

Encuesta a los estudiantes de la Universidad de Cantabria sobre la valoración de los servicios y las ventajas del Carné Universitario del Santander. Informe de resultados. Junio de 2008.

Encuesta a los estudiantes de la Universidad de Cantabria sobre la valoración de los servicios y las ventajas del Carné Universitario del Santander. Informe de resultados. Junio de 2008.

Índice

Datos técnicos	2
Perfil de respuestas	3
Frecuencia de uso del Carné	4
Uso para obtener descuentos	7
Valoración general.....	8
Servicio de préstamo en la biblioteca	9
Servicio de acceso a los ordenadores en las aulas de informática.....	10
Servicio de impresión en las aulas de informática.....	10
Descuentos en cafeterías	11
Descuentos en centros de reprografía	11
Descuentos en comercios no universitarios	11
Servicio de consultas en Cajeros 4B.....	12
Servicio de tarjeta 4B Maestro	12
Resumen valoración servicios	13
Plazos de entrega del Carné	15
Información sobre servicios y sobre campañas puntuales	15
Valoración servicios Campus Virtual.....	16
Nuevos servicios	17
Comentarios abiertos	17
Conclusiones	20
Anexo 1. Cartel comunicación de la encuesta en la UDC	22
Anexo 2. Preguntas	24
Anexo 3. Tabla de los resultados obtenidos	26
Anexo 4. Explotación completa de los datos obtenidos	159
Anexo 5. Detalle de los comentarios abiertos recibidos	216

Datos técnicos

La encuesta se realizó entre los días 6 y 21 de Junio de 2008 a 10.333 estudiantes de la Universidad de Cantabria a través de un formulario automatizado accesible desde la dirección www.carneuniversitario.com/ytuqueopinas/unican.

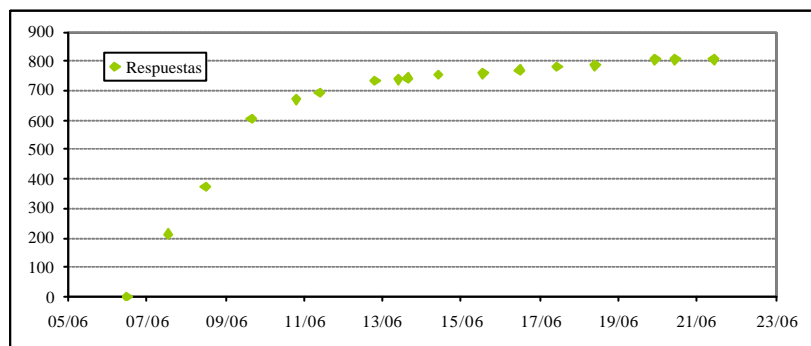
El mismo día 6 de Junio, los estudiantes recibieron de la propia Universidad un e-mail animándoles a participar en la encuesta e informándoles del sorteo de 3 *iPod Shuffle* entre todos los que respondieran. Además, durante los días que ha durado la encuesta han estado colgados en diferentes espacios de la Universidad carteles promocionando la iniciativa (ver anexo 1)

La encuesta (ver anexo 2) consta de un total de 33 preguntas y subpreguntas, de diferentes tipologías:

- Pregunta de validación. Los alumnos participantes introducían al inicio del formulario los primeros 8 dígitos de su DNI o su pasaporte. Los números, cotejados con la base de datos de alumnos, permitían asegurar que sólo los estudiantes de la UNICAN pudieran responder el cuestionario, y únicamente una vez.
- Preguntas de segmentación. Se pedía a los estudiantes que indicaran los estudios que estaban cursando y el curso más alto al que estaban matriculados, de manera que ha sido relativamente sencillo establecer el perfil de respuestas obtenidas
- Preguntas de satisfacción. Son, como es lógico, el grueso de la encuesta. Se trata en todos los casos de preguntas de opinión o valoración de respuesta cerrada con varias opciones
- Campo abierto para sugerencias. Aunque es un tipo de preguntas muy difícil de tabular, los resultados obtenidos ofrecen, como se verá, información relevante.

Para poder participar en el sorteo, todos los estudiantes que han respondido han introducido al final del cuestionario una dirección de e-mail válida.

En total se han obtenido 804 respuestas, lo que representa un 7.9% del colectivo. Se trata de una cifra de encuestas más que suficiente (tanto en valor absoluto como en valor relativo) para que los resultados obtenidos resulten representativos de la opinión de los estudiantes de la UNICAN¹.

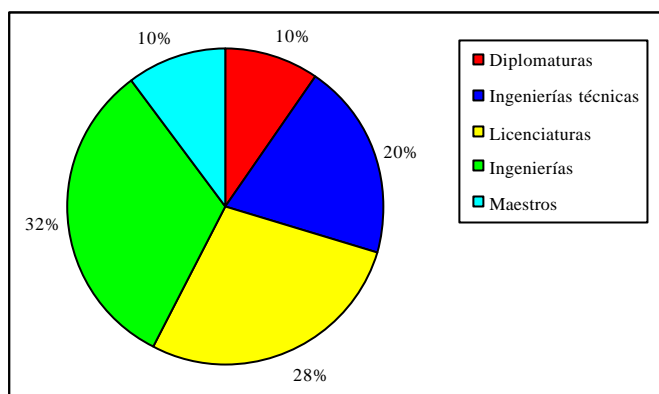


Perfil de respuestas

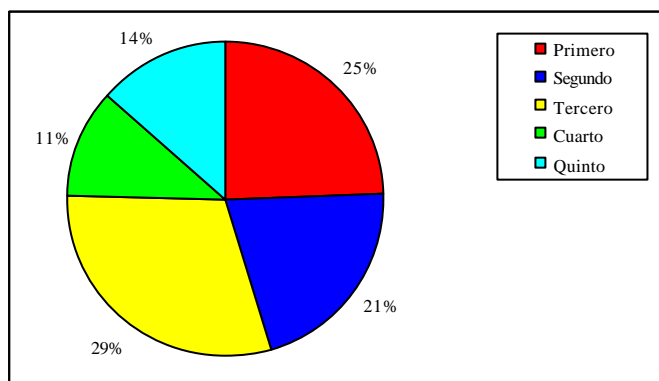
El sistema de difusión de la encuesta, soportado por de un e-mail generalizado (y no únicamente con comunicaciones puntuales, que sí pueden introducir desviaciones involuntarias), permite suponer que el perfil de respuestas debe coincidir con el perfil de alumno de la Universidad.

¹ En concreto, para un colectivo de 10.333, los resultados de una muestra de 804 respuestas tiene un error máximo del 3,3% con un 95% de confianza. Diferencias de valoración superiores a 3 puntos en relación al año pasado se pueden considerar, por lo tanto, significativas.

En lo que a los estudios se refiere, cerca del 60% de las respuestas corresponden a estudios superiores (ingenierías y licenciaturas), mientras que el resto de respuestas corresponden a estudios de más corta duración:



En cuanto a los cursos, el mayor porcentaje de respuestas corresponde a los estudiantes de los primeros cursos:



Frecuencia de uso del Carné

Igual que el curso anterior, el servicio de acceso a los ordenadores en las aulas de informática ha resultado el ganador absoluto de la pregunta “Con qué frecuencia usas tu Carné Universitario para”, con cerca de dos tercios de los estudiantes que lo usan semanalmente. Otros servicios con un nivel de uso destacable son el préstamo de libros en la biblioteca y los descuentos en comercios no universitarios:

Resultados 2007:

Con qué frecuencia usas tu Carné Universitario para	Más de una vez por semana	Una vez por semana	Una o dos veces al mes	Menos de una vez al mes	ns / nc
Préstamo de libros en la biblioteca	7,3%	11,7%	32,7%	44,0%	4,2%
Acceder a los ordenadores de las aulas de informática	46,1%	18,5%	15,6%	17,4%	2,4%
Imprimir en las aulas de informática	4,0%	6,9%	13,2%	53,1%	22,9%
Monedero electrónico	2,0%	2,4%	5,2%	47,1%	43,3%
Obtener descuentos en comercios no universitarios	4,9%	10,3%	32,5%	40,4%	11,9%
Consultas en cajeros 4B	1,1%	2,2%	4,9%	42,4%	49,4%
Tarjeta 4B Maestro	5,4%	4,9%	7,3%	36,9%	45,5%

Resultados 2008:

Con qué frecuencia usas tu Carné Universitario para	Más de una vez por semana	Una vez por semana	Una o dos veces al mes	Menos de una vez al mes	ns / nc
Préstamo de libros en la biblioteca	8,5%	8,6%	35,2%	42,7%	5,1%
Acceder a los ordenadores de las aulas de informática	50,5%	15,5%	16,5%	15,2%	2,2%
Imprimir en las aulas de informática	5,0%	5,2%	15,4%	53,5%	20,9%
Monedero electrónico	3,2%	2,5%	6,2%	49,3%	38,8%
Obtener descuentos en comercios no universitarios	4,5%	9,6%	29,7%	42,9%	13,3%
Consultas en cajeros 4B	1,0%	1,9%	4,1%	46,4%	46,6%
Tarjeta 4B Maestro	4,4%	4,1%	6,6%	40,0%	44,9%

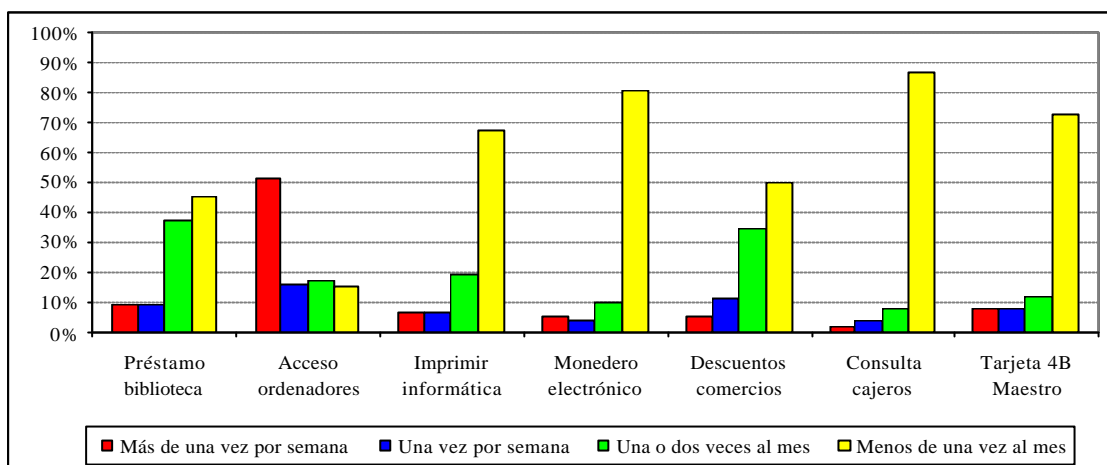
Estos resultados darían soporte a la teoría que la “obligación” de uso del Carné, como es el caso para el acceso a los ordenadores, genera consciencia de tener el Carné y incrementa su uso en los demás servicios.

Agregando los datos de la tabla anterior se pueden comparar los porcentajes de conocimiento de los diferentes servicios y ventajas, lo que nos da una idea de hasta que punto, independientemente de la frecuencia de uso, los usuarios tienen presentes los servicios sobre los que se les pregunta. Como se puede ver en el gráfico adjunto, los estudiantes tienen en general un nivel de conocimiento relevante, destacando por encima de los demás el servicio de préstamo en la biblioteca, el acceso a los ordenadores en las aulas de informática y los descuentos en comercios no universitarios.

Servicio	Conoce	ns / nc	Promedio
Préstamo de libros en la biblioteca	94,9%	5,1%	75,4%
Acceder a los ordenadores de las aulas de informática	97,8%	2,2%	
Imprimir en las aulas de informática	79,1%	20,9%	
Monedero electrónico	61,2%	38,8%	
Obtener descuentos en comercios no universitarios	86,7%	13,3%	
Consultas en cajeros 4B	53,4%	46,6%	
Tarjeta 4B Maestro	55,1%	44,9%	

El porcentaje de conocimiento medio en 2007 se situó en el 74,4%, por lo que se puede afirmar que los datos obtenidos son virtualmente idénticos a los de hace un año.

Cuando se trabaja únicamente con aquellos estudiantes que sí tienen definida su frecuencia de uso se puede observar la frecuencia de uso real servicio a servicio:

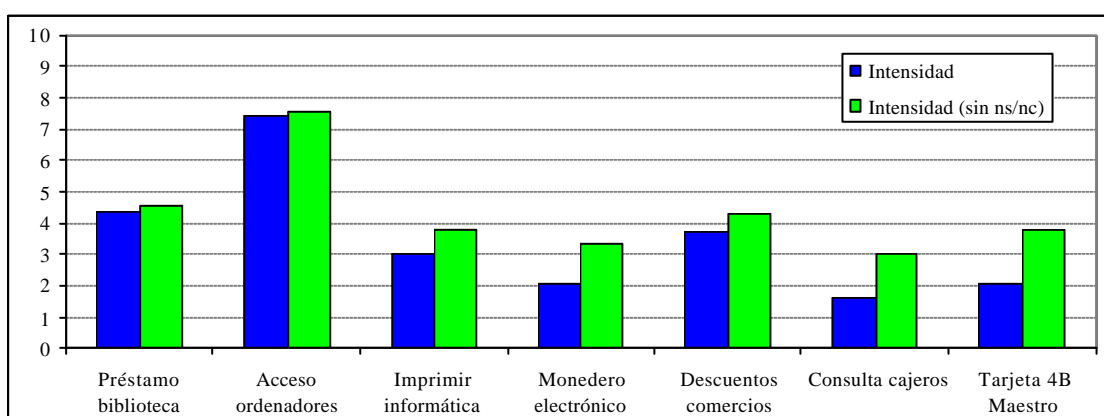


Estos datos nos muestran un patrón de uso muy similar al del año anterior, quizá con la única diferencia relevante de la disminución del uso semanal de la tarjeta 4B del 18,8% al 15,3%

Para poder trabajar más adelante en el cruce entre los datos de frecuencia de uso y las respuestas a las demás preguntas del cuestionario, se ha definido la intensidad de uso del Carné a partir del siguiente cuadro de equivalencias:

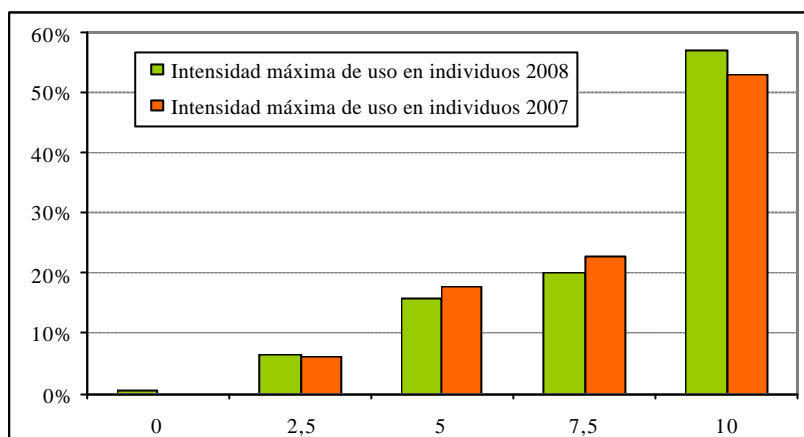
Norma de cálculo	Más de una vez por semana	Una vez por semana	Una o dos veces al mes	Menos de una vez al mes	ns / nc
Valor asignado	10	7,5	5	2,5	0

La intensidad promedio de uso de cada servicio que resulta de aplicar estos cálculos es la siguiente:



Cuando se aplica el concepto de intensidad a los individuos tomando como referencia el servicio más usado descubrimos que más del 75% de los estudiantes usa su Carné como mínimo una vez por semana, y que solamente un 6,5% declara usarlo, para lo que sea,

menos de dos veces al mes. Se trata de intensidades de uso ligeramente superiores a las del año anterior:



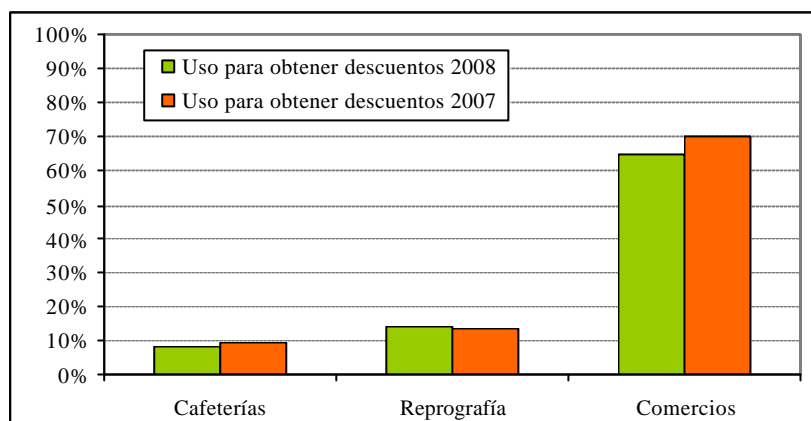
Adicionalmente, un 31,2% de los estudiantes declaran que usan su Carné semanalmente en más de uno de los servicios mencionados.

En el análisis por cursos, no se detectan diferencias significativas en cuanto a la intensidad de uso:

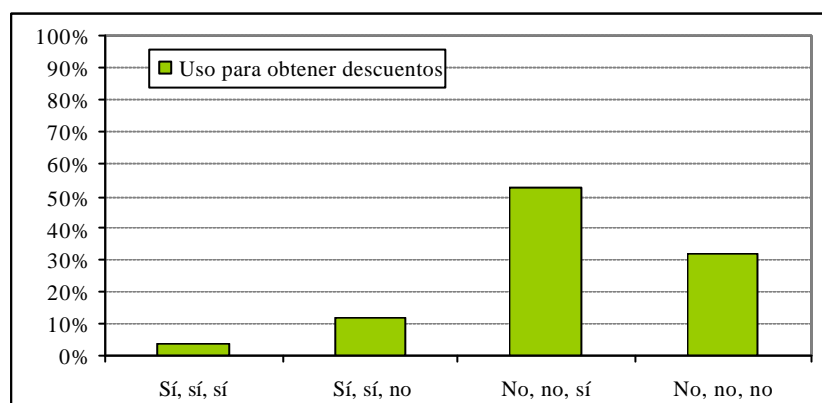
Curso	Intensidad
Primero	8,0
Segundo	8,3
Tercero	8,3
Cuarto	8,6
Cuarto	7,7

Uso para obtener descuentos

La encuesta preguntaba sobre el uso del Carné para obtener descuentos tanto en comercios universitarios (aprovechando las campañas puntuales) como en comercios no universitarios (a través de los acuerdos con diferentes compañías). Como se puede ver, estos últimos son los más usados por los estudiantes, aunque declaran aprovecharlos en un porcentaje ligeramente inferior al del año pasado. Se trata, de todas maneras, de un porcentaje muy elevado en comparación con otras universidades:

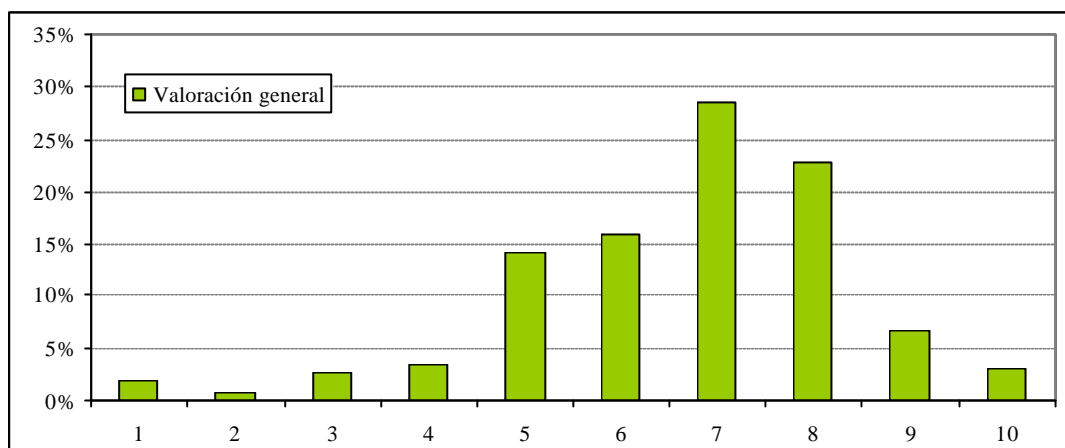


Un análisis de las respuestas cruzadas nos revela que prácticamente un 30% de los estudiantes declara no haber usado el Carné para obtener descuentos de algún tipo, y que siguen siendo minoría los que aprovechan toda la gama de descuentos del Carné:



Valoración general

Igual que el año anterior, las respuestas a la pregunta "Cuál es tu valoración general sobre el Carné Universitario" se agrupan alrededor del 7 (la moda) y el 8, que acumulan entre ambos la mitad de las respuestas

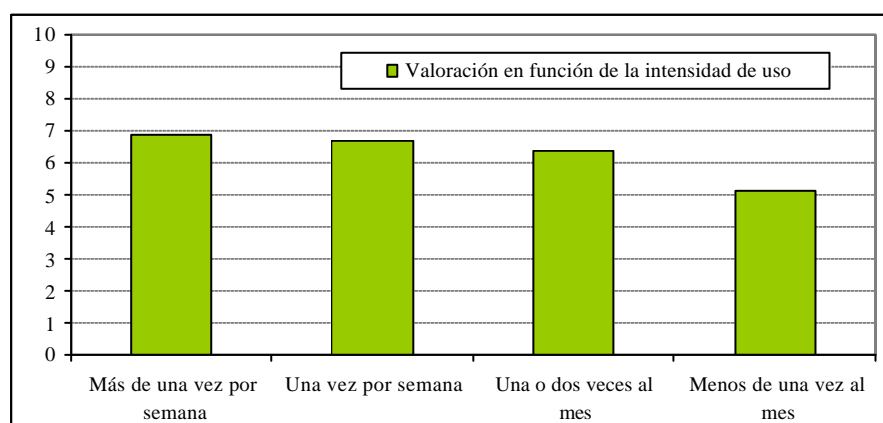


La valoración promedio (\bar{x}) se mantiene en el 6,7 sobre 10, y la desviación estándar (s) es muy baja (de 1,7), por lo que incluso podrían depurarse los valores que quedan por debajo del intervalo de confianza habitual de $\bar{x} \pm 2s$ y ajustar el cálculo del promedio, que se situaría entonces en el 6,9².

Para intentar comprender mejor estos datos, se ha hecho una agregación de las respuestas en base a su nivel de compromiso con el Carné Universitario. Los resultados muestran un elevado nivel de satisfacción (más del 60% de los estudiantes valoran el Carné por encima del 7) y, lo que también es relevante, un rechazo frontal prácticamente nulo (aunque ha subido ligeramente desde el 1,0% de 2007):

Cuál es tu valoración general sobre el Carné Universitario?	Rebotados (1)	Exigentes (2 - 4)	Indiferentes (5 - 6)	Satisfechos (7 - 9)	Convencidos (10)
Valoración	1,9%	7,0%	30,0%	58,1%	3,1%

En cuanto a la relación ente intensidad de uso y valoración general, como era de esperar los estudiantes que más usan el Carné tienen una mejor valoración que los que lo hacen con menos frecuencia (esto es un indicativo de que los servicios son interesantes y aportan valor).



² Habitualmente se desestiman los valores que quedan fuera del intervalo $\bar{x} \pm 2s$ al considerar que distorsionan la correcta estimación del resultado de un análisis (podrían ser errores de medida, opiniones extremas, etc.).

El mismo resultado se observa si se comparan con el resto los estudiantes que usan semanalmente más de un servicio:

Uso semanal de más de un servicio	Valoración general
Sí	7,1
No	6,4

Es también interesante remarcar que el Carné mantiene una valoración positiva incluso entre los alumnos que declaran no usarlo prácticamente nunca, lo cual es un indicador de aceptación del modelo y normalidad en su implantación.

En cuanto a la valoración por cursos, no se aprecian diferencias de valoración significativas.

Servicio de préstamo en la biblioteca

Igual que en 2007, el servicio de préstamo en la biblioteca obtiene la mejor valoración de todos y prácticamente no genera ningún rechazo (la valoración más habitual, en un 30% de los casos, es el 10). La puntuación se mantiene elevada incluso entre los estudiantes que declaran no usar el servicio:

Concepto	2008	2007
Valoración promedio	8,2	8,2
Moda	10	10
Porcentaje de respuesta	92,8%	94,6%
Valoración uso más de una vez por semana	8,4	8,4
Valoración uso menos de una vez al mes	7,9	8,0

Servicio de acceso a los ordenadores en las aulas de informática

Se trata de otro servicio que obtiene una muy buena valoración por parte de los estudiantes y que no genera prácticamente ningún rechazo (el 85% de los estudiantes han puntuado el servicio por encima del 7 y únicamente un 0,6% lo han valorado el servicio con un 1)

Concepto	2008	2007
Valoración promedio	8,2	8,1
Moda	10	10
Porcentaje de respuesta	97,1%	97,5%
Valoración uso más de una vez por semana	8,4	8,5
Valoración uso menos de una vez al mes	7,3	7,6

Servicio de impresión en las aulas de informática

El servicio de impresión ha mejorado de manera clara su valoración y se ha normalizado su uso entre los estudiantes (el porcentaje de rechazo ha disminuido del 12% al 8,3%):

Concepto	2008	2007
Valoración promedio	6,3	6,0
Moda	8	8
Porcentaje de respuesta	76,5%	75,5%
Valoración uso más de una vez por semana	8,3	7,4
Valoración uso menos de una vez al mes	5,8	5,8

Como se puede ver, la mejora de valoración más relevante se produce ente el colectivo usuario habitual de los servicios.

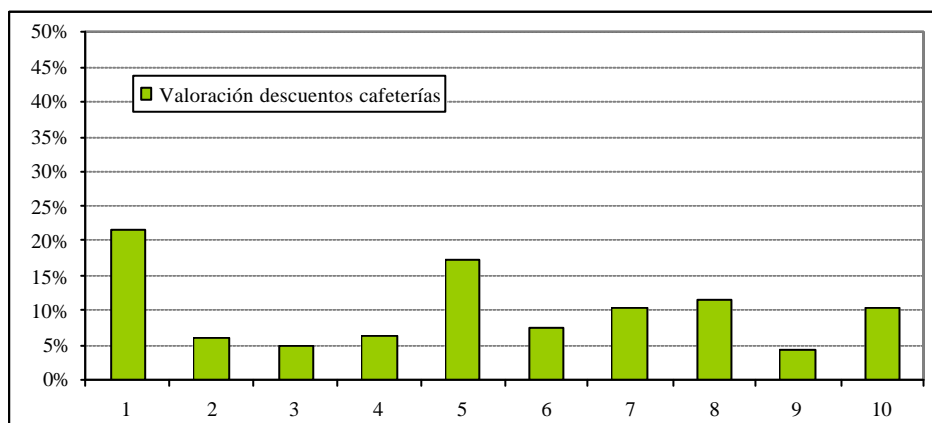
Servicio de monedero electrónico

El porcentaje de rechazo del servicio de monedero ha disminuido también de manera clara en el último año (del 16,2% al 13,1%), lo que confirma la línea observada hasta el momento de normalización de la implantación del Carné y ha impulsado una ligera mejora en la valoración promedio del servicio, que se mantiene muy elevada entre los usuarios habituales:

Concepto	2008	2007
Valoración promedio	5,5	5,3
Moda	5	5
Porcentaje de respuesta	58,0%	55,1%
Valoración uso más de una vez por semana	8,1	7,9
Valoración uso menos de una vez al mes	5,0	5,0

Descuentos en cafeterías

Entre el 56,3% de los estudiantes que han querido valorar los descuentos en cafeterías el 1 sigue siendo la puntuación más habitual, con un porcentaje de presencia del 21,6% :



El promedio de valoración de los descuentos se sitúa en el 5,1 y aunque mejora de manera notable entre el colectivo (hemos visto anteriormente que representa únicamente un 8,5% del total) que declara haberse beneficiado de los servicios durante este curso, los promedios obtenidos son inferiores a los del año pasado:

Concepto	2008	2007
Promedio	5,1	5,3
Moda	1	1
Porcentaje de respuesta	56,3%	55,5%
Sí uso	6,8	7,4
no uso	4,8	4,9

Descuentos en centros de reprografía

La valoración de los descuentos en los centros de reprografía obtiene prácticamente los mismos resultados que los descuentos en cafeterías, por lo que el análisis y las conclusiones deberían ser idénticos:

Concepto	2008	2007
Promedio	5,3	5,4
Moda	1	1
Porcentaje de respuesta	57,0%	54,8%
Sí uso	6,9	7,3
no uso	4,8	4,8

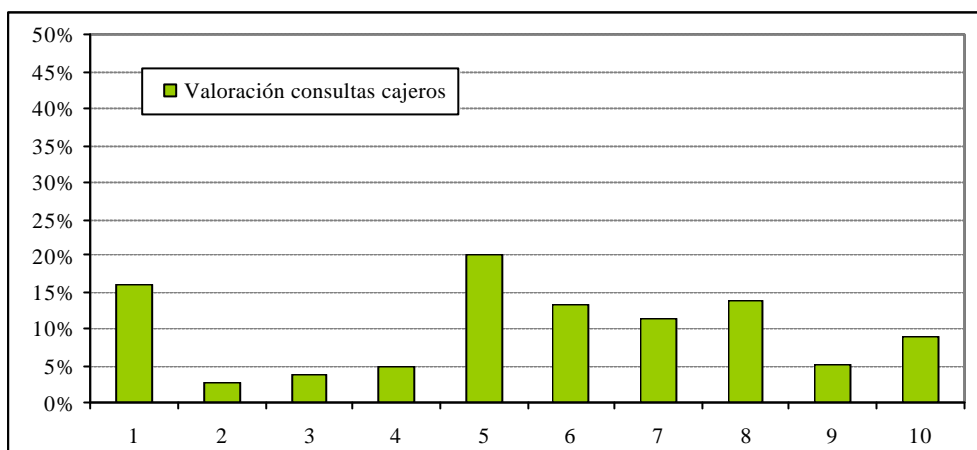
Descuentos en comercios no universitarios

Aunque mantienen una valoración claramente positiva, los descuentos en comercios no universitarios ofrecen unos resultados a la baja en relación al año 2007 incluso entre el colectivo usuario habitual. Hemos visto, además, que ha habido una disminución relevante en su porcentaje de uso entre los estudiantes, lo que es consistente con estos resultados:

Concepto	2008	2007
Valoración promedio	6,7	7,1
Moda	10	10
Porcentaje de respuesta	85,7%	87,1%
Valoración uso más de una vez por semana	7,5	8,3
Valoración uso menos de una vez al mes	6,0	6,3

Servicio de consultas en Cajeros 4B

Las consultas en los cajeros mantienen un rechazo frontal por parte de un porcentaje significativo de los estudiantes:

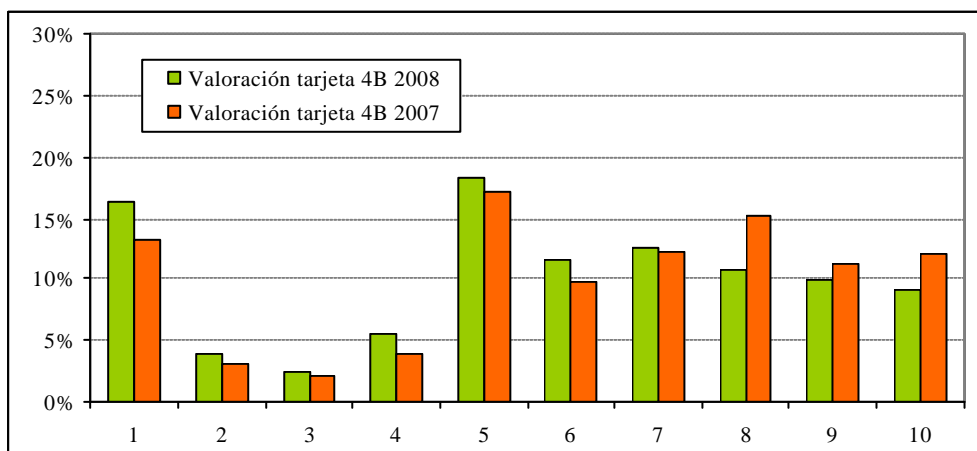


El valor más frecuente entre el 47,8% de los estudiantes que han valorado el servicio es el 5, y el promedio arroja una ligera tendencia a la baja incluso entre el colectivo usuario:

Concepto	2008	2007
Valoración promedio	5,6	6,0
Moda	5	5
Porcentaje de respuesta	47,8%	49,6%
Valoración uso más de una vez por semana	7,8	8,3
Valoración uso menos de una vez al mes	5,2	5,7

Servicio de tarjeta 4B Maestro

Un 45,5% de los estudiantes ha respondido a la pregunta sobre la tarjeta 4B Maestro. Como en los demás servicios ligados de manera directa con el Banco se aprecia un rechazo de un colectivo significativo (aunque la moda de las respuestas obtenidas es el 5, con una frecuencia del 18,3%, el rechazo frontal se ha incrementado de manera significativa):

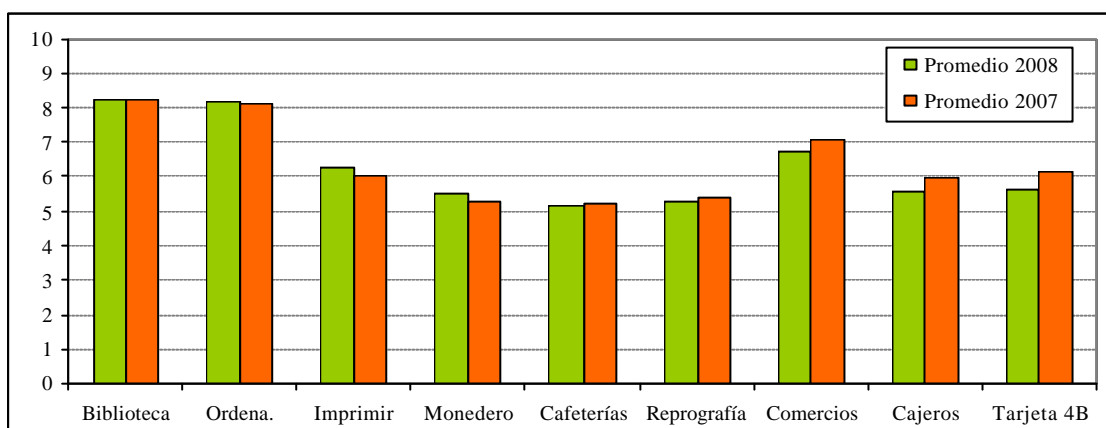


Este incremento, conjuntamente con la disminución del colectivo de estudiantes satisfechos (el porcentaje de valoraciones por encima del 7 ha pasado en un año del 50,7% al 42,1%) afecta de manera clara a la valoración promedio:

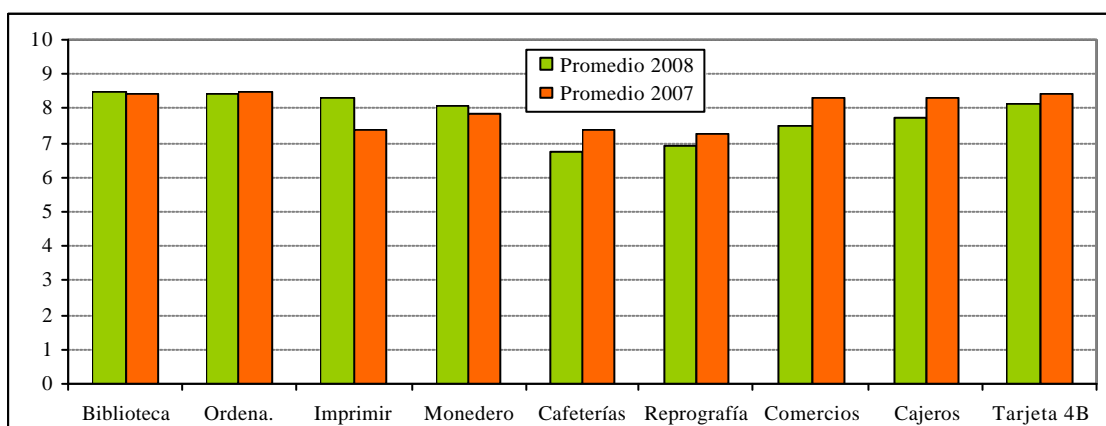
Concepto	2008	2007
Valoración promedio	5,7	6,1
Moda	5	5
Porcentaje de respuesta	45,5%	49,5%
Valoración uso más de una vez por semana	8,1	8,4
Valoración uso menos de una vez al mes	4,6	5,4

Resumen valoración servicios

El promedio del conjunto de valoraciones de los servicios se sitúa en el 6,3, ligeramente por debajo de la que obtiene el Carné de manera general. En la gráfica se observa como las variaciones en la valoración promedio de los servicios son muy ligeras:



Como de costumbre, los usuarios que se benefician de los servicios del Carné con más frecuencia hacen de ellos una valoración francamente positiva, con un promedio de 7,8:



Para el conjunto del colectivo, la moda global se sitúa en el 10.

Del mismo modo que se ha hecho con la valoración general del Carné, se pueden agregar las valoraciones obtenidas y definir hasta cinco colectivos de estudiantes:

Resultados 2007:

Cómo valoras los siguientes servicios que ofrece tu Carné Universitario?	Rebotados (1)	Exigentes (2 - 4)	Indiferentes (5 - 6)	Satisfechos (7 - 9)	Convencidos (10)
Servicio de préstamo en la biblioteca	0,7%	2,1%	11,4%	55,8%	30,0%
Acceder a los ordenadores de las aulas de informática	1,4%	3,4%	11,2%	54,1%	29,9%
Imprimir en las aulas de informática	11,6%	13,7%	26,5%	36,9%	11,3%
Monedero electrónico	16,2%	17,9%	28,2%	29,4%	8,3%
Descuentos en cafeterías	21,0%	16,6%	23,2%	28,8%	10,4%
Descuentos en los centros de reprografía	20,1%	14,1%	24,9%	29,6%	11,3%
Descuentos en comercios no universitarios	4,5%	9,2%	21,8%	44,4%	20,0%
Consultas en cajeros 4B	12,6%	11,7%	28,8%	35,8%	11,1%
Tarjeta 4B Maestro	13,3%	9,2%	26,8%	38,7%	12,0%
Promedio	11,3%	10,9%	22,5%	39,3%	16,0%

Resultados 2008:

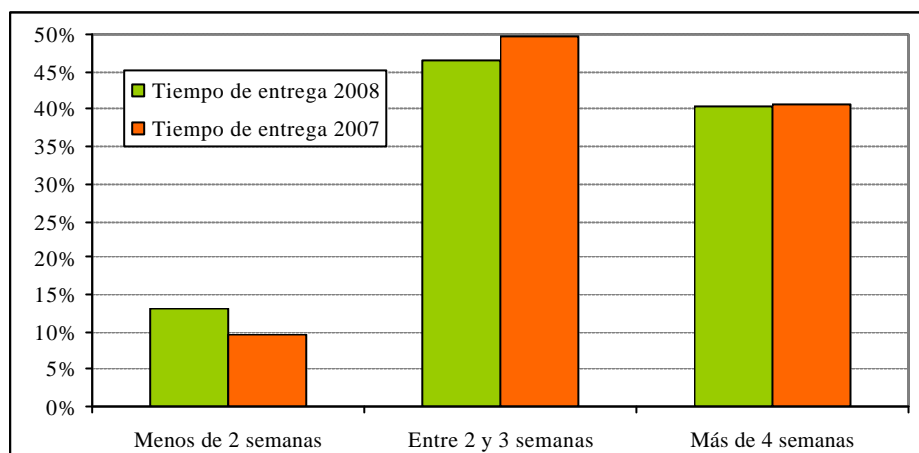
Cómo valoras los siguientes servicios que ofrece tu Carné Universitario?	Rebotados (1)	Exigentes (2 - 4)	Indiferentes (5 - 6)	Satisfechos (7 - 9)	Convencidos (10)
Servicio de préstamo en la biblioteca	0,8%	2,1%	11,4%	55,1%	30,6%
Acceso a ordenadores en aulas de informática	0,6%	4,1%	10,2%	54,5%	30,5%
Imprimir en aulas de informática	8,3%	13,0%	26,5%	40,5%	11,7%
Monedero electrónico	13,1%	16,7%	31,8%	32,4%	6,0%
Descuentos en cafeterías	21,6%	17,0%	24,7%	26,3%	10,4%
Descuentos en los centros de reprografía	19,2%	15,3%	27,3%	26,9%	11,4%
Descuentos en comercios no universitarios	6,0%	11,8%	22,1%	41,8%	18,4%
Consultas en cajeros 4B	15,9%	11,5%	33,3%	30,5%	8,9%
Tarjeta 4B Maestro	16,4%	11,7%	29,8%	33,1%	9,0%
Promedio	11,3%	11,5%	24,1%	37,9%	15,2%

Como se puede ver, cuando se pregunta por servicios específicos se incrementa de manera notable el peso del colectivo de “rebotados” en relación al resultado que se obtiene de la valoración genérica del Carné. Aún así, el peso de este colectivo sigue siendo bajo.

Por otro lado, más de la mitad de los estudiantes sigue puntuando en promedio los servicios por encima del 7, lo que sin duda es un dato muy positivo

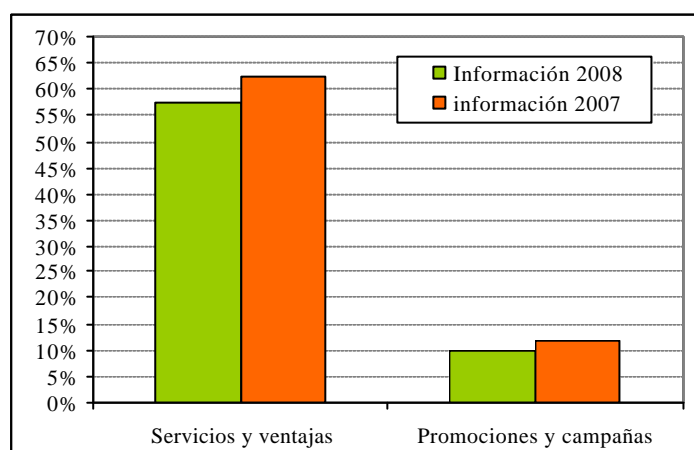
Plazos de entrega del Carné

La percepción de plazo de entrega ha mejorado ligeramente respecto del 2007 y se mantiene en niveles muy positivos: un 59,6% de los estudiantes responden que recibieron su Carné en menos de 3 semanas:



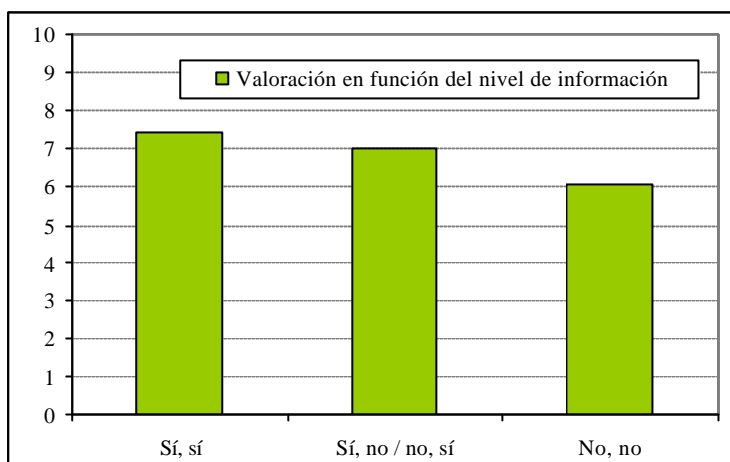
Información sobre servicios y sobre campañas puntuales

Más del 55% de los estudiantes declaran tener información sobre las ventajas y los servicios del Carné, un porcentaje netamente superior al de los estudiantes que afirman conocer los descuentos y las campañas puntuales:

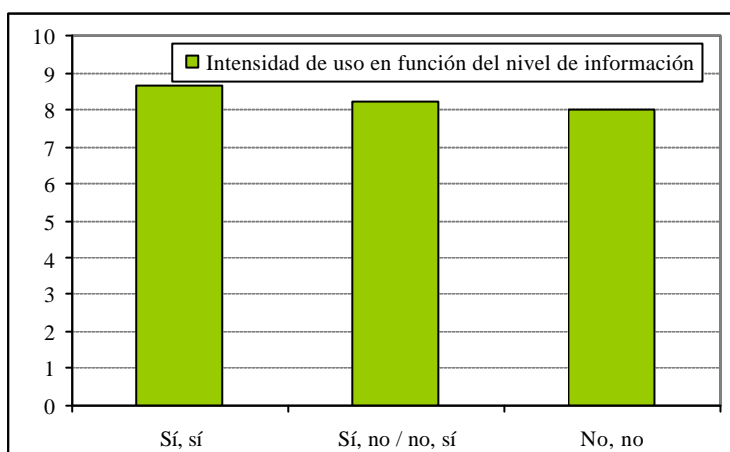


Si bien es habitual obtener un mejor resultado en elementos estructurales que en los coyunturales, parece oportuno buscar la manera de mejorar el dato referido a las promociones y las campañas.

Como de costumbre, la valoración global del Carné se incrementa a medida que aumenta el nivel de información del estudiante. De todas maneras, incluso entre los estudiantes que declaran no tener información ni sobre los servicios del Carné ni sobre las campañas puntuales subsiste una valoración positiva:



También se puede observar una correlación entre la intensidad promedio de uso y el nivel de información de los estudiantes:



En cuanto a la distribución por cursos, los datos indican que existen muy pocas diferencias en el nivel de información.

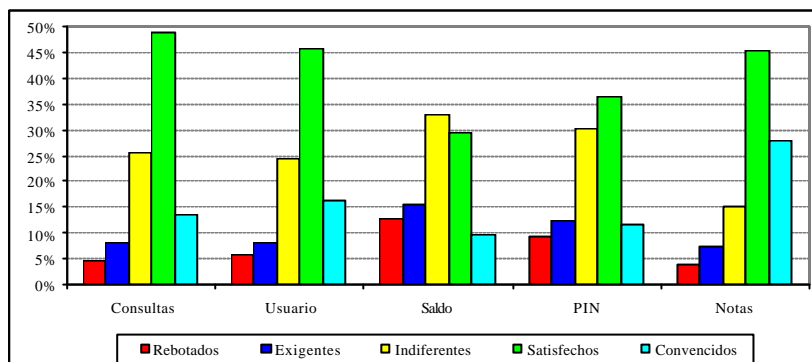
Valoración servicios Campus Virtual

Los servicios ofrecidos a través del Campus Virtual tienen en general un nivel de conocimiento relevante entre los estudiantes, que opinan sobre ellos en un 73,4% de los casos en promedio. Quizá la única excepción es el servicio de consulta de saldos y movimientos, que valoran únicamente un 50% de los estudiantes:

La valoración promedio de estos servicios se sitúa en el 6,6, en los mismos niveles que hemos observado con el resto de servicios:

Cómo valoras los siguientes servicios que ofrece el Campus Virtual	Valoración promedio	Moda	Porcentaje opinión
Consultas autoservicio	6,9	7	78,1%
Obtener usuario y password	6,9	8	88,1%
Consultar saldo y movimientos	5,7	5	49,0%
Cambiar PIN Carné	6,1	7	64,2%
Consultar notas	7,6	10	87,8%
Promedio	6,6	--	73,4%

Si se hace la misma agregación por colectivos que en el resto de servicios, se obtienen los siguientes resultados:



En promedio, un 56% de los estudiantes valoran estos servicios por encima del 7 y únicamente un 7,2% lo hace con un 1. Se trata, pues, de servicios bien implantados entre los estudiantes y con opciones de crecer en adelante.

Nuevos servicios

La pregunta sobre la importancia percibida de la inclusión de nuevos servicios en el Carné ofrece unos resultados inequívocos. En ambos casos, más de un 70% de los estudiantes han considerado que los servicios propuestos serían positivos para ellos:

En general, tienes información sobre	Mucha	Bastante	Poca	Ninguna
Como tarjeta para transporte urbano	45,9%	26,5%	17,0%	10,6%
A través de internet fuera de la Universidad	35,3%	35,1%	24,0%	5,6%

Especialmente en el caso del uso en transportes, hay un buen número de comentarios abiertos que refuerzan la visión positiva de implantar el servicio.

Comentarios abiertos

Un 29,9% de los estudiantes que han respondido la encuesta han hecho aportaciones en el campo abierto para sugerencias de nuevos servicios. Se han recogido un total de 252 comentarios (algunos de los estudiantes han hecho más de una propuesta).

Para una mejor comprensión, los comentarios recogidos (ver anexo 5) se han clasificado en tres categorías: sugerencias de servicios y ventajas (un 67,9%), demandas, mejoras y quejas (un 23,0%) y comentarios positivos (un 9,17%)³.

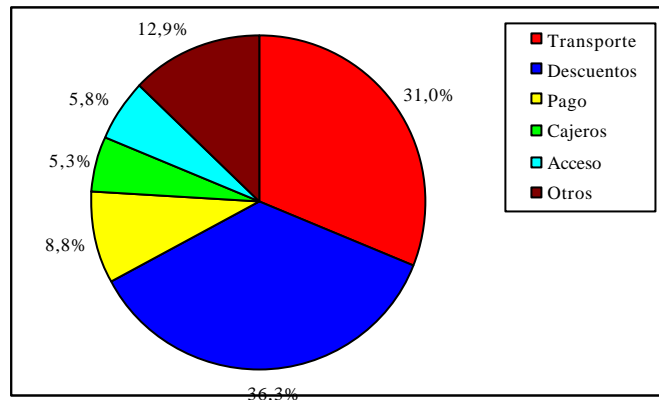
Es de destacar la relevancia en esta Universidad de los comentarios positivos (la encuesta no obliga a completar el campo de sugerencias), entre los que se encuentran incluso felicitaciones y mensajes de ánimo.

Por lo que respecta a las sugerencias de nuevos servicios y ventajas, se han identificado 6 subcategorías diferentes:

- Transporte. Corresponde a las sugerencias específicas de incorporar al Carné descuentos y ventajas relacionados con el transporte en sentido amplio. Un 31% de las sugerencias recibidas se enmarca en este capítulo y, de ellas, la práctica totalidad son las relacionadas con el transporte a la universidad. Son relevantes los comentarios positivos en relación a la pregunta sobre la eventual inclusión de este servicio en el Carné.
- Descuentos. La mayoría de sugerencias recibidas tienen relación con descuentos. Los mensajes incorporan multitud de propuestas concretas de descuentos que habría que mejorar (incluso de operativas que no funcionan) o de nuevos descuentos que se podrían incorporar.
- Pago. Agrupa las sugerencias recibidas en relación al posible uso del Carné como medio de pago (sin asociarlo a ventajas específicas) en el campus (por ejemplo en centros de reprografía que hasta la fecha no lo permiten) o fuera de él. Hay una interesante propuesta de desarrollar un programa de fidelización por puntos a partir del uso del Carné como medio de pago.
- Acceso. Hay un número de estudiantes que han propuesto mejorar el papel del Carné como sistema de acceso a recintos o servicios de la Universidad. En especial en relación con la biblioteca cuya saturación preocupa a más de uno
- Cajeros. Hay un número relevante de propuestas en relación a la posibilidad de consultar notas e información académica a través de cajeros (PIUs, eventualmente).
- Otros. El resto de sugerencias recibidas se refiere a bibliotecas, Servicio de Deportes, cafeterías y reprografía pero ninguno de estos capítulos supera el 4% del total de sugerencias.

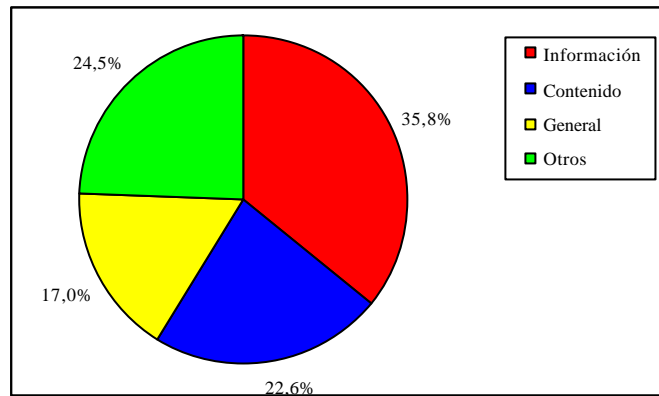
Aunque de manera menos abrumadora que en 2007, el gráfico adjunto muestra como, de manera muy mayoritaria, las sugerencias se refieren a transportes y a descuentos:

³ Se entienden como comentarios positivos los de aquellos estudiantes que, pudiendo dejar el campo en blanco, afirman no tener ninguna sugerencia de mejora y/o estar satisfechos con la conformación actual del Carné



El perfil de las propuestas de mejora es menos definido que el de las sugerencias. No se trata, prácticamente en ningún caso, de quejas en el sentido literal de la palabra sino de mensajes constructivos con demandas de información o problemas operativos. Se han definido un total de 4 categorías relevantes:

- Información. Incluye el conjunto de estudiantes que han solicitado tener más información sobre las ventajas y los servicios actuales del Carné (algunos de los mensajes recibidos, por tratarse de interpelaciones directas, merecerían probablemente una respuesta). Con un total de 51, se trata del grupo mayoritario de comentarios recibidos en este ámbito. Algunas de las propuestas se refieren también a la desactualización de la información de que se dispone, a la necesidad de identificar los comercios en sí y a dificultades operativas por falta de información del propio comercio
- Contenido. El segundo grupo de sugerencias se refiere al contenido (tecnológico o conceptual) del Carné. Incluye propuestas sobre la información que debería aparecer en el plástico (hay varios comentarios sobre la desactualización de las fotografías), sobre funcionalidades que deberían asociarse al Carné, sobre el uso como certificado digital, etc. Se trata de un capítulo de respuestas interesante de repasar. Conviene, además, tener en cuenta el número de respuestas que se refieren a la mala calidad del plástico en sí.
- General. Se trata de las respuestas del tipo “no funciona nada”. Aunque tiene peso en porcentaje, se trata únicamente de 9 respuestas.
- Otros. Este capítulo incluye estudiantes con quejas sobre el modelo del Carné, sobre los plazos de entrega (en este caso, ligado con la reposición del Carné tras un deterioro o una pérdida) y sobre comercios concretos. En total, este capítulo incluye únicamente a 13 estudiantes.



Conclusiones

La primera gran conclusión que se puede obtener de la encuesta se refiere a la consistencia de los resultados, que mantienen la línea de los obtenidos el año pasado y refuerzan la solidez de la técnica seleccionada para la evaluación de los servicios y las ventajas del Carné de la UNICAN.

Los resultados obtenidos son de una gran densidad y requieren de un repaso detallado para poder ser interiorizados en su totalidad. De todas maneras, sí es posible extraer los datos más significativos de la valoración del Carné Universitario que hacen los estudiantes de la UNICAN:

1. La valoración general del Carné se mantiene en un nivel francamente positivo (con un promedio de 6,7, una moda de 7 y prácticamente sin rechazo frontal). El promedio se incrementa a medida que aumenta el uso del Carné.
2. Un 77,2% de los estudiantes de todos los cursos usa su Carné como mínimo una vez por semana y un 31,2% declara usarlo semanalmente para 2 o más servicios.
3. El servicio más usado sigue siendo, con mucha diferencia respecto de los demás, el acceso a los ordenadores de las aulas de informática (los usan semanalmente un 67,6% de los estudiantes); los menos usados son el monedero electrónico y las consultas en cajeros 4B (sólo lo usan semanalmente un 9,3% y 5,4% de los estudiantes respectivamente).
4. Un 64,9% de los estudiantes han usado su Carné para obtener descuentos en comercios no Universitarios (un porcentaje superior al observado en otras universidades pero inferior al de 2007); los descuentos en comercios universitarios tienen un porcentaje de uso muy inferior.
5. En general, los servicios concretos obtienen una muy buena valoración por parte del colectivo usuario (el promedio entre los usuarios más frecuentes es de 7,8) y disminuye gradualmente a medida que se reduce su uso habitual. Además, en algunos servicios hay bolsas importantes de estudiantes que optan por no hacer ninguna valoración.

6. Los servicios mejor valorados por los estudiantes siguen siendo la biblioteca y el acceso a ordenadores en las aulas de informática (8,2 en ambos casos); los peor valorados los descuentos en cafeterías y reprografía (5,1 y 5,3, en ambos casos por debajo de las valoraciones del año anterior).
7. Se detecta con claridad un colectivo que rechaza frontalmente algunos de los servicios del Carné, especialmente los de un perfil más bancario y los descuentos en comercios universitarios. En promedio, este colectivo tiene un peso del 11,3%. De todas maneras, a juzgar por los comentarios abiertos, su rechazo no es en absoluto beligerante.
8. Un 59,6% de los estudiantes recibieron su Carné en menos de tres semanas y las únicas quejas sobre los plazos de entrega que se encuentran entre los comentarios abiertos se refieren a la reposición en caso de pérdida o deterioro.
9. Un 57,5% declara tener información sobre los servicios y las ventajas del Carné y un 10,1% sobre las promociones y las campañas puntuales; el nivel de información es constante entre los alumnos de los diferentes cursos.
10. En general, los estudiantes conocen y valoran positivamente (con un promedio de 6,6) los servicios que reciben a través del Campus virtual
11. Un 72,4% de los estudiantes valora positivamente la posibilidad de usar su Carné como tarjeta en el transporte urbano. Un 70,4% valora positivamente la opción de usar su carné a través de internet fuera de la red de la UNICAN.
12. El uso del Carné en el transporte público y un incremento de los descuentos en comercios acaparan el 67,3% de las sugerencias de nuevos servicios.

Anexo 1. Cartel comunicación de la encuesta en la UNICAN

Anexo 2. Preguntas

Anexo 3. Tabla de los resultados obtenidos

Anexo 4. Explotación completa de los datos obtenidos

Anexo 5. Detalle de los comentarios abiertos recibidos