



PERCEPCIÓN DE LA SOCIEDAD SOBRE LA UNIVERSIDAD DE BURGOS

Universidad de Burgos. Visión 2016

Universidad de Burgos – Vicerrectorado de Calidad y Acreditación – Unidad de Calidad
Mendia, A.; Arranz, P.; Alvear A.; Sacristán M.; Gil B.; Arranz A.



INTRODUCCIÓN

La mejora continua de los servicios de la Universidad de Burgos y la creciente importancia de obtener información relevante de los diferentes grupos de interés implicados, ha llevado a la Universidad de Burgos a investigar y conocer las demandas que recibe de su entorno y sus propias capacidades.

Este estudio ha sido posible gracias a la estrecha colaboración y cooperación entre diferentes instituciones y organismos:

- Consejo Social de la UBU
- Vicerrectorado de Calidad y Acreditación de la UBU
- Unidad de Calidad de la UBU
- Fundación Telefónica
- Instituto Opina.

OBJETIVOS

Generales

- Definir el lugar de la Universidad de Burgos en su contexto para definir la Visión de la UBU 2016.

Específicos

- Detectar necesidades y expectativas de su entorno social.
- Detectar necesidades y expectativas en el seno de la propia institución.
- Analizar la percepción de la sociedad sobre la Universidad de Burgos en su contexto social y económico, incluida la Administración local y autonómica.

METODOLOGÍA

CUANTITATIVA

GRUPO	MUESTRA	MÉTODO	MARGEN DE ERROR	NIVEL DE CONFIANZA	SEGMENTACIÓN
POBLACION GENERAL Y FAMILIARES DE ALUMNOS	1.200	Encuesta Telefónica CATI (45 ítems)	± 3,10 %	95,5 %	Sexo Edad Familiar alumnos UBU Tamaño municipio
ALUMNOS DE LA UBU	1.000	Encuesta Telefónica CATI (40 ítems)	± 2,91 %	95,5 %	Sexo Edad Facultad/Escuela matrícula Alumnos de 1er. Año / Resto
EGRESADOS DE LA UBU DESDE 2006	300	Encuesta Telefónica CATI (44 ítems)	± 5,60 %	95,5 %	Año de finalización Facultad / Escuela

CUALITATIVA

GRUPO	MÉTODO		PARTICIPANTES
	Grupos de discusión	Entrevistas en profundidad	
Colectivos sociales y económico	2	1	14
Medios de comunicación	-	3	3
Tejido empresarial de Burgos	1	5	7
Centros de secundaria	1	-	6
Alumnos de 1º y 2º de BACH	1	-	8
Directores/Decanos de la UBU	-	8	8
PDI y PAS de la UBU	1	-	7
TOTAL	6	17	53

ASPECTOS DE ANÁLISIS

1	IMAGEN Y NOTORIEDAD DE LA UBU	2	IMPACTO Y RELACIÓN DE LA UBU CON SU ENTORNO
3	VALORACIÓN GLOBAL	4	COMUNICACIÓN
5	UNIVERSIDAD ESPAÑOLA Y UNIVERSIDAD DE BURGOS	6	RELACIÓN UBU – EMPRESA

PRINCIPALES RESULTADOS

ELECCIÓN DE LA UNIVERSIDAD

CONOCER LA OFERTA DE UNIVERSIDADES LA POBLACION GENERAL

Universidad de Burgos	60,8 %
Universidad de Salamanca	44,7 %
Universidad Complutense de Madrid	38,8 %
Universidad de Valladolid	31,5 %
Universidad de Deusto	19,1 %
Universidad del País Vasco -UPV	7,4 %
Universidad Politécnica de Madrid	6,8 %

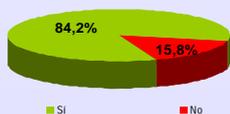
ELEGIR UNA UNIVERSIDAD U OTRA SI QUIEREN IR A LA UNIVERSIDAD

Por cercanía	33,1 %
Por la fama/prestigio de la Universidad	13,5 %
Por el nivel académico/calidad de la Universidad	11,9 %

ELECCIÓN DE LOS QUE HAN IDO A LA UNIVERSIDAD

	Familiar	No Familiar	Alumnos	Egresados	Total
Por cercanía	75,3 %	53,9 %	78,2 %	80,3 %	73,4 %
Por la carrera que quería estudiar	12,3 %	16,3 %	7,0 %	6,3 %	9,9 %
Porque no tenía nota suficiente para entrar en la que quería	1,7 %	6,8 %	5,8 %	3,0 %	4,5 %

VOLVERÍA A ELEGIR LA UBU



VALORACIONES SOBRE LA UBU

ASPECTOS POSITIVOS

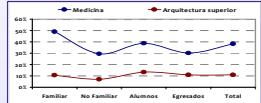
	Familiar	Alumnos	Egresados	Total
Cercanía	18,7 %	8,7 %	6,7 %	11,2 %
Instalaciones	4,3 %	12,3 %	9,3 %	9,3 %
Calidad de los estudios / La formación que reciben los alumnos	9,3 %	8,2 %	12,7 %	9,3 %

ASPECTOS A MEJORAR

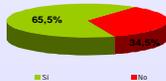
	Familiar	Alumnos	Egresados	Total
Motivación del profesorado	8,0 %	13,5 %	4,3 %	10,3 %
Instalaciones (laboratorios, bibliotecas...)	3,3 %	11,7 %	12,3 %	9,2 %

OFERTA EDUCATIVA. FALTA DE TITULACIONES A LA UBU

	Familiar	No Familiar	Alumnos	Egresados	Total
Medicina	49,0 %	29,4 %	38,7 %	30,3 %	38,2 %
Arquitectura superior	10,7 %	7,1 %	13,3 %	11,0 %	11,0 %



CONOCIMIENTO DE OTRAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA UBU



VALORACIONES GENERALES (DE 0 A 10)

	Alumnos	Egresados	Total
La UBU en términos globales	6,87	6,70	6,83
Formación Universitaria que recibió	7,02	6,80	6,96
El profesorado de la Universidad	6,59	6,56	6,58

INFLUENCIA, IMPACTO Y COMUNICACIÓN

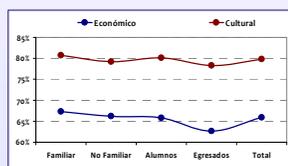
INFLUENCIA EN EL ENTORNO



POSITIVO	Familiar	No Familiar	Alumnos	Egresados	Total
Sobre el Municipio	79,7 %	72,3 %	74,3 %	67,0 %	74,3 %
Sobre la Provincia	73,6 %	68,9 %	67,1 %	58,3 %	68,0 %

IMPACTO SOBRE LA CIUDAD DE BURGOS

POSITIVO	Familiar	No Familiar	Alumnos	Egresados	Total
Económico	67,3 %	66,2 %	65,8 %	62,6 %	65,9 %
Cultural	80,7 %	79,2 %	80,1 %	78,3 %	79,8 %



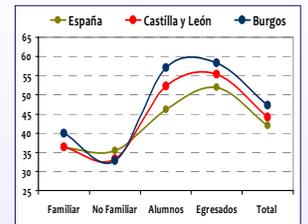
COMUNICACIÓN CON EL ENTORNO

	Familiar	No Familiar	Alumnos	Egresados	Total
Televisión	86,7 %	83,5 %	73,6 %	73,7 %	79,1 %
Presencia escrita	62,0 %	57,2 %	70,1 %	76,7 %	65,8 %
Radio	57,2 %	52,7 %	29,5 %	42,7 %	43,3 %
Internet	22,5 %	22,2 %	51,5 %	48,7 %	37,2 %

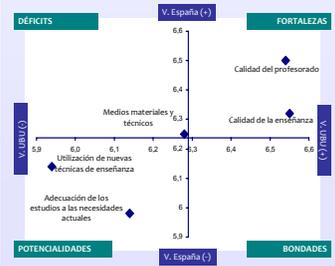
SISTEMA UNIVERSITARIO - UBU

SITUACIÓN EDUCATIVA POSITIVA

POSITIVO	Familiar	No Familiar	Alumnos	Egresados	Total
España	36,2 %	35,5 %	46,2 %	52,0 %	41,9 %
Castilla y León	36,3 %	33,2 %	52,2 %	55,4 %	44,2 %
Burgos	39,9 %	32,8 %	57,0 %	58,3 %	47,2 %

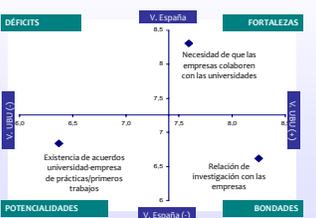


ANÁLISIS DE VENTAJAS Y DESVENTAJAS



RELACIONES UBU – EMPRESA. INSERCIÓN LABORAL

VENTAJAS Y DESVENTAJAS ASPECTOS UNIVERSIDAD – EMPRESA ENTRE UNIVERSIDADES Y UBU



VALORACIÓN PRÁCTICAS EN EMPRESAS

	Alumnos	Egresados
Prácticas en empresas	6,20	6,32

ADECUACIÓN FORMACIÓN RECIBIDA – NECESIDAD MERCADO LABORAL

	Alumnos	Egresados
Adecuación formación	6,20	6,32



DIFUSIÓN DE RESULTADOS

EXTERNA

Fundación Telefónica – Instituto Opina
Consejo Social – Vicerrectorado de Calidad y Acreditación

- Resumen Ejecutivo
- Informe metodológico
- Informe resultados cualitativos
- Informe resultados cuantitativos
- Estudios cuantitativos de Alumnos, Egresados y Población en General
- Jornada de presentación de resultados pública
- Informes en Intranet de la UBU

INTERNA

Vicerrectorado de Calidad y Acreditación – Unidad de Calidad

- 8 Informes resultados por Centro. Base: Alumnos
- 8 matrices de datos por Centro. Base: Alumnos
- Indicadores Sistema de Garantía Interna de Calidad en SIUBU

