



UNIVERSIDAD DE BURGOS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

TRABAJO DE FIN DE GRADO

Imagen proyectada de la UBU en la sociedad

Autor: David Bolaños García

Tutor: Sonia San Martín Gutiérrez

Grado en: Administración y dirección de empresas

Curso académico: 2016/17

Burgos, 17 de enero de 2017

ÍNDICE

1. Introducción y objetivo.....	4
2. Imagen de Universidades frente a la sociedad.....	6
2.1. La imagen de las Universidades por parte de alumnos/as.....	8
2.2. La imagen de las Universidades por parte de profesores/as.....	10
2.3. La imagen de las Universidades por parte de los egresados/as.....	11
3. Estudio empírico.....	14
3.1. Objetivos de la encuesta y población objetivo.....	14
3.2. Marco de muestreo.....	14
3.3. Método e instrumento de medición.....	14
3.4. Diseño de muestreo.....	17
3.5. Trabajo de campo.....	18
3.6. Organización, manejo y análisis de los datos.....	18
4. Resultados.....	19
4.1. Grupo al que pertenecen los encuestados y datos generales.....	19
4.2. Prioridad sobre los atributos de imagen.....	20
4.3. Imagen de los atributos en la Universidad de Burgos.....	23
4.4. Preguntas abiertas acerca de la imagen en la Universidad.....	27
5. Conclusiones y recomendaciones para futuras investigaciones.....	31
6. Limitaciones.....	34
7. Bibliografía.....	35

IMAGEN PROYECTADA DE LA UBU EN LA SOCIEDAD

David Bolaños García

RESUMEN

La imagen que proyecta ante la sociedad, es uno de los factores que más debe cuidar una Universidad para lograr el éxito de la misma a corto, medio y largo plazo. En el presente trabajo, he investigado acerca de qué factores influyen más a la sociedad en la formación de su imagen. El resultado ha sido la inserción en el mundo laboral, entre otros aspectos. Además, hemos conocido los atributos de la Universidad de Burgos, mejor y peor valorados por la sociedad. El propósito final de esta investigación es conocer qué imagen tiene la sociedad sobre la Universidad de Burgos, y el resultado ha sido que se trata de una imagen irregular entre los diferentes grupos de interés pero, en general, positiva, calificándola fundamentalmente como una Universidad moderna, dinámica, joven, cercana y eficiente.

Palabras clave: imagen, Universidad de Burgos, profesorado, alumnado, ciudadanía

ABSTRACT

The projected image to the society is one of the factors that must take care a University to achieve the success in the short, medium and long term. In this paper, I have researched about what factors have more influence to the society in his image's formation. The result has been the inclusion in the workplace, among other aspects. In addition, we have known the attributes better and worse valued by society of the University of Burgos. The final purpose of this research is to know what image about the University of Burgos has society, and the result has been that it is an irregular image between the different interest groups but, generally positive, qualifying it essentially as a modern university, dynamic, young, close and efficient.

Keywords: image, University of Burgos, faculty, students, citizenship

1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVO

El tema que se va a tratar en el siguiente Trabajo de Fin de Grado es la imagen proyectada de la Universidad de Burgos en la sociedad. He seleccionado este trabajo ya que, como ciudadano de Burgos y alumno actual de la UBU, tengo algunas nociones sobre cómo ven los diferentes grupos de la sociedad a esta Universidad.

La UBU es una Universidad pública situada en la ciudad española de Burgos, creada en 1994 y posicionada desde 2012, dentro de las primeras de Castilla y León en temas de investigación, según el periódico 20 minutos del 7 de abril de 2015. Ésta dispone de 7 centros en los que desarrolla sus funciones, que son las facultades de Ciencias, Ciencias de la Salud, Ciencias Económicas y Empresariales, Derecho, Educación, Humanidades y Comunicación y la Escuela Politécnica Superior. Toda la información referente a las diferentes facultades la podemos encontrar en la página web de la Universidad de Burgos. La Universidad es una institución fundamental para extender la cultura y necesaria para el ejercicio de actividades profesionales que obligan a poseer determinados conocimientos, métodos científicos o técnicas especializadas.

En el contexto actual en el que estamos, de creciente globalización, crisis económica mundial con el consiguiente aumento del desempleo y un entorno de gran complejidad y competitividad, es necesario que las Universidades satisfagan las necesidades que demanda la sociedad, y para ello vamos a ver mediante un estudio, si esas necesidades están cubiertas o si, al menos, la sociedad tiene la imagen de que las cubre.

“La imagen percibida por todos los públicos y audiencias de una organización, así como por los empleados tiene repercusiones en el funcionamiento eficaz de las organizaciones” (Treadwell y Harrison, 1994, p.63-85), por ello es tan importante su análisis en profundidad. “La imagen involucra las creencias, actitudes, estereotipos, ideas, comportamientos relevantes e impresiones que una persona tiene de un objeto, una persona o una organización” (Kotler y Andreasen, 2008, p.103).

El objetivo de este trabajo será conocer la imagen que tiene la sociedad de la Universidad de Burgos. Es algo de vital importancia que una Universidad conozca, cuide y trabaje su imagen para lograr sus objetivos. Todo aquel que tenga una mala imagen de la Universidad podría hablar negativamente de ella, y por lo tanto, desprestigiarla, por lo que deben evitar ese riesgo. Esta imagen considero que es un concepto multidimensional, por lo que para ello realizaré una investigación mediante encuestas, ya que es la técnica cuantitativa base para poder tratar un tema como éste y así poder sacar conclusiones a partir del análisis de las mismas. Tras realizar el estudio, pretendo, además de obtener otras conclusiones, dar solución a estas tres preguntas:

1. ¿Qué factores valora más la sociedad a la hora de determinar la imagen de una Universidad?
2. ¿Cómo es la imagen que tienen alumnos y profesores actuales y ciudadanos acerca de la Universidad de Burgos?
3. ¿Tienen acerca de la Universidad de Burgos la misma imagen los diferentes grupos de interés?

Para llevar a cabo este estudio y, dado que es imposible atender todos los sectores de la sociedad en un periodo tan breve de tiempo, voy a centrarme en los sectores que considero más accesibles e importantes a la hora de conocer la satisfacción de una Universidad. Entre éstos se encuentran el alumnado actual, el profesorado actual y la ciudadanía. Seleccione a los dos primeros por ser el grupo de personas que está en contacto con la Universidad de manera más continua, actual y desde su interior, por lo tanto, son el grupo de interés que más va a conocer la imagen que proyecta la UBU. El tercer grupo que selecciono se trata de la ciudadanía de la ciudad de Burgos, grupo del que apenas existen estudios centrados en el tema de este trabajo, por lo que los analizaré para así, comprobar cuál es la imagen acerca de la Universidad de Burgos de un grupo de la sociedad que no tiene contacto cotidiano con ella, y ver en qué dista de la opinión del alumnado y el profesorado actuales.

El análisis de la docencia y el alumnado, como veremos más adelante, lo realizaré en todas y cada una de las 7 facultades de la UBU para tener una idea global y completa sobre la imagen que proyecta.

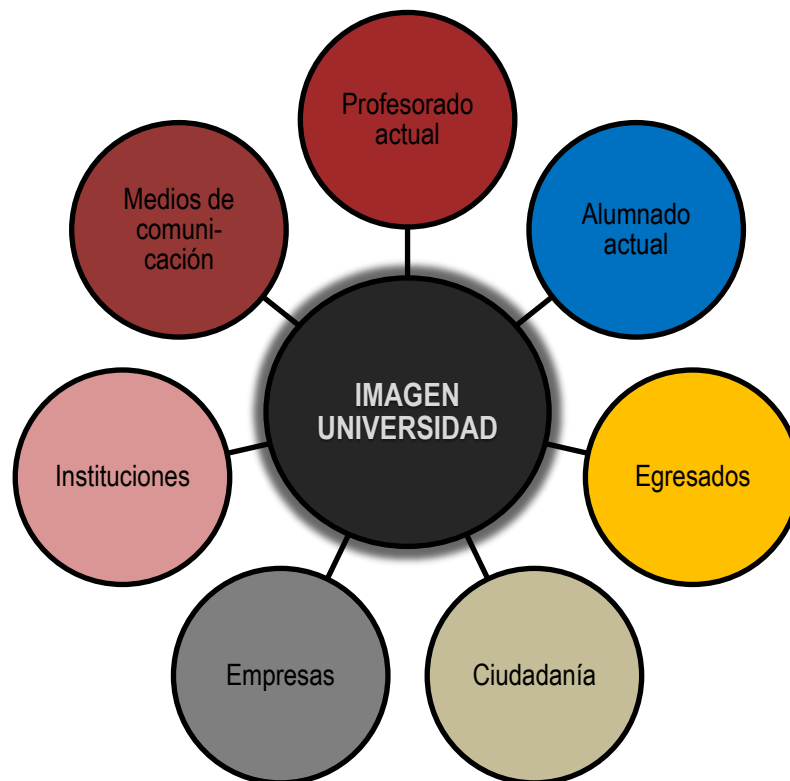
Antes de pasar al estudio empírico de los grupos seleccionados, voy a investigar en el siguiente epígrafe acerca de noticias y análisis elaborados por fuentes externas. Estas tratarán sobre el alumnado y profesorado actuales, añadiendo a los egresados, con el fin de averiguar qué imagen tiene la sociedad acerca de las Universidades en general, y extraer las características más importantes que miden la imagen de una Universidad, para cuando llegue a la realización de mi investigación, incidir más sobre los aspectos clave de imagen.

2. IMAGEN DE UNIVERSIDADES FRENTE A LA SOCIEDAD

En este apartado voy a tratar noticias y estudios elaborados por fuentes secundarias sobre la imagen de diferentes Universidades frente a la sociedad. De este modo, a la hora de realizar el análisis empírico, incluiré los parámetros de imagen de Universidad reconocidos como más importantes por esos estudios.

Dentro de la sociedad podríamos encontrar variedad de grupos de interés o públicos que se relacionan en mayor o menor medida con la Universidad. Estos grupos están formados por el alumnado y profesorado actuales, egresados, medios de comunicación, instituciones (administraciones), ciudadanía y empresas, tal y como señala Aldeanueva (2012) en su investigación acerca de los grupos de interés de una universidad.

Figura 1. Grupos de interés relacionados con la Universidad



Fuente: Elaboración propia

A continuación voy a comentar brevemente en qué consiste cada grupo, para posteriormente pasar a analizar los que más nos interesan en nuestro estudio. Empezamos por el *profesorado actual*, el cual engloba a todos aquellos profesores o profesoras que ejercen, actualmente, la actividad docente en la Universidad de Burgos. En cuanto al *alumnado actual*, encontramos dentro de ese grupo a personas matriculadas actualmente en la UBU en cualquiera de sus facultades. Por otro lado, el alumnado que ha concluido sus estudios y que han obtenido el título universitario correspondiente los situamos dentro

del conjunto de *egresados*. Las *empresas* es un grupo formado por todas aquellas firmas que mantienen relaciones con la UBU, ya sea porque ofrecen puestos para la realización de prácticas tuteladas en empresas, porque imparten seminarios al alumnado, o por cualquier otra relación que mantengan con la Universidad. El grupo *instituciones* lo forman los organismos que se vinculan con la Universidad tales como el Ministerio de Educación, el Consejo Superior de Investigaciones Científicas, la Organización del Comercio Justo, el Ayuntamiento de Burgos en el ámbito de la Cooperación al Desarrollo, entre muchos otros, además de otras Universidades como la de Zaragoza, Valladolid, Salamanca, Oviedo o Alcalá de Henares con las que posee proyectos de investigación conjuntos. En el buscador de la página web de la Universidad de Burgos, podemos encontrar en el buscador un archivo llamado "convenios con otras instituciones", donde aparecen todos los acuerdos, convenios y protocolos de colaboración realizados entre la UBU y cientos de empresas, organizaciones, instituciones, y otras Universidades, a lo largo de su historia. También la UBU se relaciona con *medios de comunicación* como El Diario de Burgos, el canal 54 o radio 3, entre otros, y las últimas incorporaciones de tvUBU y UBUradio. Por último, tenemos el grupo de la *ciudadanía de Burgos*, para el cual consideraremos a todas aquellas personas residentes en Burgos que no formen parte de ninguno de los grupos anteriores.

Debido a la envergadura de los diferentes grupos de interés, en esta segunda parte del trabajo, voy a centrar este trabajo en el análisis de estudios externos acerca de la imagen de la Universidad frente al alumnado y profesorado actuales y egresados. En cuanto a los egresados, aunque posteriormente no les vaya a introducir en el estudio empírico que realizaré en la tercera parte del trabajo, me parece interesante que conozcamos su punto de vista. No les voy a introducir por dos razones básicas: la primera es que se trata de un grupo similar al del alumnado actual de cuarto curso en cuanto a imagen percibida de la Universidad, por lo que los ciudadanos ajenos a la Universidad nos pueden aportar una visión mucho más diversa e interesante en nuestro estudio empírico. Al alumnado actual, por lo tanto, lo analizaré por cursos, seleccionando una pequeña muestra de cada curso para abarcar una mayor variedad de puntos de vista, incluyendo a los de cuarto curso, quienes tienen una percepción similar a la de los egresados. La segunda razón consiste en la dificultad de acceder a los egresados, con los medios de los que dispongo, una vez que ya no tienen contacto con la Universidad. En cuanto a las empresas, instituciones y medios de comunicación, también los he descartado en el estudio empírico, debido a que son grupos de difícil acceso para un estudiante y no hay tiempo suficiente para abarcar a todos.

De entre todos los artículos que he encontrado para cada estudio, he seleccionado aquellos que más se enfocan a la imagen percibida de la Universidad por los diferentes usuarios y los que nos ofrecen una visión más centrada en este objetivo.

Antes de comenzar a analizar dichos artículos, voy a comentar un paper publicado recientemente con el título de Evaluación de la imagen organizacional universitaria en una institución de educación superior (Patlán y Martínez, 2015). En el texto se realizó una investigación ex-post facto, de tipo descriptiva y de asociación de variables, en la cual se pudo confirmar que existen cuatro factores, tres de imagen cognitiva (orientación y preparación universitaria, reputación de la institución y madurez institucional) y otro de imagen afectiva (indicador global de imagen organizacional universitaria) con niveles aceptables de validez y confianza. También se extrae la conclusión de que cada uno de los centros docentes tiene diferente nivel en la imagen organizacional universitaria. Aunque la investigación se realizó para evaluar la imagen organizacional universitaria, recomiendan que en futuras investigaciones se centren en la gestión de la imagen, basándose en la imagen que han construido la organización y su trascendencia en los diversos grupos de interés, coincidiendo esta recomendación con el objeto de mi trabajo de fin de grado.

2.1. LA IMAGEN DE LAS UNIVERSIDADES POR PARTE DE ALUMNOS/AS¹

Empezaré con una tesis doctoral cuyo análisis refuerza la idea de la complejidad y la importancia de la imagen de una Universidad. El autor, Baptista (2012), realizó un estudio de imagen y calidad en la Universidad de Sevilla, del cual extrajo las conclusiones que mostraré a continuación. Debido a que actualmente nos encontramos en un periodo de dificultades económicas y recesión, los responsables de las Universidades deben adaptar sus estructuras a unos alumnos que se preocupan primordialmente por dos cosas: su posterior incorporación al mundo laboral y por encontrar una Universidad que tenga buena imagen social. “La fuerza de la imagen de una institución se relaciona directamente con la coherencia de sus acciones, la coherencia entre su discurso y la acción. Y, en una Universidad, la imagen ante sus alumnos es más compleja que simple difusión o publicidad, sino que también hay que tener en cuenta las actitudes, la conciencia social y la planificación estratégica”. (Baptista, 2012, p.208).

Hay diversas opiniones y estudios respecto a los factores que afectan a la imagen universitaria, Carrasco y Fernández (2006), apuestan por la idea de que los directores son los que transmiten,

¹ Con el fin de facilitar la lectura del trabajo, en el texto obviamos la distinción de género en términos como el/la profesor/a, universitario/a, los/las directores/as, el/la alumno/a, el/la estudiante y sólo lo utilizamos en los títulos.

presentan y forman la imagen de Universidad a sus alumnos. Respecto a este tema, personalmente pienso que la imagen puede verse influenciada por los actos de los directores, pero que es un concepto al que afectan una mayor cantidad de variables, como lo son las personas implicadas en una Universidad, los recursos, las actividades, los objetivos educativos, las relaciones personales, las estructuras y las prácticas habituales del aula, entre muchas otras.

Por último voy a analizar el estudio de Pimienta et al. (2015). Pese a ser un texto que trata de las Universidades argentinas, nos sirve como referencia para irnos haciendo una idea de qué parámetros se utilizan para medir la imagen de Universidad por parte de alumnos, teniendo en cuenta, además, que la educación argentina es considerada una de las más avanzadas y progresistas de América Latina. El trabajo investiga la imagen actual de las Universidades en Mendoza, desde dos perspectivas: docentes y alumnos. En este apartado me centraré solamente en la segunda perspectiva. El método que han empleado para llevarlo a cabo son cuestionarios validados por un experto y entregados al alumnado universitario. Seleccionaron una muestra intencional de 350 alumnos para que realizaran un cuestionario con preguntas de carácter cerrado, excepto las dos últimas de carácter abierto, para conocer su imagen de Universidad. Las conclusiones que obtuvieron las resumo en la siguiente tabla:

Tabla 1. Imagen actual de las Universidades en Mendoza desde la perspectiva de los alumnos

Pregunta cuestionario	Respuesta alumnos
Imagen de los alumnos de las Universidades privadas y públicas	Ambas valoraciones fueron realmente buenas, superando por muy poco la puntuación a las Universidades públicas
Actitud del universitario	Ésta es mayormente buena o muy buena, excepto una pequeña parte del 13% que marca que tiene una actitud regular.
Funciones más representativas del sistema universitario	<p>Respuestas más relevantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Educar profesionales de modo integral (27%). • Formar competencias específicas de cada carrera (19%). • Posibilitar la inserción laboral y transferir el conocimiento (17%). • Promover el intercambio de estudiantes entre distintos países e investigar (10%).

Acciones que debe desempeñar actualmente una Universidad	La mayoría opinaron que debe ser activa, participativa y comprometida con la sociedad, generando vínculos con otras instituciones o empresas para mejorar la contribución a la comunidad.
Cómo debe ser su enseñanza	Los alumnos valoraron similarmente la formación de profesionales idóneos, éticos, creativos y con habilidades sociales.
Pregunta abierta acerca de la imagen de las Universidades privadas	<ul style="list-style-type: none"> • Un 44% tiene una visión negativa, realizando comentarios como que es menos exigente y de menor calidad que la pública porque se paga y señalan varios que es un negocio al que solo pueden acceder la gente que posee dinero. • El 23% la valora positiva considerando la mayor parte de ellos que tiene mayor inserción laboral, mejor relación entre profesor y alumno, que es un privilegio y que es un puente de posibilidades. • De los restantes, el 18% opinaron neutralmente y el 15% con ambigüedad.
Pregunta abierta sobre la imagen de las Universidades públicas	<ul style="list-style-type: none"> • El 52% las calificó negativamente con comentarios como: está muy politizada, los contenidos curriculares no están actualizados, las asignaturas son más teóricas que prácticas o que hay retraso en los planes de estudio. • Un 29% se expresa en positivo diciendo que es una oportunidad para los alumnos que no pueden pagar la privada, posee buen nivel de graduados, tiene más exigencia y facilita la inserción laboral. • Otro 11% se inclinó por un comentario neutro: es una opción más o otra alternativa de estudio. • El 8% restante se expresa con ambigüedad.

Fuente: elaboración propia excepto la procedencia de los datos numéricos. Pimienta et al. (2015).

2.2. LA IMAGEN DE LAS UNIVERSIDADES POR PARTE DE PROFESORES/AS

La imagen que poseen los profesores acerca de las Universidades es un tema que apenas me consta que se haya tratado en estudios de imagen de Universidad, por lo que me parece interesante incluirlo en el que estudio empírico que realizaré posteriormente.

A continuación, voy a analizar brevemente la parte restante del texto de Pimienta et al. (2015), ya que también realizaba un estudio sobre los docentes mediante entrevistas. Para llevarlo a cabo, seleccionaron aleatoriamente a 42 profesores para realizarles una entrevista de preguntas abiertas acerca de su opinión sobre diferentes aspectos de la Universidad, como fortalezas, debilidades o valores entre otras. En cuanto a las conclusiones obtenidas por las autoras, encontramos que se debe reforzar la formación en valores y principios éticos, que las Universidades aportan una contribución integral en el contexto socio-económico y político del país. Y, finalmente, que, en la actualidad, a la Universidad se la exige, además de sus tradicionales funciones de instruir, investigar y transferir, realizar una transformación de la sociedad que la rodea transfiriendo los resultados de la investigación a la sociedad o a las empresas.

Un trabajo interesante es el realizado por San Martín et al. (2015), profesores de la Universidad de Burgos, para su presentación en una Conferencia Internacional, ya que, en una de las partes de ese trabajo, les preguntaban acerca de la imagen de la UBU hacia ellos, si se sentían reconocidos por sus miembros. El 87,6% dijeron que sí se sentían reconocidos por los estudiantes, el 83,2% votó que se sentían reconocidos por los compañeros de trabajo, y solamente un 51,1% de los profesores se sentían reconocidos por la UBU.

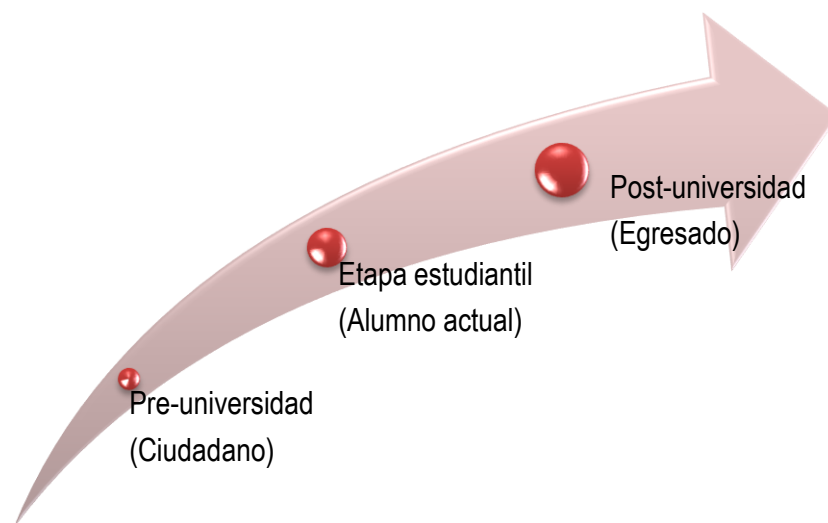
2.3. LA IMAGEN DE LAS UNIVERSIDADES POR PARTE DE LOS EGRESADOS/AS

Sobre la imagen que poseen los egresados acerca de las Universidades, voy a empezar por comentar el siguiente estudio, el cual me ha parecido interesante: medición de la imagen de la Universidad y sus efectos sobre la identificación y lealtad del egresado, de Cervera et al. (2012). En el texto se mide la imagen de la Universidad de Valencia percibida por 500 de sus egresados. De los resultados obtenidos se extrae que la formación de la imagen de Universidad en los egresados se produce en su mayor parte por factores relativos a la orientación y capacitación de la Universidad, a la reputación e innovación y a la imagen estética-afectiva, por lo que los responsables de esta institución tendrán que poner una mayor atención en políticas de comunicación y gestión que incidan en esos factores. De esta manera, los egresados podrán identificarse con la Universidad, defendiéndola o recomendándola y sintiéndose parte de ella. Otras conclusiones que se obtienen son que una importante influencia sobre la imagen que perciben los alumnos se debe a la relación alumno-profesor y a que los alumnos logren superar las expectativas previas a la entrada a la Universidad.

Por último, voy a analizar, de forma más detenida, un texto de Luque y Doña (2016) que nos va a servir para conocer los principales factores que afectan a la satisfacción de los egresados en una Universidad.

El artículo comienza argumentando que el éxito de toda organización está relacionado con la satisfacción del público objetivo, que en el caso de una Universidad van a ser los estudiantes. Medir esa satisfacción es un aspecto complejo, debido a la gran cantidad de factores que influyen en un estudiante, además de la duración de las diferentes carreras universitarias. En el artículo se tratan las 3 etapas del estudiante universitario, tal y como muestra la figura 2: la experiencia pre-universitaria, la propia etapa estudiantil, y la experiencia post-universitaria, utilizando redes neuronales artificiales que hacen posible estudiar gran cantidad de variables independientes y extraer qué variables afectan de forma más directa.

Figura 2. Etapas del estudiante universitario



Fuente: Elaboración propia

En la literatura, tenemos varios análisis de los factores que afectan a la satisfacción de los universitarios en cada etapa. Dentro de la pre-experiencia, encontramos las motivaciones de elección, el área de especialización del alumno, el sexo y los estudios de los padres. Para la etapa universitaria, los factores que afectan en mayor medida son la realización de prácticas, los intercambios internacionales, la calidad del servicio y la nota media del expediente. Y, para la pos-experiencia, consideran el salario y las características del puesto de trabajo, ya que los resultados conseguidos en el mundo laboral tras la experiencia universitaria, condicionan en buena parte la satisfacción de ésta.

La metodología llevada a cabo ha sido, en primer lugar, obtener los datos y resultados de un estudio realizado en los años 2013, 2014 y 2015 a egresados de la Universidad de Granada, que recogía

encuestas realizadas a 9380 egresados tres años después de su finalización en la Universidad, con el objetivo de tener datos de su experiencia laboral o estudios postgrado. Para determinar cuáles son las variables más importantes de entre todas las que afectan a la satisfacción de los estudiantes en la etapa universitaria, estos autores han utilizado modelos de redes neuronales artificiales (RNA). Las redes neuronales se pueden definir “como modelos que emulan el aprendizaje humano, mediante prueba y error, son capaces de aprender de la experiencia y pueden identificar patrones de comportamiento y relaciones causa-efecto en estructura de datos” (Santesmases, 2005, p.143). En la fase de preparación de los datos, utilizaron como variable dependiente la satisfacción, recogida en las encuestas como “en términos generales, estoy satisfecho/a con la Universidad” con una valoración del 1(nada) al 5 (mucho). Para explicar esa variable, utilizaron 35 variables independientes a través del programa estadístico SPSS, analizando las variables de cada parte por separado y después de manera conjunta.

Las conclusiones se centran en que la satisfacción se explica mayormente por variables referidas a la calidad de la formación, especialmente la preparación para la inserción laboral, la cual se califica como baja por parte de los antiguos estudiantes. Otras variables que destacan como importantes para la satisfacción del egresado con la Universidad, son la obtención de habilidades como por ejemplo la capacidad resolutive de problemas, servicios como el de biblioteca y la satisfacción con el empleo actual. Los resultados muestran que es primordial la satisfacción con el puesto de trabajo ante el tipo de contrato o la remuneración.

3. ESTUDIO EMPÍRICO

El estudio empírico que voy a realizar va a consistir en la realización de encuestas a alumnos actuales, ciudadanos de Burgos y profesores actuales, para así, conocer la imagen que tienen grupos de interés clave de la sociedad, acerca de la Universidad de Burgos.

Los trabajos revisados en el epígrafe anterior, nos van a servir ahora para tener una guía sobre qué es lo que más se pregunta cuando se realiza una encuesta para conocer la imagen de una Universidad y poder centrar las preguntas en los aspectos clave a los que más importancia se da.

3.1. OBJETIVOS DE LA ENCUESTA Y POBLACIÓN OBJETIVO

El objetivo principal de este trabajo es conocer la imagen que tiene la sociedad de la Universidad de Burgos, buscando además, la respuesta a las siguientes preguntas:

1. ¿Qué factores valora más la sociedad a la hora de determinar la imagen de una Universidad?
2. ¿Cómo es la imagen que tienen alumnos y profesores actuales y ciudadanos acerca de la Universidad de Burgos?
3. ¿Tienen acerca de la Universidad de Burgos la misma imagen los diferentes grupos de interés?

La población objetivo de este estudio va a ser los alumnos actuales de la UBU, los ciudadanos de Burgos ajenos a la Universidad y los profesores actuales de la misma.

3.2. MARCO DE MUESTREO

Analizaré el marco de muestreo de cada uno de los públicos objetivo. Dentro de los alumnos y profesores actuales, las 7 facultades que componen la UBU son la unidad de muestreo, y los alumnos y profesores seleccionados de cada una serán las unidades de observación. En el caso de los ciudadanos, la unidad de muestreo será la ciudad de Burgos y las unidades de observación serán los ciudadanos, siempre que no pertenezcan a ningún otro grupo de interés relacionado con la UBU.

3.3. MÉTODO E INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

Voy a realizar las encuestas, desplazándome personalmente hasta las 7 facultades a investigar y comprobando que se rellenan correctamente los formularios, así, si el público objeto de encuesta tuviese alguna duda, podría solucionársela en el momento. Una vez recogidas todas las encuestas, descartaré aquellas incorrectas, realizando en esos casos una nueva con las mismas características.

El instrumento de medición que voy a utilizar va a ser la encuesta que he realizado a continuación:

ENCUESTA ACERCA DE LA IMAGEN SOBRE LA UNIVERSIDAD DE BURGOS

El objetivo de esta encuesta es recoger y analizar la imagen de la Universidad de Burgos del alumnado y profesorado pertenecientes a ella y de la ciudadanía de Burgos.

Se garantiza la confidencialidad de la identidad de las personas que realizan la encuesta. Conteste a cada una de las preguntas planteadas con sinceridad y objetividad. Agradecemos de antemano su colaboración.

PARTE 1. Grupo al que pertenece

Seleccione el grupo al que pertenece:

- Alumno/a actual de la UBU. Facultad: _____ Curso: _____
- Profesor/a actual de la UBU. Facultad: _____
- Ciudadano de Burgos ajeno a la UBU. ¿Conoce la UBU? Sí No

Si es usted ciudadano de Burgos ajeno a la UBU y ha marcado que no conoce la UBU, pase directamente a la parte 4; en caso contrario, continúe con las siguientes cuestiones:

PARTE 2. Prioridad sobre atributos de imagen

Valore las siguientes características según el grado de importancia que tienen para usted marcando una X en el nivel de importancia que corresponda para cada atributo.

Características referentes a una Universidad	Importancia				
	Ninguna	Poca	Indiferente o neutral	Bastante	Mucha
Instalaciones modernas y funcionales					
Bibliotecas y salas de estudio					
Reputación e imagen ante la sociedad					
Refuerzo la formación en valores y principios éticos					
Cumplimiento de las expectativas previas a la entrada a la Universidad					
Relación alumno-profesor					
Reglamentos que permitan la participación de representantes de los alumnos en el Gobierno de la Universidad					
Laboratorios, aulas y equipamientos modernos					
Servicios administrativos rápidos, eficaces y bien localizados dentro de la Universidad					
Secretaría online a través de la página web de la Universidad					
Planes de estudios adecuados					
Que acepte sugerencias y reciba las reclamaciones de los alumnos					
Actividades extra-académicas					
Inserción en el mundo laboral					

Si considera algún otro atributo importante, anótelos en la siguiente línea: _____

PARTE 3. Imagen de los atributos de la Universidad de Burgos

Valore ahora la imagen o experiencia que tiene de las mismas características pero referidos a la Universidad de Burgos marcando una X en el nivel que corresponda.

Características referentes a la Universidad de Burgos	Imagen				
	Muy mala	Mala	Neutra	Buena	Muy buena
Instalaciones modernas y funcionales					
Bibliotecas y salas de estudio					
Reputación e imagen ante la sociedad					
Refuerzo de la formación en valores y principios éticos					
Cumplimiento de las expectativas previas a la entrada a la Universidad					
Relación alumno-profesor					
Reglamentos que permitan la participación de representantes de los alumnos en el Gobierno de la Universidad					
Laboratorios, aulas y equipamientos modernos					
Servicios administrativos rápidos, eficaces y bien localizados dentro de la Universidad					
Secretaría online a través de la página web de la Universidad					
Planes de estudios adecuados					
Que acepte sugerencias y reciba las reclamaciones de los alumnos					
Actividades extra-académicas					
Inserción en el mundo laboral					

Si en la parte 2 había considerado algún otro atributo importante para usted, valore la imagen que tiene de él respecto a la UBU en la siguiente línea: _____

PARTE 4. Preguntas acerca de la imagen en la Universidad

¿Qué atributo considera más importante en una Universidad? (puede tomar ideas de atributos en la parte 3 de la encuesta) _____

Anote en un adjetivo qué imagen le sugiere o cómo definiría la Universidad de Burgos _____

Cite una ventaja de estudiar en la Universidad de Burgos: _____

¿Recomendaría la Universidad de Burgos? (Valore del 1 al 5, siendo el 1 nunca la recomendaría y el 5 la recomendaría seguro) 1 2 3 4 5

PARTE 5. Datos generales

Sexo:	Rango de edad del encuestado:
<input type="checkbox"/> Masculino	<input type="checkbox"/> Entre 18 y 29 años
<input type="checkbox"/> Femenino	<input type="checkbox"/> Entre 30 y 50 años
	<input type="checkbox"/> Entre 51 y 72 años

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

El anterior cuestionario lo he elaborado personalmente para imprimirlo en una hoja a doble cara y será el que utilice para llevar a cabo el objetivo propuesto. He introducido en él los parámetros que hemos visto en cada una de las investigaciones externas del epígrafe anterior que se consideraban fundamentales en la imagen de una Universidad, para que los valoren los alumnos y profesores de la UBU y los ciudadanos si conocen la Universidad. Se han utilizado escalas tipo Likert de 5 posiciones para la redacción de los ítems de imagen universitaria. La encuesta la he realizado de forma polivalente, de forma que sirva la misma para ciudadanos, alumnos y profesores, y así, poder realizar un análisis comparativo entre ellos a la hora de obtener los resultados.

3.4. DISEÑO DE MUESTREO

Podemos ver los aspectos clave del diseño del muestreo en la tabla que he elaborado a continuación:

Tabla 2. Diseño del muestreo

FICHA TÉCNICA

Tipo de encuesta	Encuesta personal
Periodo de realización	Noviembre y diciembre de 2016
Universo	Profesores, estudiantes y ciudadanos de Burgos.
Muestra	<ul style="list-style-type: none"> - 56 alumnos actuales - 35 profesores actuales - 60 ciudadanos de Burgos
Error muestral	<ul style="list-style-type: none"> - Alumnos actuales: 0,13 - Profesores actuales: 0,16 - Ciudadanos de Burgos: 0,12
Tiempo ocupado en el trabajo de campo	<ul style="list-style-type: none"> - 80 horas

Fuente: elaboración propia.

El método de muestreo que he utilizado para seleccionar a los *profesores*, ha sido el probabilístico, concretamente el muestreo sistemático, mediante una página generadora de números aleatorios. A través de esta herramienta, he introducido el nº del primer y del último despacho de profesores de cada una de las facultades (por separado), para que me genere 5 números aleatorios, los cuales correspondían a los despachos de los 5 profesores seleccionados como muestra para cada facultad.

En el caso de que alguno de los profesores no se encontrase disponible en su despacho durante el periodo de realización de las encuestas, propuse como solución realizar la misma por teléfono, solicitando los números de teléfono de sus despachos en la recepción del centro.

En cuanto a los *alumnos*, he realizado un muestreo no probabilístico discrecional, seleccionando en cada una de las 7 facultades de la Universidad de Burgos a 8 alumnos, siendo 1 hombre y 1 mujer de cada curso. De este modo, he conseguido que la muestra sea lo más diversa posible y equilibrada en cuanto a hombres y mujeres. Para seleccionar a los alumnos me he desplazado hasta cada facultad, y he repartido las encuestas en la salida de las clases teóricas al último par de alumno-alumna que salgan de cada clase y curso. De este modo, se incluirá el punto de vista de los alumnos de cuarto, siendo éste el más cercano al de los egresados.

Para el grupo de *ciudadanos de Burgos* a encuestar he utilizado el muestreo no probabilístico discrecional, con una muestra de 60 ciudadanos, dentro de los cuales 30 han sido hombres y 30 mujeres. El lugar de realización de las encuestas ha sido el Paseo del Espolón y la Plaza Mayor de Burgos. Para recabar información a este grupo de la sociedad he contado con la ayuda de una segunda persona que me ha ayudado a repartir las encuestas entre los ciudadanos que seleccionábamos.

Antes de entregarlos el cuestionario, les iba preguntando si es cierto que no pertenecen a ninguno de los demás grupos de interés, además de permanecer presente mientras lo rellenaban para contestar posibles dudas.

3.5. TRABAJO DE CAMPO

El trabajo de campo de entrega y recogida de encuestas, lo he llevado a cabo entre las dos últimas semanas de noviembre y las tres primeras de diciembre. Algunos de los problemas encontrados han sido la ausencia de siete de los profesores a encuestar, a los que les he realizado la misma encuesta telefónicamente, excepto a dos de ellos que se negaron a realizarla y tuve que generar dos nuevos números aleatorios. Las encuestas de alumnos y ciudadanos estaban bien planificadas y las he podido realizar sin mayor problema que el rechazo de determinadas personas a realizarla por no disponer de tiempo.

3.6. ORGANIZACIÓN, MANEJO Y ANÁLISIS DE LOS DATOS

Para la agrupación de los datos de la encuesta he construido una matriz en Excel en la que, mediante la codificación de cada pregunta con códigos numéricos, he ido introduciendo una a una todas las encuestas realizadas. El archivo Excel se compone de una primera pestaña en la que se encuentran todas las respuestas de las encuestas ya codificadas, y quince pestañas más en las que voy

analizando cada uno de sus apartados (sexo, rango de edad, prioridad sobre los atributos de imagen de los tres grupos, imagen de los atributos en la Universidad de Burgos de los mismos, recomendaciones y preguntas abiertas).

Los datos introducidos dentro de la matriz me van a servir para obtener los resultados y las conclusiones de los tres primeros apartados de la encuesta, mediante la realización de gráficas y estadísticos para ver cuáles son las respuestas predominantes y las que menos se valoran en cada una de las preguntas. Para hacer más visibles las gráficas, voy a utilizar un tono granate para el profesorado, un tono rojizo para el alumnado y un tono rojo claro para la ciudadanía. Por otra parte, las preguntas abiertas, las analizaré codificándolas una vez obtenidas las respuestas. El procedimiento consiste en dar patrones generales de respuesta o respuestas con mayor frecuencia de mención y hacer una lista con esos patrones. Después, se asigna un símbolo o valor numérico a cada patrón y, por último, se busca el número de frecuencias que se ha mencionado cada patrón. De este modo, cada patrón compondrá una categoría de respuesta, teniendo en cuenta que un mismo patrón de respuesta puede expresarse con diferentes palabras.

4. RESULTADOS

4.1. GRUPO AL QUE PERTENECEN LOS ENCUESTADOS Y DATOS GENERALES

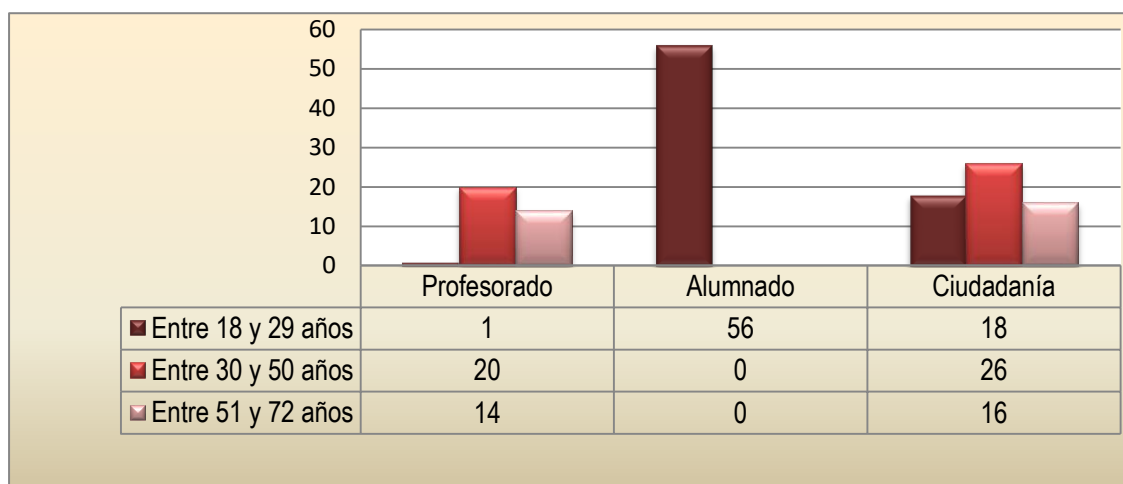
En primer lugar, la encuesta empezaba con una subdivisión del público a realizarla entre alumnado, profesorado y ciudadano de Burgos ajeno a la UBU, donde el alumnado podía indicar la facultad a la que pertenecían y el curso, el profesorado indicaba su facultad y la ciudadanía si conocían o no la Universidad de Burgos, y, en caso de que no la conocieran, pasaban directamente a las preguntas abiertas.

Para no extender los resultados y las conclusiones excesivamente, no voy a realizar un análisis facultad a facultad, ya que nuestro objetivo es conocer la imagen global proyectada por la Universidad de Burgos, no la imagen de una facultad en concreto. Además, al entregarlas, expliqué a los encuestados que tenían que evaluar la imagen global que tenían de los aspectos de la Universidad, no solo teniendo en cuenta la imagen que poseían de su facultad.

En la parte final de la encuesta preguntaba por el sexo del encuestado y su rango de edad. El sexo de los alumnos y ciudadanos no es aleatorio, ya que seleccioné una muestra intencionada del 50% de hombres y 50% de mujeres para obtener una muestra equilibrada. En cambio, en el caso del profesorado, si fue aleatoria dicha selección, como ya expliqué anteriormente en el apartado del diseño del muestreo. Con ese método, han resultado encuestados 12 hombres y 23 mujeres, suponiendo

estas últimas el 66% de la muestra. En cuanto al rango de edad de los encuestados, dividido por grupos, lo podemos ver en el gráfico 1: el profesorado está compuesto por 1 persona entre 18 y 29 años, 20 personas entre 30 y 50 años, y 14 personas entre 51 y 72 años. En cuanto a la muestra del alumnado, toda ella se incluye dentro del rango 18-29 años. Por último la ciudadanía se reparte del siguiente modo: 18 individuos entre 18 y 29 años, 26 entre 30 y 50 años, y 16 entre 51 y 72 años.

Gráfico 1. Rango de edad de los grupos encuestados



Fuente: elaboración propia

4.2. PRIORIDAD SOBRE ATRIBUTOS DE IMAGEN

A continuación, voy a analizar la segunda parte de la encuesta, la cual trataba sobre la prioridad que se le da a los diferentes atributos que representan la imagen de una Universidad. Esta prioridad se representa con una valoración que va desde el 1, “Ninguna importancia”, hasta el 5, “Mucha importancia”:

Tabla 3. Escala de valoración de la importancia de las características de una Universidad

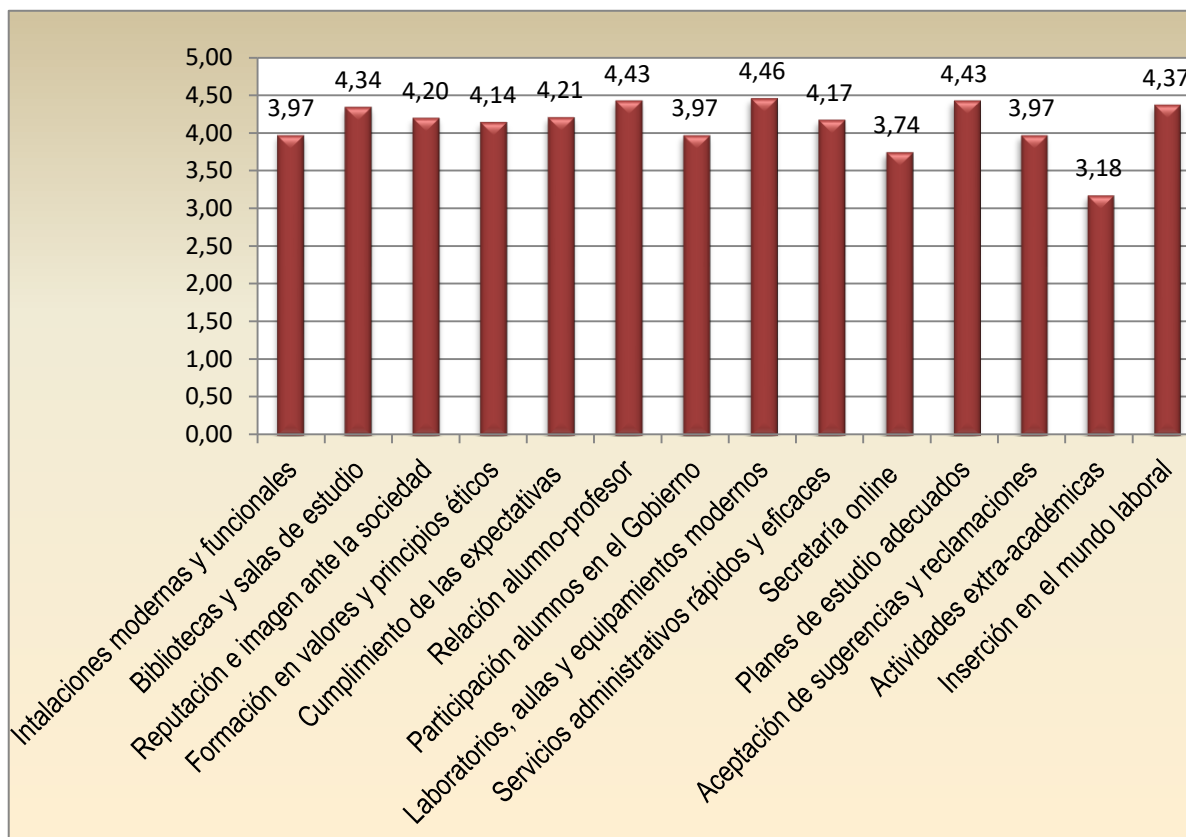
1	2	3	4	5
Ninguna	Poca	Indiferente o neutral	Bastante	Mucha

Fuente: elaboración propia

Empezaré observando la valoración media que le ha dado el profesorado a cada uno de los aspectos considerados para definir la imagen de una Universidad. Ésta la he obtenido mediante la función promedio de las características de cada una de las encuestas realizadas. Prácticamente todas las características poseen para este colectivo una importancia elevada, destacando la existencia de laboratorios, aulas y equipamientos modernos, seguido de cerca por el establecimiento de planes de estudio adecuados y compatibles con cada curso, la relación alumno-profesor, la inserción en el mundo

laboral y la existencia de bibliotecas y salas de estudio entre otras. Las competencias menos importantes para este grupo de interés son las actividades extra-académicas, y, aunque más valorada que la anterior, la secretaría online a través de la página web de la Universidad. De todas formas, pese a tener menor valoración, su puntuación media es buena ya que ninguna está por debajo del 3.

Gráfico 2. Valoración media de la importancia de las características referentes a una Universidad por el profesorado



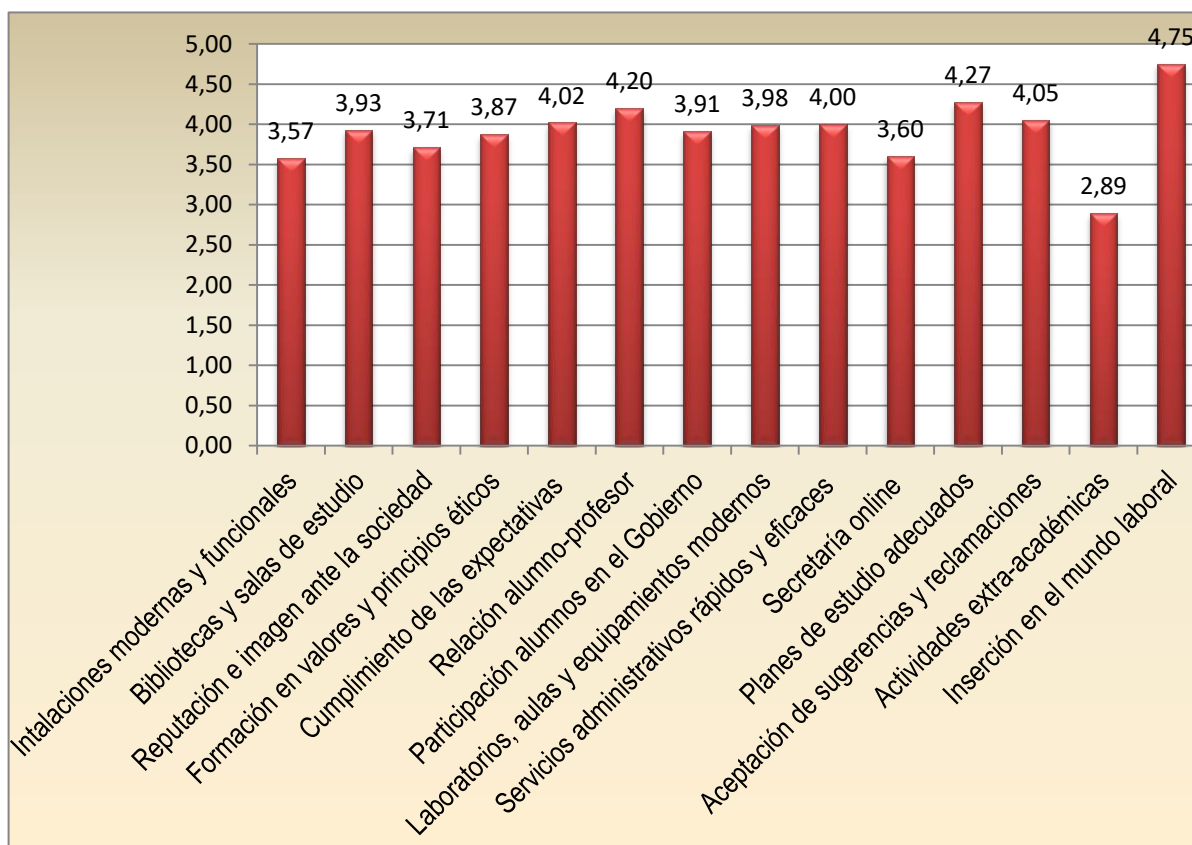
Fuente: elaboración propia

Seguido al cuadro de esta segunda parte de la encuesta, ofrecía la posibilidad de que el entrevistado indicase otro atributo que considerase importante de cara a medir la imagen de una Universidad, y un profesor indicó que considera los fondos bibliográficos de la biblioteca y, otro, los incentivos para el profesorado.

Agrupando las respuestas del alumnado de la misma parte de la encuesta, podemos comprobar que el factor que consideran más importante en una Universidad es la inserción en el mundo laboral, como era de esperar con los tiempos que corren en los que el desempleo es uno de los problemas que más afecta a los jóvenes. Este resultado coincide con el del estudio de Luque y Toledo (2016), el cual examiné en el epígrafe de análisis de la imagen de las Universidades por parte de los egresados. Las características más importantes que le siguen en orden descendente son los planes de estudios adecuados y compatibles con cada curso, la relación alumno-profesor, la aceptación de sugerencias y reclamaciones de los alumnos, el cumplimiento de las expectativas previas a la entrada a la

Universidad, servicios administrativos rápidos, eficaces y bien localizados dentro de la Universidad y laboratorios, aulas y equipamientos modernos. El aspecto de menor importancia para este grupo son las actividades extra-académicas con una amplia diferencia, ya que el resto tienen una media superior al 3,5 sobre 5 puntos.

Gráfico 3. Valoración media de la importancia de las características referentes a una Universidad por el alumnado



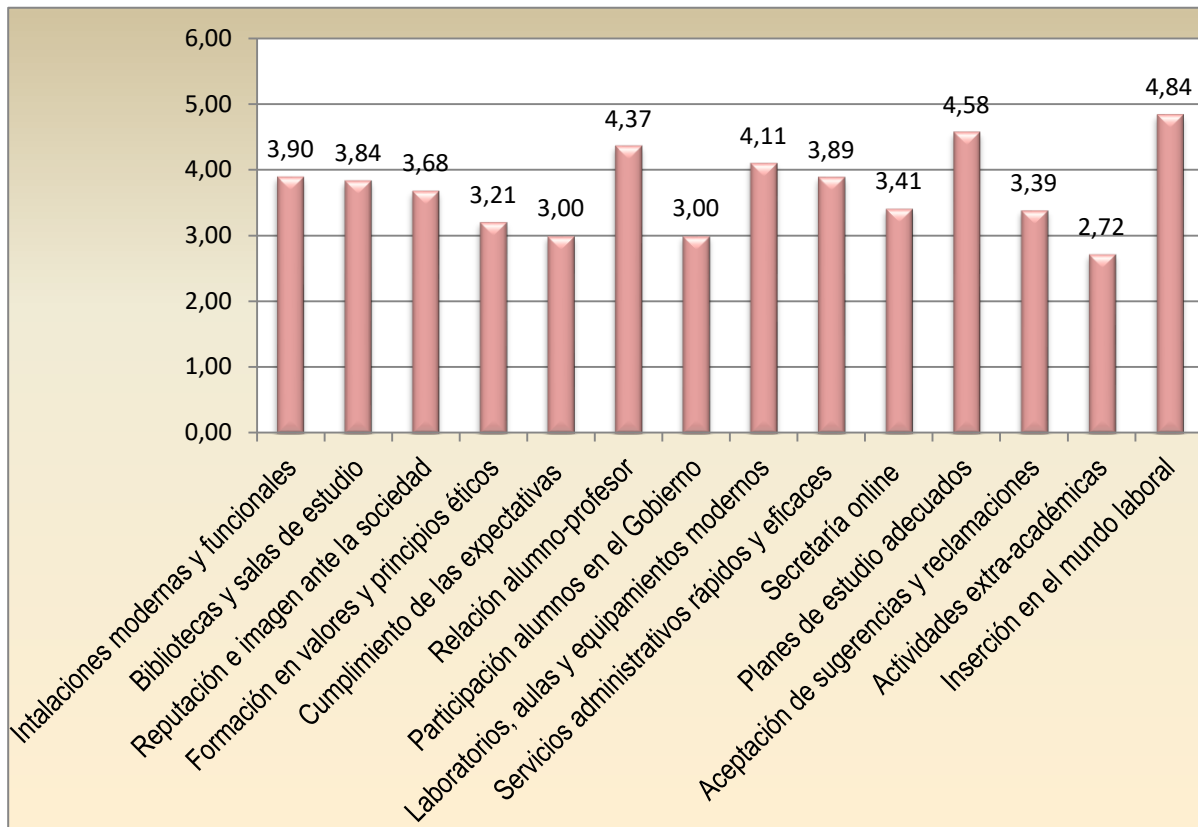
Fuente: elaboración propia

En la pregunta abierta del segundo apartado en la que se pedía indicar otro atributo que considerasen importante, se obtuvo cuatro respuestas de los alumnos: calidad de la formación, asignaturas más prácticas que teóricas, calidad de los profesores y adaptación de las asignaturas a realidad del mercado laboral.

La valoración media de los ciudadanos es más baja, en general, que en el resto de grupos, motivada quizá, por su mayor desconocimiento o relación con la Universidad. En cuanto a la característica a la que ha dado una mayor importancia aquellos ciudadanos que marcaron que conocen la UBU, es la inserción en el mundo laboral, siendo más valorada que en los dos grupos anteriores. Seguida va de los planes de estudios adecuados y compatibles con cada curso, la relación alumno-profesor y la existencia de laboratorios, aulas y equipamientos modernos, entre otras. Como peor valorada, pero no por ello tener una valoración negativa, volvemos a encontrar las actividades extra-académicas, acompañada esta vez del cumplimiento de las expectativas previas a la entrada a la Universidad y la

existencia de reglamentos que permitan la participación de representantes de los alumnos en el Gobierno de la Universidad. Todo esto podemos observarlo en el siguiente gráfico.

Gráfico 4. Valoración media de la importancia de las características referentes a una Universidad por la ciudadanía



Fuente: elaboración propia

4.3. IMAGEN DE LOS ATRIBUTOS EN LA UNIVERSIDAD DE BURGOS

Seguidamente, vamos a pasar a la tercera parte de la encuesta, en la que pedía a los encuestados que valorasen los mismos atributos que antes pero en relación con la imagen o experiencia que tienen de ellos respecto de la Universidad de Burgos. Esta imagen se representa con una valoración que va desde el 1, "Muy mala imagen o muy mala experiencia", hasta el 5, "Muy buena imagen o muy buena experiencia":

Tabla 4. Escala de valoración de la imagen de la Universidad de Burgos

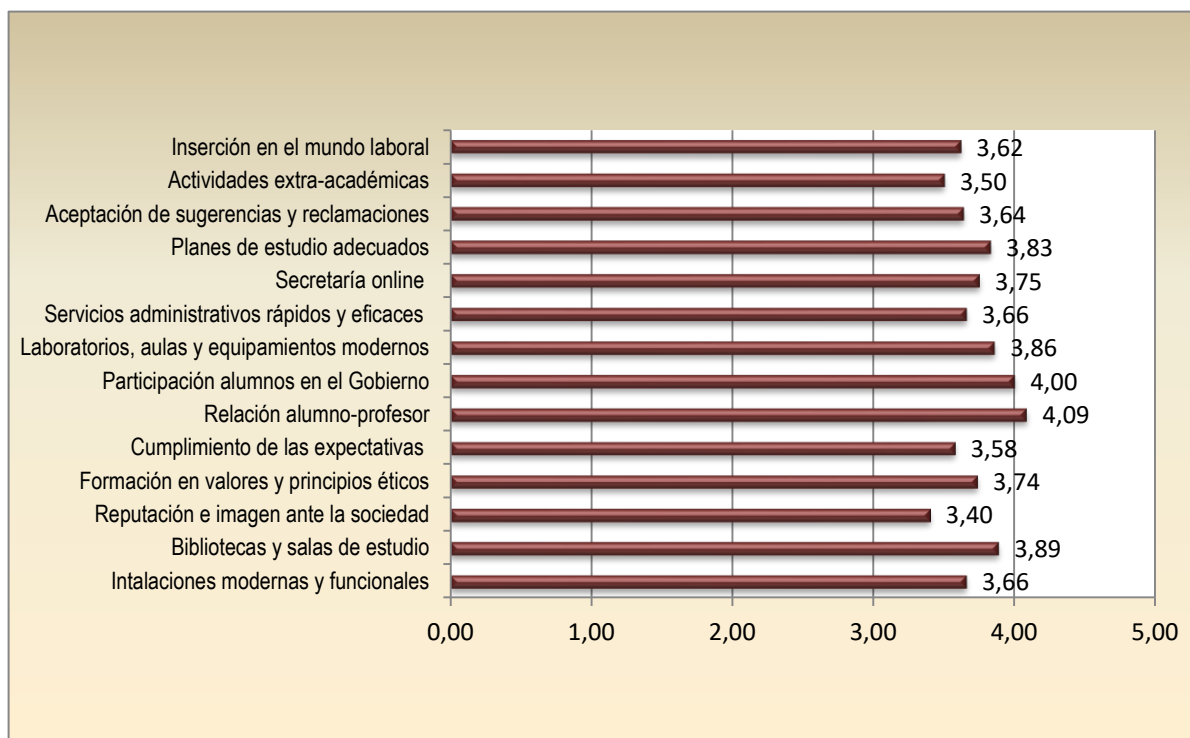
1	2	3	4	5
Muy mala	Mala	Neutra	Buena	Muy buena

Fuente: elaboración propia

Tal y como podemos observar en el gráfico 5, las cualidades de la UBU que mejor imagen tienen por parte del profesorado son la relación alumno-profesor, la existencia de reglamentos que permitan la participación de representantes de los alumnos en el Gobierno de la Universidad, las bibliotecas y salas de estudio, los laboratorios, aulas y equipamientos modernos, y los planes de estudio adecuados. Por otro lado, la reputación e imagen ante la sociedad de la Universidad de Burgos es el aspecto que menos valoración media tiene, seguido de las actividades extra-académicas, el cumplimiento de las expectativas previas a la entrada a la Universidad y la inserción en el mundo laboral. No debe confundirse que estas características, pese a ser las valoradas inferiormente, su puntuación media sigue siendo superior al 3 en todos los casos, lo que quiere decir que el profesorado tiene una impresión aceptable de las mismas.

De los atributos que añadieron en la segunda parte dos profesores, los comentaron en esta tercera de la siguiente forma: el personal de Biblioteca es eficiente pero los fondos bibliográficos son escasos y no hay incentivos o recompensas suficientes por esforzarse y ser buen profesor.

Gráfico 5. Valoración media de la imagen que tiene el profesorado acerca de las características de la UBU

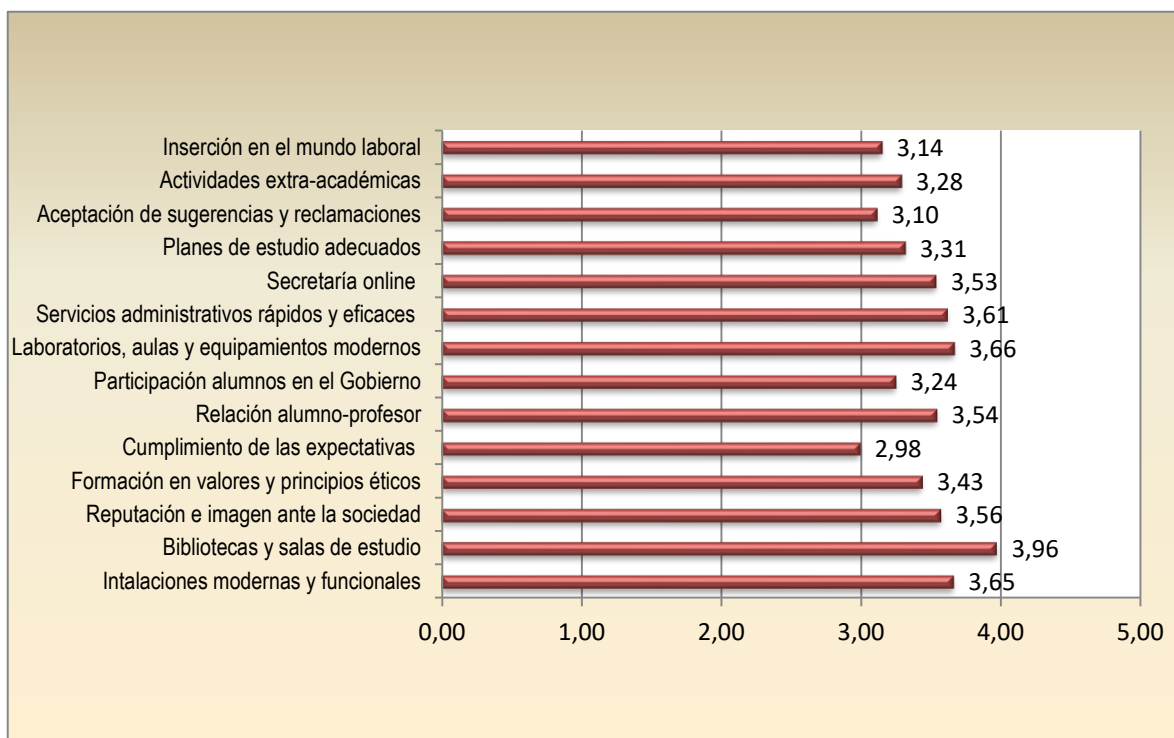


Fuente: elaboración propia

En cuanto a la valoración que ha realizado el alumnado acerca de los aspectos anteriores, ha destacado la existencia de bibliotecas y salas de estudio, y, con menor promedio, los laboratorios, aulas, equipamientos e instalaciones modernas y funcionales, los servicios administrativos rápidos, eficaces y bien localizados dentro de la Universidad, la reputación e imagen ante la sociedad y la relación alumno-profesor, entre otras. Como inferiormente valoradas, aunque no por ello mal valoradas,

se encuentran la imagen que poseen acerca del cumplimiento de las expectativas previas a la entrada a la Universidad, la aceptación por parte de la Universidad de sugerencias y reclamaciones de los alumnos y la inserción en el mundo laboral.

Gráfico 6. Valoración media de la imagen que tiene el alumnado acerca de las características de la UBU

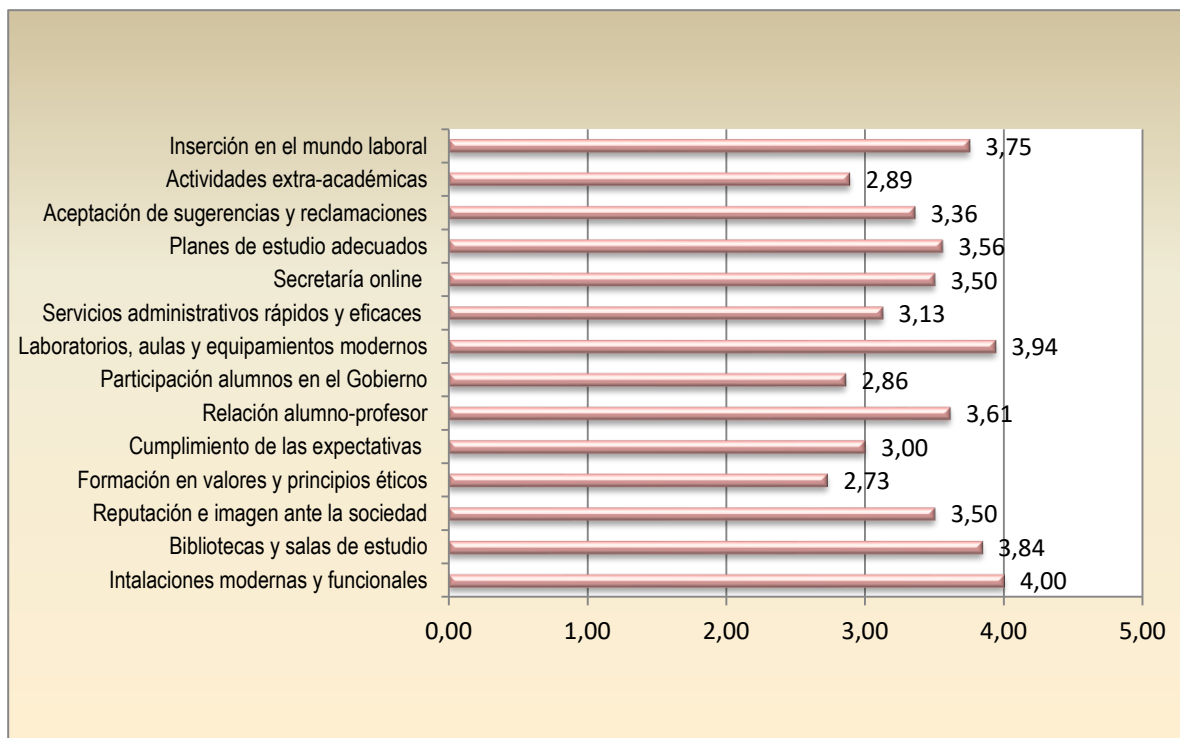


Fuente: elaboración propia

En respuesta a los atributos que añadieron en el segundo apartado, contestaron las mismas cuatro personas que los propusieron señalando que hay diferencia en la preocupación por los alumnos entre unos y otros profesores; que las asignaturas son excesivamente teóricas; que, en general, el profesorado realiza bien su trabajo docente; y que está poco relacionado el temario de las asignaturas con las actividades que realmente efectuará el alumno una vez incorporado al mundo laboral.

Por parte de la ciudadanía, las características más valoradas de la Universidad de Burgos por aquellos que marcaron que la conocían son las siguientes: la presencia de instalaciones, laboratorios, aulas y equipamientos modernos, la disponibilidad de bibliotecas y salas de estudio, la inserción en el mundo laboral y la relación alumno profesor. Los que señalaron que conocían la Universidad de Burgos eran 20 ciudadanos de entre los 60 encuestados en total, por lo que del resto no tenemos su opinión sobre esta parte, ya que solamente debían responder al cuarto apartado de la encuesta. Aquellos atributos de los que tienen una imagen inferior son la formación en valores y principios éticos, la existencia de reglamentos que permitan la participación de representantes de los alumnos en el Gobierno de la Universidad y las actividades extra-académicas, teniendo estas cualidades las medias más bajas de los tres grupos encuestados.

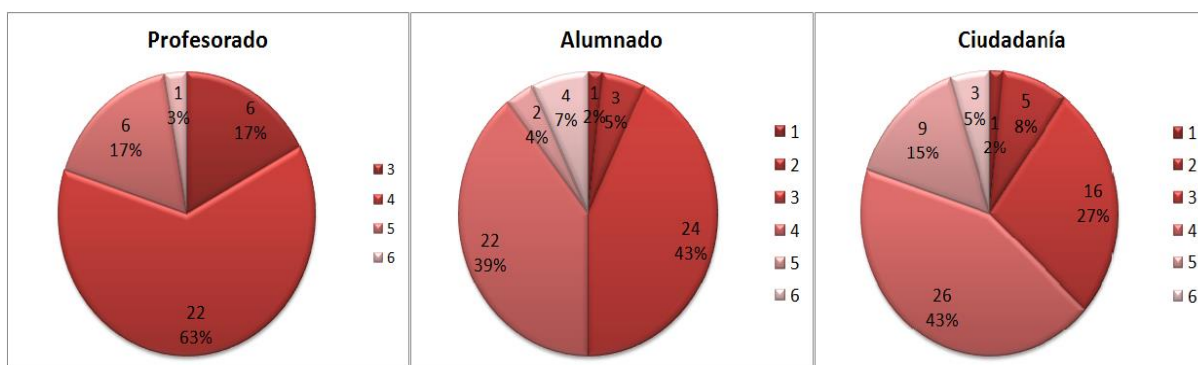
Gráfico 7. Valoración media de la imagen que tienen los ciudadanos que conocen la UBU acerca de las características de la misma



Fuente: elaboración propia

El siguiente apartado constaba de tres preguntas abiertas y una cuarta cerrada. En la cerrada se preguntaba al encuestado si recomendaría la Universidad de Burgos, valorándolo del 1 al 5, siendo 1 nunca la recomendaría y 5 la recomendaría seguro. Realizando un promedio de las respuestas de cada uno de los tres grupos encuestados, obtenemos en el profesorado un 4, en el alumnado un 3,40 y en la ciudadanía un 3,65, por lo que podemos decir que existe un buen nivel de recomendación en todos los grupos, siendo superior en el profesorado, tal y como podemos observar en el gráfico 8. El número 6 que aparece en los gráficos son las personas que han dejado en blanco esa pregunta en el cuestionario, lo que es equiparable a la respuesta: no sabe/no contesta.

Gráfico 8. Valoración de la pregunta ¿recomendaría la Universidad de Burgos? por los encuestados



Fuente: elaboración propia

4.4. PREGUNTAS ABIERTAS ACERCA DE LA IMAGEN EN LA UNIVERSIDAD

En relación a la pregunta abierta que formulaba qué atributo consideraban más importante en una Universidad, según el profesorado, la respuesta o patrón que mayor veces se repitió fue la reputación o calidad de su nivel de enseñanza, con 11 menciones, seguido de la relación alumno profesor, la inserción en el mundo laboral y los planes de estudio, con 6, 4 y 4 menciones respectivamente. Podemos ver en la siguiente tabla todas las respuestas agrupadas por patrones y sus frecuencias de mención.

Tabla 5. Qué atributo considera el profesorado más importante en una Universidad²

PROFESORADO		
Códigos	Categorías (patrones o respuestas con mayor frecuencia de mención)	Número de frecuencias de mención
1	La reputación o calidad de su nivel de enseñanza	11
2	Relación alumno-profesor	6
3	Inserción en el mundo laboral	4
4	Planes de estudio	4
5	Reforzar en principios y valores éticos	3
6	Cumplimiento de las expectativas previas a la entrada a la Universidad	2
7	Relación Universidad -sociedad-empresa	1
8	Que transmita conocimientos y humanismo	1
9	Laboratorios, aulas y equipamientos adecuados	1
10	Un conjunto de todos	1

Fuente: elaboración propia

En cuanto al alumnado, su respuesta con mayor frecuencia de mención ha sido la inserción en el mundo laboral, mencionándola 25 alumnos, seguida de la relación alumno profesor y los planes de estudio adecuados, 11 y 6 veces nombradas respectivamente, pudiéndose comprobar en la tabla 6.

Tabla 6. Qué atributo considera el alumnado más importante en una Universidad

ALUMNADO		
Códigos	Categorías (patrones o respuestas con mayor frecuencia de mención)	Número de frecuencias de mención
1	Inserción en el mundo laboral	25
2	Relación alumno-profesor	11
3	Planes de estudio adecuados	6
4	Cumplimiento de las expectativas previas a la entrada a la Universidad	3
5	Instalaciones y equipos modernos y competitivos	2
6	La reputación o calidad de su nivel de enseñanza	2
7	Preocupación por el alumno, tanto por parte de profesores como de la Universidad	1
8	Bibliotecas con horarios ampliados para el estudio	1
9	Facilidades para guiar al estudiante a través de la carrera	1
10	Reputación e imagen ante la sociedad	1

Fuente: elaboración propia

² En las tablas de este bloque, es posible que la suma del número de frecuencias de mención no coincida con el total de la muestra debido a que parte de los encuestados dejaron alguna de las preguntas sin contestar

Por último, podemos observar en la tabla 7 las respuestas de la ciudadanía a la misma pregunta, repitiéndose la inserción en el mundo laboral como el aspecto que consideran más importante de una Universidad, mencionándolo 31 personas. Seguido se encuentran la relación alumno-profesor y los planes de estudio adecuados, ambas nombradas 9 veces, y la reputación o calidad del nivel de enseñanza, 7 veces.

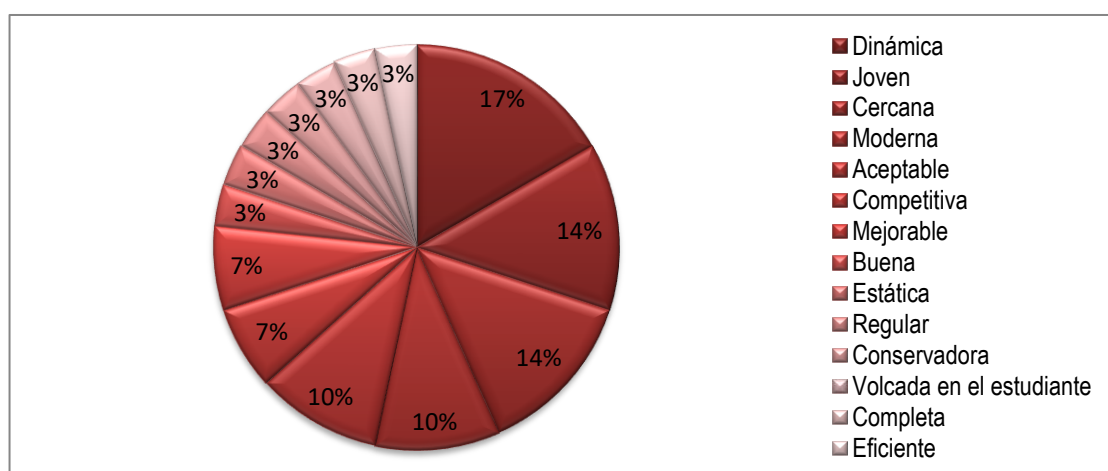
Tabla 7. Qué atributo considera la ciudadanía más importante en una Universidad

CIUDADANÍA		
Códigos	Categorías (patrones o respuestas con mayor frecuencia de mención)	Número de frecuencias de mención
1	Inserción en el mundo laboral	31
2	Relación alumno-profesor	9
3	Planes de estudio adecuados	9
4	Reputación o calidad del nivel de enseñanza	7
5	Formación en valores y principios éticos	1
6	Sociabilidad	1
7	Que sea actual	1

Fuente: elaboración propia

La segunda pregunta abierta pedía anotar en un adjetivo qué imagen le sugiere o cómo definiría la Universidad de Burgos, por lo que he agrupado en patrones los adjetivos sinónimos para no tener un excesivo número de adjetivos, aunque, aun así hay gran variedad de ellos como veremos a continuación. Voy a dividir las respuestas por grupos encuestados, empezando por el profesorado, el cuál destaca que es una Universidad dinámica, joven y cercana. Añadiendo algunos adjetivos más con menor porcentaje de respuestas como son moderna, aceptable, competitiva y mejorable, y otros con solo una mención que son los que describen una Universidad buena, estática, regular, conservadora, volcada en el estudiante, completa y eficiente.

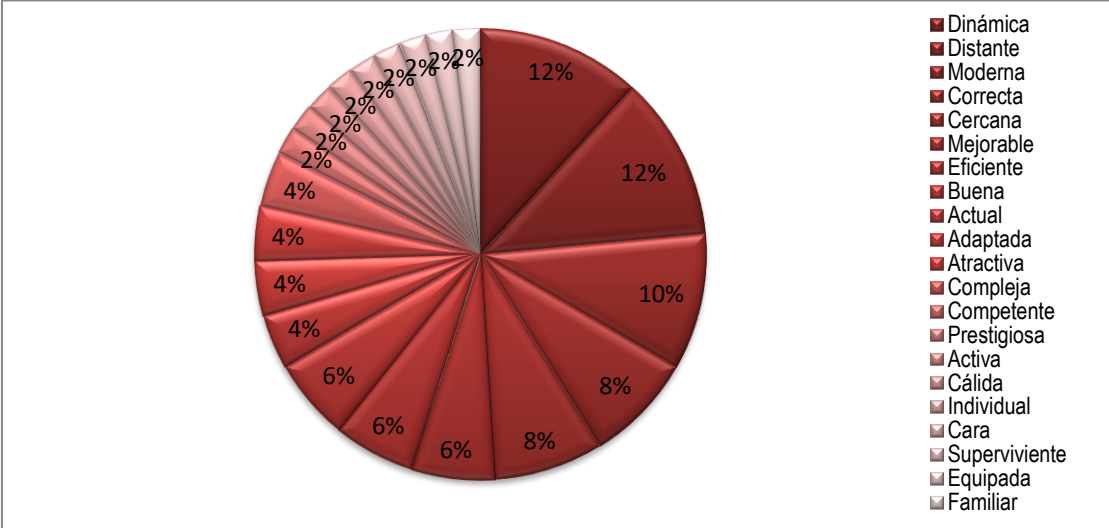
Gráfico 9. Adjetivo que le sugiere o cómo definiría el profesorado la Universidad de Burgos



Fuente: elaboración propia

Pasando al grupo del alumnado, nombran a partes iguales los adjetivos dinámica y distante (un 12% de los encuestados cada uno de ellos), seguido, en orden descendente de menciones, por moderna, correcta, cercana, mejorable, eficiente, buena, actual, adaptada, atractiva, compleja y otros nueve adjetivos con una sola mención.

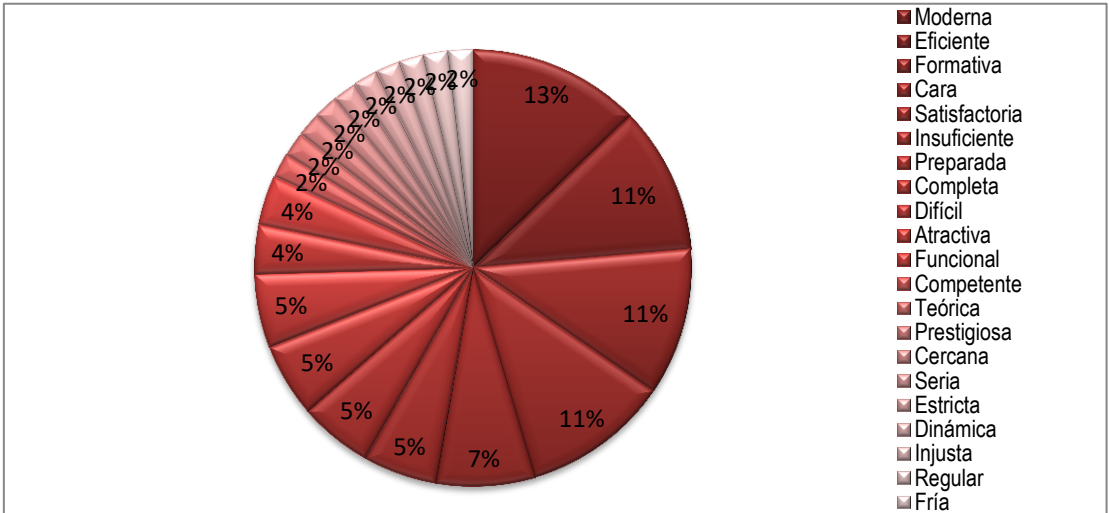
Gráfico 10. Adjetivo que le sugiere o cómo definiría el alumnado la Universidad de Burgos



Fuente: elaboración propia

Por último, un 13% de los ciudadanos manifiestan que la Universidad de Burgos es una Universidad moderna, considerando que es eficiente, formativa y cara encontramos a otro 11% para cada calificativo, un 7% piensa que es satisfactoria, y con un 5% de las respuestas se encuentran los adjetivos: insuficiente, preparada, completa y difícil, seguidos por otros de menor importancia porcentual.

Gráfico 11. Adjetivo que le sugiere o cómo definiría la ciudadanía la Universidad de Burgos



Fuente: elaboración propia

Llegando a la tercera y última pregunta abierta, recordamos que su enunciado era el siguiente: cite una ventaja de estudiar en la Universidad de Burgos. Asimismo, voy a dividir las respuestas por grupos de interés como anteriormente, empezando por el profesorado. Dentro de este grupo ha destacado la cercanía y la relación alumno-profesor como la mayor ventaja de estudiar en la Universidad de burgos, seguidas por la atención personalizada y la buena formación de los alumnos, entre otras que podemos ver en la tabla que tenemos a continuación.

Tabla 8. Ventaja de estudiar en la Universidad de Burgos según el profesorado

PROFESORADO		
Códigos	Categorías (patrones o respuestas con mayor frecuencia de mención)	Número de frecuencias de mención
1	Cercanía alumno-profesor	9
2	Relación alumno-profesor	8
3	Atención personalizada	4
4	Buena formación de los alumnos	3
5	Variedad de titulaciones	1
6	Familiaridad	1
7	Cercanía del campus al centro histórico	1
8	Equipamiento adecuado a las necesidades de los alumnos	1
9	Accesibilidad	1
10	Amplia gama de oferta de prácticas	1
11	Su rápida adaptación a los cambios que exige la sociedad	1

Fuente: elaboración propia

Por parte de los alumnos, la respuesta predominante a citar una ventaja de estudiar en la Universidad de Burgos ha sido la cercanía al domicilio familiar, con 8 menciones, acompañada de otras respuestas como la buena relación alumno-profesor y la formación cualificada, 6 veces nombrada cada una, la cercanía alumno-profesor, con 5 menciones, y las instalaciones y equipamientos adecuados y modernos, con 4 alusiones.

Tabla 9. Ventaja de estudiar en la Universidad de Burgos según el alumnado

ALUMNADO		
Códigos	Categorías (patrones o respuestas con mayor frecuencia de mención)	Número de frecuencias de mención
1	Cercanía al domicilio familiar	8
2	Buena relación alumno-profesor	6
3	Formación cualificada	6
4	Cercanía alumno-profesor	5
5	Instalaciones y equipamientos adecuados y modernos	4
6	Acceso a prácticas en empresas	3
7	Profesores cualificados	3
8	Buena acogida de los programas de Erasmus	2
9	Mejor inserción en el mundo laboral	2
10	Variedad de titulaciones	2
11	Buena accesibilidad	2
12	Universidad joven	2

Fuente: elaboración propia

Asimismo, respecto al grupo de la ciudadanía, ha sido predominante la respuesta instalaciones y equipamientos modernos, y, en orden descendente de menciones, la formación cualificada, la cercanía al domicilio, la inserción en el mundo laboral, la variedad de titulaciones y la cercanía del profesorado entre otras.

Tabla 10. Ventaja de estudiar en la Universidad de Burgos según la ciudadanía

CIUDADANÍA		
Códigos	Categorías (patrones o respuestas con mayor frecuencia de mención)	Número de frecuencias de mención
1	Instalaciones y equipamientos modernos	8
2	Formación cualificada	7
3	Cercanía al domicilio	6
4	Inserción en el mundo laboral	5
5	Variedad de titulaciones	4
6	Cercanía del profesorado	3
7	Relación alumno-profesor	3
8	Buena accesibilidad	2
9	Reputación social	2
10	Profesorado cualificado	2
11	Planes de estudios adecuados	2
12	Bibliotecas cercanas a las Universidades	1

Fuente: elaboración propia

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES PARA FUTURAS INVESTIGACIONES

En las presentes conclusiones, voy a dar solución a las tres preguntas que planteábamos en los objetivos del trabajo, además de obtener otras conclusiones. Las preguntas eran las siguientes:

1. ¿Qué factores valora más la sociedad a la hora de determinar la imagen de una Universidad?
2. ¿Cómo es la imagen que tiene el alumnado y el profesorado actual, y la ciudadanía, acerca de la Universidad de Burgos?
3. ¿Tienen acerca de la Universidad de Burgos la misma imagen los diferentes grupos de interés?

En relación a la primera pregunta, pese a que hay divergencia de opiniones entre los diferentes grupos encuestados, podemos extraer, tras el trabajo de investigación realizado, unos ciertos patrones o conclusiones comunes a todos los grupos. El factor que valora más la sociedad a la hora de determinar la imagen de una Universidad es la inserción en el mundo laboral, influenciada quizá por los tiempos actuales en los que no siempre es fácil entrar al mundo laboral, lo que hace que la sociedad esté más pendiente de este aspecto que de otros. No obstante, hay otras características que consideran también muy importantes, como son la relación alumno-profesor, la existencia de laboratorios, aulas y equipamientos modernos en la Universidad, la posesión de reputación o calidad de su nivel de

enseñanza y la presencia de planes de estudios adecuados y compatibles con cada curso. Siendo estos los principales factores por los que se preocupa la sociedad, es importante que la dirección de la Universidad no los olvide y centre sus esfuerzos en garantizar estos factores, y, una vez atendidos, pasar al resto.

En cuanto a la característica de la Universidad con menor importancia para la sociedad, he podido comprobar, tras este estudio, que es la realización de actividades extra-académicas, por lo que las Universidades pueden ahorrar recursos en este tipo de actividades, ya que su existencia no es tan valorada como lo son el resto de características.

Con la segunda pregunta voy a dar respuesta a qué imagen tienen los diferentes grupos de interés encuestados acerca de la Universidad de Burgos. Empezando por el profesorado, su imagen sobre la UBU es de Universidad dinámica, joven, cercana, moderna, aceptable y competitiva, en la que la relación alumno-profesor juega un papel muy importante y la atención al alumno es una de sus principales prioridades. Además, consideran que las bibliotecas, salas de estudio, laboratorios, equipamientos y aulas son competentes y modernas. Este grupo es el que más recomendaría la Universidad de Burgos, con un promedio de recomendación de 4 sobre 5 puntos, por lo que podemos decir que es el grupo que mejor imagen posee de la Universidad de Burgos entre los tres investigados.

Por otro lado, el alumnado tiene una imagen más irregular entre sus integrantes, ya que parte de ellos tienen una buena imagen, considerando que se trata de una Universidad dinámica (el 12% de los alumnos encuestados), moderna (el 10%), correcta (el 8%), cercana (el 8%), eficiente (el 6%), buena (el 6%), actual (el 4%) y atractiva (el 4%), entre otros con menor valor porcentual; y, otra parte de menor tamaño, posee una imagen negativa, pensando que es distante (el 12% de los alumnos encuestados), mejorable (el 6%) y compleja (el 4%), entre otros de menor valor porcentual. Sorprende que el 12% de los alumnos encuestados haya calificado a la Universidad de Burgos como distante, ya que el profesorado y parte del alumnado restante considera la relación alumno-profesor la primera de las ventajas de estudiar en la Universidad de Burgos. Aun así, la imagen general de la UBU del grupo alumnos es buena, ya que realizando un promedio de todas sus respuestas, sí recomendarían la Universidad de Burgos. Algunas de las cualidades que destaca este colectivo de esta Universidad son la cercanía al domicilio familiar, la buena relación alumno-profesor y la formación cualificada, además de tener una buena imagen acerca de la existencia de bibliotecas, salas de estudio, laboratorios, aulas, equipamientos e instalaciones modernas y funcionales.

Por último, el grupo de la ciudadanía tiene una imagen, en general, peor que la de los dos grupos anteriores, pero no por ello negativa, simplemente inferior. Probablemente se deba al desconocimiento, por lo que la UBU debería esforzarse en comunicar adecuadamente sus fortalezas a la ciudadanía. La

imagen que tiene la mayor parte de ellos sobre la UBU es positiva (el 69% de los ciudadanos encuestados), mencionando que se trata de una institución moderna, eficiente, formativa, preparada y completa. Otra fracción de la ciudadanía de menor tamaño (el 31%), piensa que es cara, insuficiente o difícil, entre otros con menor frecuencia de mención. Pese a coexistir opiniones buenas y malas en este colectivo, tienen mayor peso las valoraciones buenas, por lo que podemos decir, que la mayor parte de la ciudadanía posee una imagen favorable de la Universidad de Burgos. Además, vuelve a aparecer dentro de la mayor parte de sus respuestas la buena imagen que se tiene acerca de las bibliotecas, salas de estudio, laboratorios, aulas, equipamientos e instalaciones del conjunto de la Universidad de Burgos. Destacando también, la inserción en el mundo laboral, la cercanía al domicilio, la variedad de titulaciones, la relación alumno-profesor y la formación cualificada de esta Universidad. Este grupo, al igual que los anteriores, realizando un promedio entre todas sus repuestas, sí recomendaría la UBU a terceras personas.

En relación a la tercera pregunta, y, como hemos visto en el apartado anterior, no tienen la misma imagen acerca de la Universidad de Burgos todos los grupos de interés. Hemos comprobado que cada grupo valora unos aspectos más que otros, aunque sí existen determinadas características a las que todos ellos dan una importante valoración y de las que todos tienen una imagen satisfactoria. Entre esos aspectos se encuentra la relación-alumno profesor, destacando entre las respuestas de todos los grupos como una de las principales ventajas de estudiar en esta Universidad. También se tiene una imagen muy buena de las bibliotecas, salas de estudio, laboratorios, equipamientos y aulas, y de la cercanía de esta institución.

Habiendo comprobado que la imagen que tiene la sociedad sobre la Universidad de Burgos es buena, voy a pasar a comentar las características que peor valoración han obtenido en cada grupo, aunque en ninguno de los casos sean puntuaciones desfavorables. El profesorado valora inferiormente la reputación que tiene la UBU ante la sociedad, el alumnado el cumplimiento de las expectativas, y la ciudadanía la formación en valores y principios éticos. Ante estos resultados, es tarea de la Universidad de Burgos trabajar en mejorar estas características, aunque atendiendo primero a los factores que valora la sociedad con mayor importancia, nombrados anteriormente.

De cualquier modo, para llevar a cabo dichas modificaciones en las prioridades de la Universidad, se debería de realizar una nueva investigación acerca de cómo mejorar esos aspectos. Además, si se quisiera profundizar más todavía en el tema, deberíamos ampliar la muestra de esta investigación a un tamaño mucho mayor, contando con un mayor equipo de investigación y abarcando, además, otros grupos de interés como los medios de comunicación, las instituciones, las empresas y los egresados. Una vez obtenidos todos los resultados con la muestra ampliada, se deberían de contrastar con los

obtenidos en el presente trabajo y comprobar si predominan los mismos factores o si se han visto modificados. No obstante, esta investigación se puede usar como base para comenzar. También sería interesante, de cara al futuro, comparar diferencias de opinión por facultades y realizar un estudio particular de cada una de ellas.

Pese a las limitaciones que indico en el siguiente epígrafe, este trabajo me ha enseñado cómo se debe realizar una investigación a pequeña escala acerca de la imagen de una Universidad. El trabajo es, además, especialmente interesante, ya que trata de un tema cotidiano y relacionado con la etapa estudiantil.

6. LIMITACIONES

No obstante, y a pesar de los esfuerzos realizados tanto en la tarea de revisión teórica como en la fase de aplicación de la metodología diseñada, el presente trabajo de investigación adolece de una serie de limitaciones³ relativas al número de personas disponibles para llevar a cabo el trabajo de campo. Esto limita, por una parte, el número de encuestas que he podido realizar a cada grupo de interés de la Universidad, las cuales no son suficientemente representativas para extrapolar los resultados al total de la población, y, por otra parte, se restringe el número de grupos relacionados con la Universidad que se pueden investigar, ya que hay determinados grupos de interés, como las empresas o las instituciones que se relacionan con la Universidad, los cuales son excesivamente complejos o tienen una mayor dificultad de acceso para un solo investigador en el tiempo disponible.

Otra limitación consiste en que no se ha distinguido en el trabajo la diferencia de opiniones por grados, titulaciones o Facultades, la cual puede variar entre ellos.

Por las limitaciones mencionadas, las conclusiones no son totalmente representativas, pero pueden servirnos para orientarnos o tener una idea de la imagen que tiene la sociedad de la Universidad de Burgos y siempre se puede ampliar y mejorar el trabajo en el futuro.

³ Las limitaciones representan tanto las bases como las razones para seguir investigando

7. BIBLIOGRAFÍA

Aldeanueva, I. (2012). *Los grupos de interés en el ámbito de la responsabilidad social universitaria: un enfoque teórico*. Anuario Jurídico y Económico Escurialense, XLVI, 2013. (p. 235-254).

Disponible en: <http://www.rcumariacristina.net:8080/ojs/index.php/AJEE/article/view/154> (Consultado el 08/10/2016).

Arley, W. (2014). *Preguntas abiertas en encuestas, cómo realizar su análisis*. Comunicaciones en estadística, Vol. 7, Nº. 2, 2014 (p.139-156).

Disponible en: <http://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/estadistica/article/viewFile/1480/1653> (Consultado el 04/01/2017).

Baptista, A.A. (2012). *Imagen y calidad en la Universidad: ¿Relación o contradicción?* Tesis doctoral.

Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=26242> (Consultado el 11/10/2016).

Carrasco, M.J. y Fernández, M.L. (2006). Revista de Educación. *La imagen de la escuela, la imagen de su dirección*, 8: 69-82.

Cervera, A. y otros. (2012). Revista Española de Investigación de Marketing ESIC, *Medición de la imagen de la Universidad y sus efectos sobre la identificación y lealtad del egresado*, 16 (2): 7-29.

Euroformación (2015). *Las mejores Universidades de España*. Periódico 20 minutos. 07 abril.

Disponible en: <http://listas.20minutos.es/lista/las-mejores-universidades-de-espana-396003/> (Consultado el 13/01/2017).

Generador de números aleatorios para el muestreo sistemático de profesores.

Disponible en: http://nosetup.org/php_on_line/numero_aleatorio_2 (Consultado el 21/11/2016)

Kotler, P. y Andreasen, A. (2008). *Positioning the organization: Strategic marketing for nonprofit organizations*. New Jersey: Editorial Prentice-Hall.

Luque, T. y Doña, L. (2016). *Análisis de la satisfacción con la experiencia universitaria. Una aplicación de redes neuronales artificiales*. XXVIII Congreso de Marketing AEMARK, 2016. Bloque 2 (p.779-785).

Página web Universidad de Burgos. *Convenios con otras instituciones*.

Disponible en: <http://www.ubu.es/secretaria-general/convenios/convenios-con-otras-instituciones> (Consultado el 11/10/2016).

Página web Universidad de Burgos. *Facultades y escuelas universitarias*.

Disponible en: <http://www.ubu.es/la-universidad/organizacion/centros-y-departamentos/facultades-y-escuelas-universitarias> (Consultado el 13/01/2017).

Patlán, J. y Martínez, E. (2015). *Evaluación de la imagen organizacional universitaria en una institución de educación superior*.

Disponible en: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0186104216300389> (Consultado el 10/10/2016).

Pimienta, M.L.; Barzola, M.L. y Zurdo, F.H. (2015). *La imagen de las Universidades en Mendoza*. Diálogos pedagógicos, Vol. 13, Nº. 26, 2015 (p.62-87).

Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5372046> (Consultado el 15/10/2016).

Santesmases, M. (2005). *DYANE Versión 3: Diseño y análisis de encuesta en investigación social y de mercados*. Pirámide.

San Martín, S.; Jiménez, N. y Jerónimo, E. (2015). Actas de la International Conference on Social Media, SEO & Marketing Strategies, celebrado el 3-4 de noviembre de 2015.

Treadwell, D. y Harrison, T. (1994). *Conceptualizing and assessing organizational image: Model, images, commitment, and communication*. Communication Monographs, 61, 63-85.