

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 2007.

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 2007.

Índice

Datos técnicos	1
Antecedentes y objetivos	2
Perfil de respuestas	3
Frecuencia de uso del Carné	4
Uso para obtener descuentos	7
Valoración general.....	7
Servicio de préstamo en la biblioteca	9
Servicio de acceso a los ordenadores en las aulas de informática.....	9
Servicio de impresión en las aulas de informática.....	10
Descuentos en cafeterías	11
Descuentos en centros de reprografía	12
Descuentos en comercios no universitarios	12
Servicio de consultas en Cajeros 4B.....	12
Servicio de tarjeta 4B Maestro	13
Resumen valoración servicios	14
Plazos de entrega del Carné	15
Información sobre servicios y sobre campañas puntuales	16
Comentarios abiertos	17
Conclusiones	19
Anexo 1. Cartel comunicación de la encuesta	22
Anexo 2. Preguntas y características técnicas de la encuesta	24
Anexo 3. Tabla de los resultados obtenidos	26
Anexo 4. Explotación completa de los datos obtenidos	95
Anexo 5. Detalle de los comentarios abiertos recibidos	142

Datos técnicos

La encuesta se realizó entre los días 25 y 30 de Mayo de 2007 a todos los estudiantes de la Universidad de Cantabria, unos 15.000, a través de un formulario automatizado accesible desde la dirección www.carneuniversitario.com/ytuqueopinas/unican.

El mismo día 25 de Mayo, los estudiantes recibieron de la propia Universidad un e-mail con el siguiente texto:

Estimado/a estudiante,

Como sabes, en los últimos años la Universidad de Cantabria ha emitido los carnés universitarios en colaboración con el Banco Santander. Ahora, estamos desarrollando un ambicioso proyecto de evaluación de los servicios y las ventajas asociadas al carné. Los resultados de este proceso redundarán, sin duda, en beneficio del

conjunto de los miembros de la comunidad universitaria de la UNICAN. Por eso, te solicito que dediques cinco minutos a completar la encuesta que encontrarás en www.carneuniversitario.com/ytuqueopinas/unican. Se sortearán 3 iPod Shuffle de 1Gb entre todos los estudiantes de la UNICAN que respondan la encuesta.

Muchas gracias por tu colaboración,

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)

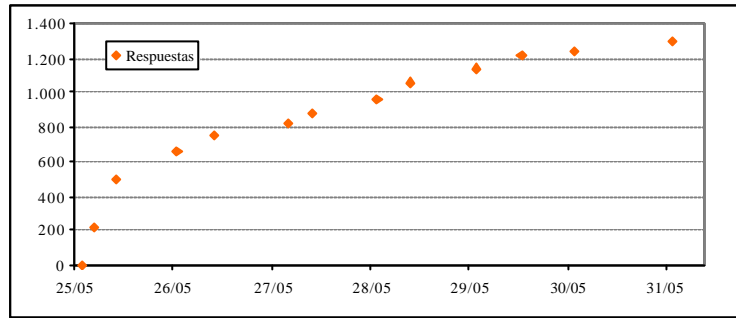
La encuesta (ver anexo 2) consta de un total de 27 preguntas y subpreguntas, de diferentes tipologías:

- 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.

Entre el conjunto de respuestas obtenidas se han sorteado 3 *iPod Shuffle*, lo que sin duda habrá contribuido a incrementar el número de estudiantes que han respondido al mensaje. Para ello, todos los estudiantes que han respondido han introducido al final del cuestionario una dirección de e-mail válida.

En total se han obtenido 1.295 respuestas, lo que representa un 8,7 % 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.

¹ En concreto, para un colectivo de 15.000, los resultados de una muestra de 1300 respuestas tendría un error máximo del 2,6% con un 95% de confianza. De hecho, incluso si decidiéramos trabajar con un 99% de confianza, el error máximo se limitaría al 3,1%.

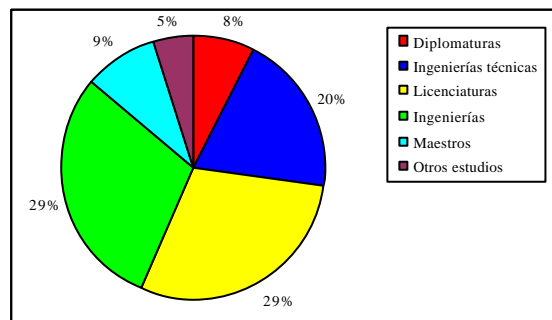


Incluso por encima de otras ocasiones, es especialmente remarcable la inmediatez de las respuestas. Como se puede ver, en las primeras 24 horas se habían recibido más de 650 respuestas. Desde un punto de vista estadístico, los datos recibidos a partir de entonces no aportan un valor excesivo, por lo que en el futuro se podrían fijar plazos de trabajo incluso inferiores a una semana.

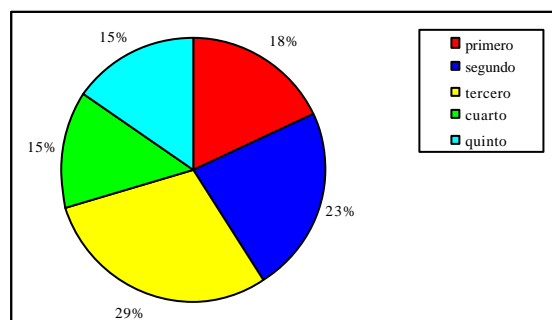
Perfil de respuestas

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.

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 segundo y tercero:



Frecuencia de uso del Carné

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 (uno de cada 5 estudiantes b usa semanalmente) y los descuentos en comercios no universitarios (más del 15% los aprovechan como mínimo una vez por semana):

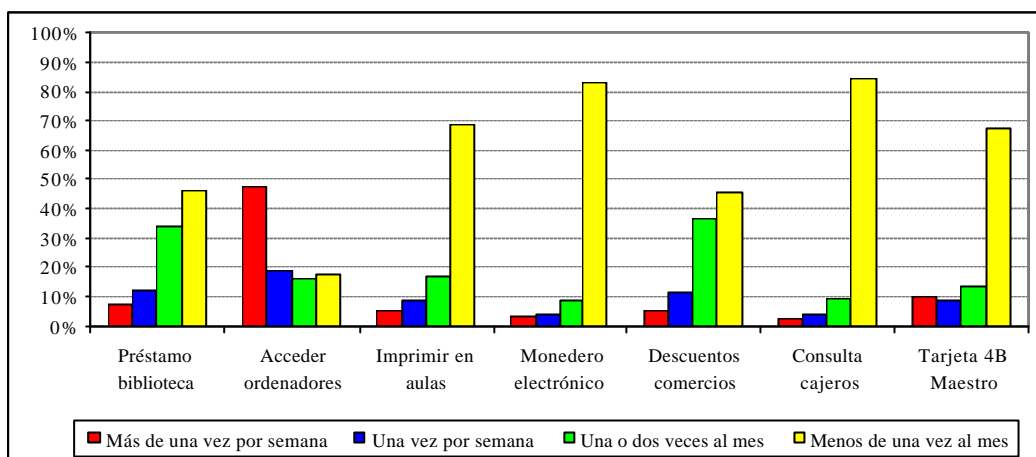
Con qué frecuencia usas tu Carné Universitario para	Más de una vez por semana	Una vez por semana	Una o dos veces al mes	Menos de una vez al mes	ns / nc
Préstamo de libros en la biblioteca	7,3%	11,7%	32,7%	44,0%	4,2%
Acceder a los ordenadores de las aulas de informática	46,1%	18,5%	15,6%	17,4%	2,4%
Imprimir 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%

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
Préstamo de libros en la biblioteca	95,8%	4,2%
Acceder a los ordenadores de las aulas de informática	97,6%	2,4%
Imprimir en las aulas de informática	77,1%	22,9%
Monedero electrónico	56,7%	43,3%
Obtener descuentos en comercios no universitarios	88,1%	11,9%
Consultas en cajeros 4B	50,6%	49,4%
Tarjeta 4B Maestro	54,5%	45,5%

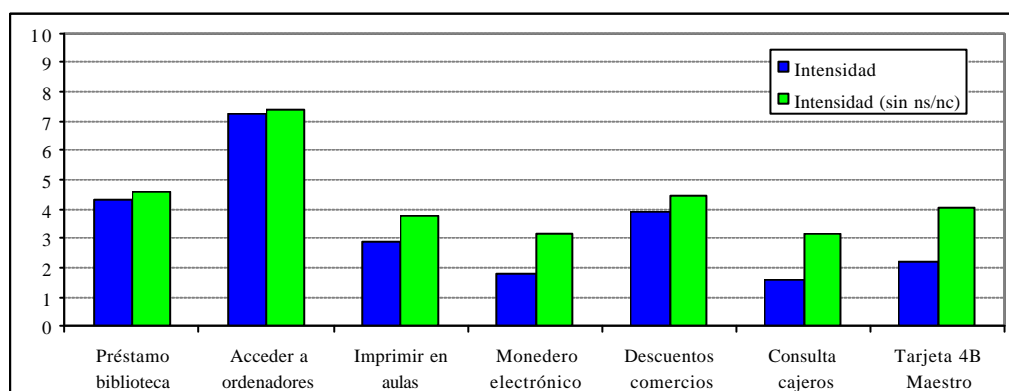
Otro ejercicio interesante es eliminar del cálculo los porcentajes de ns/nc y trabajar únicamente con aquellos estudiantes que sí tienen definida su frecuencia de uso, lo que mantiene el acceso a ordenadores como líder indiscutible pero arroja datos interesantes sobre la frecuencia de uso del Carné como tarjeta 4B: cerca de un 20% de los estudiantes que han respondido usa semanalmente (como mínimo una vez) el Carné como tarjeta 4B.



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

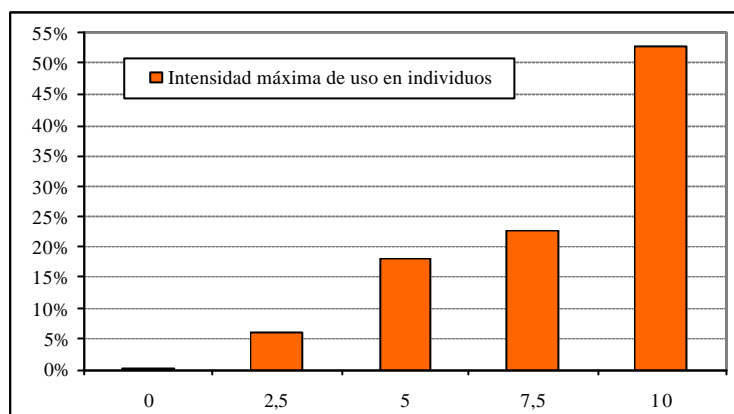
La intensidad promedio de uso de cada servicio que resulta de aplicar estos cálculos es la siguiente:



El uso de los descuentos no universitarios sigue obteniendo valores muy relevantes en esta universidad. Por lo que representa de uso del Carné como medio de pago, merece la pena analizar con detalle el porqué del éxito de los descuentos en la UNICAN².

El mismo concepto de intensidad se puede aplicar a los individuos tomando como referencia el servicio más usado. Al hacerlo descubrimos que alrededor del 75% de los estudiantes usa su Carné como mínimo una vez por semana, y que solamente un 6,2% declara usarlo, para lo que sea, menos de dos veces al mes.

² Como se verá más adelante, una de las claves de este mayor uso puede estar en el nivel de información de los estudiantes. Otra puede tener relación con la “obligación” de uso frecuente del Carné en la propia Universidad



Adicionalmente, hay 437 estudiantes (un 33,7%) que 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	8,1
Segundo	8,0
Tercero	8,0
Cuarto	8,3
Quinto	7,9

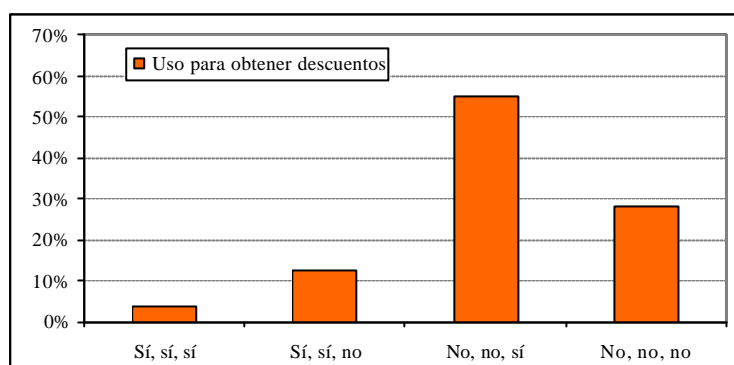
Uso para obtener descuentos

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)³. Como se puede ver, estos últimos son los más usados por los estudiantes, que declaran aprovecharlos en más de un 70% de los casos (lo que supera, en mucho, los datos obtenidos, por ejemplo, en la UDC):

Durante este curso has usado tu Carné Universitario para	Si	No
Obtener descuentos en cafeterías	9,2%	90,8%
Obtener descuentos en los centros de reprografía	13,4%	86,6%
Obtener descuentos en comercios no universitarios	69,9%	30,1%

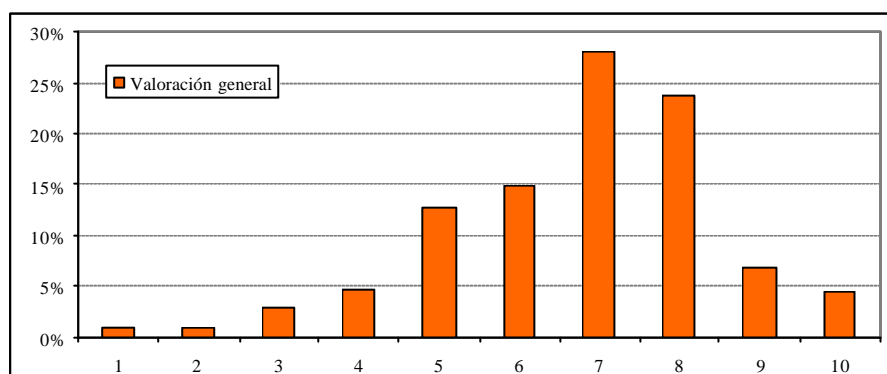
Un análisis de las respuestas cruzadas nos revela que prácticamente un 30% de los estudiantes declara no haber usado el Carné para obtener descuentos de algún tipo, y que son minoría los que aprovechan toda la gama de descuentos del Carné:

³ Un buen número de los comentarios abiertos han girado alrededor de los descuentos, en especial pidiendo que se asocien más descuentos al Carné y en muchos casos haciendo propuestas específicas. También en muchos se ha reclamado más información y mejor actualizada sobre los descuentos actuales. En el capítulo de quejas, las hay sobre la operativa en los comercios en los que sí deberían aplicarse y sobre la intensidad de los descuentos en comercios.



Valoración general

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}) es de 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 7⁴.

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 nulo⁵:

Cuál es tu valoración general sobre el Carné Universitario?	Rebotados (1)	Exigentes (2 - 4)	Indiferentes (5 - 6)	Satisfechos (7 - 9)	Convencidos (10)
Valoración	1,0%	8,3%	27,6%	58,6%	4,4%

⁴ 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.).

⁵ En este aspecto son relevantes también los comentarios abiertos, en los que prácticamente no hay ninguna crítica al modelo del Carné Universitario

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).

Intensidad máxima de uso	Valoración general
Más de una vez por semana	7,1
Una vez por semana	6,7
Una o dos veces al mes	6,2
Menos de una vez al mes	5,6
Ns / nc	5,5

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
Si	7,1
No	6,6

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, se aprecia una cierta disminución de la valoración en los últimos cursos:

Curso	Valoración general
Primero	7,1
Segundo	6,9
Tercero	6,7
Cuatro	6,6
Quinto	6,4

Servicio de préstamo en la biblioteca

El servicio de préstamo en la biblioteca obtiene la mejor valoración de todos y prácticamente no genera ningún rechazo⁶ (la valoración más habitual, en un 39,8% de los casos, es el 10). La puntuación se mantiene elevada incluso entre los estudiantes que declaran no usar el servicio⁷:

⁶ Hay más de un comentario abierto en el que se sugiere ampliar el número de bibliotecas en las que se puede usar el Carné

⁷ En todos los casos, el cruce de la pregunta sobre frecuencia de uso con la de valoración ha tenido en cuenta los estudiantes que no responden “ns/nc” a la pregunta de la frecuencia. Aunque un cruce de este estilo tiene un significado estadístico relativo, sí puede resultar útil saber que en algunos casos muestra una muy baja valoración del servicio. El dato se ha incorporado en los casos más significativos en este informe entendiendo que se trataría de respuestas del estilo “no sé de que va pero no me gusta”.

Concepto	Valor
Valoración promedio	8,2
Moda	10
Porcentaje de respuesta	94,6%
Valoración uso más de una vez por semana	8,4
Valoración uso menos de una vez al mes	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 (más del 85% de los estudiantes han puntuado el servicio por encima del 7 y únicamente un 1,4% lo han valorado el servicio con un 1)

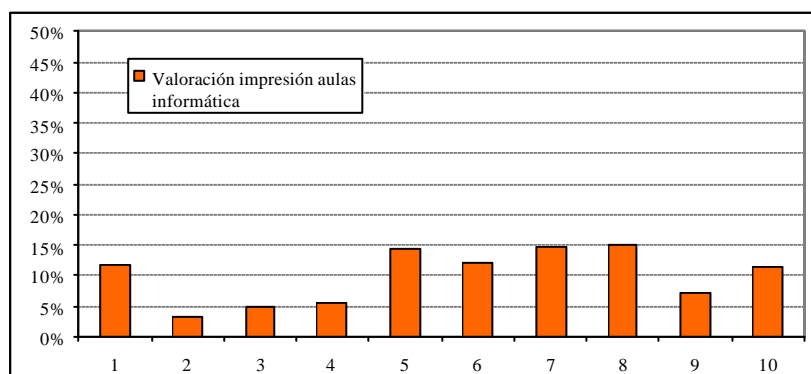
Concepto	Valor
Valoración promedio	8,1
Moda	10
Porcentaje de respuesta	97,5%
Valoración uso más de una vez por semana	8,5
Valoración uso menos de una vez al mes	7,6

Servicio de impresión en las aulas de informática

El servicio de impresión no suscita la misma unanimidad que los anteriores, pero obtiene una valoración promedio de 6, que se incrementa hasta el 7,4 entre los usuarios más frecuentes.

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

De todas maneras, es importante tener en cuenta en este capítulo la bolsa de rechazo⁸, que se sitúa cerca del 12% :

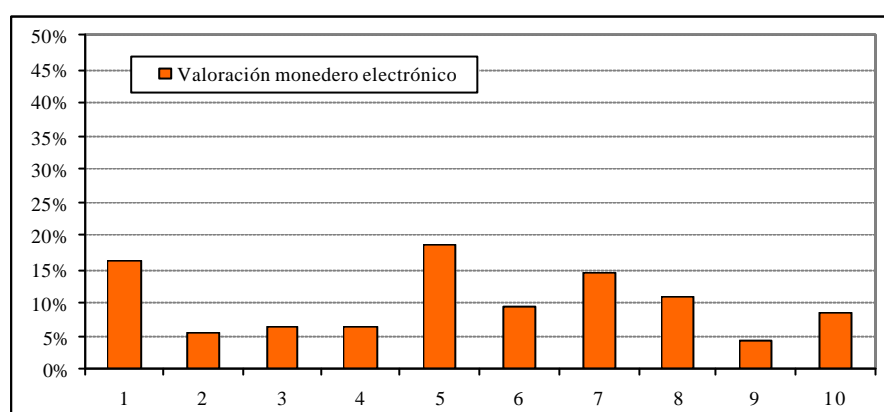


⁸ Sorprendentemente, los comentarios abiertos en relación a este servicio se centran más en problemas técnicos y/o de implantación que en el modelo en sí.

Este rechazo frontal por parte de un colectivo de estudiantes va a aparecer también en los demás servicios de carácter netamente bancario y, especialmente, en los descuentos en comercios universitarios. Como hemos visto, el rechazo es prácticamente inexistente en la valoración global del Carné.

Servicio de monedero electrónico

Un 44,9% de los estudiantes no ha entrado a valorar el servicio de monedero electrónico y, entre los que lo han hecho, se pueden distinguir nítidamente dos grupos: un primer grupo que rechaza de manera frontal el servicio y un segundo que lo valora alrededor del 5 – 8:



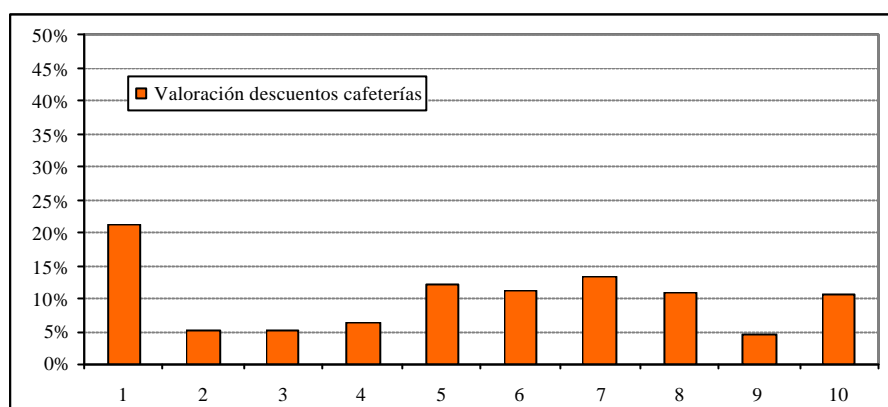
La valoración del servicio es muy elevada entre los estudiantes que usan el monedero con cierta asiduidad y cae de manera notable entre los que lo usan menos de una vez al mes:

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

Descuentos en cafeterías

Entre el 55,6% de los estudiantes que han querido valorar los descuentos en cafeterías el 1 es la puntuación más habitual, con un porcentaje de presencia del 21%⁹:

⁹ Estos valores son prácticamente idénticos a los obtenidos en la encuesta en la UDC



El promedio de valoración de los descuentos se sitúa en el 5,3, aunque mejora de manera notable entre el colectivo (hemos visto anteriormente que representa únicamente un 9,2% del total) que declara haberse beneficiado de los servicios durante este curso hasta situarse en el 7,4.

No hay que descartar que la dificultad de comunicar de manera eficiente los descuentos puntuales juegue en contra de su valoración por parte de los estudiantes¹⁰.

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	Valor
Promedio	5,4
Moda	1
Porcentaje de respuesta	54,8%
Valoración si uso este curso	7,3
Valoración no uso este curso	4,8

Descuentos en comercios no universitarios

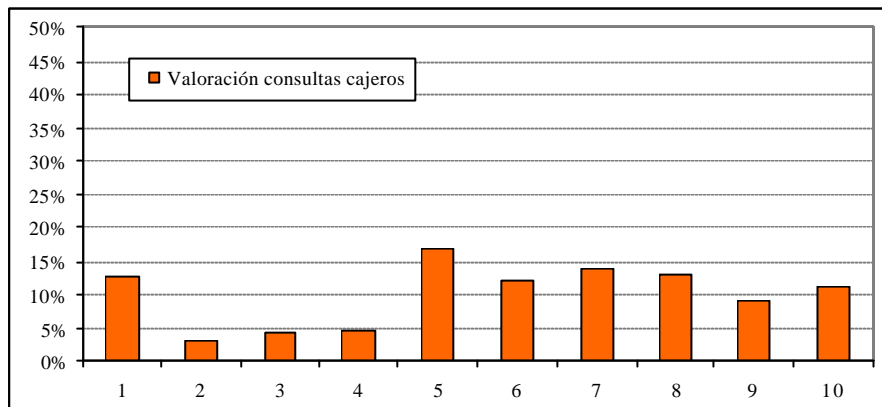
La valoración de los descuentos en comercios no universitarios sigue un patrón comparable al de los demás servicios estructurales del Carné (y no, por lo tanto, al de los descuentos puntuales). A diferencia de lo observado en otros casos, el nivel de conocimiento y valoración es elevado, y no existe un rechazo significativo al servicio:

¹⁰ Hay un número significativo de comentarios abiertos en relación a la inexistencia o desconocimiento de descuentos en cafeterías y en reprografía

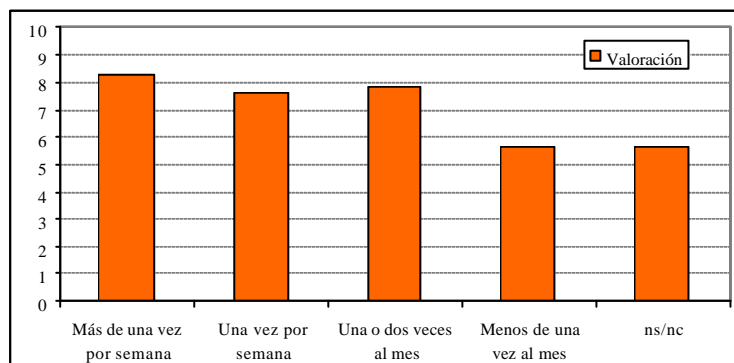
Concepto	Valor
Valoración promedio	7,1
Moda	10
Porcentaje de respuesta	87,1%
Valoración uso más de una vez por semana	8,3
Valoración uso menos de una vez al mes	6,3

Servicio de consultas en Cajeros 4B

Las consultas en los cajeros obtienen un rechazo frontal por parte del 12,6% de los estudiantes (sorprendentemente, un porcentaje menor al de los estudiantes que rechazan los descuentos universitarios):



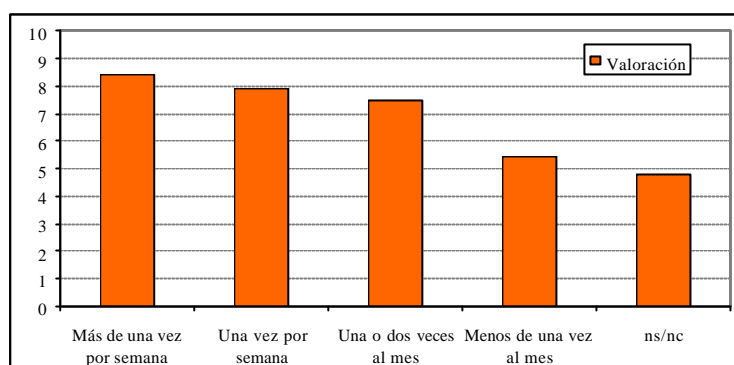
El valor más frecuente entre el 49,6% de los estudiantes que han valorado el servicio es el 5, y el promedio se sitúa en un 6. Como en otros casos, el mayor descontento lo acumulan los estudiantes que no aprovechan el servicio, mientras que la puntuación no baja del 7,5 entre el colectivo que lo usa de manera más o menos recurrente:



Servicio de tarjeta 4B Maestro

Un 49,5% 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 17,2%) y un colectivo de usuarios con niveles de satisfacción elevados (el segundo valor más frecuente es el 8, con una frecuencia del 15,3%).

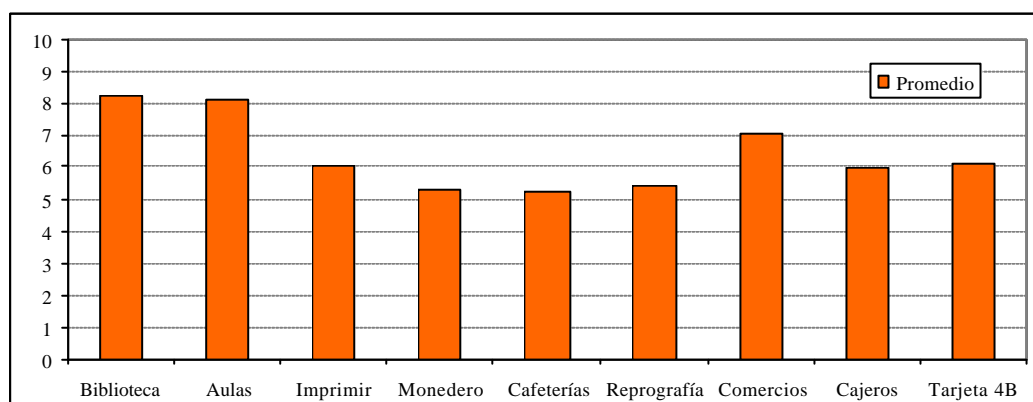
El promedio se sitúa en el 6,1, subiendo hasta por encima del 8 entre los usuarios que declaran usarla semanalmente:



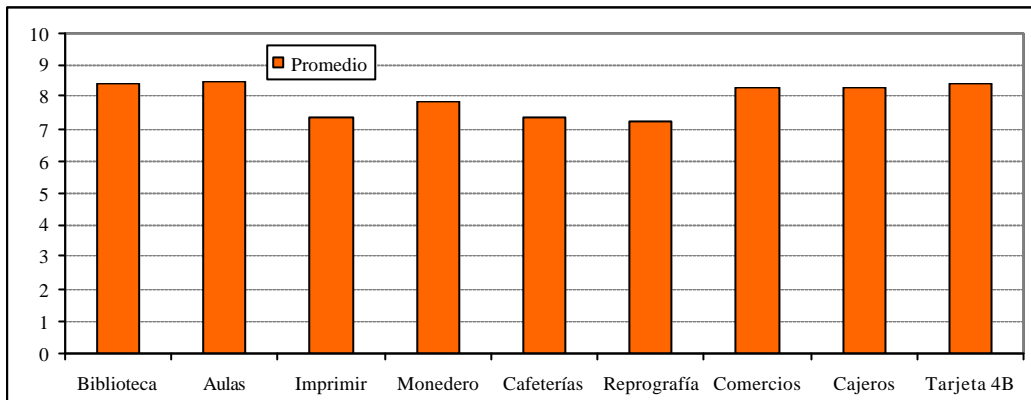
El descenso de la valoración entre los estudiantes que no usan la Tarjeta no debe sorprender, ya que se trata con toda probabilidad de estudiantes que no tienen incorporada, porque no han querido, esa posibilidad a su Carné Universitario.

Resumen valoración servicios

El promedio del conjunto de valoraciones de los servicios se sitúa en el 6,4, ligeramente por debajo de la que obtiene el Carné de manera general:



Los usuarios que se benefician de los servicios del Carné con más frecuencia hacen de ellos una valoración francamente positiva:



Para el conjunto del colectivo, el porcentaje medio de conocimiento de los servicios es un 68,8% y 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:

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%

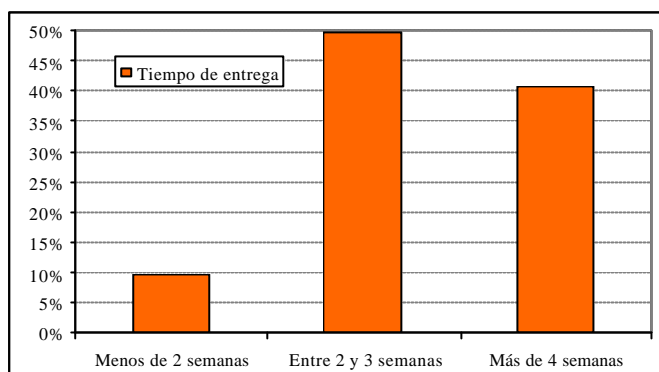
Como se puede ver, cuando se pregunta por servicios específicos se incrementa de manera notable el peso del colectivo de “rebotados” en relación al resultado que se obtiene de la valoración genérica del Carné. Aún así, el peso de este colectivo sigue siendo bajo y parece sencillo reducirlo todavía más si se acierta en la introducción de mejoras en los descuentos puntuales.

Por otro lado, el 55,3% de los estudiantes puntúa en promedio los servicios por encima del 7, lo que sin duda es un dato muy positivo

Plazos de entrega del Carné

A la pregunta “tras entregar la fotografía, cuánto tiempo transcurrió hasta que recibiste tu Carné”, un 59,3% de los estudiantes responden que recibieron su Carné en menos de 3 semanas¹¹:

¹¹ No hay prácticamente ningún comentario abierto en relación a los plazos de entrega del Carné. Los pocos que hay se refieren específicamente a los plazos de entrega de un nuevo Carné en casos de deterioro o pérdida.



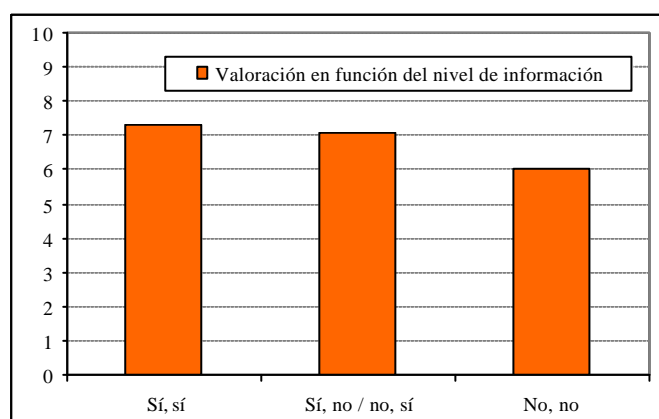
Información sobre servicios y sobre campañas puntuales

Más del 60% 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:

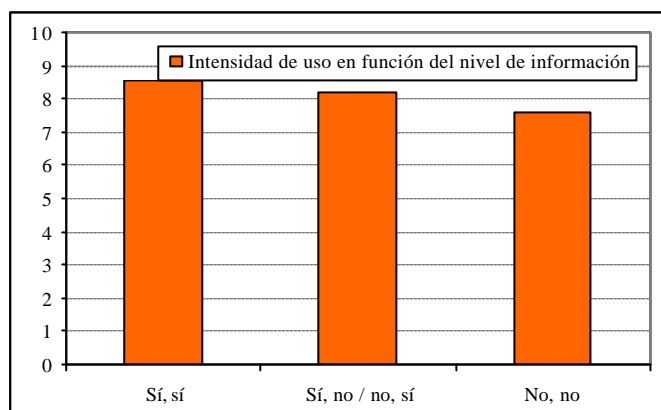
En general, tienes información sobre	Si	No
Los servicios y las ventajas de tu Carné	62,5%	37,5%
Las promociones y campañas puntuales	11,7%	88,3%

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 era de esperar, 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 cierta 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, excepto quizá entre los estudiantes de primer curso:

En general, tienes información sobre los servicios y las campañas puntuales?	Sí, sí	Sí, no / no, sí	No, no
Primero	13,2%	60,0%	26,8%
Segundo	8,2%	52,7%	39,1%
Tercero	11,5%	49,9%	38,6%
Cuatro	7,4%	56,9%	35,6%
Quinto	11,2%	49,7%	39,1%

Comentarios abiertos

Un 33,7% 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 488 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 70,1%), demandas, mejoras y quejas (un 19,3%) y comentarios positivos (un 10,7%)¹².

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:

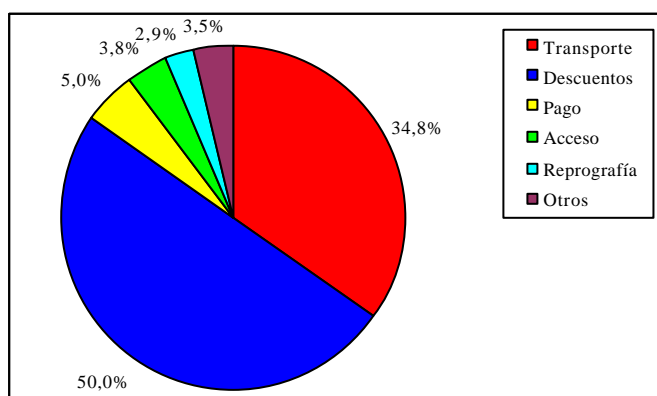
- Transporte. Corresponde a las sugerencias específicas de incorporar al Carné descuentos y ventajas relacionados con el transporte en sentido amplio. Un 34,8% de las sugerencias recibidas se enmarca en este capítulo y, de ellas, la práctica totalidad son las relacionadas con el transporte a la universidad. Son

¹² 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

relevantes los comentarios en relación con el servicio que ofrece la Caja de Cantabria, que aparentemente ofrece descuentos (de hasta el 55%) a los estudiantes que pagan el bus con su tarjeta monedero.

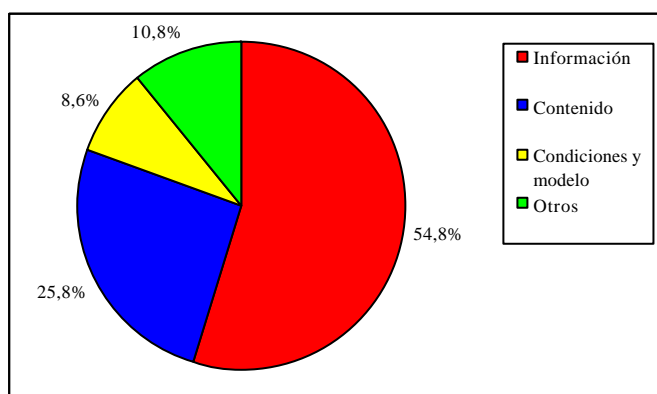
- Descuentos. La mayoría de sugerencias recibidas tienen relación con descuentos. Los mensajes incorporan multitud de propuestas concretas de descuentos que habría que mejorar (incluso de operativas que no funcionan) o de nuevos descuentos que se podrían incorporar. Hay una interesante propuesta de desarrollar un programa de fidelización por puntos a partir del uso del Carné como medio de pago.
- 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 por parte de personas externas a la Universidad preocupa a más de uno
- Reprografía. Hay un número relevante de propuestas en relación a descuentos, operativas y extensión del uso del Carné en los centros de reprografía de la Universidad.
- Otros. El resto de sugerencias recibidas se refiere a bibliotecas, Servicio de Deportes, consultas en cajeros (o PIUs, eventualmente), pero ninguno de estos capítulos supera el 3% del total de sugerencias.

Como se puede ver en el gráfico adjunto, de manera muy mayoritaria las sugerencias se refieren a transportes y a descuentos:



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.
- Condiciones y modelo. Hay un número de aportaciones (únicamente un 8,6%) que se refieren a las características del entorno bancario relacionado con el Carné (comisiones, renovación, operativa, etc.) o que cuestionan el modelo mismo (no del Carné, sino de algunos servicios)
- Otros. Este capítulo incluye estudiantes con quejas globales (del tipo “no funciona nada”), sobre el sistema de recarga y sobre los plazos de entrega (en este caso, ligado con la reposición del Carné tras un deterioro o una pérdida) En total, este capítulo incluye únicamente a 10 estudiantes.



Conclusiones

La primera gran conclusión que se puede obtener de la encuesta se refiere a la eficiencia de la metodología empleada. En efecto, el sistema permite recopilar un número significativo de respuestas en un plazo de tiempo extremadamente corto y con un bajo coste de operación. No parece necesario, por lo tanto, abordar cambios en este aspecto en futuras encuestas.

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 sitúa 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 y es mayor entre los estudiantes de los primeros cursos.
2. Un 75,8% de los estudiantes de todos los cursos usa su Carné como mínimo una vez por semana y un 33,72% declara usarlo semanalmente para 2 o más servicios.
3. El servicio más usado es, con mucha diferencia respecto de los demás, el acceso a los ordenadores de las aulas de informática (los usan semanalmente un 66,2% de los estudiantes); los menos usados son el monedero electrónico y las consultas en cajeros 4B (sólo lo usan semanalmente un 7,8% y 6,6% de los estudiantes respectivamente).
4. Un 69,9% de los estudiantes han usado su Carné para obtener descuentos en comercios no Universitarios (un porcentaje muy superior al observado, por ejemplo, en la UDC); un 22,5% lo han usado para obtener descuentos en comercios universitarios.
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 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 son la biblioteca y el acceso a ordenadores en las aulas de informática (8,2 y 8,1 respectivamente); los peor valorados, el monedero electrónico y los descuentos en cafeterías y reprografía (5,3 y 5,4).
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 59,3% 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 62,5% declara tener información sobre los servicios y las ventajas del Carné (aunque hay varios comentarios abiertos referidos a la información, se trata de un porcentaje significativamente más alto que el obtenido, por ejemplo, en la

UDC) y un 11,7% sobre las promociones y las campañas puntuales; el nivel de información es más elevado entre los alumnos de primer curso que entre el resto.

10. El uso del Carné en el transporte público y un incremento de los descuentos en comercios acaparan el 84,8% de las sugerencias de nuevos servicios. Son significativos también los comentarios relativos a la facilidad con la que se deteriora el Carné.

Es importante tener presente que estos datos se refieren a valores obtenidos de una única encuesta. Los datos obtenidos ganarán todavía en relevancia en el momento en que sea posible seguir la evolución en el tiempo de los diferentes parámetros. A medio plazo, es posible disponer de un sólido contexto de evaluación del conjunto de servicios y ventajas del Carné Universitario.

Anexo 1. Cartel comunicación de la encuesta en la UNICAN

Anexo 2. Preguntas y características técnicas de la encuesta

Anexo 3. Tabla de los resultados obtenidos

Anexo 4. Explotación completa de los datos obtenidos

Anexo 5. Detalle de los comentarios abiertos recibidos