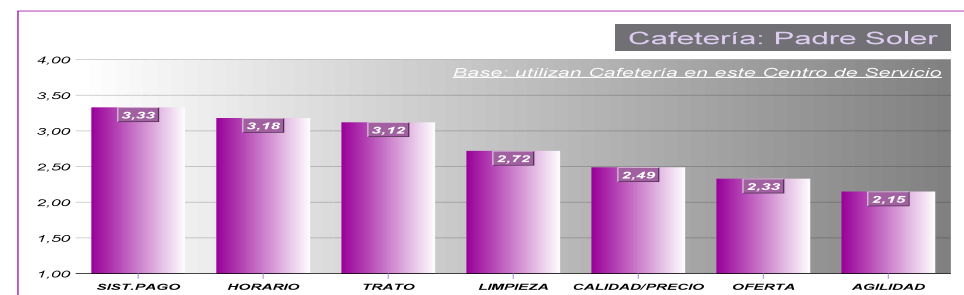
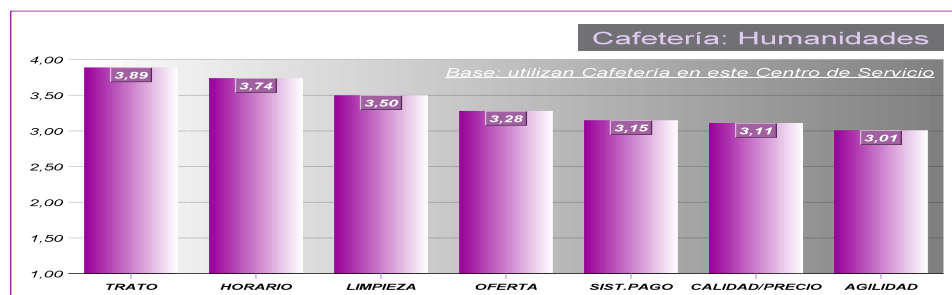
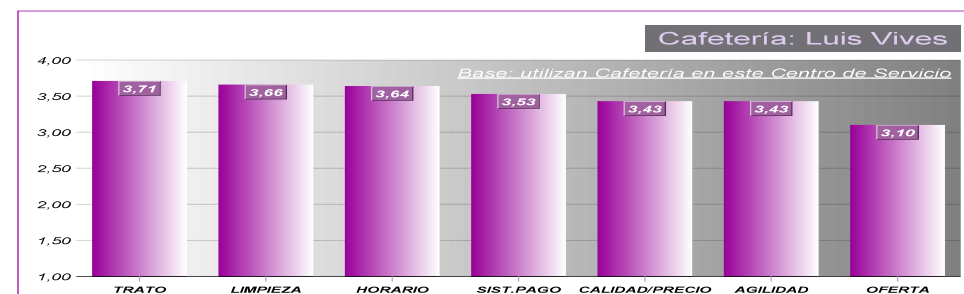
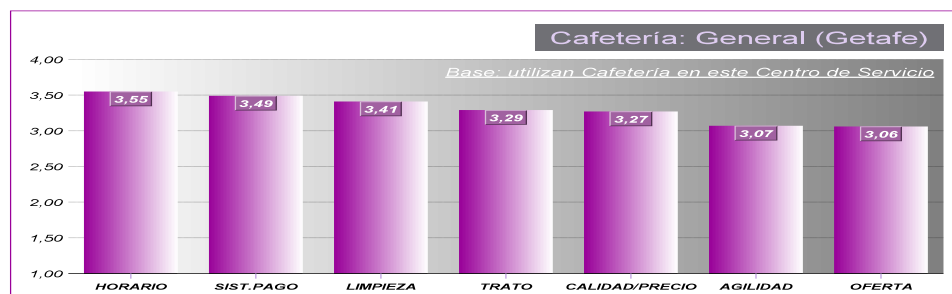
7

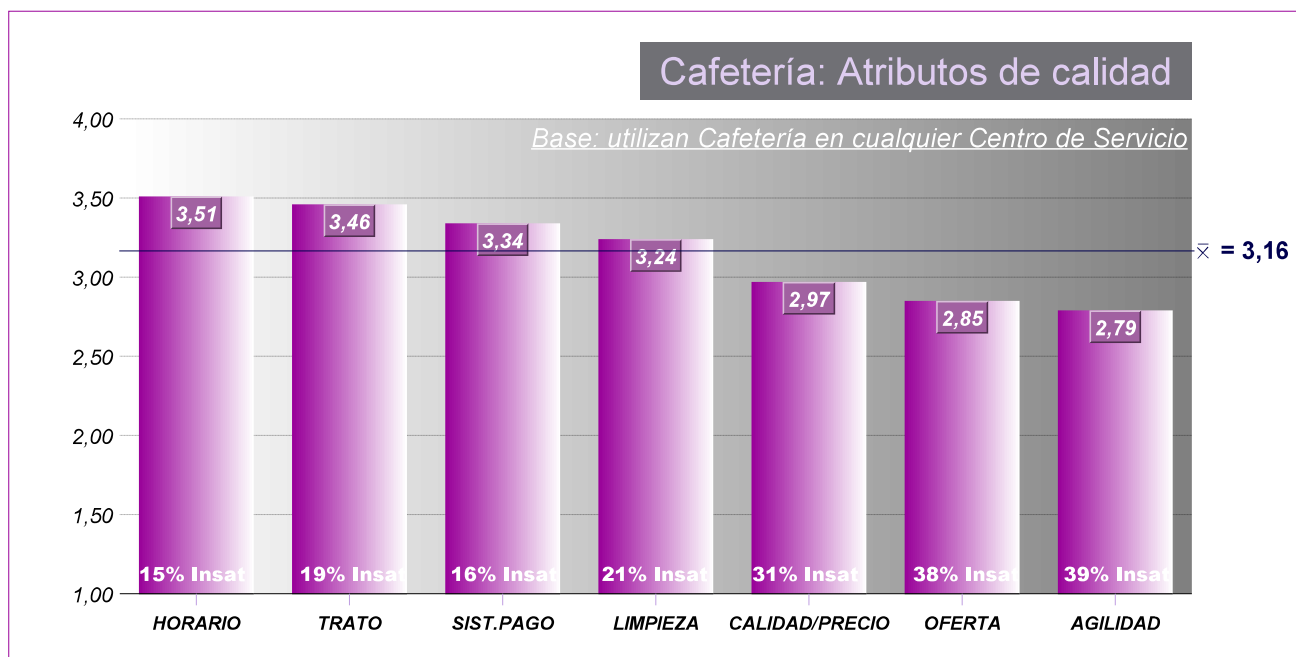


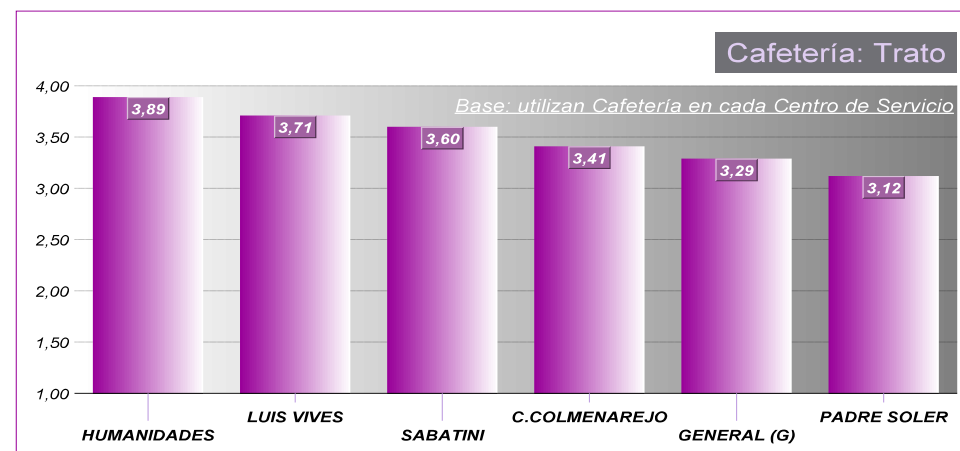
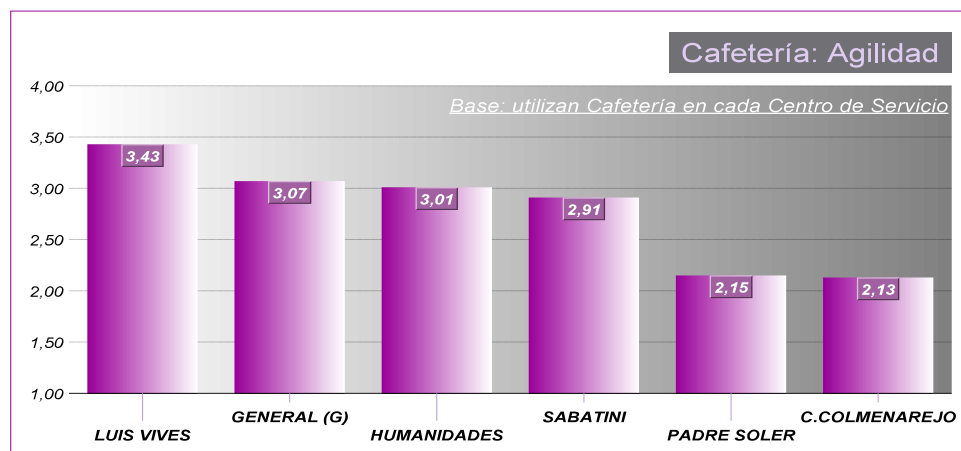
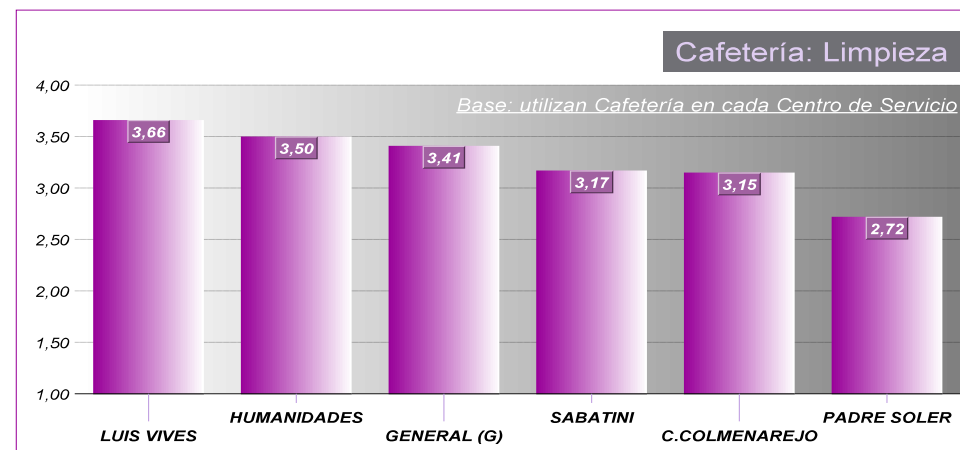
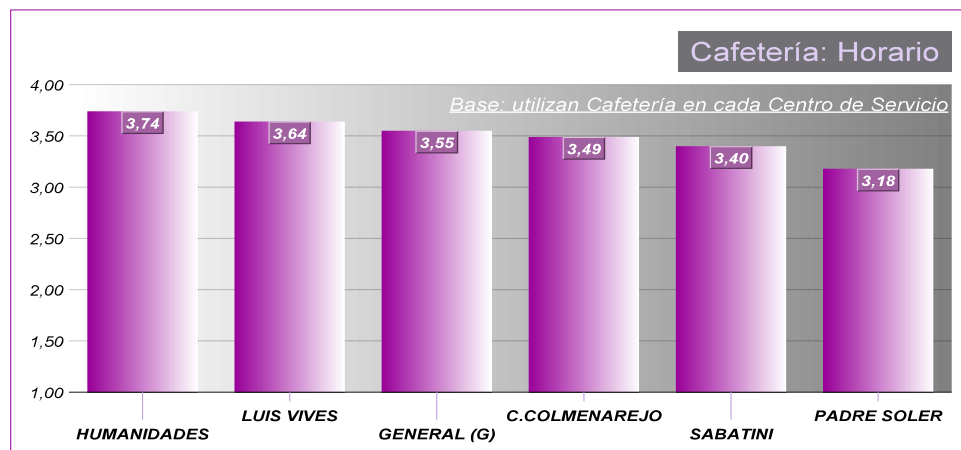
cafetería





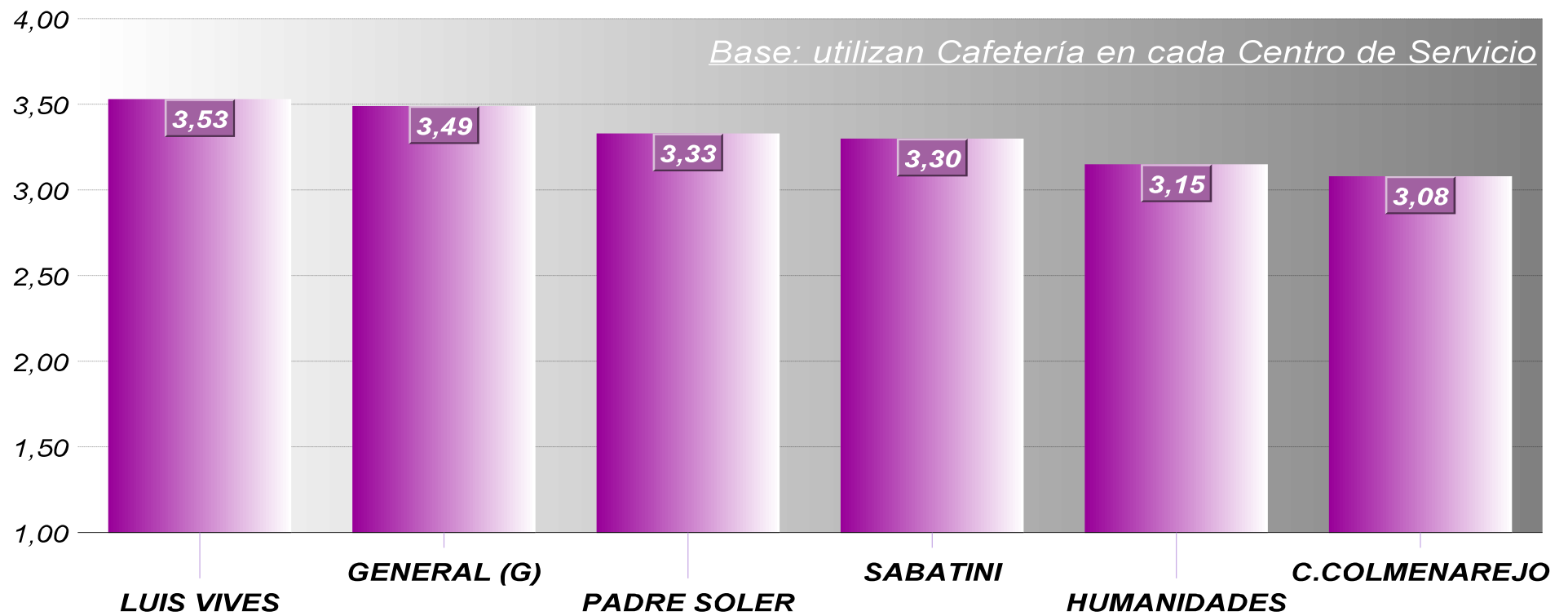






Cafetería: Sistema de pago

Base: utilizan Cafetería en cada Centro de Servicio

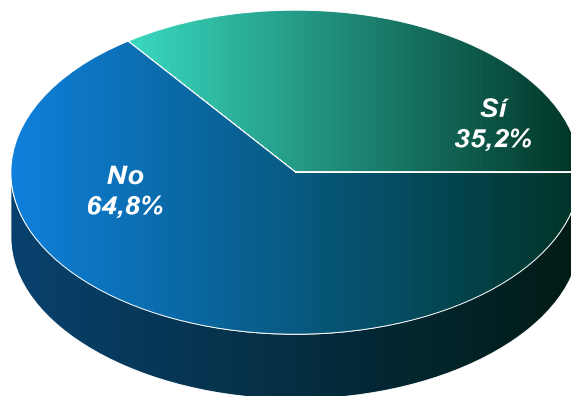


8

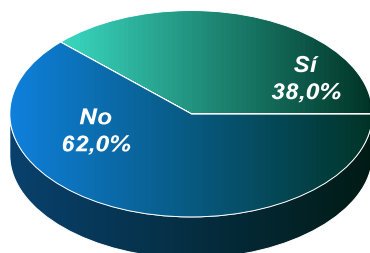


becas

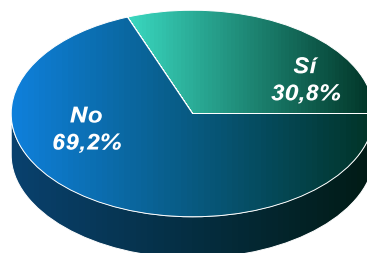
Becas: Utilización



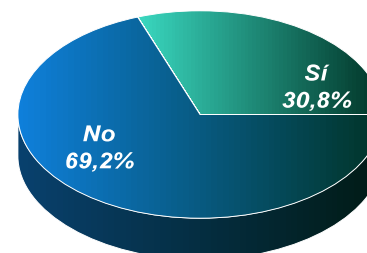
C.Getafe

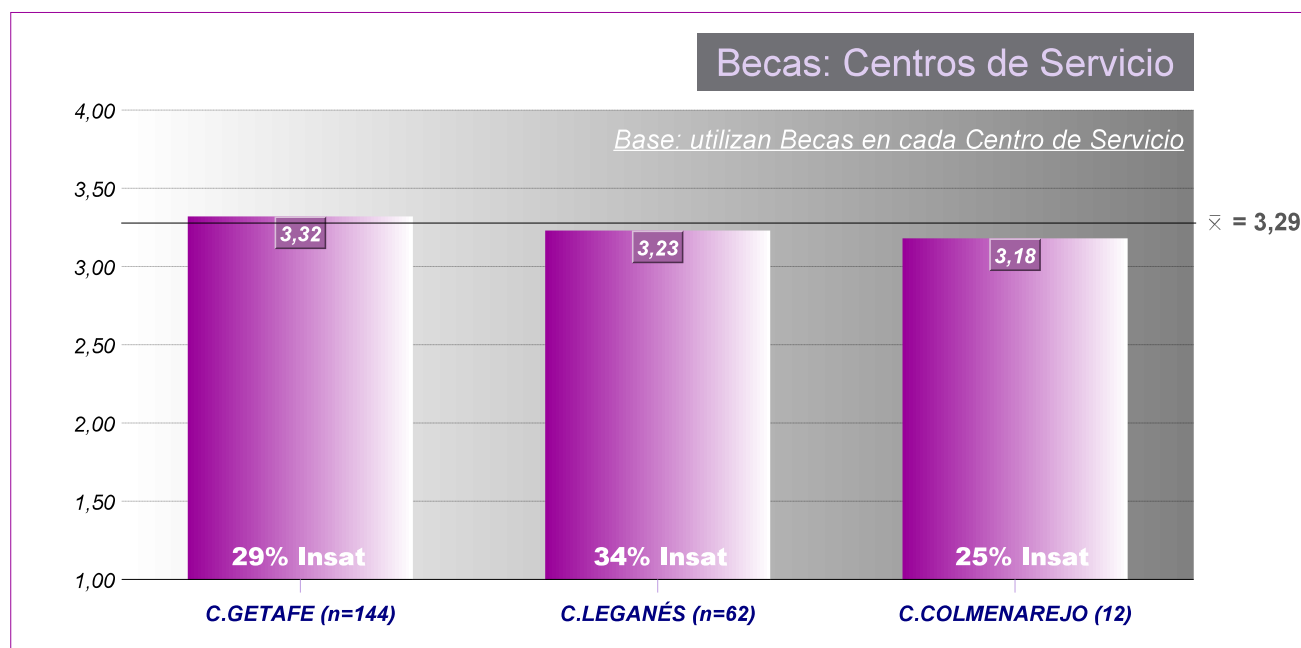


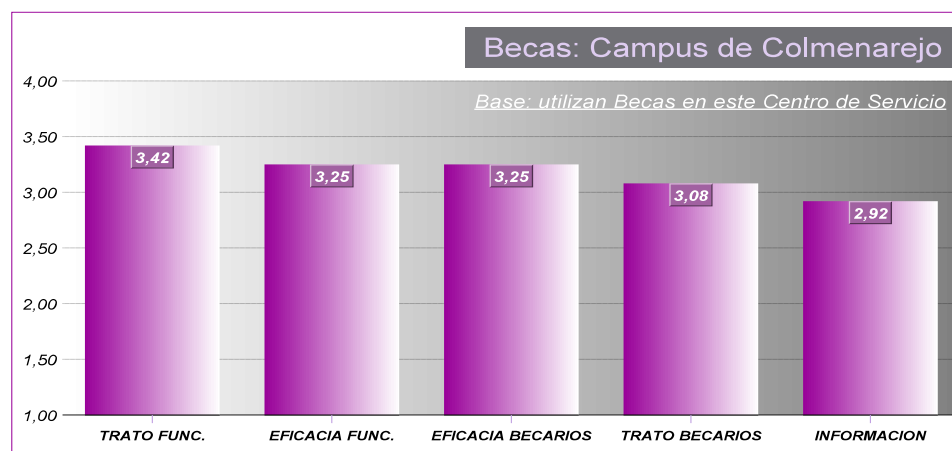
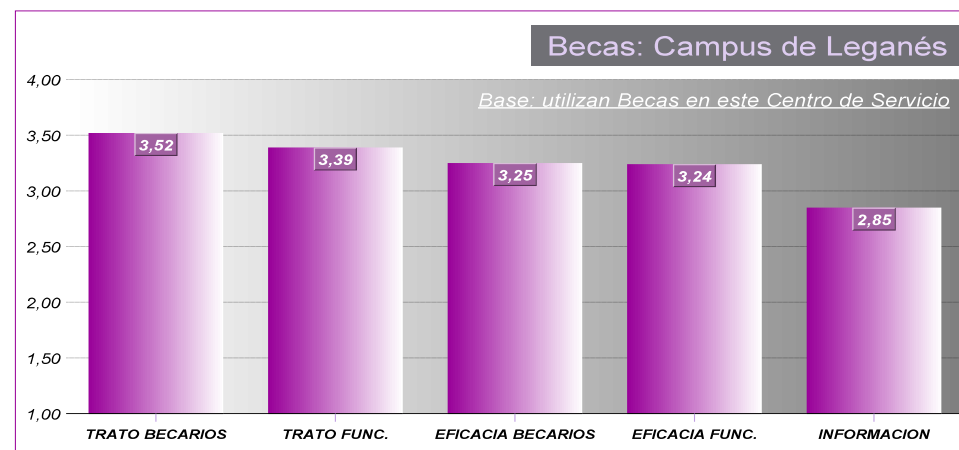
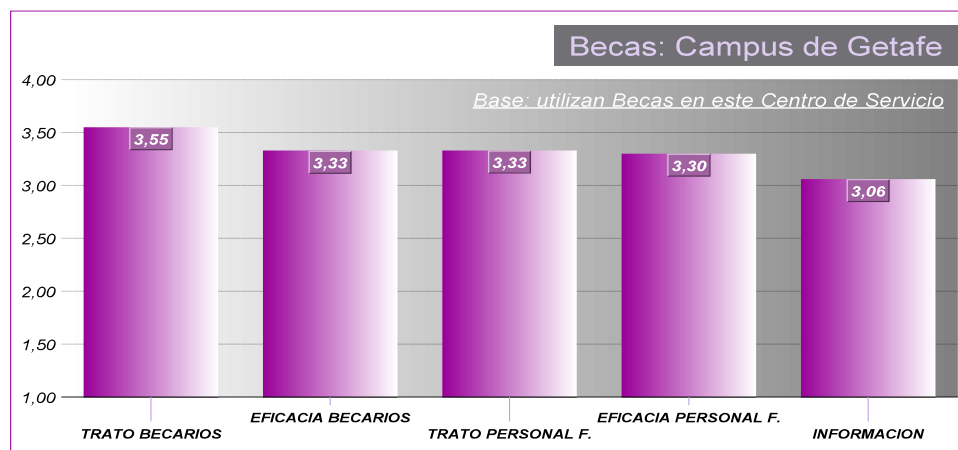
C.Leganés

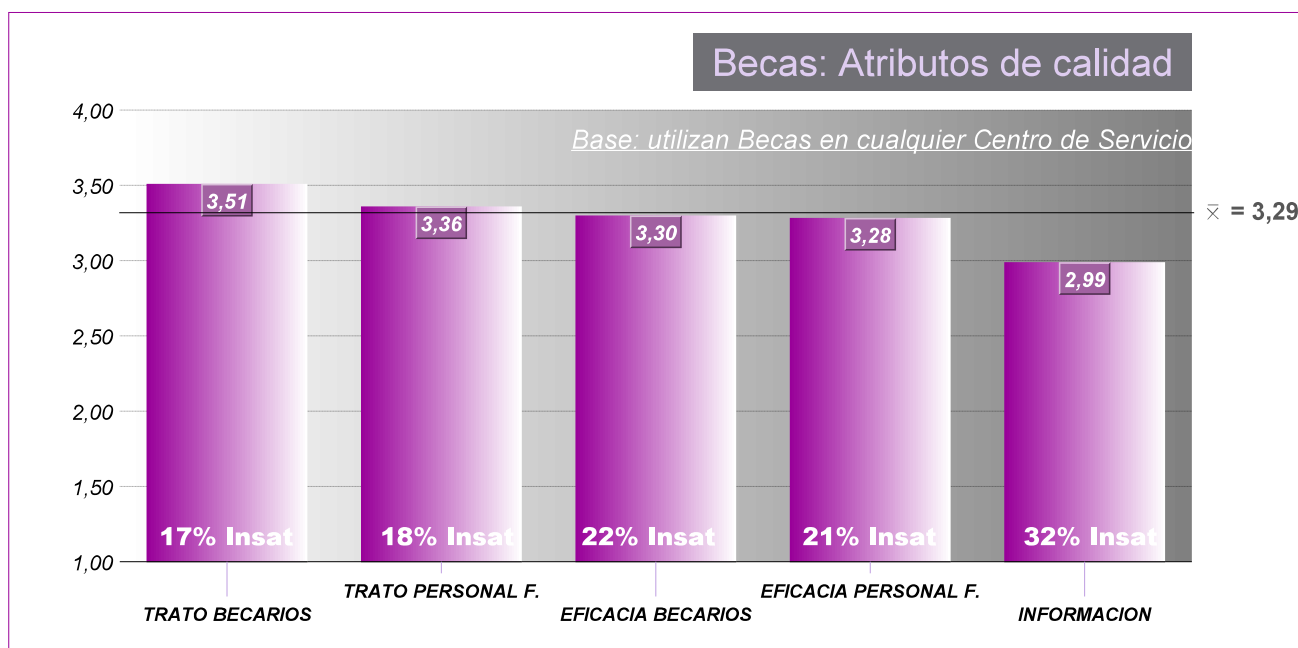


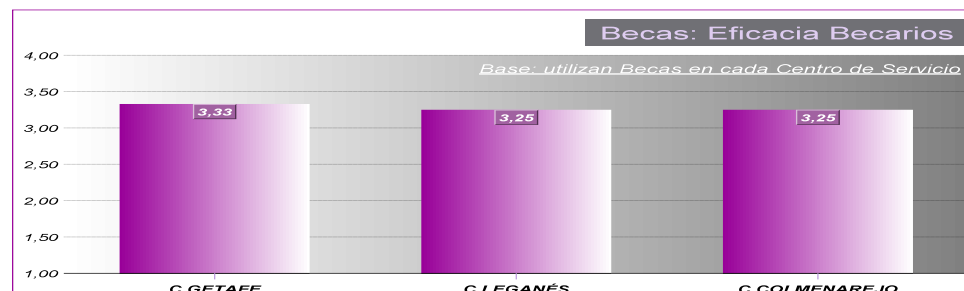
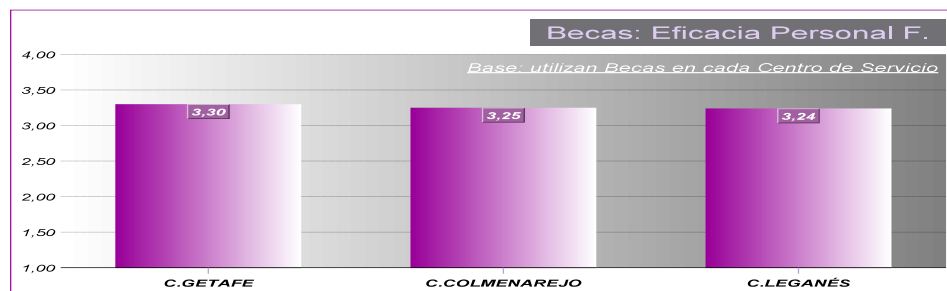
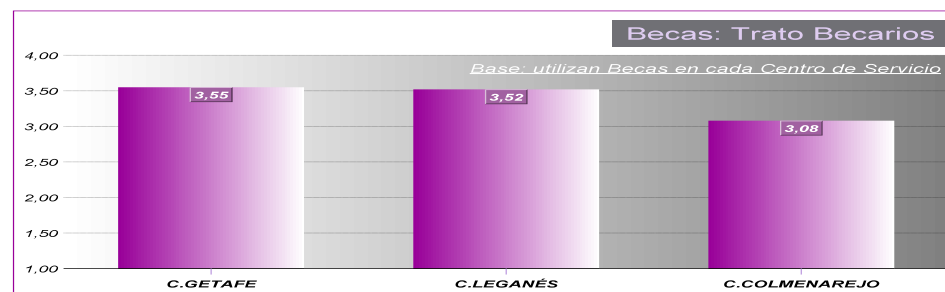
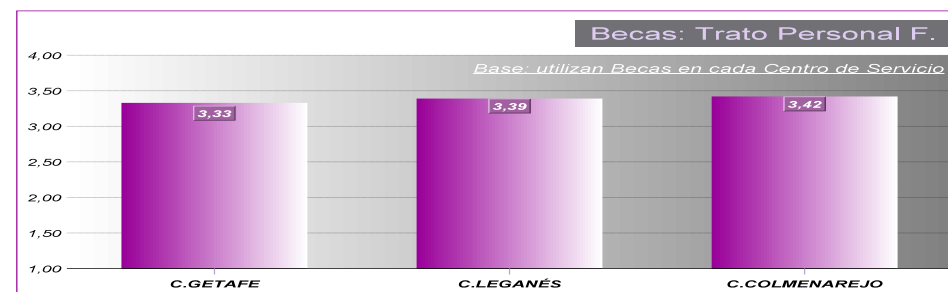
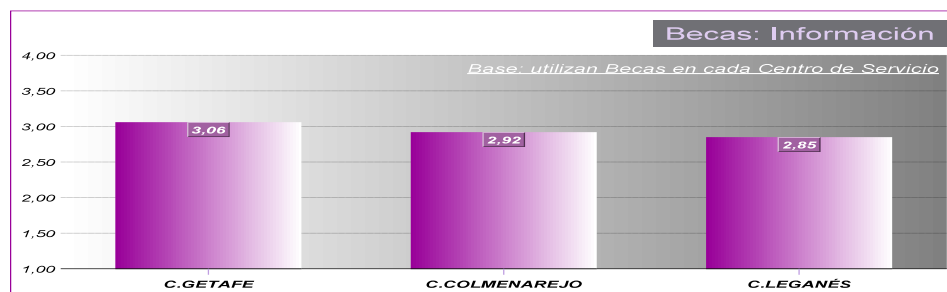
C.Colmenarejo





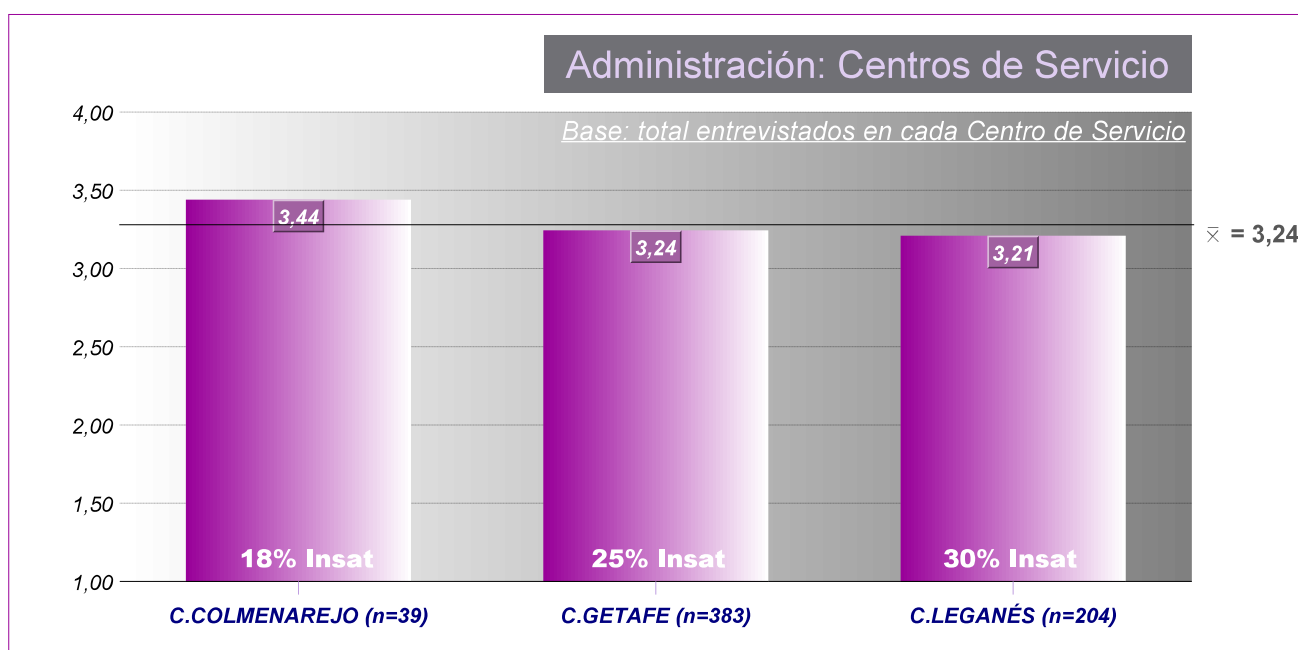


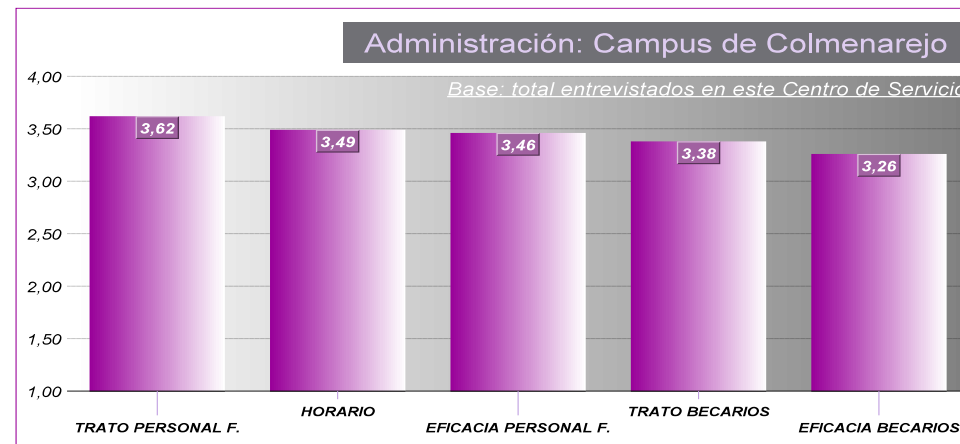
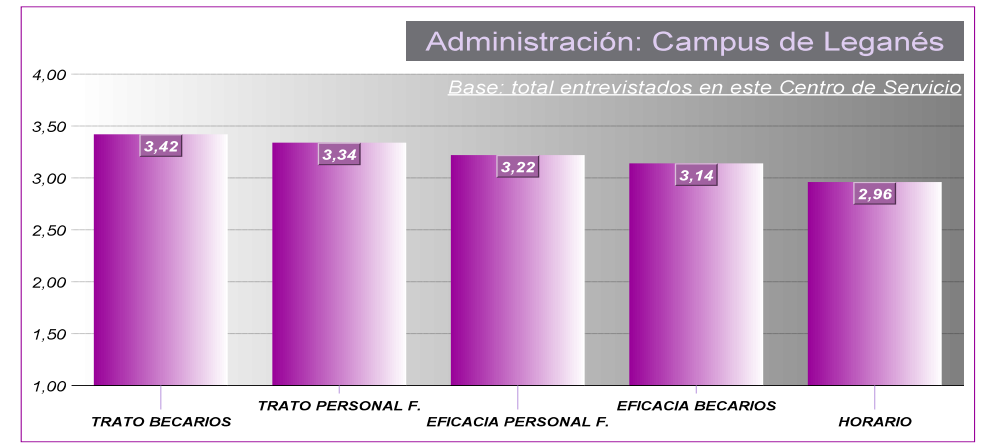
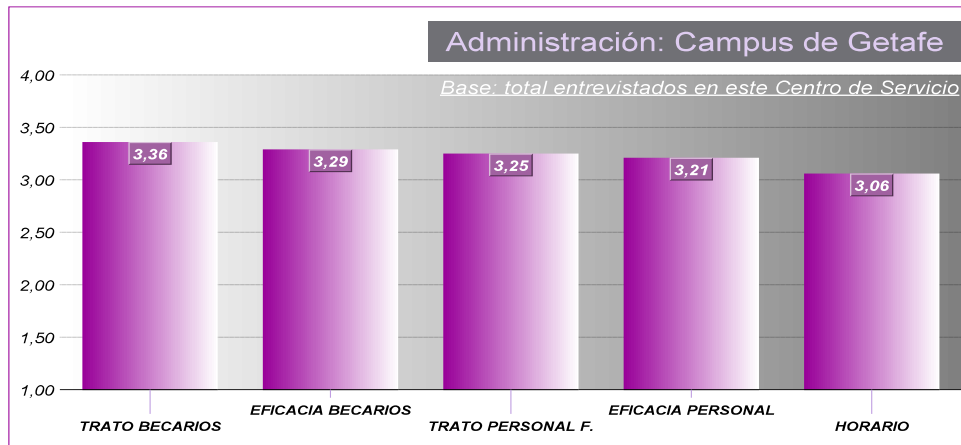


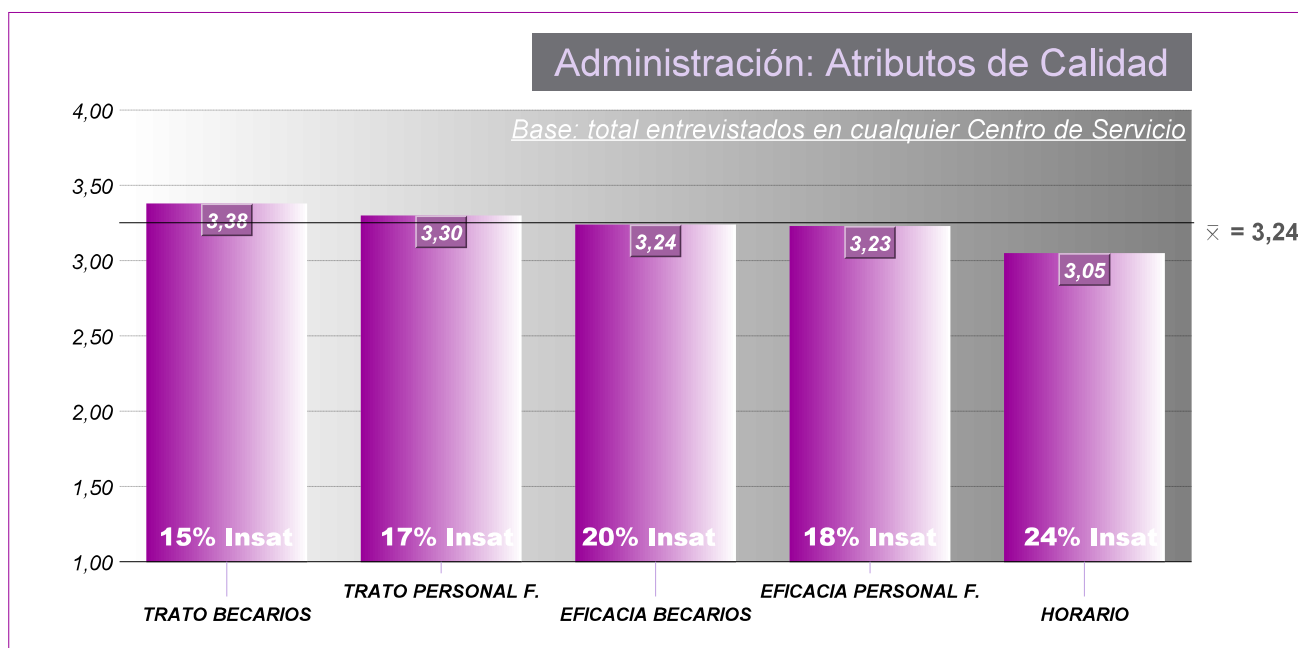


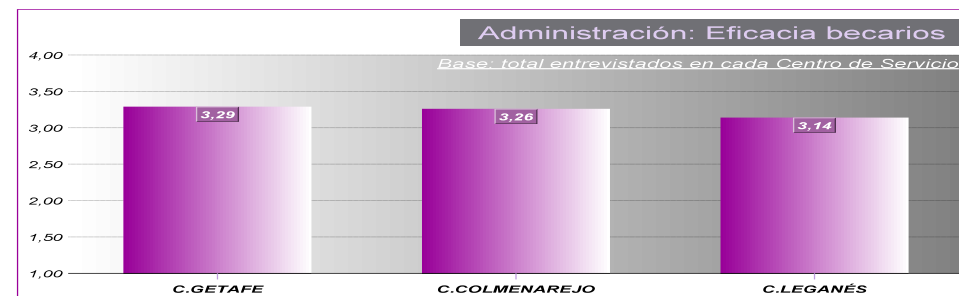
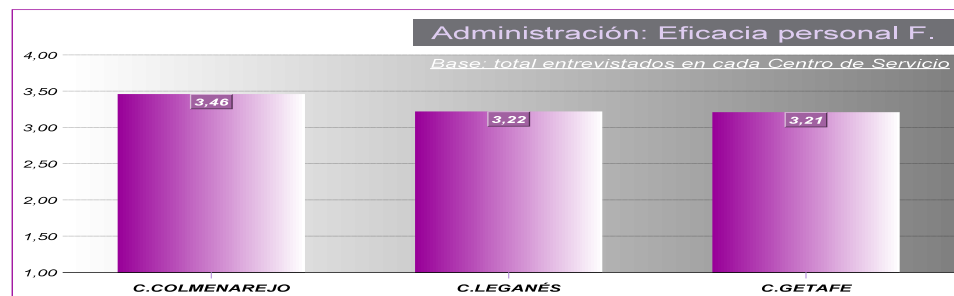
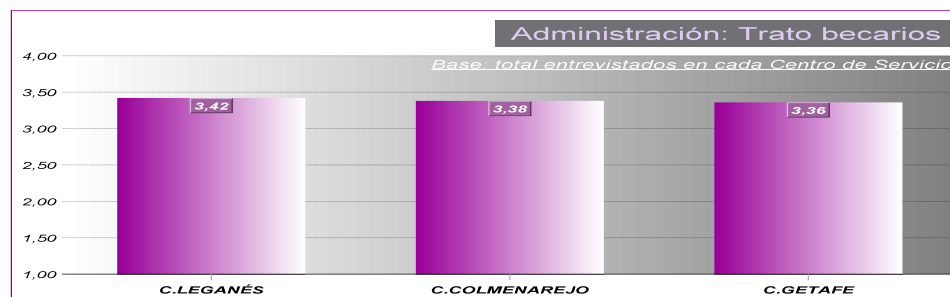
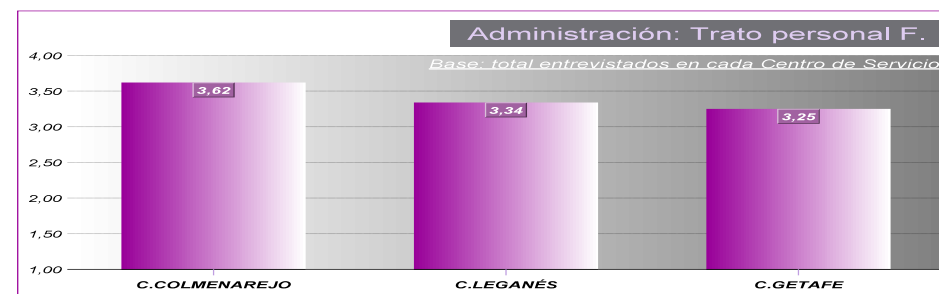
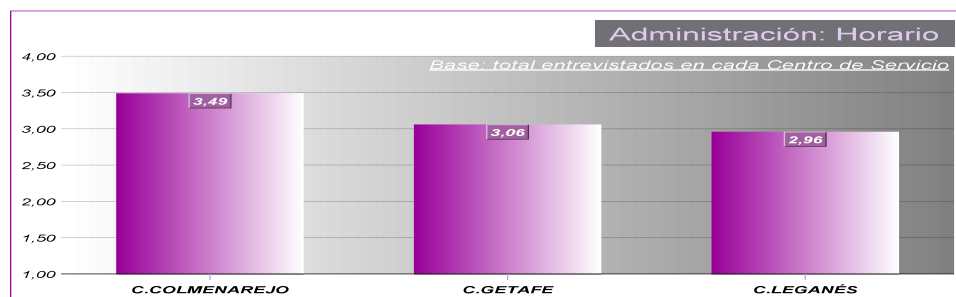
9



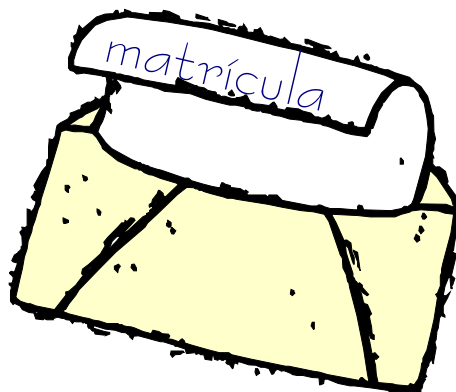




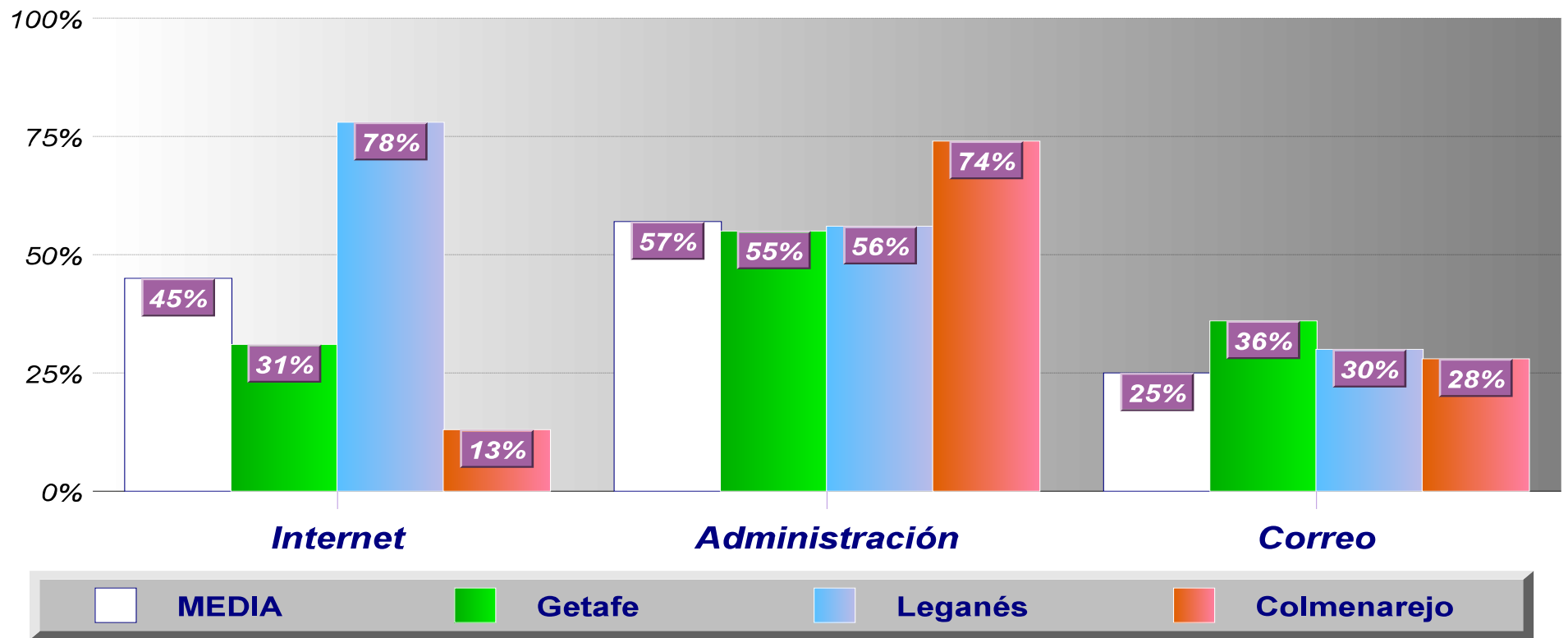


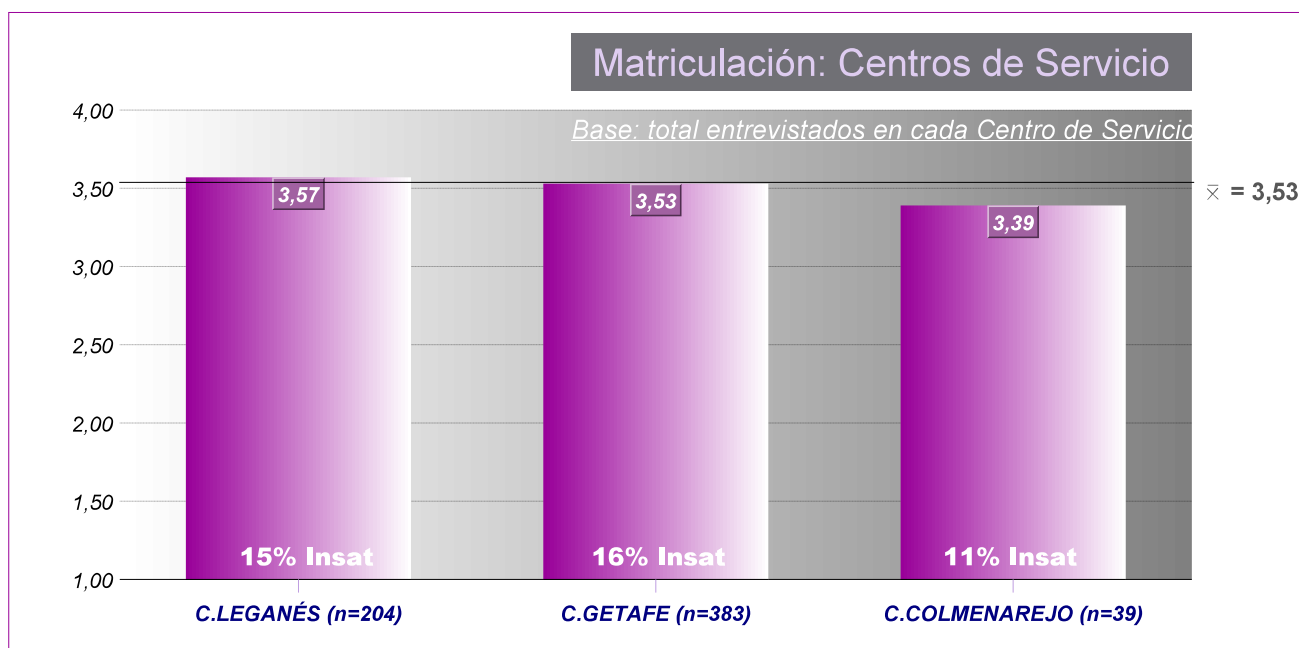


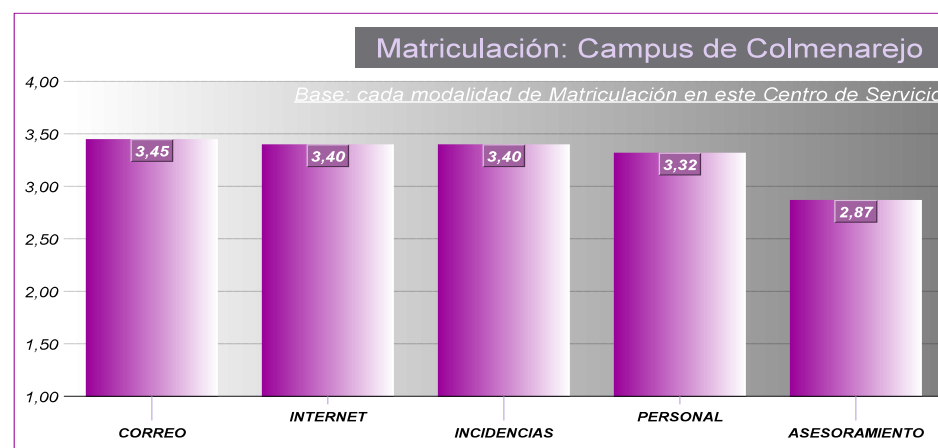
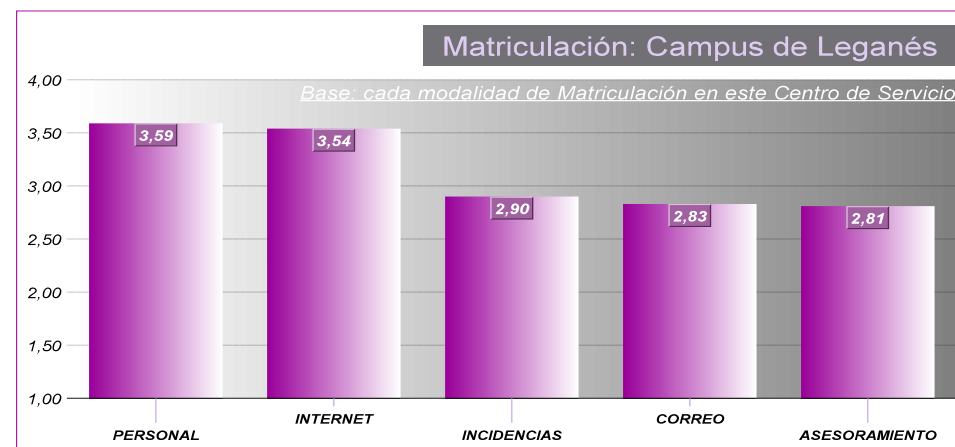
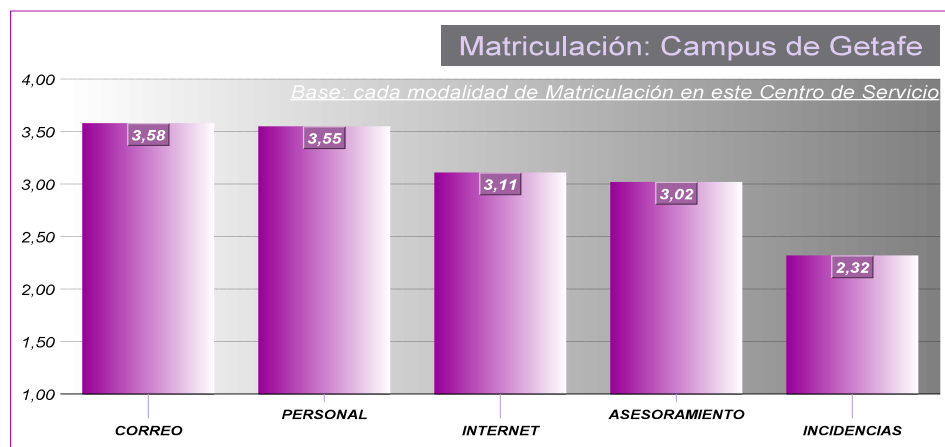
10

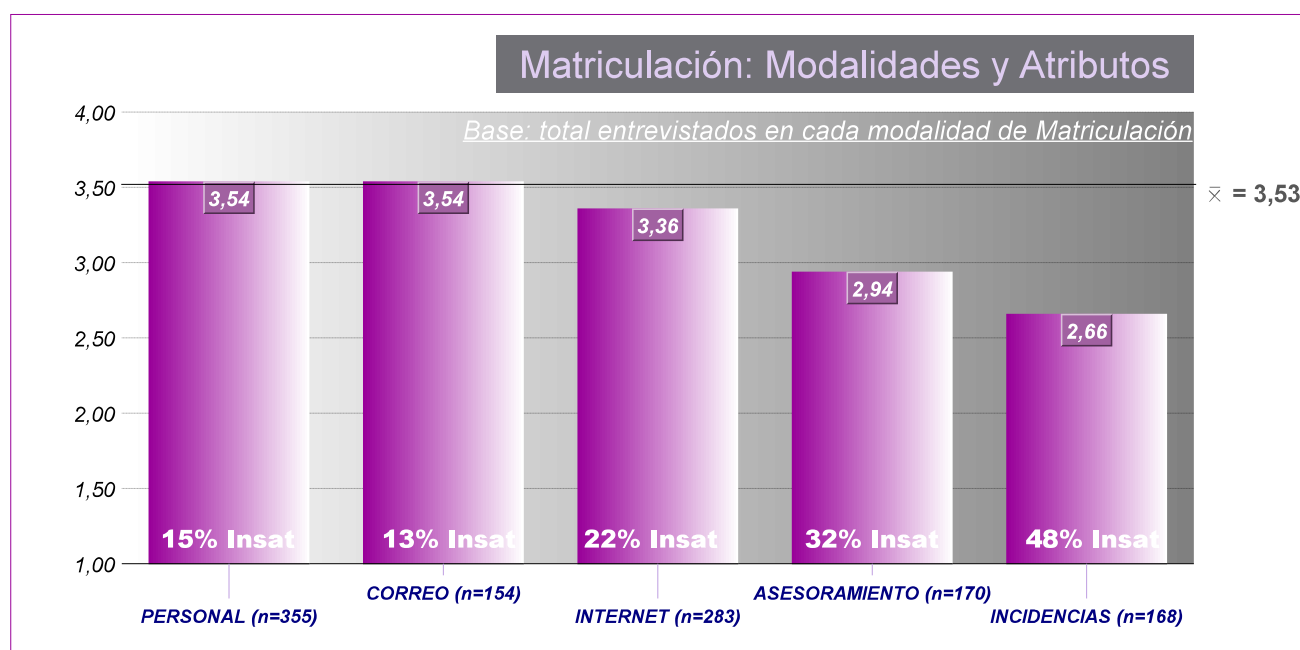


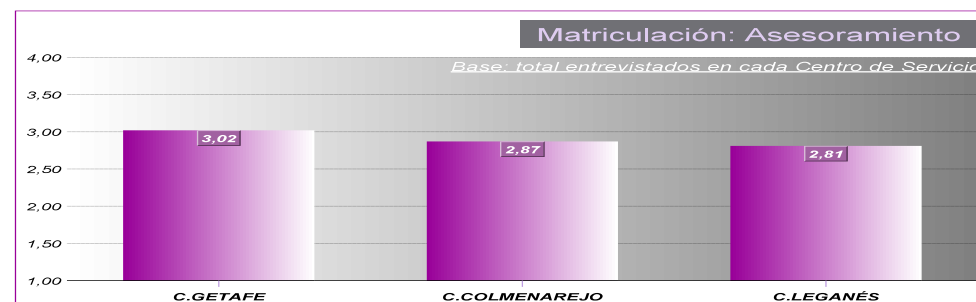
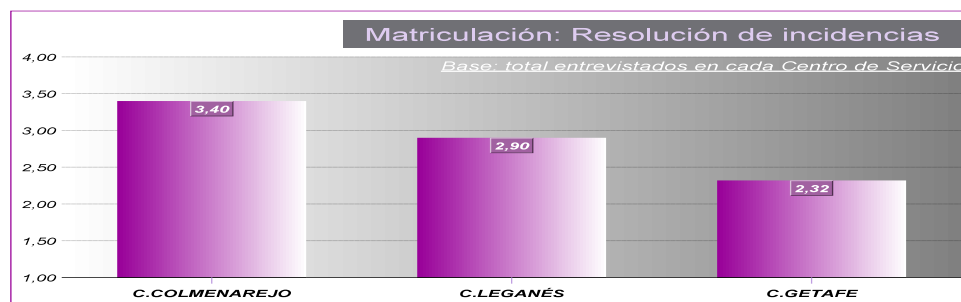
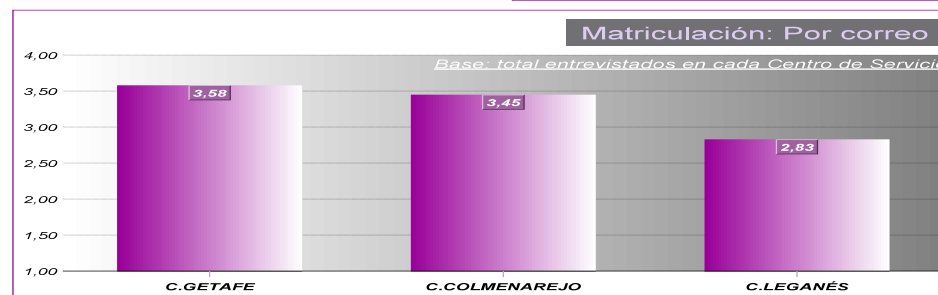
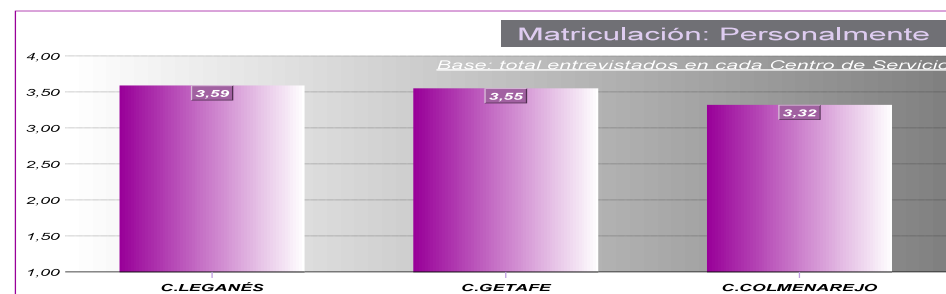
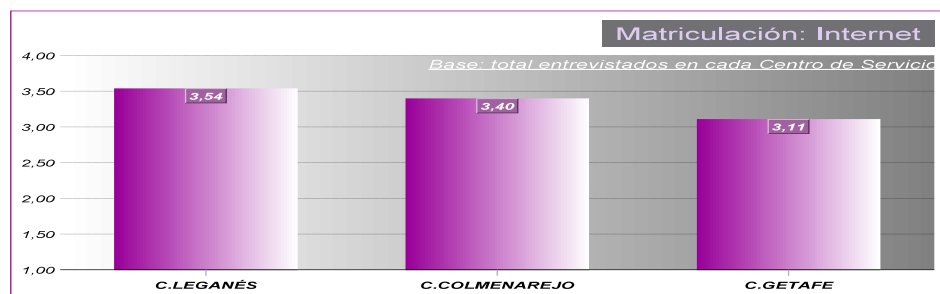
Sistemas de matriculación (% alumnos que utilizaron)







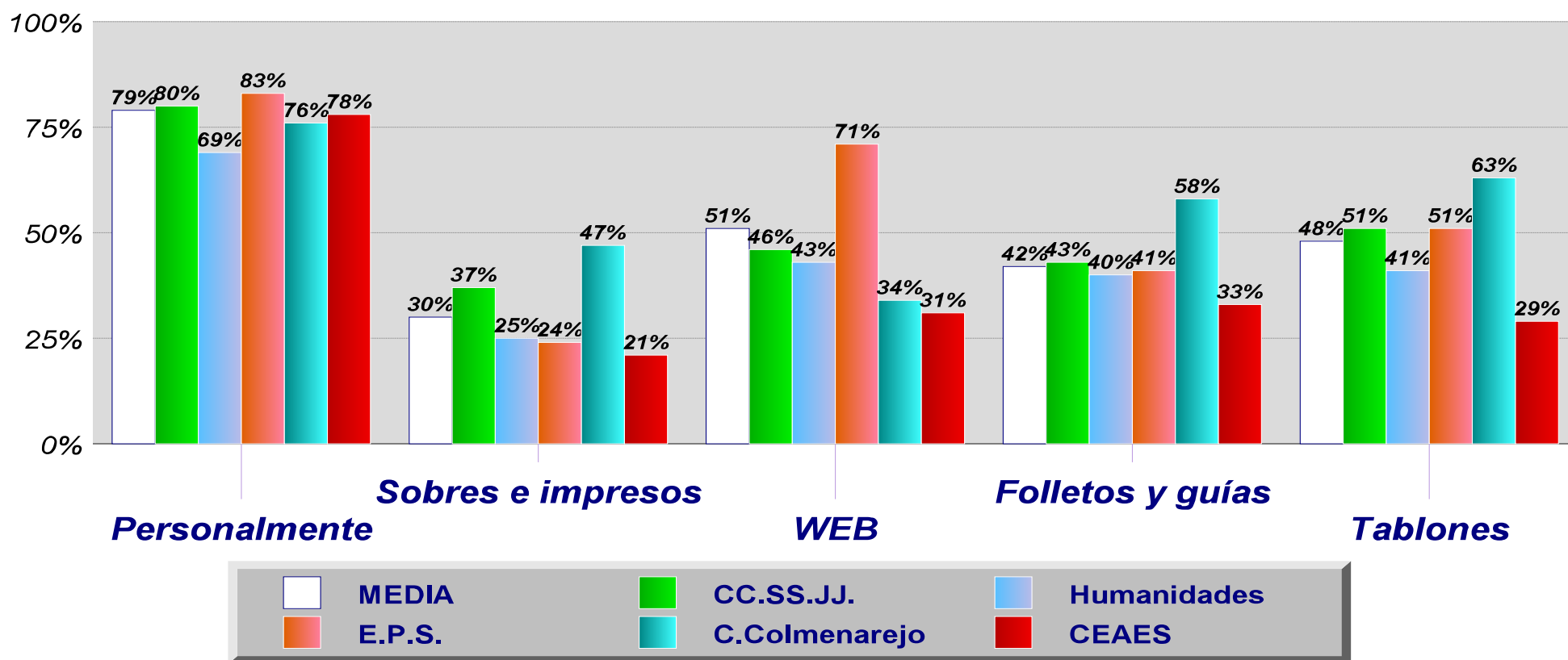


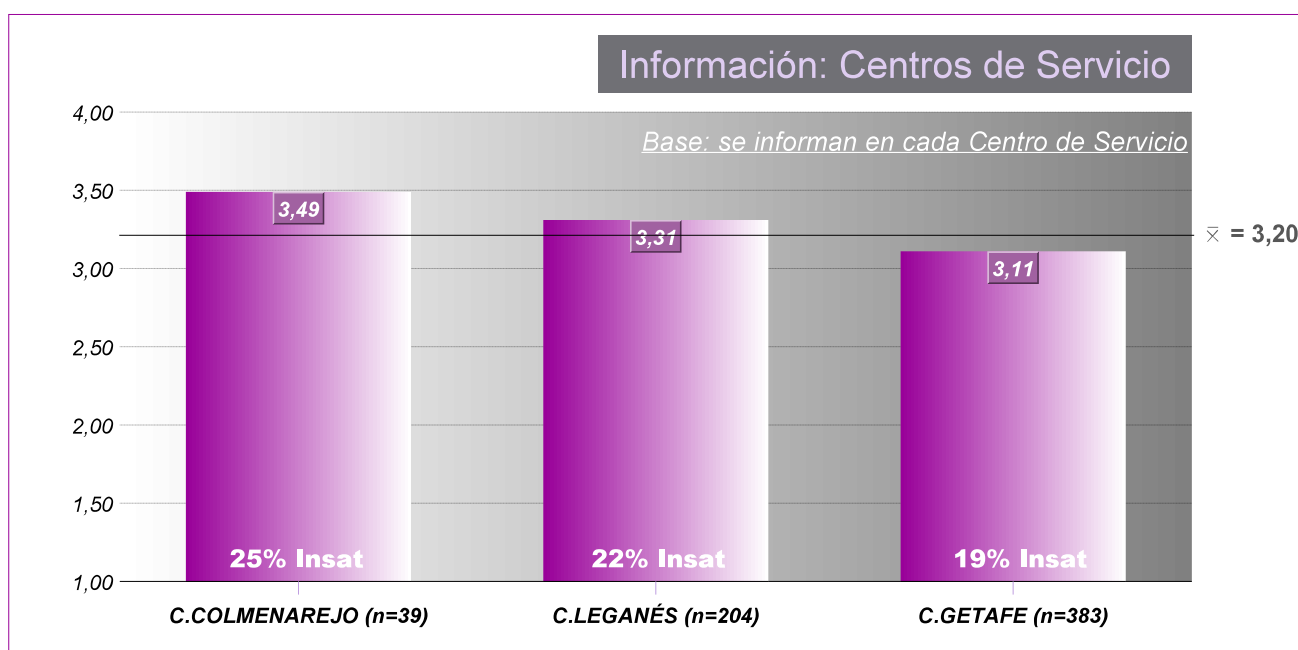


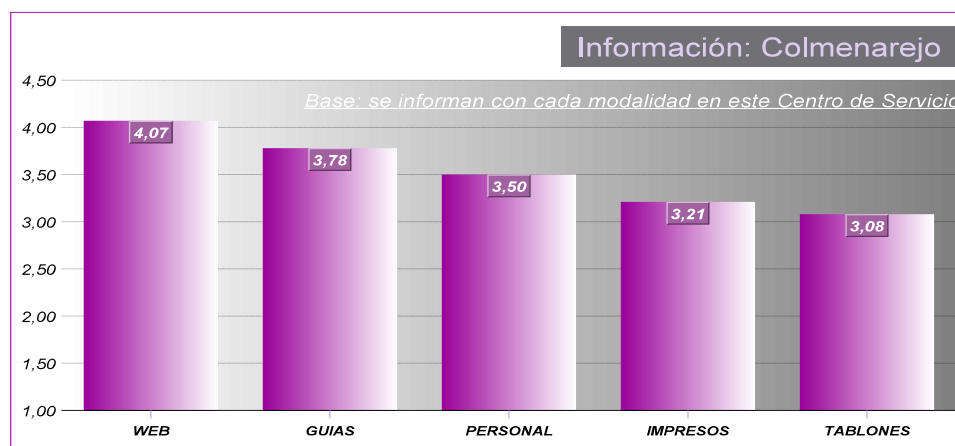
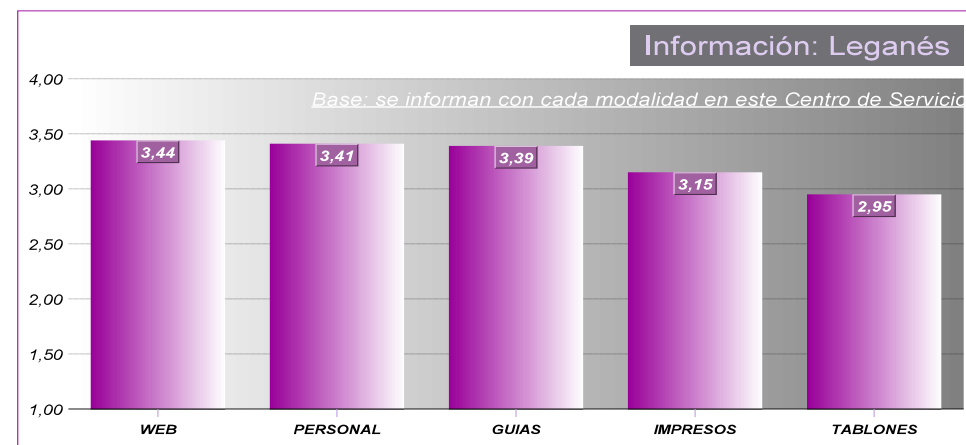
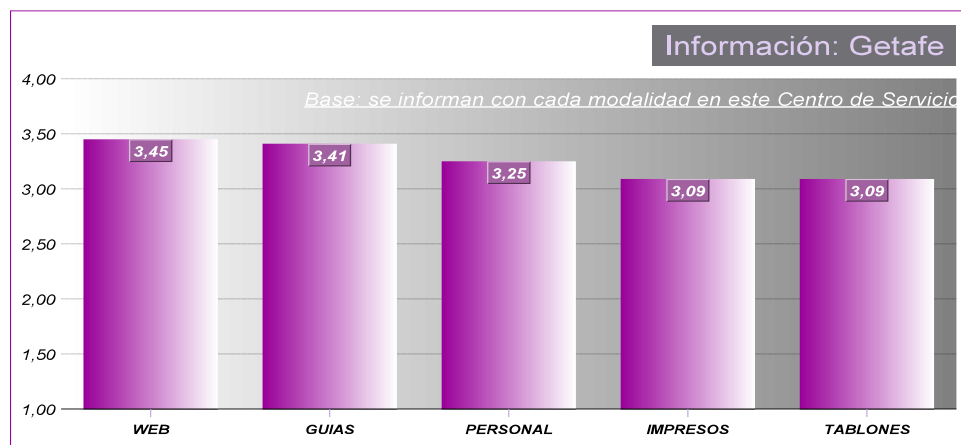
||

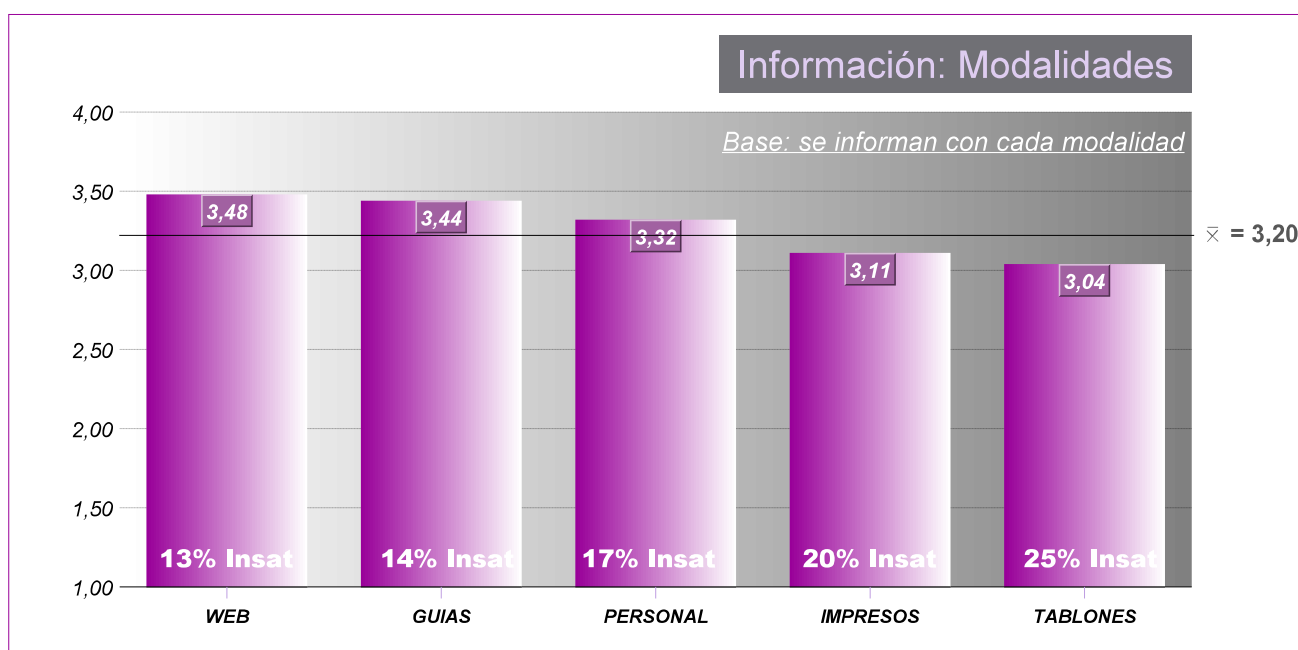


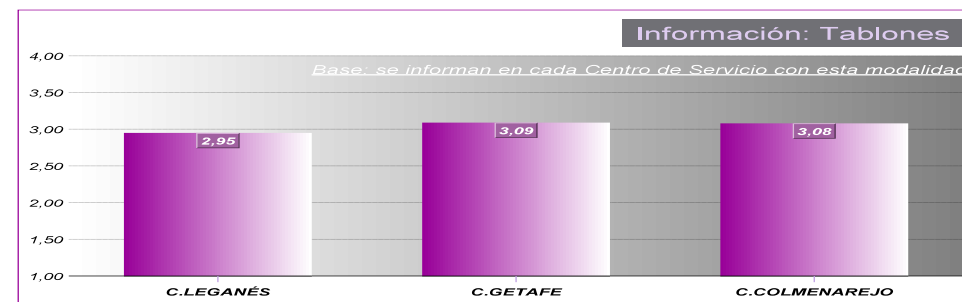
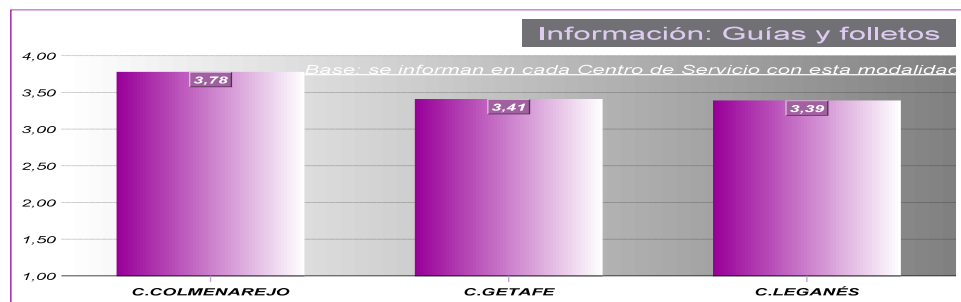
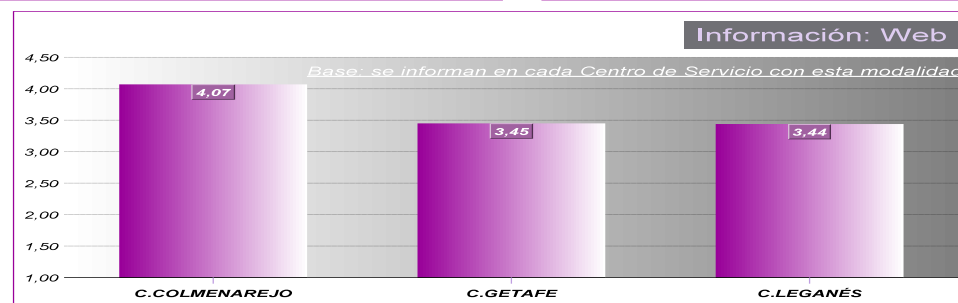
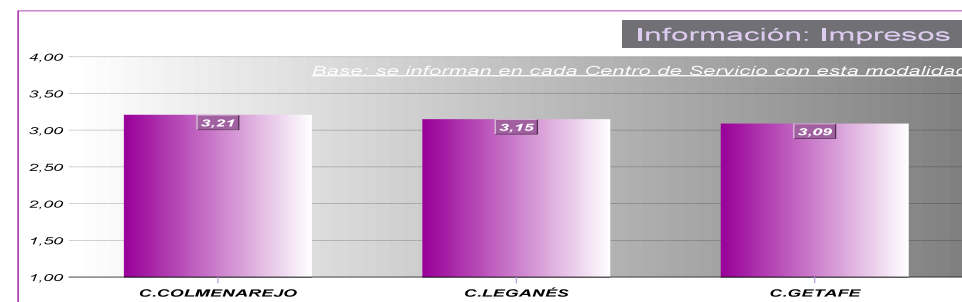
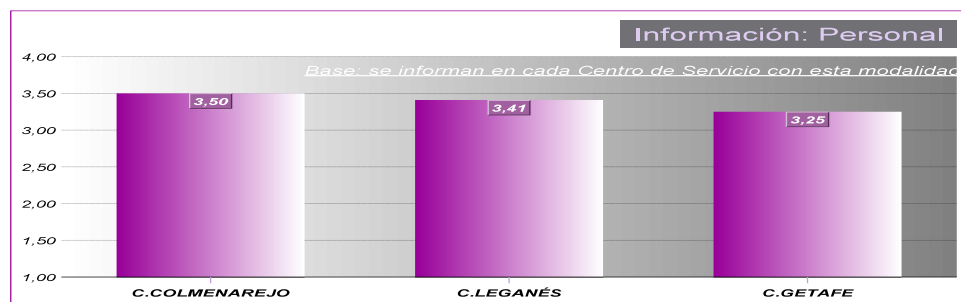
Canales de información (% alumnos que utilizaron)



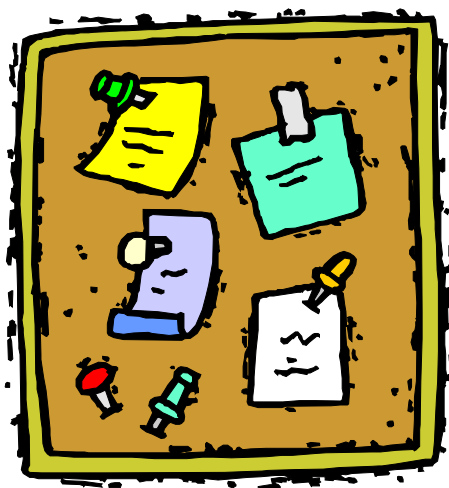




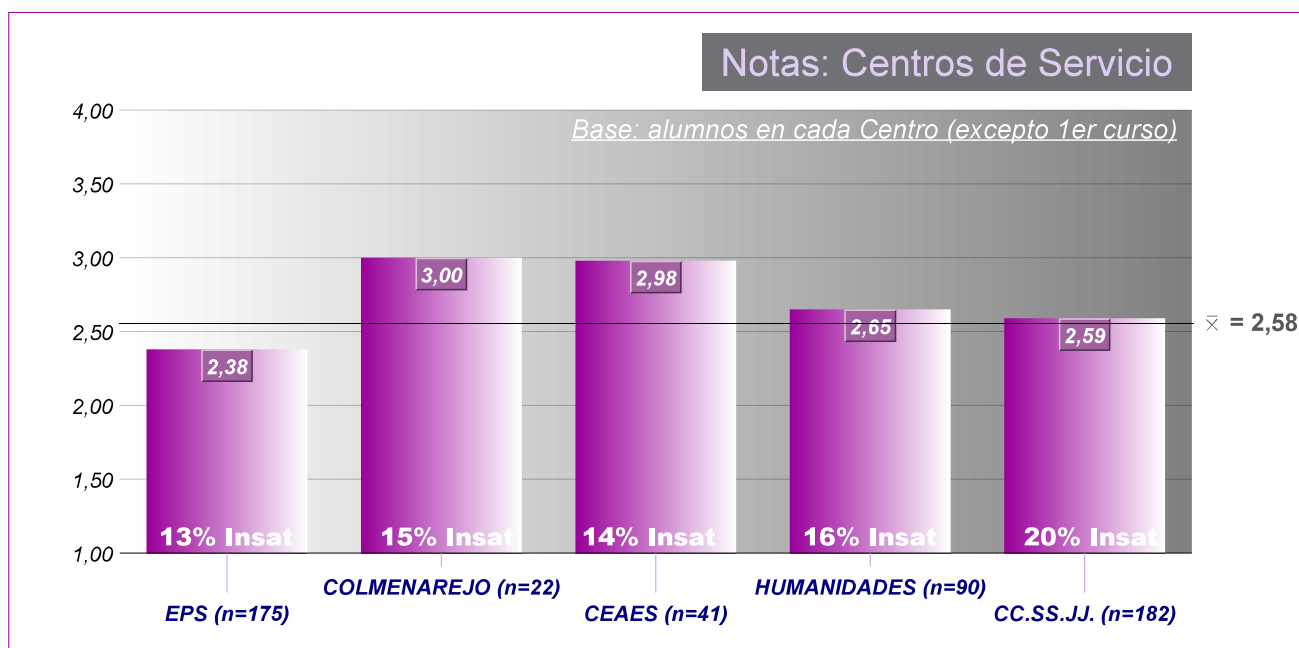


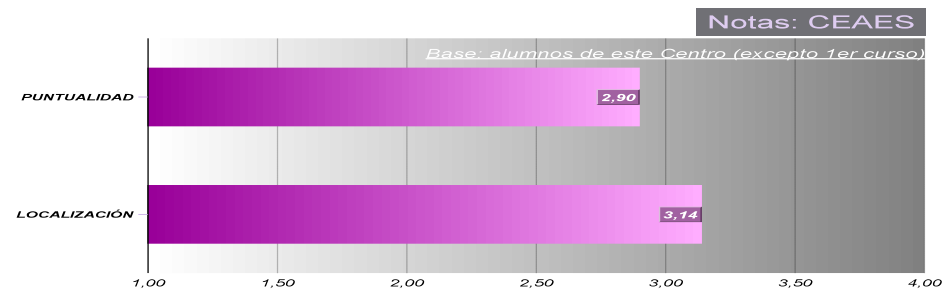
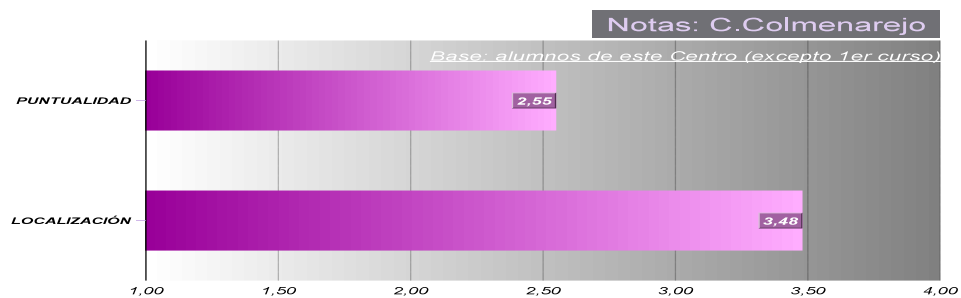
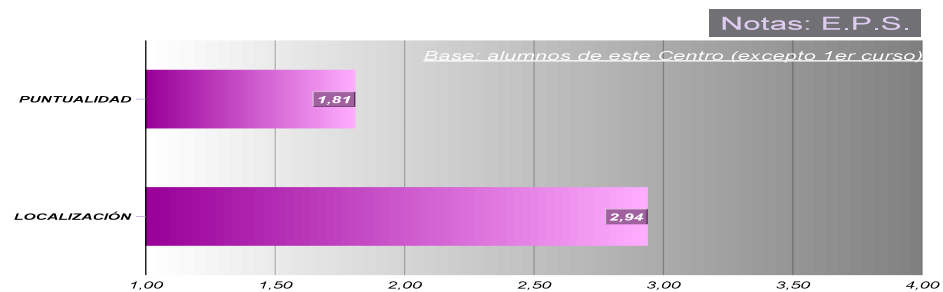
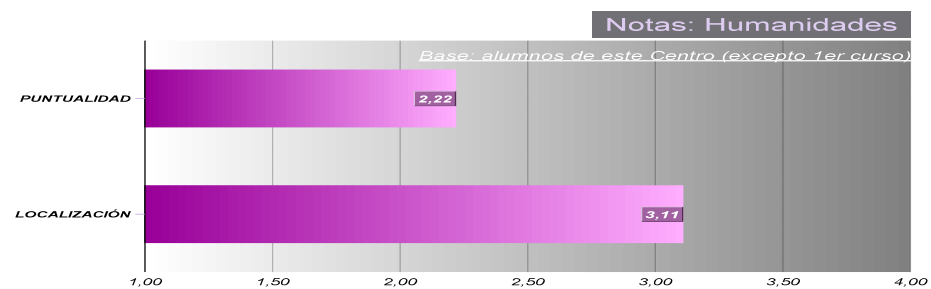
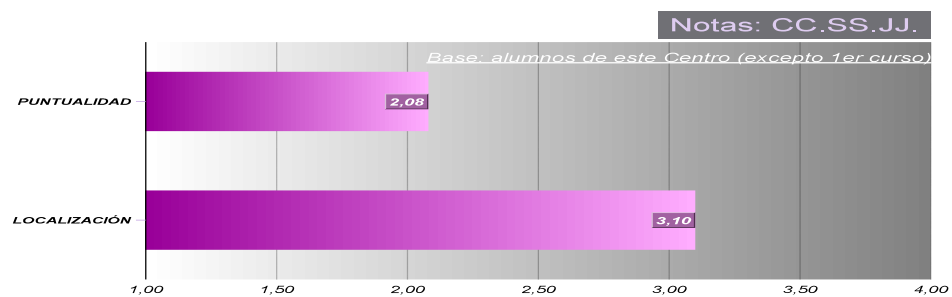


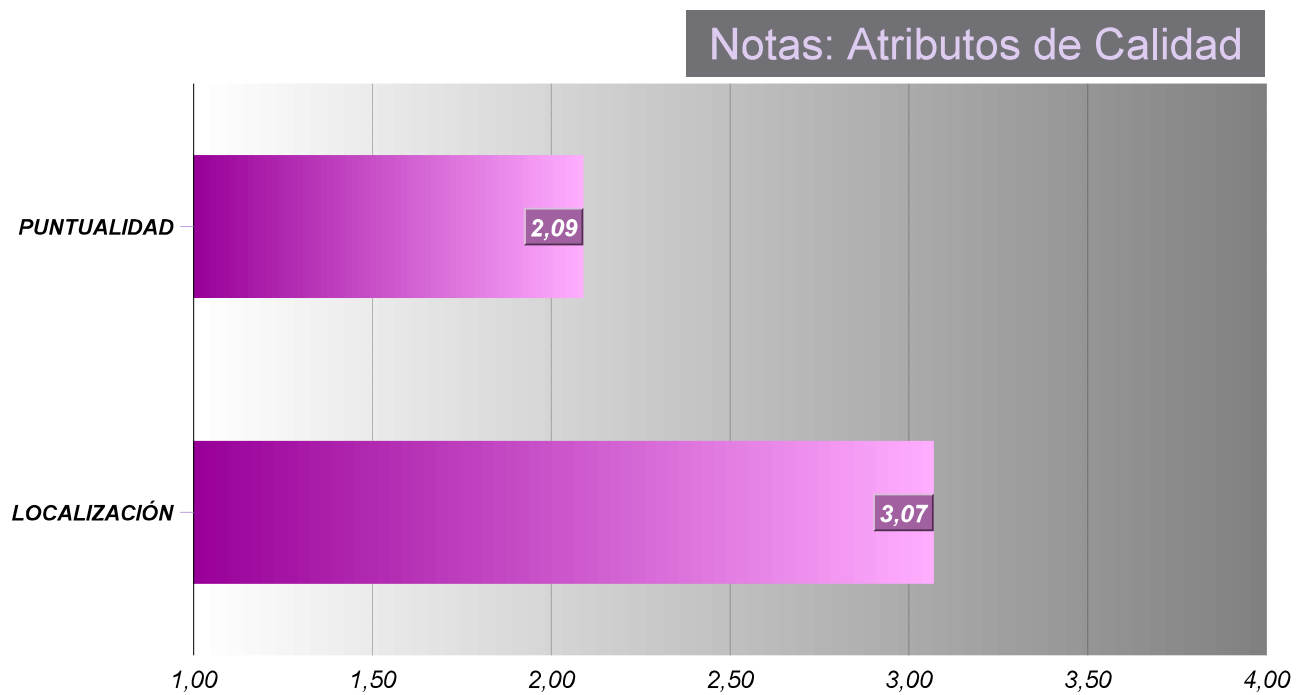
12

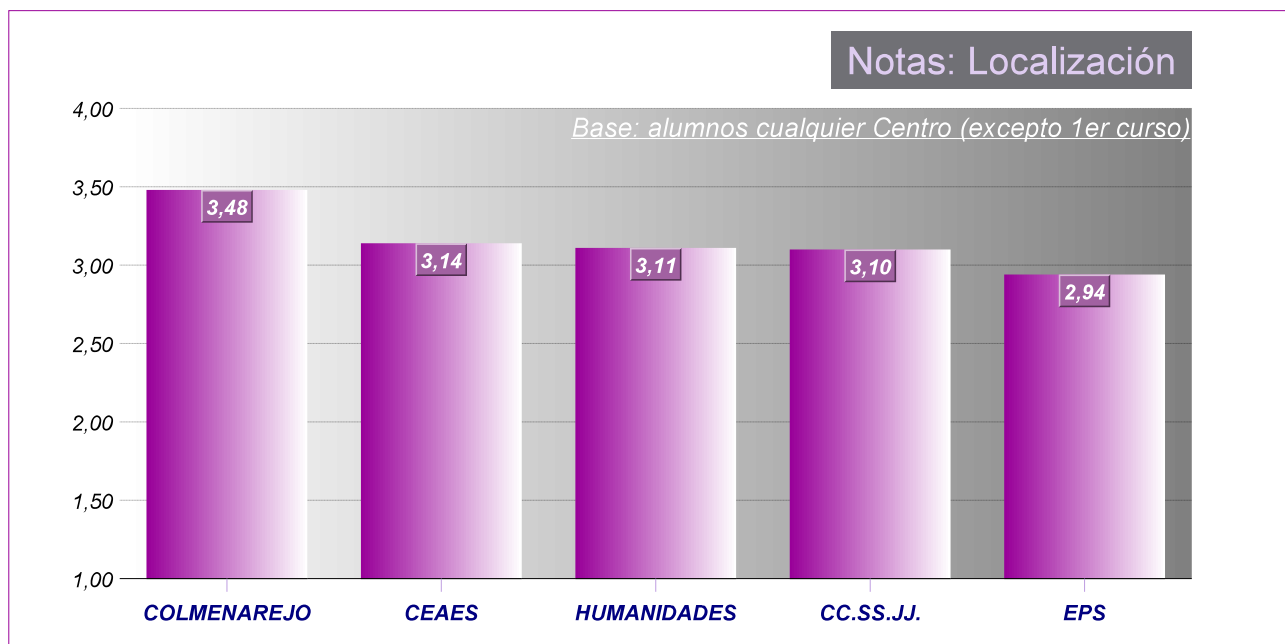
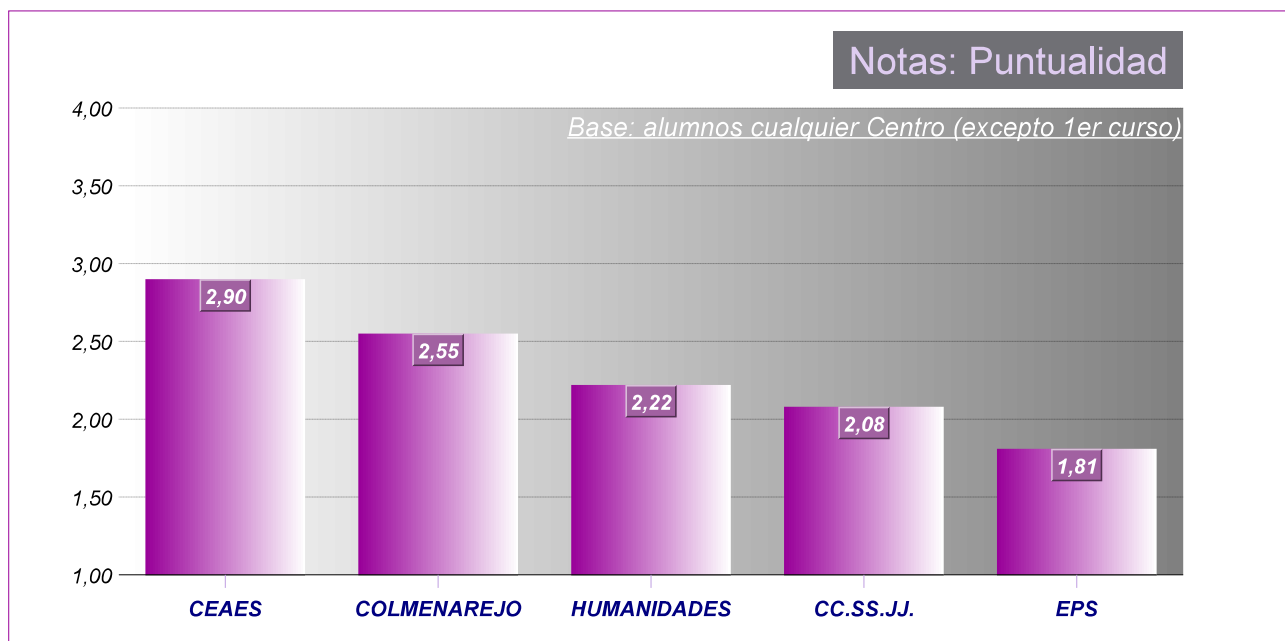


notas

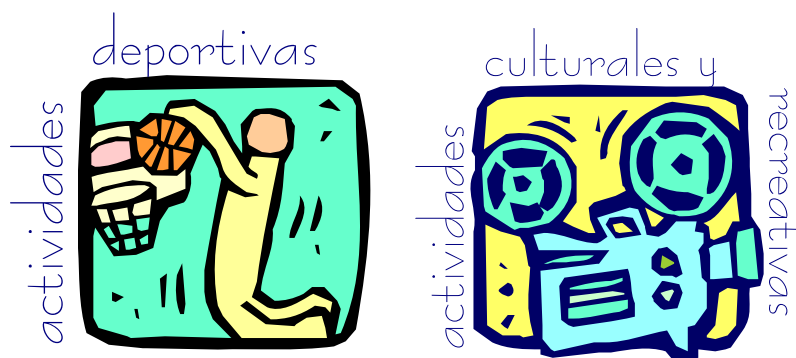






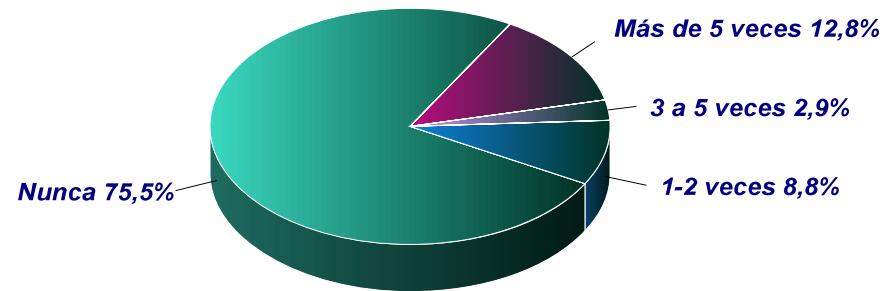


13

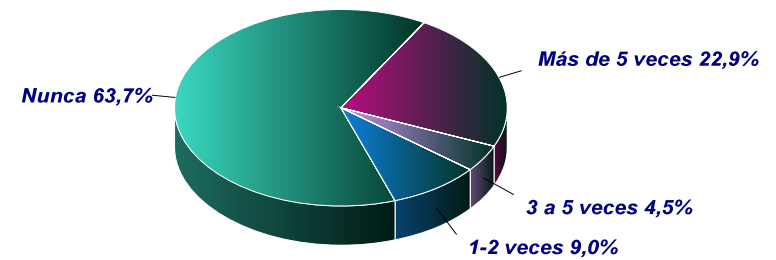


Actividades deportivas, culturales y recreativas
(SIJA)

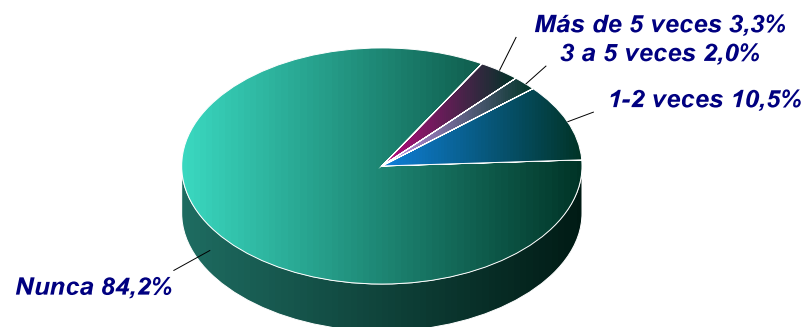
Actividades Deportivas: Utilización



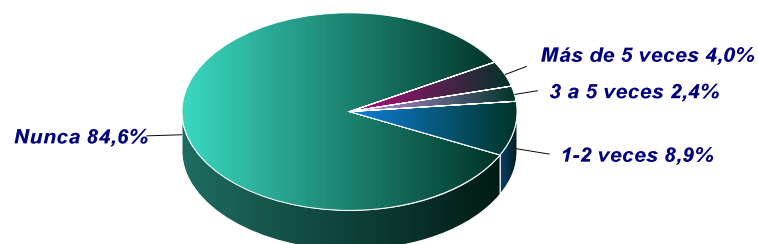
C.Leganés



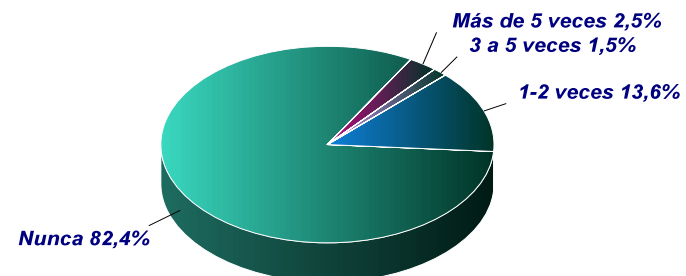
Actividades Culturales y Recreativas: Utilización

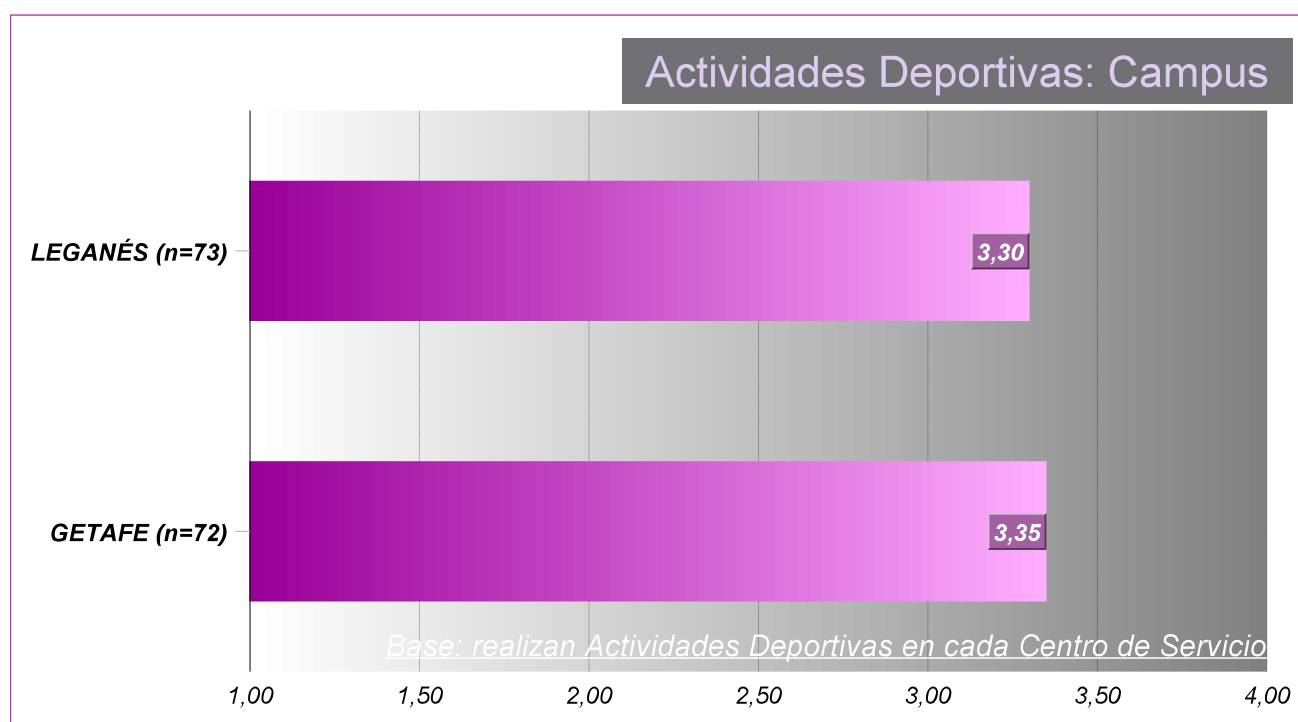


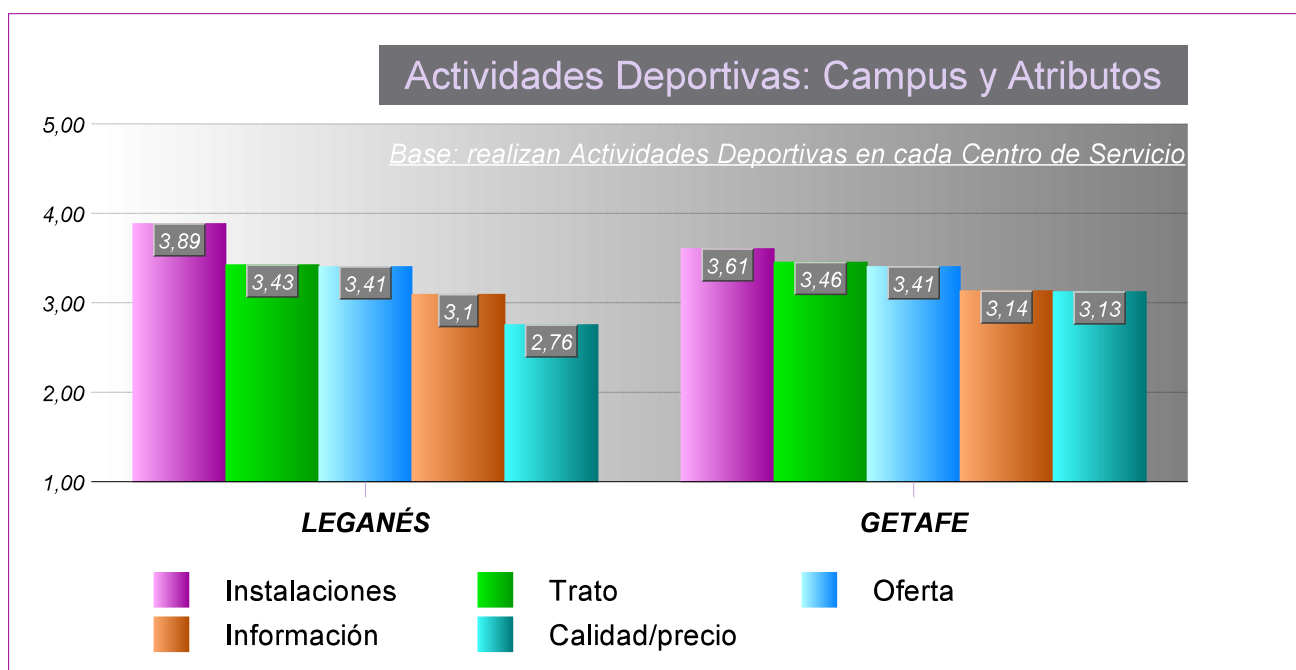
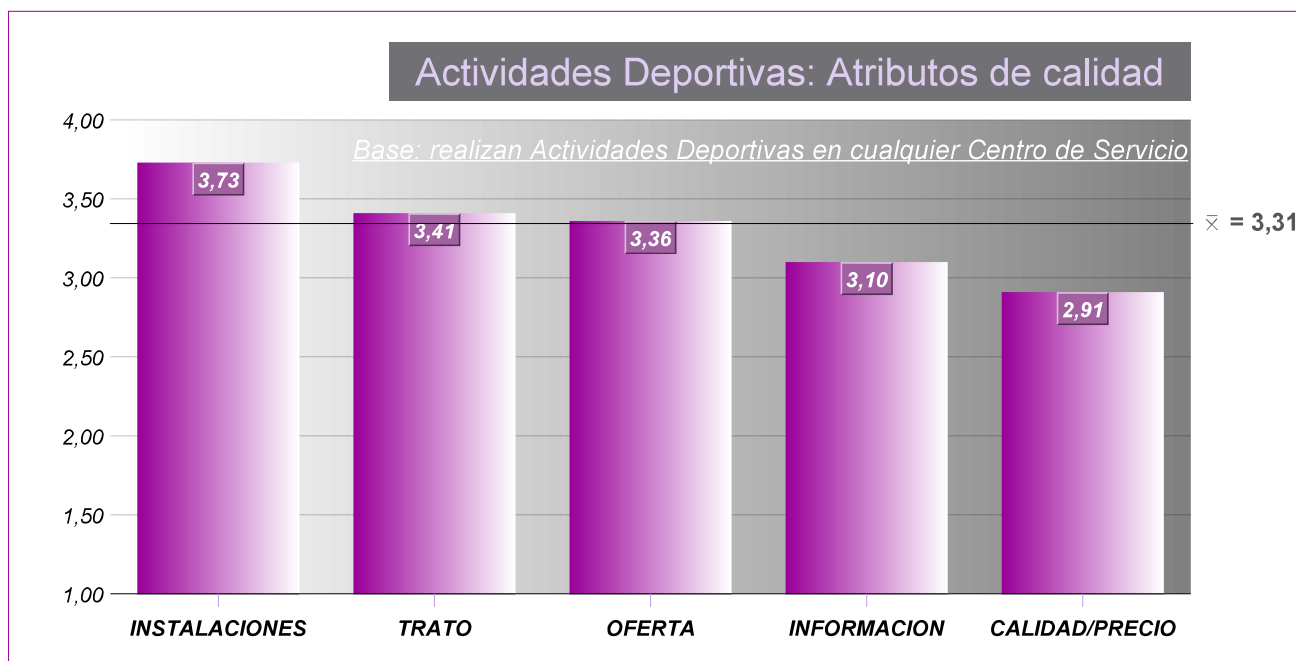
C. Getafe

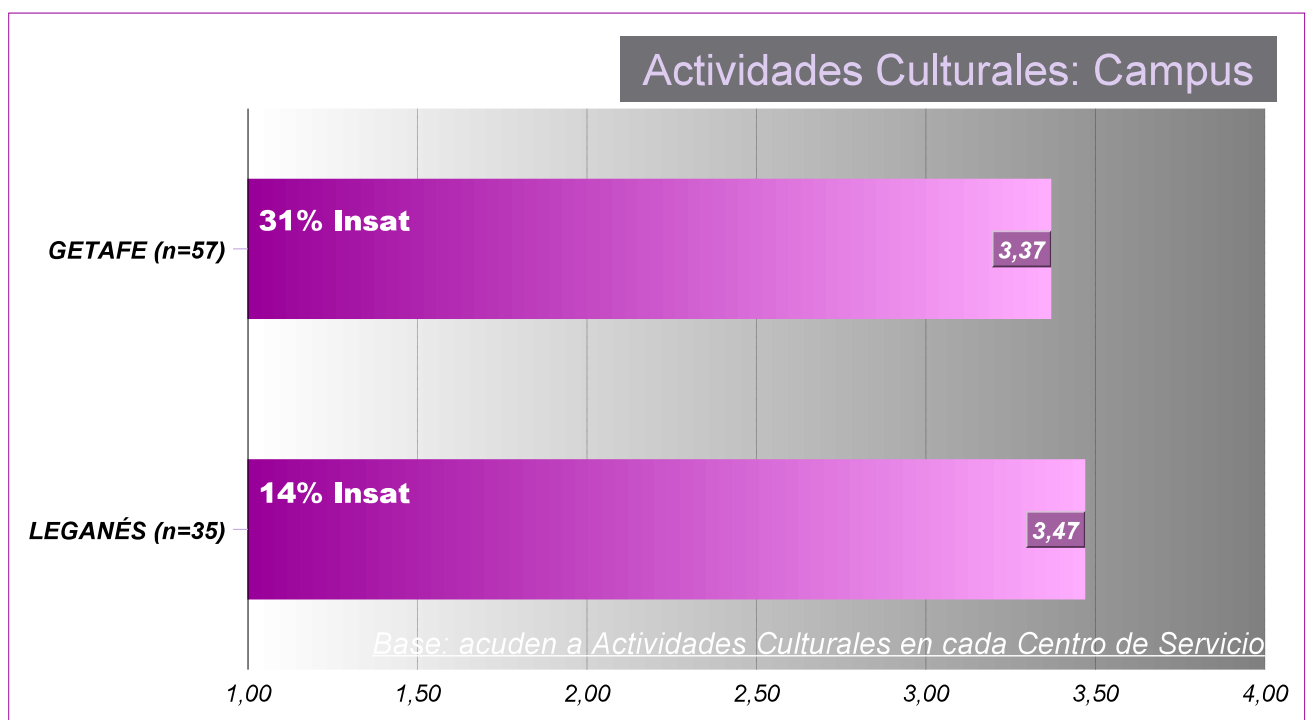


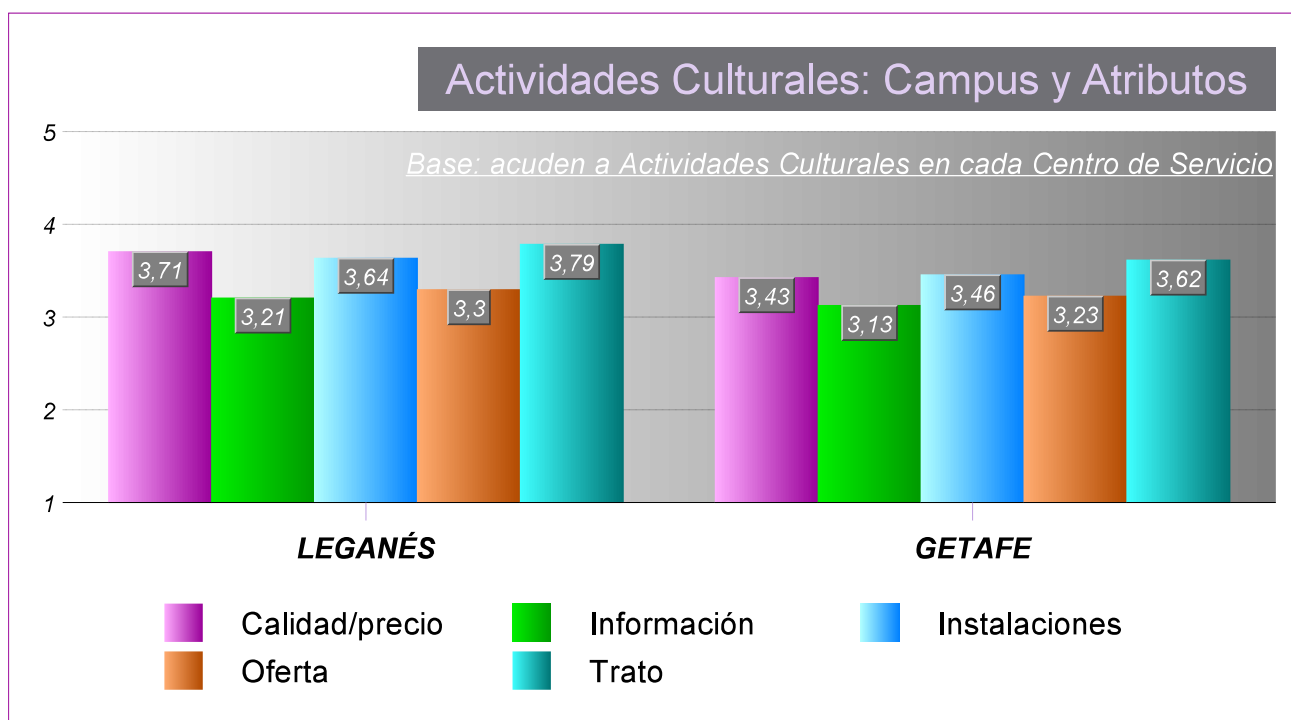
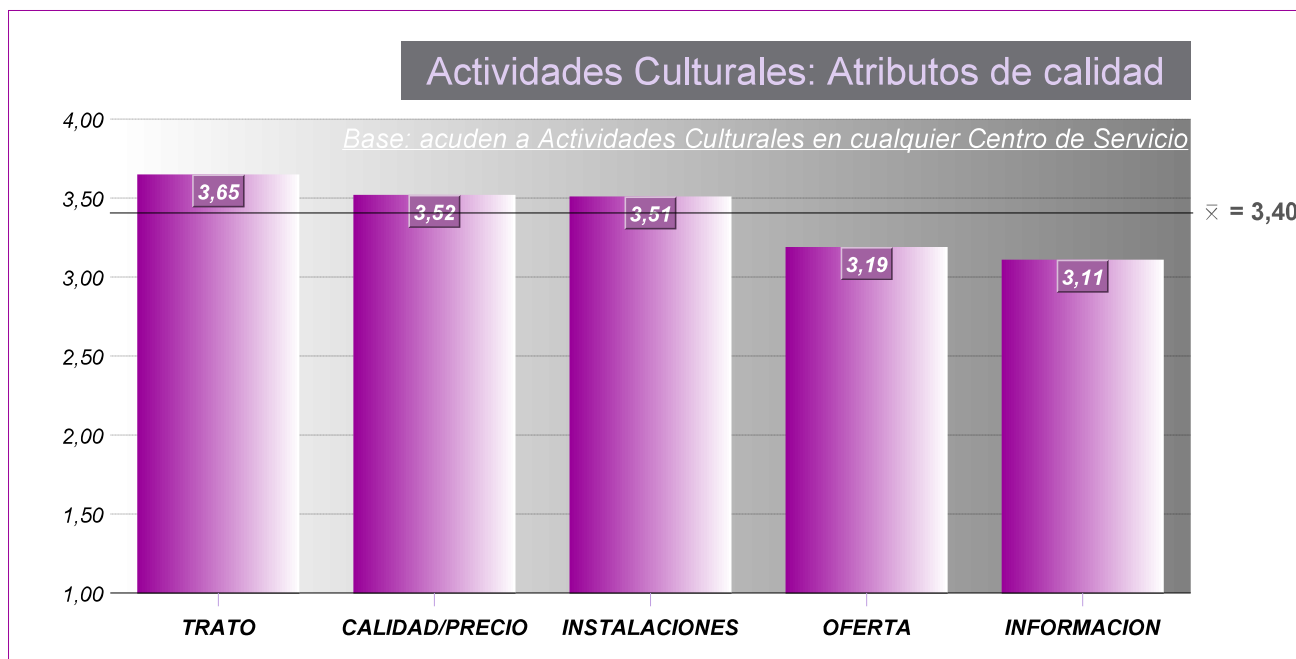
C. Leganés









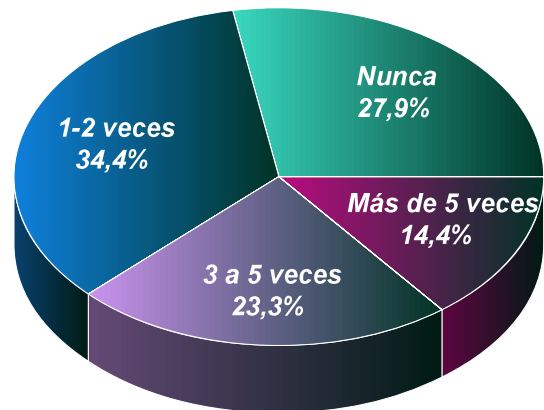


14

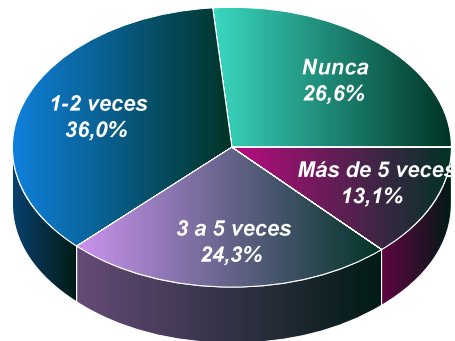


TIENDA

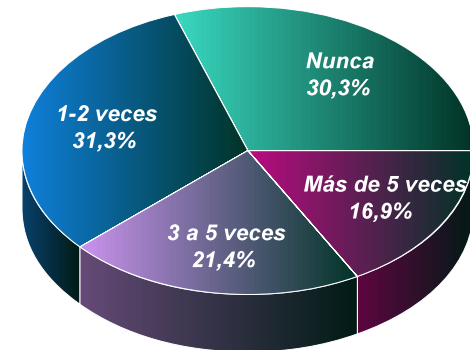
Tienda: Utilización

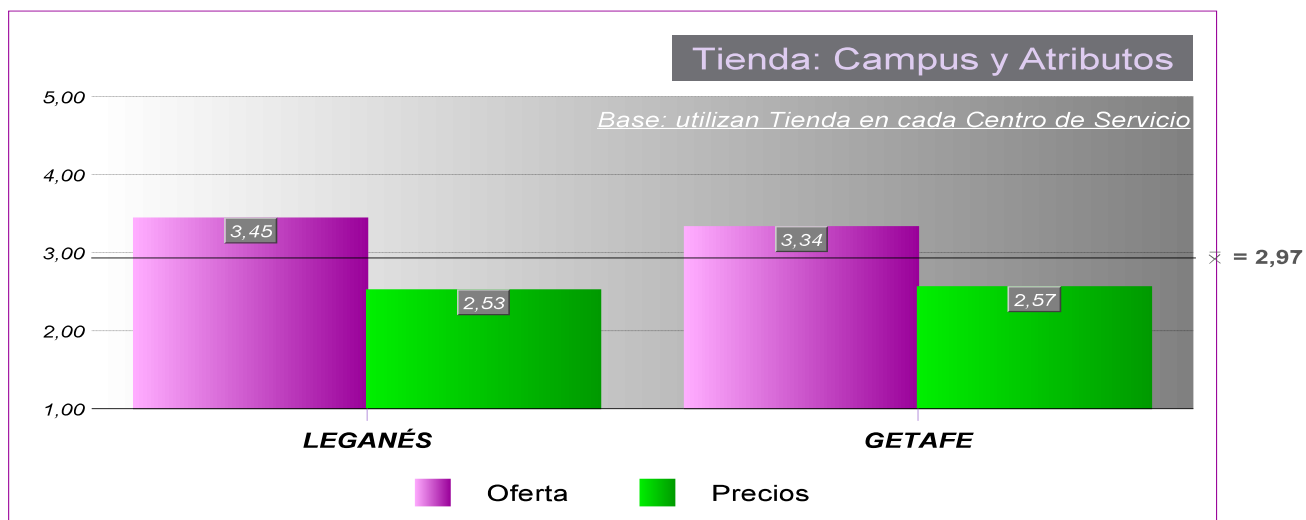
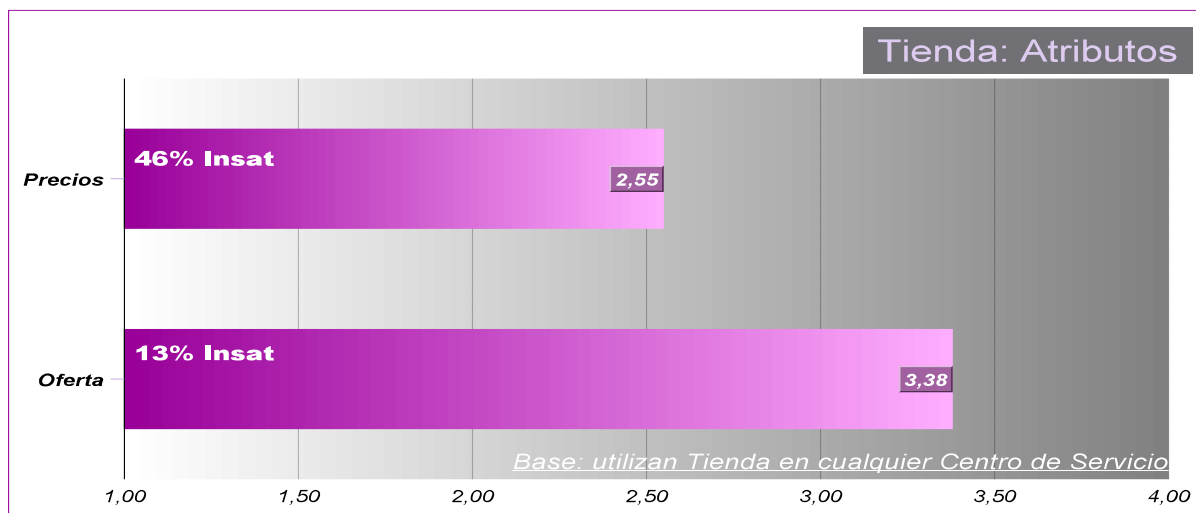
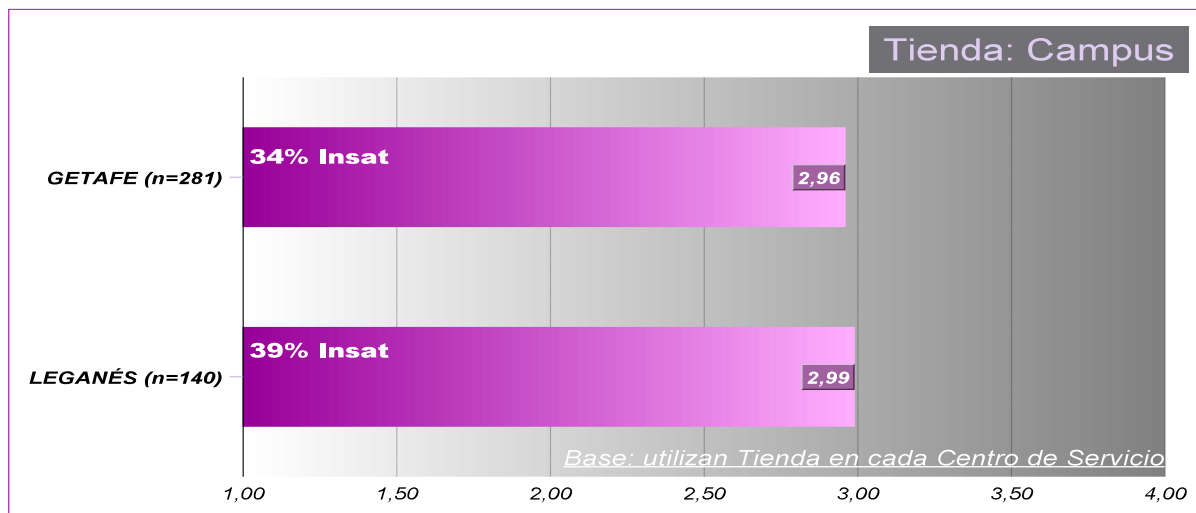


C. Getafe



C. Leganés

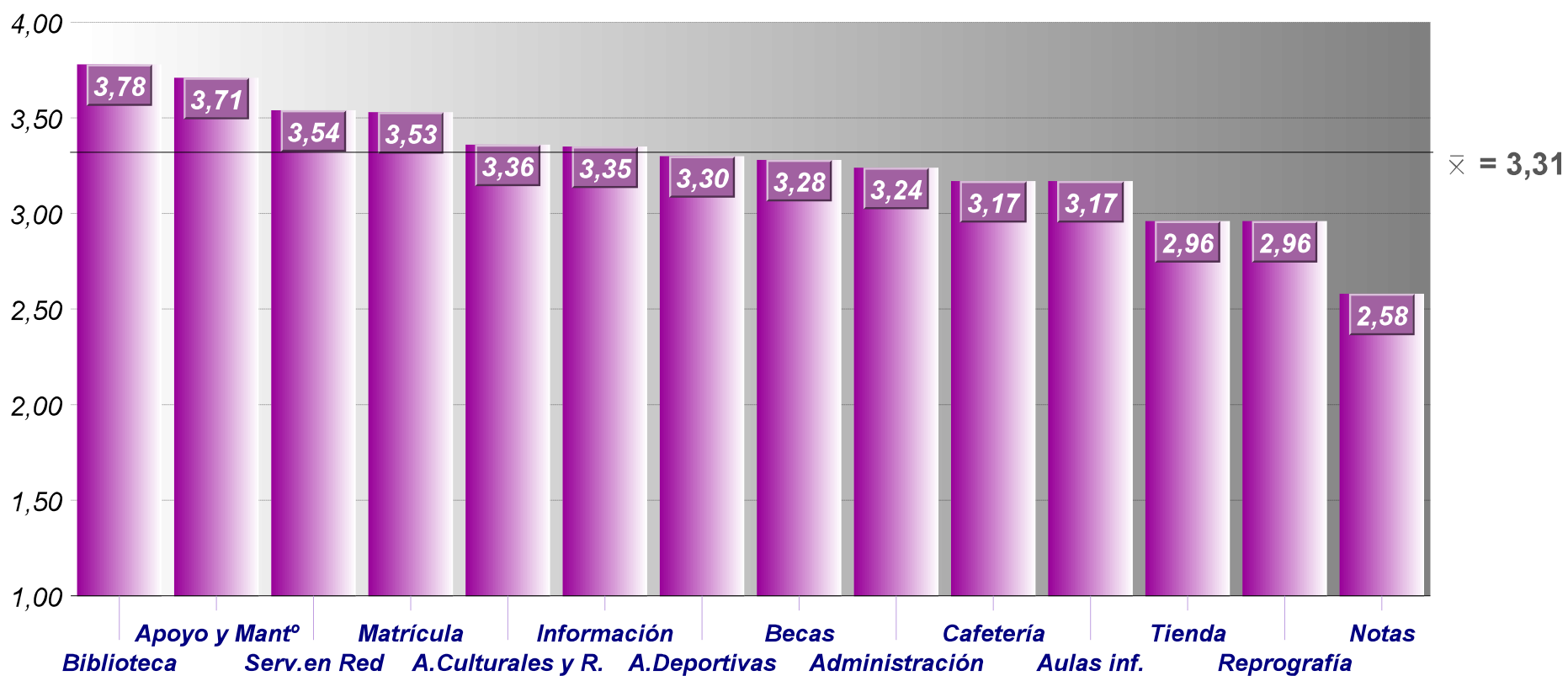




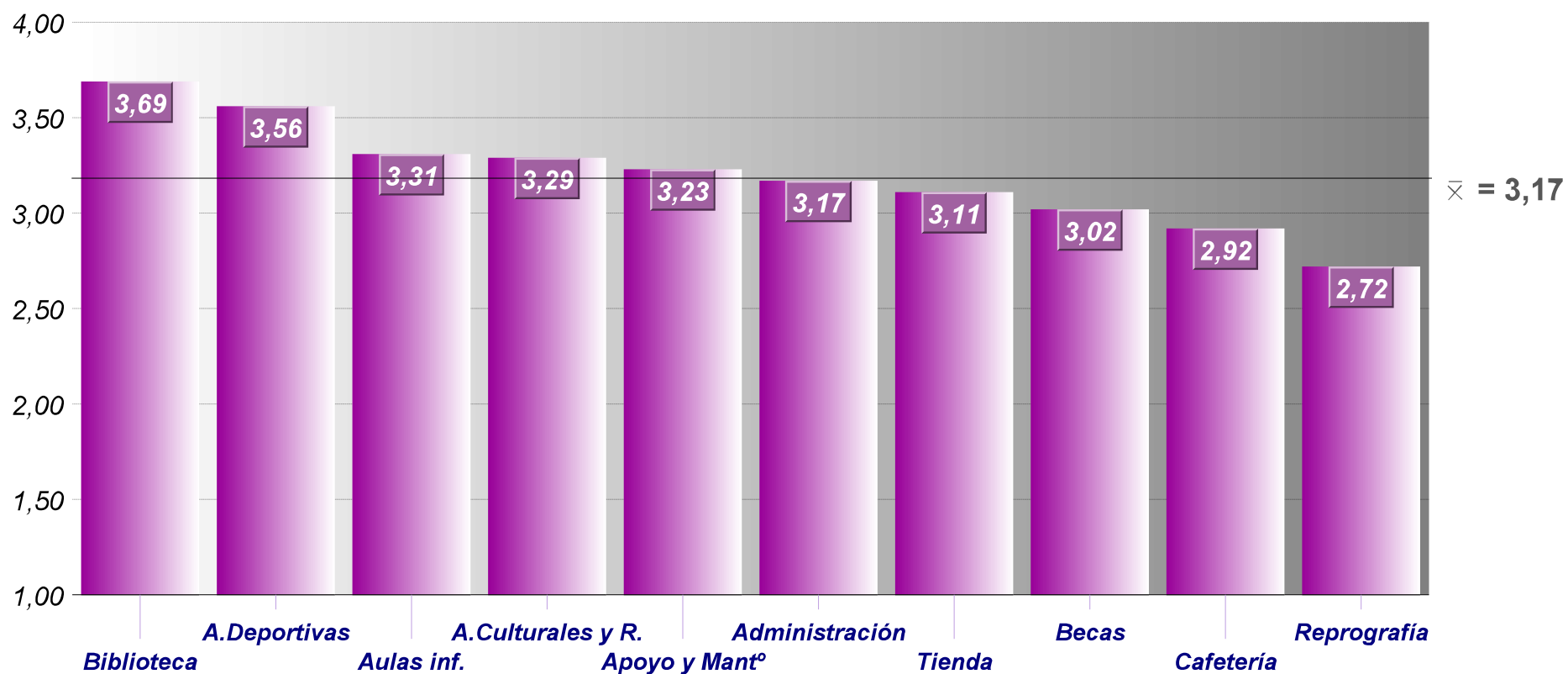
15



'Ranking' de Satisfacción con los Servicios

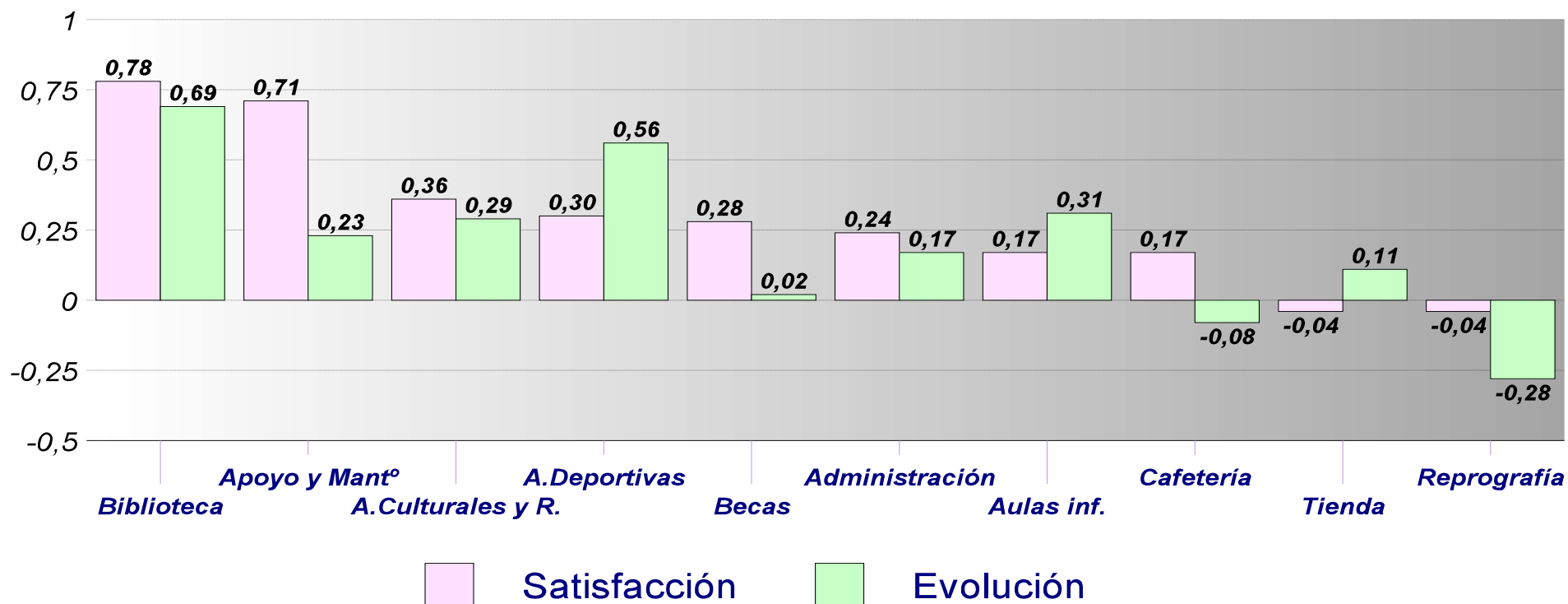


'Ranking' de Evolución de los Servicios



Servicios: Satisfacción y Evolución

Desviaciones sobre el punto central (=3) de las escalas



1. LOS ALUMNOS DECLARAN UN NIVEL DE SATISFACCION GLOBAL CON LOS SERVICIOS DE CARÁCTER MUY MODERADO.

El nivel medio de satisfacción es de 3,3 en la escala 1 a 5 utilizada; obviamente, este dato constituirá el elemento de referencia básico cuya evolución deberá ser observada en los futuros seguimientos.

La satisfacción global de los alumnos presenta un matiz importante, al ser analizada en términos de "frecuencias" de individuos expresamente satisfechos o insatisfechos con el servicio. El estudio detecta un porcentaje del **28% de los alumnos que se declaran insatisfechos** (puntúan menos de 3 en la escala).

Hemos analizado adicionalmente este dato a nivel de los diferentes colectivos (curso, campus, etc.) de alumnos investigados, al objeto de identificar los grupos con mejor/ peor perfil de calidad percibida en el servicio.

Este análisis evidencia una **mayor satisfacción entre los alumnos de primer curso y simultáneamente identifica al alumnado de 2º/3º curso como el grupo más crítico** con la calidad de los servicios.

No se observan diferencias estadísticamente significativas al analizar los datos de satisfacción general por otras variables(campus, centro, etc.).

2. LOS SERVICIOS DE APOYO/MANTENIMIENTO Y LOS SERVICIOS EN RED OBTIENEN EL MEJOR RECONOCIMIENTO (satisfacción) DE LOS ALUMNOS

Junto a ellos (aunque con satisfacción más atenuada), ***destacan también las Actividades culturales y las Actividades deportivas.***

"A sensu" contrario, ***REPROGRAFÍA, TIENDA Y MATRICULA, son las áreas de servicio más deficitarias*** en cuanto a la satisfacción de los alumnos.

En todos estos casos, la media de satisfacción se sitúa por debajo del punto crítico de 3, en la escala 1 a 5 utilizada en las mediciones.

Los restantes servicios chequeados (Becas, Aulas Informáticas, Información, Administración, Cafetería) presentan niveles de satisfacción situados en el entorno de la media de satisfacción general.

3. JERARQUIZACIÓN DE LA CALIDAD PERCIBIDA

El análisis de la satisfacción por atributos de calidad permite a su vez establecer un 'ranking' mucho más detallado de la satisfacción de los alumnos; en dicho 'ranking' distinguimos dos grandes bloques de aspectos:

LOS ASPECTOS CON **PERFIL MÁS SATISFACTORIO**

- La **LIMPIEZA** de las instalaciones
- La **CONSERJERÍA**

Estos son los únicos aspectos en los que la media de satisfacción declarada por los alumnos se sitúa por encima del nivel 4 en la escala.

También presentan un nivel de **satisfacción significativamente mejor que la media** global, los aspectos relativos a.. .

- Calidad y dotación de las **instalaciones dedicadas a las actividades deportivas**.
- **Acceso a los expedientes académicos y comunicación profesor-alumno** mediante los servicios en red.
- El servicio de **Seguridad** dentro de la Universidad.
- El **trato obtenido del personal encargado de las actividades culturales/ recreativas**.

Otros aspectos, que aunque de forma muy moderada, poseen un grado de satisfacción por encima de la media, son los siguientes:

- El funcionamiento del **correo electrónico**
- La **matriculación** tanto por vías personales como por correo.
- Los **sistemas de pago en la Reprografía**.

- El **mantenimiento y reparación de las instalaciones**
- Las **instalaciones existentes para las actividades culturales**/ recreativas así como la **relación calidad-precio** de estas actividades.
- El **horario de funcionamiento de la cafetería**.

ASPECTOS MÁS DEFICITARIOS POR SU CALIDAD PERCIBIDA

- La **PUNTUALIDAD en la publicación de las calificaciones**; indicador claramente desmarcado "a la baja" (2,09) en cuanto a la satisfacción de los alumnos.
- El **PRECIO/COSTE**, así como la **agilidad/ diligencia** con la que se presta el servicio de **REPROGRAFÍA**.
- Los **PRECIOS de la TIENDA / LIBRERÍA**

Otros aspectos con media de satisfacción por debajo del punto medio -3- en la escala utilizada.

- Oferta de **menús, relación calidad-precio y agilidad en el servicio de CAFETERIA**
- Dotación de nº de **puestos en las aulas informáticas**
- Relación **calidad-precio de las actividades deportivas**
- Utilidad e idoneidad del **asesoramiento recibido al efectuar la matrícula**, así como **resolución de las incidencias producidas** durante el proceso de matriculación o al efectuar alguna gestión en la Administración de la Universidad.
- **Información existente sobre el sistema de Becas.**

4. VALORACIÓN POR INDICADORES DE CADA AREA DE SERVICIO ANALIZADA

Procedemos a un análisis de los datos de satisfacción obtenidos a nivel de cada área/ámbito de servicio.

Se han reflejado en los distintos casos, aquellos aspectos con mejor/peor nivel de calidad percibida.

(Cuadros en blanco identifican aquellos casos en que no existe ningún aspecto por debajo o por encima del punto central-3- en la escala de valoración utilizada).

<i>Servicio</i>	Lo mejor	Lo peor
<i>Reprografía</i>	- Sistemas de pago	Precios
<i>Tienda / Librería</i>	---	Precios
<i>Cafetería</i>	- Horarios	Agilidad
<i>Actividades Deportivas</i>	- Instalaciones	Relación Calidad / Precio
<i>Actividades Culturales</i>	- Trato	---
<i>Becas</i>	- Trato becarios	Información
<i>Servicios Informáticos</i>	- Servicios en Red Acceso al expediente Comunicación prof/alumno Correo electrónico	Dotación de puestos en las aulas informáticas
<i>Administración de alumnos</i>	- Matriculación: Personal Por correo	Puntualidad en las calificaciones
<i>Apoyo / Mantenimiento</i>	- Limpieza - Conserjería	Climatización
<i>Biblioteca</i>	- Agilidad mostrador préstamos - Horarios	Volumen y plazo préstamos

5. LA EVOLUCIÓN PERCIBIDA POR EL ALUMNO EN LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS.

La percepción global de los alumnos al respecto de la evolución que experimentan los servicios es que **MEJORAN LIGERAMENTE (3,13 en la escala)**.

Se trata de una **percepción muy moderada de evolución positiva**.

REPROGRAFÍA Y CAFETERÍA presentan el peor perfil de evolución, en la opinión del alumnado; en ambos casos la media de evolución que se les asigna es de sentido negativo (por debajo de 3 en la escala).

De hecho ambos servicios están afectados por un **considerable porcentaje de alumnos (26% reprografía; 20% cafetería) que percibe expresamente una evolución "a peor"**.

Por el contrario, **actividades deportivas, actividades culturales/ recreativas y Biblioteca, son los servicios con mejor percepción del alumno acerca de su evolución**; se trata de los servicios que cuentan con un mayor respaldo (porcentaje) de alumnos decantado por una evolución positiva.

Tanto la REPROGRAFÍA como el servicio de CAFETERÍA exigen además un análisis más detallado en función del CENTRO en el que se prestan.

Este análisis identifica diferencias de satisfacción significativas en los siguientes casos:

- **REPROGRAFÍA:**

Se desmarca al alza la prestación del servicio, en el edificio SABATINI; se trata de hecho del único centro en el que la satisfacción del alumno (3,33) se sitúa por encima del punto crítico de 3.

A.Betancourt y Colmenarejo, son los centros peor posicionados a este respecto.

- **CAFETERÍA:**

La situada en el edificio **LUIS VIVES, es la que obtiene un mayor nivel de satisfacción** de los alumnos; por contra, las ubicadas en el edificio **PADRE SOLER y en el Campus de COLMENAREJO son las más deficitarias**.

6. LOS HÁBITOS Y FRECUENCIAS DE UTILIZACIÓN DE LOS SERVICIOS

Analizamos a continuación de forma pormenorizada las prácticas de uso de determinados servicios. Debemos recordar que se trata de datos cuyo valor en la encuesta es por una parte instrumental (filtran las valoraciones del alumno sobre la base de un determinado grado de utilización de los servicios) y por otra descriptivo de unos determinados hábitos a la hora de utilizar los servicios.

REPROGRAFÍA:

- Se trata de un **servicio "esencial"** en la actividad del alumno; De hecho un **95% del alumnado lo ha utilizado en alguna ocasión durante el presente curso**. La utilización de la reprografía, está muy generalizada y es además de un grado intenso sobre todo ente los alumnos de . . .

Primer curso

Escuela Politécnica Superior

C.C. Sociales y Jurídicas

- **El centro de Reprografía usado de forma más frecuente es el situado en el edificio Agustín de Betancourt** (un 63% de quienes lo usan, lo hicieron más de 5 veces durante el periodo analizado).
- Le siguen en intensidad/ frecuencia de uso los centros Adolfo Posada y Concepción Arenal (46 y 44 % respectivamente de sus usuarios, lo utilizaron más de 5 veces)

• RESTAURANTE/CAFETERÍA

- Es un servicio cuya utilización está también muy generalizada (**95% lo utilizaron**) y es además muy homogénea por colectivos.
- **La Cafetería más utilizada es la de C.C.Sociales y Jurídicas**, seguida (aunque a considerable distancia) de la de Humanidades. No obstante **el uso más frecuente (frecuencia de uso entre sus usuarios) se produce en las de Padre Soler y Humanidades** (73% y 66% respectivamente de alumnos que la utilizaron más de 5 veces)

Ambos servicios (Reprografía y Cafetería) presentan como sabemos, el perfil más crítico de calidad percibida; su utilización generalizada e intensa, con una afluencia masiva y frecuente de usuarios tiene sin duda mucho que ver con el déficit de satisfacción observado; en todo caso debemos recordar, que los puntos más débiles en la percepción de ambos servicios no están relacionados "a priori" con posibles consecuencias de la masificación (trato, agilidad, etc.) sino con el **factor PRECIO**, factor que suele tener en cualquier servicio un efecto "contaminador" en términos de satisfacción de clientes.

TIENDA/LIBRERÍA

- Un **68%** de los alumnos ha utilizado en alguna ocasión la tienda/librería.
- Este porcentaje de usuarios se ve incrementado entre.....

El alumnado femenino

Los alumnos de 4º/5º curso

- Y es significativamente menor entre. . .

Los hombres

Quienes cursan estudios de Master/ tercer ciclo

ACTIVIDADES DEPORTIVAS

- Las realizan una cuarta parte (**24%**) de los alumnos.
- Los mayores usuarios:

Hombres

Alumnos de 4º/6º curso

Estudiantes en el Campus de Leganés

- Los usuarios menos frecuentes:

Alumnado femenino

De primer curso

Del Campus de Getafe

ACTIVIDADES CULTURALES/RECREATIVAS

- Tan **sólo un 15%** de los alumnos practica en alguna ocasión este tipo de actividades.
- Se trata de un porcentaje de utilizadores que es muy homogéneo, cuando se analiza a nivel de las distintas variables (campus, curso, etc.).
- En todo caso se observa un menor grado de utilización entre los alumnos de primer curso.

SISTEMA DE MATRICULACIÓN

- Sigue siendo mayoritaria la **fórmula personal/presencial** a la hora de efectuar la matrícula (**57%**)
- No obstante **existe ya una notable proporción de alumnos (45%) que utiliza el canal de Internet** para matricularse.
- El uso de la red para formalizar la matrícula está significativamente más extendido entre. . .

Los alumnos de los **cursos superiores**

Quienes estudian en el Campus de **Leganés**

Los alumnos de la Escuela Politécnica Superior

- Este sistema de matriculación es utilizado en menor medida por. . .
 - Los alumnos de primer curso y los de tercer ciclo y Máster
 - Los estudiantes de Humanidades
 - Los alumnos de Getafe y Colmenarejo
- Por otra parte, el estudio aporta algunos otros datos interesantes en relación con la percepción del alumno acerca del proceso de matriculación:

Un 27% de los alumnos declara haber "sufrido" algún tipo de incidencia/problema al matricularse y/o al efectuar algún tipo de gestión por parte de la Administración de la Universidad.

Aunque no poseemos referencias previas para valorar la evolución de este dato ni resultados de otras Universidades , se trata en cualquier caso de un porcentaje notable de incidencias.

Por otra parte la valoración que hacen los alumnos afectados, al respecto de la eficacia obtenida en la respuesta (resolución) de estas incidencias, es sin duda "manifiestamente mejorable" (media de satisfacción de 2,66 en la escala 1 al 5)

Son asimismo un ***27%, los alumnos que en el momento de efectuar la matrícula demandaron algún tipo de asesoramiento***; la valoración acerca de la calidad del asesoramiento recibido (2,94) es también claramente susceptible de mejora.

BECAS E INFORMACIÓN EN GENERAL

- Algo más de "un tercio" de los alumnos ***(35%) han solicitado en algún momento información sobre el sistema de becas***; el alumnado femenino es especialmente demandante de este tipo de información
- En relación con los distintos canales/vías de información existentes en la Universidad, los alumnos ***se decantan claramente por obtener la información verbalmente (79%)***
- No obstante cobra ya una considerable importancia, la ***utilización de la WEB como canal informativo; 1 de cada 2 alumnos utiliza en algún momento este sistema***; les siguen, Tablones de anuncios(48%) y folletos(42%)

AULAS INFORMÁTICAS

- ***Son todavía más (54%) los alumnos que no disponen en su hogar de acceso a Internet, que los que poseen (46%)***
- El alumnado de primer curso y quienes estudian en Colmenarejo son quienes en mayor medida están dotados de este tipo de equipamiento.
- Por el contrario los estudiantes en la Escuela Politécnica Superior son los menos equipados a este respecto.
- Por otra parte, ***la utilización de las aulas informáticas está muy extendida; un 74% de los alumnos las usa con frecuencia***, más entre los alumnos de la E.P.S. y menos entre los estudiantes de C.C. Sociales y Jurídicas

E-MAIL Y SERVICIOS EN RED

- ***El uso habitual del correo electrónico está ya muy extendido, alcanzando a un 85% de los alumnos.***
Los estudiantes de la E.P.S. son los que más usan este servicio (recordemos que se trata de hecho del colectivo menos equipado en su hogar a este respecto)
- Más de la mitad de los alumnos (58%) utiliza los servicios en red, con finalidades de ***acceso a sus expedientes***, sobre todo, en la EPS y entre estudiantes de CC. Sociales y Jurídicas
- Otras utilizaciones de los servicios en red, como la ***comunicación profesor-alumno, son a ún minoritarias (23%)***

7. EL SERVICIO DE BIBLIOTECA

El análisis de este servicio merece un tratamiento aparte, toda vez que parte de un ESTUDIO "AD HOC", con un cuestionario específico que contiene un exhausto inventario de indicadores (atributo de calidad)

La BIBLIOTECA como servicio considerado globalmente, obtiene un nivel de satisfacción (3,78) que se sitúa claramente por encima de la satisfacción media con el conjunto de los servicios de la Universidad.

De hecho se trata (junto a la LIMPIEZA/MANTENIMIENTO) del servicio mejor valorado; un servicio que es como sabemos ESENCIAL en la actividad académica del alumno.

Los *"mejores rasgos"* del servicio de Biblioteca (en lo que a calidad percibida se refiere) se concretan en. . .

- La **AGILIDAD** con la que se produce la ATENCIÓN en el mostrador de **PRESTAMOS**
- El **HORARIO** de funcionamiento del servicio
- La **SENCILLEZ en la GESTIÓN DE PRESTAMOS**
- La **RESPUESTA obtenida cuando se SOLICITA INFORMACIÓN**
- La **FÁCIL consulta de la WEB**
- La **CAPACIDAD que demuestra el PERSONAL** de la BIBLIOTECA.

Por el contrario, los atributos en los que el servicio se muestra *más deficitario en términos de satisfacción* son . . .

- El **VOLUMEN así como el plazo de los PRÉSTAMOS.**
- La **dotación (nº) de PUESTOS INFORMÁTICOS**
- La **UTILIDAD de la INFORMACIÓN BÁSICA** que se suministra a los usuarios.



Los PRÉSTAMOS (uno de los elementos básicos de este servicio) concentran "lo mejor" (Atención, sencillez de la gestión, etc.) y "lo peor" (volumen y plazo) de la satisfacción con la Biblioteca.

La calidad percibida en este servicio, presenta matices interesantes al ser analizada por colectivos de usuarios; El **perfil más satisfactorio** de la Biblioteca es el de ...

- Los usuarios de la **Escuela Politécnica Superior**
- Los alumnos que **utilizan más frecuentemente el servicio**, así como aquellos que usan de forma más habitual el equipamiento informático.

La satisfacción con la Biblioteca es significativamente **menor entre los alumnos de 6º Curso y entre los usuarios de la Biblioteca de C.C.Sociales y Jurídicas.**



8. CONSIDERACIONES FINALES

Creemos oportuno finalmente aproximarnos a los datos de satisfacción obtenidos desde una perspectiva de contenidos, que permita entender y explicar mejor el significado de dichos datos. En este sentido **retomamos las conclusiones del informe de la FASE CUALITATIVA**, conclusiones que aparecen plenamente confirmadas en los resultados y que además incorporan matices importantes sobre "el sentido" de las percepciones de calidad del alumno.

REPROGRAFÍA

- Un servicio esencial, que es omnipresente en la vida del alumno, y que presenta de hecho niveles de utilización masivos.
- Su perfil de calidad percibida es el más deficitario de todos.
- El talante inconformista e hipercrítico frente a este servicio cobra su máxima expresión en las POLÍTICAS DE PRECIOS, una crítica de alto valor simbólico.
- El grado de satisfacción en este aspecto (la 2ª peor valoración de todos los atributos de calidad chequeados), encierra una crítica que no está exclusivamente referida al cobro de un precio elevado, sino al carácter "forzoso" con el se produce la compra de este servicio.
- Las informaciones cualitativas disponibles, respaldadas por ese deficitario nivel de satisfacción detectado en la encuesta, evidencian hasta que punto la crítica de precio, tiene en este caso no solo una dimensión de cantidad (el coste objetivo por fotocopia) sino de cualidad (fotocopias "aquí o en ningún sitio").

CAFETERÍA

- Un servicio con críticas concentradas alrededor de tres aspectos:
 - La relación calidad-precio
 - La variedad en la oferta de menús
 - La agilidad al prestar servicio

- Se trata también de un servicio de uso masivo en el que la insatisfacción en materia de agilidad ,puede estar vinculada a ese sentimiento de agravio con el personal docente en el entorno de cafetería.
- En todo caso el perfil de calidad percibida en el servicio de Cafetería presenta diferencias notables a ser analizada por Centros.
- Padre Soler y Colmenarejo se posicionan claramente "a la baja" en la satisfacción de los usuarios.

AULAS INFORMÁTICAS

- Los resultados obtenidos identifican una apreciable insatisfacción en cuanto a la dotación (nº de puestos) disponibles en este servicio; a nuestro juicio esta insatisfacción debe ser interpretada en clave de una critica a la ocupación "ociosa" frente a la que existe en el alumno un peculiar discurso que demanda medidas correctoras.
- Las críticas no parecen ser en este caso alusivas a la falta de puestos, sino más bien referidas al deterioro de utilidad de las dotaciones existentes por permitir su uso inadecuado (ocioso).
- Los datos confirman también el tono crítico del alumno hacia la capacidad de apoyo y asesoramiento de los becarios en el uso de estas aulas; no se trata de críticas "personales" (de trato, atención) hacia el becario, sino hacia su déficit formativo, a su capacidad escasa para ejercer estas tareas.

LIMPIEZA

- Su condición de atributo "estrella " de la calidad de los servicios queda patente en la media de satisfacción detectada (4,4); una satisfacción que no sólo es la más elevada de todas, sino que se desmarca claramente de los restantes parámetros.
- Creemos confirmar en este dato, ese carácter paradigmático que posee el factor limpieza, en el sentido de explicar/encarnar los rasgos "privados y disciplinados" del significado de la Universidad Carlos III
- Una constante del discurso del alumno a este respecto, aparecía en el informe cualitativo en forma de una cita particularmente gráfica....."mejorar la limpieza es casi imposible". El dato de satisfacción obtenido parece confirmar plenamente estas percepciones.

MANTENIMIENTO

- Confirmamos también el déficit de calidad percibida referido al funcionamiento de la CLIMATIZACIÓN; Se trata de hecho del parámetro peor valorado dentro del bloque de LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO.
- La insatisfacción en este apartado aparece especialmente agudizada en el caso del edificio SABATINI

LA ADMINISTRACIÓN

- La componente menos satisfactoria del servicio hace referencia a la calidad del ASESORAMIENTO recibido por el alumno en el proceso de matriculación.
- Este es probablemente el punto en el que de forma más rotunda se sitúa la crítica del alumnado a la política de becarios.
- En términos generales el becario sale "bien parado" en casi todos los atributos de calidad que le afectan (trato, disponibilidad, etc.). La insatisfacción sobre su asesoramiento, no se inscribe en una penalización de su voluntad/interés en la prestación del servicio, sino en la crítica a la calidad y seguridad (certidumbre) que produce su asesoramiento.

Un asesoramiento que es importante porque afecta y condiciona decisiones trascendentes del alumno en el momento "clave" de la matrícula (elección de asignaturas, salidas profesionales, etc.)

- Por otra parte, los datos de satisfacción identifican un "punto negro" relativo a la "puntualidad con la que se produce la publicación de las calificaciones"; se trata del atributo con media de satisfacción más deficitaria de entre todos los chequeados.

LA INFORMACIÓN

- Constatamos la pérdida de valor de los "TABLONES DE ANUNCIOS" por comparación con otros canales informativos (Web, Información verbal, etc.)
- La información obtenida en la fase cualitativa permite interpretar la mediocre



satisfacción con los "tablones", como el síntoma de una merma de su utilidad, para informarse (información más rutinaria, poco actualizada, etc.)

- Canal poco/menos UTILIZABLE, que parece encontrarse en una situación de "decadencia", y al que de hecho superan ya en cuota de utilización otros canales alternativos incluida la vía WEB.

