

## Trabajo Fin de Grado

Análisis de satisfacción de estudiantes Erasmus de  
la UNWE (University of National and World  
Economy)

Autora

**Natalia Sáez Martínez**

Directora

**Mercedes Marzo Navarro**

Facultad de Economía y Empresa

Año 2017

## RESUMEN

La satisfacción de los estudiantes universitarios es un factor que cobra cada día más importancia para las universidades y su reputación, por ello es importante considerar los factores que influyen en la misma para poder trabajar sobre ellos. En este trabajo se van a analizar los principales resultados sobre la satisfacción y calidad percibida por los usuarios que han estudiado en condición de Erasmus en la UNWE (University of National and World Economy). En primer lugar se introduce el trabajo planteando los objetivos y utilidad del mismo, a continuación, se pasa a una breve introducción sobre teoría de calidad y satisfacción en entornos educativos y sobre los servicios educativos vistos desde el punto de vista del marketing. Hecho esto se contextualiza brevemente en qué consiste el programa Erasmus, y se presenta la universidad en cuestión. Tras esto, se lleva a cabo un estudio en el que se averiguara cuáles son los puntos fuertes y débiles de los servicios que esta universidad ofrece a sus estudiantes internacionales, así como el perfil de estos. Para llevar a cabo dicho análisis se trabajará en la técnica de Investigación de Mercados de la encuesta. Dicha encuesta se realizará mediante un cuestionario online, en formato Google Docs, enviado a los estudiantes Erasmus en esta universidad el curso 2016/2017, este cuestionario será diseñado según los conocimientos adquiridos en la asignatura de Introducción a la Investigación de Mercados. Para realizar el análisis estadístico de los datos recolectados con el cuestionario.

**PALABRAS CLAVE:** Servicios, Calidad en los servicios, Servicios universitarios Programa Erasmus, Universidad, Satisfacción, Estudiantes.

## **ABSTRACT**

The satisfaction of university students is a factor that is becoming increasingly important for universities and their reputation, so it is important to consider the factors that influence it to work on them. This study is going to analyze the satisfaction and quality perceived by students who have studied in Erasmus condition in the UNWE (University of National and World Economy). In the first place the work is introduced, proposing the objectives and usefulness of this study, and then we move to a brief introduction on quality and satisfaction in educational environments theory and also in educational services seen from a marketing point of view. This fact briefly contextualizes what the Erasmus program consists of, and presents the university in question (UNWE). After this, the study is carried out to find out the strengths and weaknesses of the services offered by this university to its international students, as well as the profile of these. To carry out this, the analysis technique used is the Market Research survey. The survey will be made using an online questionnaire, in Google Docs format, and sent to Erasmus students of UNWE in 2016/2017. The survey will be designed according to the knowledge acquired in the subject of Introduction to Market Research to perform the statistical analysis of the data collected with the questionnaire.

**KEYWORDS:** Services, Quality of services, University services Erasmus Program, University, Satisfaction, Students.

# **ÍNDICE DE CONTENIDOS**

<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS Y TABLAS .....</b>	<b>4</b>
<b>CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN DEL TRABAJO.....</b>	<b>5</b>
1.1. MOTIVACIÓN .....	5
1.2. PRESENTACIÓN .....	6
1.3. OBJETIVOS .....	7
1.3.1. Objetivo general .....	7
1.3.2. Objetivos específicos .....	7
1.4. APLICACIONES Y UTILIDAD .....	8
<b>CAPITULO II: MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>8</b>
2.1. CALIDAD EN LOS SERVICIOS EDUCATIVOS .....	8
2.2. SATISFACCIÓN EN ENTORNOS EDUCATIVOS .....	10
2.3. SERVICIOS UNIVERSITARIOS DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL MARKETING .....	12
<b>CAPÍTULO III: CONTEXTUALIZACIÓN .....</b>	<b>15</b>
3.1. EL PROGRAMA ERASMUS+ .....	15
3.1.1. Que es el programa Erasmus+ .....	15
3.1.2. Objetivos del programa Erasmus .....	17
3.2. UNIVERSITY OF NATIONAL AND WORLD ECONOMY (UNWE) .....	19
<b>CAPITULO IV: TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>20</b>
4.1. PERFÍL DE POBLACIÓN Y MUESTRA.....	20
4.2. ESTUDIO Y RESULTADOS .....	23
4.2.1. Motivos de elección de la UNWE .....	24
4.2.2. Valoración de los servicios ofrecidos por la UNWE.....	25
<b>CAPITULO V: CONCLUSIONES.....</b>	<b>29</b>
5.1. CONCLUSIONES ESPECÍFICAS .....	29
5.1.1. Conclusiones elección UNWE .....	29
5.1.2. Conclusiones de la valoración de los servicios de la UNWE.....	30
5.2. CONCLUSIONES GENERALES .....	31
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>33</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>36</b>
Anexo 1: Formulario utilizado para la encuesta del estudio .....	36

# **ÍNDICE DE GRÁFICOS Y TABLAS**

Gráfico 1: Factores influyentes en la reputación.....	11
Gráfico 2: Distribución de alumnos según duración de su estancia.....	21
Gráfico 3: Distribución de la muestra por país de origen.....	21
Gráfico 4: Distribución de la muestra por país y tipo de estudios.....	22
Gráfico 5: Distribución de la muestra por edad.....	23
Gráfico 6: Motivos de elección de la UNWE.....	25
Gráfico 7: Valoraciones de servicios de la UNWE.....	28
Gráfico 8: Estudiantes que recomendarían la UNWE para un intercambio Erasmus.....	28
Tabla 1: Respuestas a la pregunta: “Antes de tu llegada, ¿Recibiste todos los documentos e información necesarios?”.....	26

# **CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN DEL TRABAJO**

## **1.1. MOTIVACIÓN**

En primer lugar, me gustaría comenzar este trabajo exponiendo brevemente cuales han sido mis motivaciones a la hora de realizar la elección del tema de estudio.

A la hora de elegir la línea del trabajo de fin de grado tuve claro que quería trabajar sobre alguna de las líneas del área de Comercialización e Investigación de Mercados, ya que ha sido el área que más interés me ha producido a lo largo de todo el grado. Finalmente me decante por la línea de Marketing de servicios, ya que el marketing aparte de ser un área de creciente importancia en las empresas actuales es el área empresarial hacia la cual quiero enfocar mi carrera profesional. Por otro lado, las empresas de servicios cada vez constituyen un mayor porcentaje del número total de empresas de nuestra economía, el 58,0% del total de empresas españolas pertenecen a este sector (INE, 2016), siendo España, el octavo país de la UE con mayor peso del sector servicios en el PIB con un 75% (IEE, 2017).

Una vez elegida la línea de trabajo y tras debatirlo con la tutora del mismo, decidimos centrarnos en los servicios ofrecidos por una institución educativa.

En concreto, he querido aprovechar mi condición como estudiante ERASMUS en la UNWE (University of National and World Economy), universidad ubicada en Sofia (Bulgaria) para analizar más a fondo los servicios ofrecidos por esta universidad y la calidad percibida por los estudiantes ERASMUS que se benefician de los mismos. Personalmente poder realizar mi TFG como un análisis a fondo de mi experiencia como estudiante Erasmus me ha parecido una gran oportunidad para valorar los pros y contras de haber estudiado un año de mi grado en esta universidad en lugar de en la Universidad de Zaragoza, y así poder realizar un resumen de lo que mis compañeros y yo hemos percibido de esta universidad. Además, me parece que puede ser de utilidad para futuros estudiantes en la situación de decidir una universidad para realizar un intercambio ERASMUS, ya que guías de este estilo elaboradas por antiguos alumnos de las distintas universidades facilitarían la toma de una decisión a la hora de elegir universidad para realizar programas de intercambio.

## **1.2. PRESENTACIÓN**

Este trabajo, como ya se ha mencionado en el apartado anterior, va a consistir en estudiar el perfil de estudiantes que realizan un intercambio Erasmus en la UNWE, y la satisfacción de estos con los servicios que ofrece dicha universidad, ubicada en Sofia (Bulgaria).

El trabajo comenzará definiendo los objetivos generales y específicos del estudio, así como la utilidad del mismo para distintos usuarios.

Posteriormente se hará un breve repaso de los principales conceptos teóricos considerados a la hora de realizar el presente estudio, los cuales engloban la calidad en los servicios, la satisfacción en los entornos educativos y como son tratados los servicios universitarios desde el punto de vista del marketing. Todo esto nos permitirá una vez realizado el estudio, comparar los resultados obtenidos con la situación de otras universidades con este programa de intercambio.

A continuación, se procederá a contextualizar el trabajo presentando brevemente el programa de intercambio Erasmus y presentando también la universidad sobre la cual se realiza el presente estudio, la UNWE.

Una vez hecho esto, se pasa al trabajo de investigación en sí, realizado mediante una encuesta en forma de cuestionario online cual se explicará detalladamente antes de proceder al análisis de los resultados obtenidos.

Una vez analizados los resultados obtenidos en la encuesta de satisfacción a los estudiantes Erasmus y se explicaran las conclusiones extraídas con este estudio, los puntos fuertes y débiles de esta universidad y se desarrollarán las recomendaciones propuestas para mejorar los puntos con los que los estudiantes han quedado menos satisfechos.

## **1.3. OBJETIVOS**

### ***1.3.1. Objetivo general***

El objetivo general de este trabajo es analizar el perfil de estudiantes que deciden realizar un intercambio Erasmus en la UNWE, sus motivaciones a la hora de elegir esta universidad, y la satisfacción que han obtenido tras el intercambio en con los distintos servicios ofrecidos por la universidad.

Con ello se pretende realizar un documento de utilidad para futuros estudiantes que estén pensando en realizar dicho intercambio, así como poder mostrar a la propia UNWE, y otras universidades con convenio de intercambio con la UNWE, como la Universidad de Zaragoza, cuáles son sus aspectos débiles y fuertes según la propia experiencia los estudiantes Erasmus de distintos países.

### ***1.3.2. Objetivos específicos***

- Crear una guía para útil para futuros estudiantes interesados en realizar un intercambio Erasmus en esta universidad, ya que podrán observar todos los servicios disponibles y no disponibles así como ver las valoraciones de otros estudiantes. Con esto pueden resolver cualquier duda que les surja respecto a que se van a encontrar en esta universidad, observar sus pros y contras desde el punto de vista de estudiantes que han realizado el intercambio, y así decidir si la UNWE es una universidad en las les gustaría estudiar o no.
- Averiguar los puntos fuertes a realzar, y los puntos débiles que se deberían mejorar para lograr un mayor éxito en futuros cursos académicos.
- Recopilar información de utilidad para otras universidades con convenio de intercambio, como puede ser la Universidad de Zaragoza, para que sepan cómo ha sido la experiencia de sus alumnos con este intercambio, y así conozcan más a fondo donde están estudiando sus alumnos.
- Recopilar información de interés para universidades interesadas en iniciar convenios de intercambio con la UNWE, para que así sepan más a fondo como es en realidad esta universidad desde dentro.
- Recopilar todos los aspectos que esta universidad, personalmente, me ha ofrecido como estudiante Erasmus, para así reflexionar sobre ellos a fondo y



poder realizar una valoración más completa de mi experiencia Erasmus, y comparar mis opiniones con las del resto de mis compañeros.

## **1.4. APLICACIONES Y UTILIDAD**

La utilidad de los resultados obtenidos con el estudio sobre la satisfacción con la calidad de los servicios ofrecidos por la UNWE estará principalmente en orientar a futuros estudiantes interesados en realizar un intercambio Erasmus con la UNWE, para que tras ver las valoraciones hechas por antiguos estudiantes, puedan tomar la decisión de si esta universidad es o no adecuada para realizar su intercambio Erasmus.

También se podrá orientar a universidades con convenio de intercambio o interesadas en tenerlo en un futuro, sobre la calidad de los servicios ofrecidos por esta universidad para así facilitar la decisión sobre si es una universidad adecuada y acorde a lo que buscar a la hora de crear convenios con los cuales intercambiar alumnos mediante al programa de intercambio Erasmus.

Tras el estudio, se podrá mostrar a la UNWE cual es la satisfacción de los alumnos de intercambio con sus servicios, y respaldándose en la información del análisis de satisfacción, poder aconsejarles sobre qué acciones realizar o sobre qué puntos se puede incidir para mejorar los servicios que ofrecen a sus estudiantes de acogida.

Personalmente, además de todo lo anterior, podrá servirme para hacer una valoración global de mi experiencia tras realizar mi intercambio Erasmus en la UNWE, poder compararla con la de mis compañeros, y extraer conclusiones sobre cuáles son los puntos positivos y negativos de realizar un Erasmus en esta universidad.

## **CAPITULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1. CALIDAD EN LOS SERVICIOS EDUCATIVOS**

A la hora de elaborar el presente estudio es necesario realizar una breve revisión de la literatura sobre la calidad en los servicios educativos, y los indicadores que permiten valorarla.

Antes de nada, comenzar definiendo del término calidad. La Real Academia de la Lengua Española (RAE) define calidad como “*Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor*”. Por lo tanto, la calidad, en el caso de un servicio como es la educación, es lo que permitirá determinar la satisfacción de los usuarios mediante un juicio de los servicios ofrecidos.

Antes de entrar en la valoración de la calidad en los servicios educativos, es importante remarcar el carácter especial de los servicios educativos, Cano (1998) sustenta que la educación puede entenderse como “*un consumo en tanto que satisface un derecho y una necesidad humana, pero desde un punto de vista colectivo, es un medio para producir riqueza*”.

Los servicios poseen unas características propias, y diferenciadoras de los bienes. Así, los servicios se caracterizan por su inseparabilidad, heterogeneidad, carácter perecedero e intangibilidad. Estas características hacen que sea más difícil establecer una serie de criterios objetivos para valorar la calidad de los mismos, de esta manera, la calidad de los servicios suele percibirse como un aspecto subjetivo, (Kotler, 1995 y Grönroos, 1990).

Zeithaml y Bitner (2005) exponen cinco dimensiones principales que el cliente toma en cuenta a la hora de evaluar un servicio, las cuales son: la confiabilidad, la responsabilidad, la seguridad, la empatía y los tangibles.

La revisión de la literatura permite identificar diversos instrumentos que nos permiten medir la calidad de los servicios como son las normas ISO o el modelo SERVQUAL.

ISO 9000 es un conjunto de normas sobre calidad y gestión de calidad, establecidas por la Organización Internacional de Normalización (ISO). Se pueden aplicar en cualquier tipo de organización o actividad orientada a la producción de bienes o servicios. ISO 9000 especifica la manera en que una organización opera sus estándares de calidad, tiempos de entrega y niveles de servicio. Con la revisión ISO 9000:2000 se consiguió una norma, adecuada para organizaciones de todo tipo, aplicable a empresas de servicios e incluso Administración Pública. Actualmente, la norma ISO en vigor en instituciones educativas es la ISO 9001:2008 (Global Data Support Services S.A., 2012).

La herramienta de investigación SERVQUAL es de gran utilidad para determinar la satisfacción de los clientes de una empresa u organización de servicios, mediante el

reconocimiento de la diferencia que existe entre lo que los clientes esperan y lo que reciben.

La herramienta SERVQUAL se creó por los profesores Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) con el objetivo de medir la calidad en el servicio.

De esta se reconoció varios puntos críticos donde la empresa puede cometer errores que afecten a la satisfacción de los clientes. Estos puntos críticos son conocidos como brechas del servicio, y son las siguientes:

- Brecha uno: Expectativa de los clientes Vs. Percepción de la gerencia
- Brecha dos. Percepción de la gerencia vs. Especificaciones
- Brecha tres. Especificaciones de la calidad vs. Entrega del servicio
- Brecha cuatro. Entrega del servicio vs. Comunicación externa
- Brecha cinco. Servicio esperado vs. Servicio percibido

El modelo de calidad en el servicio que se deriva de estas brechas como determinantes de la calidad en un servicio, es el siguiente:

$$\text{Brecha 5} = f(\text{Brecha 1, Brecha 2, Brecha 3, Brecha 4})$$

Para finalizar este apartado, mencionar que la calidad se convierte en un punto fundamental para el crecimiento y competitividad de de instituciones educativas, como son las universidades, donde los alumnos están aumentando constantemente su demanda en términos de calidad, exigiendo una mejor formación y, por tanto, un mejor servicio. En este sentido, los estudiantes hoy tienen una gran variedad de opciones para elegir universidad, implicando en su decisión el atender a una mayor cantidad de variables asociadas a calidad que en décadas anteriores (Fayos et al., 2011).

## **2.2. SATISFACCIÓN EN ENTORNOS EDUCATIVOS**

La satisfacción del estudiante se ha convertido en un objetivo adicional al natural propósito de impartir conocimientos en las universidades (Appleton-Knapp y Krentler, 2006). Por ello, resulta de gran importancia para las instituciones educativas analizar la satisfacción de sus estudiantes con los distintos servicios ofrecidos.

La satisfacción del alumno en los estudios universitarios ha cobrado vital importancia para las instituciones de este sector, con la satisfacción de los alumnos se podrá alcanzar el éxito escolar, la permanencia de los estudiantes en la institución, y, la formación de una valoración positiva boca a boca. En este sentido, es extremadamente importante

encontrar formas fiables de medir la satisfacción del alumno en la enseñanza universitaria, permitiendo así a las instituciones de enseñanza conocer su realidad, compararla con la de los otros competidores y analizarla a lo largo del tiempo (Alves y Raposo, 2005).

Como puede observarse en el gráfico 1, la coproducción entre la universidad y el estudiante, y la calidad percibida de los distintos servicios, son los factores que dan lugar a los resultados de cada servicio y a la satisfacción del estudiante, los cuales influyen directamente en la reputación de la universidad.

*Gráfico 1: Factores influyentes en la reputación*



*Fuente: Duque Zuluaga (2011)*

Para poder analizar correctamente la satisfacción con un servicio educativo hay que tener en cuenta una característica distintiva que diferencia los servicios de los bienes, y esta es la forma de producción de servicios denominada "servucción" que es la producción y consumo simultáneo del servicio. (Langeard, 1981). La servucción implica que los consumidores tienen que jugar un "role" en la producción del servicio y que un fallo puede poner en riesgo el servicio propio y el que reciben otros consumidores (Bateson, 1985).

Continuando con la servucción, o coproducción con el estudiante en este caso, Bitner et al. (1997) identifican tres roles de participación de los consumidores en el servicio educativo:

1. El consumidor como un recurso productivo, ya que actúa como "empleado o miembro temporal" de la organización.

2. El consumidor como contribuidor de la calidad, la satisfacción y el valor, pues el consumidor tiene una participación más efectiva y puede incrementar la probabilidad de que se cubran sus necesidades y que los beneficios que está buscando sean alcanzados. Una consecuencia importante en este tipo de rol es que si el resultado no es el esperado, el consumidor estará menos insatisfecho con el servicio que cuando la responsabilidad recae totalmente en el prestador del servicio.
3. El consumidor como competidor del servicio, donde el consumidor tiene una participación total y de alguna manera actúa como competidor.

### **2.3. SERVICIOS UNIVERSITARIOS DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL MARKETING**

El interés por el estudio de los servicios universitarios desde el punto de vista del marketing estratégico nace en el Reino Unido y los Estados Unidos en los años 80 del pasado siglo, siendo en sus inicios esencialmente teórico y normativo (Hemsley-Brown y Oplatka, 2006). Entonces se plantearon ciertos condicionamientos éticos para la consideración de los estudiantes como clientes (Harvey y Busher, 1996) y en general para la aplicabilidad de algunos instrumentos de marketing estratégico (Busbin, 1994), ya que cada vez más, y en más países, las universidades trabajan como corporaciones y empresas en el mercado con las instituciones educativas privadas. (Veloutsou, 2004).

El trabajo de Hemsley-Brown y Oplatka (2006) identifica las fortalezas y debilidades derivadas de la revisión de 15 estudios empíricos de evaluación de servicios universitarios, destacando la investigación sobre segmentación, producto y precio, y recalcando la necesidad de una imagen consolidada de las universidades. La heterogeneidad de la demanda universitaria es una evidencia de algunos estudios en la materia, lo que debe entenderse como un factor de incertidumbre y dificultad para la gestión en el mercado de servicios universitarios.

Recientes estudios realizados en universidades europeas han demostrado que la educación superior ha pasado a convertirse en un ámbito competitivo por las propias características de los candidatos a estudiantes. La investigación de Maringe (2006) demostró que los candidatos a universitarios han dejado de ser consumidores pasivos, y

han pasado a considerar aspectos como el retorno de su inversión en educación superior, y la búsqueda de aquella universidad que mejor les prepare para el mercado de trabajo.

La satisfacción del estudiante se ha convertido en un objetivo adicional al natural propósito de impartir conocimientos que las universidades poseen (Appleton-Knapp y Krentler, 2006). Por ello hoy en día las universidades que deseen posicionarse en el cambiante entorno deben ser capaces de adaptarse a estas nuevas situaciones, lo que conlleva saber cómo lograr la máxima satisfacción de sus estudiantes.

Los estudiantes ya no consideran que las herramientas promocionales habituales como las páginas web, folletos y material escrito, tengan un papel principal en sus procesos de decisión (Hemsley-Brown y Oplatka, 2006), por lo que las universidades deben buscar también otras formas de promocionarse distintas a las tradicionales.

Las instituciones académicas utilizan cada vez más estrategias de marketing como estrategias de marketing relacional (Vander Schee, 2010), o visitas guiadas a los campus (Pampaloni, 2010). Otros ámbitos como la consideración de las redes sociales, habituales en otros servicios, están comenzando a ser también puntos claves a la hora de promocionarse en el mercado de servicios universitarios.

Conocer cuáles son las razones por las que los estudiantes seleccionan una universidad es básico para posicionarla en el nuevo mercado competitivo (Luque y del Barrio, 2007; Harrisson-Walker, 2011).

En el ámbito de la amplia oferta de una misma titulación en múltiples universidades, y revisados los resultados de investigaciones previas se pueden señalar como factores condicionantes de la elección de un centro universitario (Holdsworth y Nind, 2005; Maringe, 2006): la reputación de la facultad entre los empleadores, las oportunidades de carrera, la tasa de empleo de los egresados, la calidad del profesorado, aspectos diferenciales concretos (especialidades, horarios, servicios, etc.), y el coste o relación coste-valor. Por lo tanto, es en mejorar estos factores en lo que las universidades deben centrarse para mejorar su posicionamiento respecto a otras universidades.

Si nos detenemos a pensar sobre las características del marketing en los servicios universitarios con el fin de plantear mejor los objetivos de la investigación, esto nos lleva a la teoría sobre el Marketing de Servicios.

Entendiendo la literatura de marketing de servicios como complementaria a la de bienes, podemos progresar en la caracterización del servicio universitario. Como punto de partida, se debe tener en cuenta que el servicio universitario resulta más difícil de evaluar puesto que el consumidor no posee siempre todo el conocimiento, sobre todo antes del consumo, es decir en el momento de la elección (Zeithaml, Bitner y Gremler, 2006). El servicio universitario es un servicio realizado a personas con mayoría de acciones intangibles, e intensivo en personas, equipos e instalaciones, lo que lo hace más crítico que otros servicios (Lovelock, 1996).

El llamado encuentro de servicio ocurre cada vez que el consumidor interacciona con la organización de servicios (Zeithaml, 2006). En el caso de la formación universitaria, el estudiante es considerado en la literatura como cliente en su relación con la universidad. Este encuentro de servicio se caracteriza por ser multidireccional y dinámico. Otros servicios se basan en un encuentro de servicio principal (ser atendido por un dependiente en un establecimiento comercial) y otros encuentros ocasionales (una queja, una devolución). En este caso, el principal personal en contacto es el profesor, que presta un servicio continuado en el tiempo, pero simultáneamente discreto, puesto que se introducen cambios de semestres, de materias, o de metodologías que introducen una mayor heterogeneidad al encuentro de servicio profesor-alumno. Adicionalmente, el estudiante interacciona con la organización de servicio en múltiples direcciones y en múltiples ocasiones a lo largo de sus estudios. El personal de contacto no son sólo los profesores, sino también el personal de administración y servicios y los responsables académicos. Lo que podemos entender como paraservicios, que son los que rodean al servicio principal de formación universitaria (servicio de biblioteca, secretaría, salas de informática, actividades extracurriculares), constituyen en ocasiones la forma de diferenciar y posicionar a una institución universitaria y deben entenderse como complementarios de un servicio principal.

Desde un punto de vista estratégico, la gestión del servicio universitario consiste en un *“delicado equilibrio entre solventar los problemas del día a día y cultivar una imagen a largo plazo”* (Belaguer, 2002).

Se deben tener en cuenta las características básicas de los servicios universitarios para saber cómo organizarse para corregirlas o buscar en ellas una forma de diferenciación. Estas características son las siguientes:

- La intangibilidad. El servicio universitario es concebido como uno de los que más elementos intangibles (Grande, 2000). Por ello son necesarios mecanismos de tangibilización través del soporte físico (Hemsley-Brown y Oplatka, 2006)
- La inseparabilidad entre producción y consumo. La llamada coproducción del servicio en algunos casos puede producir diferencias enormes en la experiencia de servicio (Zeithaml, 2006) lo que sin duda es radicalmente cierto para la educación universitaria: el estudiante coproduce su formación con su esfuerzo, siendo un elemento más que necesita ser motivado para mejorar su propia satisfacción.
- La heterogeneidad del servicio. El servicio es heterogéneo porque su prestación deriva del proveedor del servicio, el cliente y la interacción entre ambos. La participación del cliente en la producción del servicio dificulta considerablemente la uniformización de los servicios (Tocquer y Langlois, 1992).
- La caducidad, que reconoce que el servicio no prestado caduca o muere. Esta característica condiciona los mecanismos de impartición actuales: las tutorías o las plataformas virtuales son más necesarias que nunca, especialmente si consideramos el elevado absentismo en las universidades. El auge del e-learning debe saber competir con el face-to-face clásico (Carlzon, 1991). El dilema estratégico de la universidad actual consiste en combinar sendas habilidades para captar a sendos públicos.

## **CAPÍTULO III: CONTEXTUALIZACIÓN**

### **3.1. EL PROGRAMA ERASMUS+**

#### ***3.1.1. Que es el programa Erasmus+***

Erasmus+ es el programa de la UE en los ámbitos de la educación, la formación, la juventud y el deporte para el periodo 2014-2020. El trabajo en estos ámbitos resulta de gran importancia para abordar cambios socioeconómicos, y para respaldar la aplicación de la Agenda Política Europea destinada al crecimiento, el empleo, la equidad e inclusión.

La educación y el trabajo en el ámbito de la juventud son clave para fomentar los valores comunes europeos, impulsar la integración social, mejorar la comprensión



intercultural y un sentimiento de pertenencia a la comunidad, principales objetivos del programa Erasmus+.

Erasmus+ es un instrumento para fomentar el desarrollo del capital social entre los jóvenes, la autonomía de estos y su capacidad de participar activamente en la sociedad.

La eficiencia de los sistemas de educación y formación y las políticas dirigidas a la juventud proporcionan las competencias que exigen el mercado de trabajo y la economía, permitiendo al mismo tiempo que las personas desempeñen una función activa en la sociedad y logren la plenitud del desarrollo personal.

El programa Erasmus+ está diseñado para apoyar los esfuerzos de los países participantes por utilizar de forma eficiente el potencial del talento humano y social europeo atendiendo al principio del aprendizaje permanente, vinculando el apoyo al aprendizaje formal, no formal e informal en los ámbitos de la educación, la formación y la juventud.

Por otra parte, el programa mejora las oportunidades de cooperación y movilidad con los países asociados, en especial en las esferas de la educación superior y la juventud. Erasmus+ apoya también las actividades orientadas al desarrollo de la dimensión europea en el deporte, fomentando la cooperación entre los organismos responsables del deporte. El programa promueve la creación y el desarrollo de redes europeas, lo que aporta oportunidades de cooperación entre las partes interesadas y la transferencia de conocimientos y competencias en diferentes entornos relacionados con la educación. La cooperación reforzada tendrá efectos positivos, en particular en el desarrollo del potencial del capital humano europeo.

El programa contribuye también a conseguir los objetivos del Marco Estratégico para la Educación y la Formación para la cooperación europea en educación y formación y la Estrategia Europea para la Juventud, apoyándose en los métodos abiertos de coordinación. Esta inversión en conocimientos, habilidades y competencias beneficiará a las personas, las instituciones, organizaciones y el conjunto de la sociedad, pues contribuirá al crecimiento y a garantizar la igualdad, la prosperidad y la inclusión social en Europa y fuera de ella.

En el ámbito de la educación superior, Erasmus+ apoya las siguientes acciones principales centradas en la cooperación con los países asociados:

- Movilidad internacional de los individuos para la obtención de créditos académicos y Títulos conjuntos de máster Erasmus Mundus que promuevan la movilidad de los estudiantes y el personal desde y a los países asociados.
- Proyectos de Desarrollo de las Capacidades en la educación superior que promuevan la cooperación y las asociaciones con impacto en la modernización y la internacionalización de las instituciones y los sistemas de educación superior de los países asociados, centrándose especialmente en los vecinos de la UE.
- Apoyo al diálogo político mediante la red de expertos en la reforma de la educación superior de los países asociados vecinos de la UE, la asociación internacional de antiguos alumnos, el diálogo político con los países asociados y actos internacionales de promoción.

Erasmus+ utiliza diferentes herramientas para el reconocimiento de competencias y cualificaciones de la UE, en particular Europass, Youthpass, el Marco Europeo de Cualificaciones (MEC), el Sistema Europeo de Transferencia y Acumulación de Créditos (ECTS), el Sistema Europeo de Créditos para la Formación Profesional (ECVET), el Marco de Referencia Europeo de Garantía de la Calidad en la Formación Profesional (EQAVET), el Registro Europeo de Garantía de la Calidad (EQUAR) y la Asociación Europea para la Garantía de la Calidad en la Educación Superior (ENQA), así como las redes del ámbito de la educación y la formación que respaldan estas herramientas en toda la UE y, en particular, la Red de Centros Nacionales de Información sobre el Reconocimiento Académico (NARIC), las redes Euroguidance, los Centros Nacionales Europass y los Puntos Nacionales de Coordinación del MEC.

Uno de los objetivos comunes de todas estas herramientas es velar por un reconocimiento más sencillo y una mejor comprensión de las competencias y cualificaciones dentro de las fronteras nacionales y a través de ellas, en todos los subsistemas educativos y en el mercado de trabajo, con independencia de que se hayan adquirido por medio de la educación y la formación académicas o en el marco de otras experiencias de aprendizaje.

### ***3.1.2. Objetivos del programa Erasmus***

A continuación se mencionan los principales objetivos del programa, destacados entre otros explicados más a fondo en la guía oficial sobre el programa:

- Objetivos de la Estrategia Europa 2020.
- Objetivos del Marco estratégico para la cooperación europea en el ámbito de la educación y la formación (ET 2020).
- Objetivos globales del Marco renovado para la cooperación europea en el ámbito de la juventud (2010- 2018).
- Objetivo del desarrollo de la dimensión europea en el deporte.
- Desarrollo sostenible de los países asociados en el campo de la educación superior.
- Promoción de los valores europeos.

**Multilingüismo:** Uno de los principales objetivos del programa es promover el aprendizaje de las lenguas y la diversidad lingüística. La falta de competencias lingüísticas es una de las principales barreras a la participación en los programas europeos de educación, formación y juventud. Las oportunidades creadas para ofrecer apoyo lingüístico están orientadas a aumentar la eficiencia y la efectividad de la movilidad, a mejorar el funcionamiento del aprendizaje. Las lenguas extranjeras desempeñan un papel destacado entre las competencias que ayudarán a formar a las personas para el mercado de trabajo y a sacar el máximo provecho de las oportunidades disponibles. La UE se ha fijado el objetivo de que todos los ciudadanos tengan la oportunidad de aprender al menos dos lenguas extranjeras desde una edad temprana.

**Equidad e inclusión:** El programa Erasmus+ tiene por objetivo promover la equidad y la inclusión facilitando el acceso de los participantes que proceden de entornos desfavorecidos y tienen menos oportunidades que sus compañeros, cuando la situación desfavorable les limite o les impida la participación en actividades transnacionales por motivos tales como: discapacidad, dificultades educativas, obstáculos económicos, diferencias culturales, problemas de salud, obstáculos de carácter social, obstáculos geográficos, etc.

### **3.2. UNIVERSITY OF NATIONAL AND WORLD ECONOMY (UNWE)**

La UNWE, o Universidad de Economía Nacional y Mundial es la más grande y la más antigua institución educativa superior de Economía de Bulgaria y Europa Sudoriental con una historia de más de 90 años.

Esta universidad nació con el nombre de Universidad Libre de Ciencias Políticas y Económicas el 5 de julio de 1920. En 1940 se transformó en el Instituto Superior de Finanzas y Ciencias Administrativas, en 1947 se reorganizó como Facultad de Estudios Económicos y Sociales de la Universidad de Sofía en 1953 pasó a llamarse Universidad Karl Marx. Y finalmente el 27 de abril de 1990 pasó a denominarse Universidad de Economía Nacional y Mundial.

Los principales propósitos de la universidad son preparar a la élite búlgara y ser líder en la educación superior búlgara, ofrecer servicios educativos competitivos y ser un lugar de referencia para los jóvenes que quieren adquirir una educación moderna.

La UNWE ocupa el primer lugar en el ranking de universidades búlgaras de especialidades económicas. En 2011 obtuvo la 1ª posición en Bulgaria, 13ª posición en Europa y 31ª posición en el ranking global de las escuelas superiores de negocios mundiales según el Consorcio formado por 126 Centros de Investigación e Institutos del Ministerio de Educación de España, información expuesta en su página web.

La UNWE consta de 8 facultades, 34 departamentos, y más de 20 mil estudiantes en régimen educación presencial y a distancia.

La universidad aplica el sistema internacional de créditos ECTS, lo que permite a estudiantes extranjeros realizar distintos tipos de intercambios con esta universidad, así como a los estudiantes de la UNWE estudiar en universidades extranjeras, colaborando con más de 100 universidades de Estados Unidos, Europa y Asia.

La Universidad ha recibido el Certificado de Calidad de la Educación según la norma ISO 9001: 2000, mencionado anteriormente en este trabajo como uno de los indicadores de referencia en lo que a instituciones educativas se refiere.

Las instalaciones físicas han sido completamente renovadas en los últimos años. El edificio de UNWE es un área construida de 41 mil metros cuadrados y hay 120

auditorios, salas de informática, oficinas, laboratorios, 367 salas de estudio, una biblioteca donde se ubican 100 puestos informáticos con acceso gratuito a Internet, un Centro de pruebas con 200 ordenadores, una Sala de Ceremonias, algunas salas de conferencias modernas, un archivo central de la universidad, un centro de recepción de los estudiantes internacionales, un sistema electrónico de información para los estudiantes, una editorial, una imprenta, un centro deportivo y dormitorios para más de 5000 estudiantes.

## **CAPITULO IV: TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

### **4.1. PERFÍL DE POBLACIÓN Y MUESTRA**

La población total tomada para este estudio está compuesta por los 101 estudiantes Erasmus en la UNWE durante el curso 2016/2017, distribuidos de la siguiente manera (Gráfico 2):

- Estudiantes que realizaron su intercambio Erasmus en la UNWE sólo durante el primer semestre: 47.
- Estudiantes que realizaron su intercambio Erasmus en la UNWE sólo durante el segundo semestre: 30.
- Estudiantes que realizaron su intercambio Erasmus en la UNWE durante el primer semestre y decidieron alargar su estancia al segundo semestre: 3.
- Estudiantes que realizaron su intercambio Erasmus en la UNWE durante todo el curso: 24.

La muestra extraída de esta población, está compuesta por 35 alumnos participantes en la encuesta realizada. Lo que supone una participación en el estudio del 34,65% de la población, lo que se considera una muestra lo suficientemente elevada para poder sacar conclusiones generales aplicables a la población total.

Esto supone que con una población finita de 101 individuos, y una muestra de 35, para un nivel de confianza del 95%, el margen máximo de error del estudio es del 13,46%.

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{(N-1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}$$

n: tamaño de la muestra = 35  
N: tamaño del universo = 101

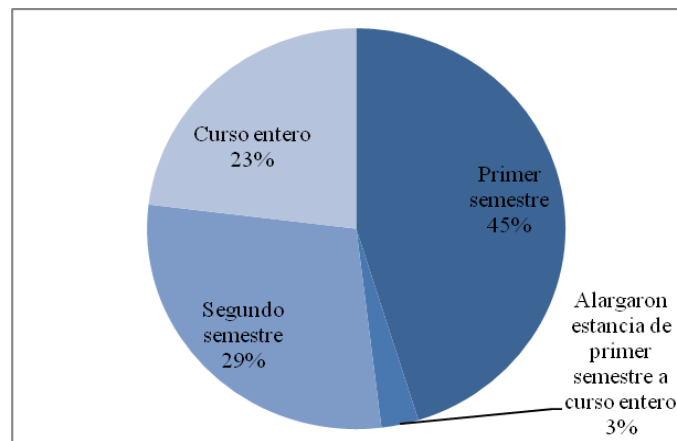
**Z:** desviación del valor medio que aceptamos para lograr el nivel de confianza deseado.

Nivel de confianza 95%:  $Z=1,96$

**e:** margen de error máximo admitido = 5%

**p:** proporción que esperamos encontrar. Si desconozco completamente qué puedo esperar,  $p = 50\%$ .

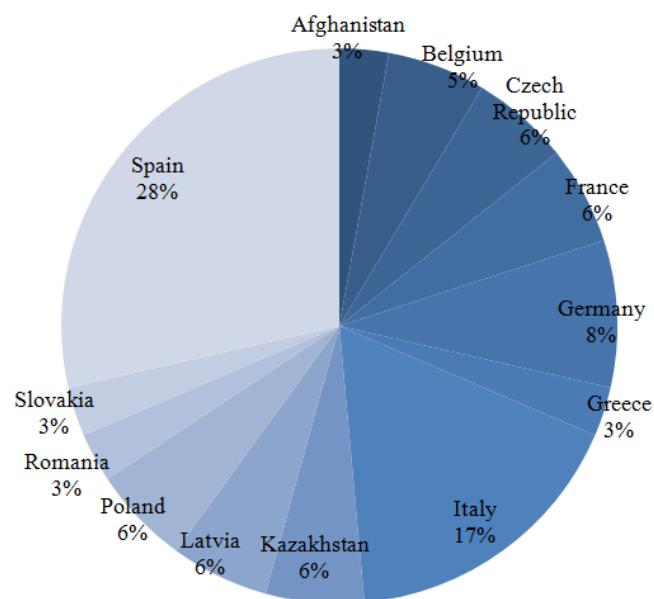
*Gráfico 2: Distribución de alumnos según duración de su estancia*



*Fuente: elaboración propia*

La distribución de la muestra según la nacionalidad del encuestado se puede observar en el gráfico 3.

*Gráfico 3: Distribución de la muestra por país de origen*

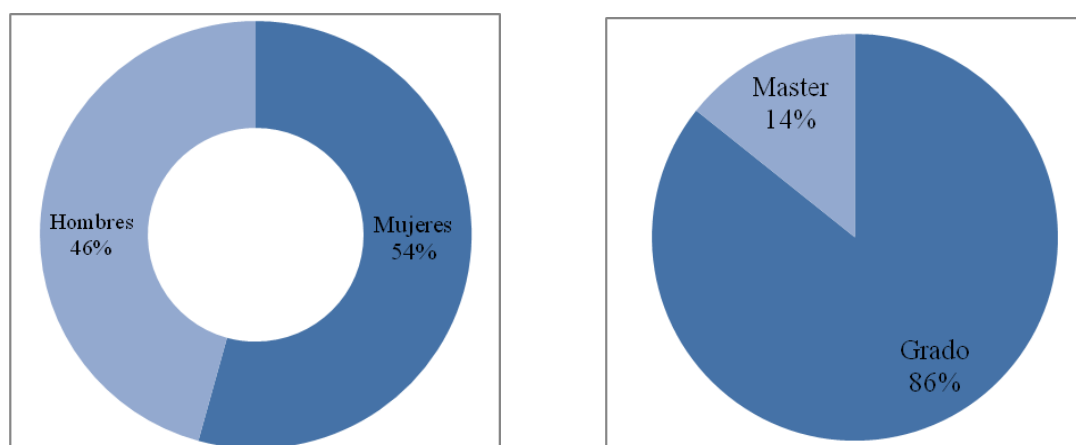


*Fuente: elaboración propia*

En el gráfico 3 se observa que España es país con más estudiantes, 28%, seguido de Italia, 17%, y hasta 11 nacionalidades con participación en el estudio. Además, se puede observar que aparecen estudiantes participantes en la encuesta procedentes de países no europeos, en los cuales no se realiza el programa Erasmus, pero al ser estudiantes de intercambio acogidos por otros programas también han participado en la encuesta. Estos países son Kazajistán y Afganistán, países de los cuales la UNWE acoge a un número considerable de estudiantes de intercambio (Cifra exacta no disponible).

En el gráfico 4 se observa la distribución de la muestra tanto por sexo como por tipo de estudios. En cuanto a la distribución por sexos se observa que no hay una diferencia significativa entre número de hombres y mujeres al ser casi mitad y mitad. En cuanto al tipo de estudios cursados en la UNWE se observa una mayoría de estudiantes de intercambio de grado, un 82 %, frente a un 14% de estudiantes de master.

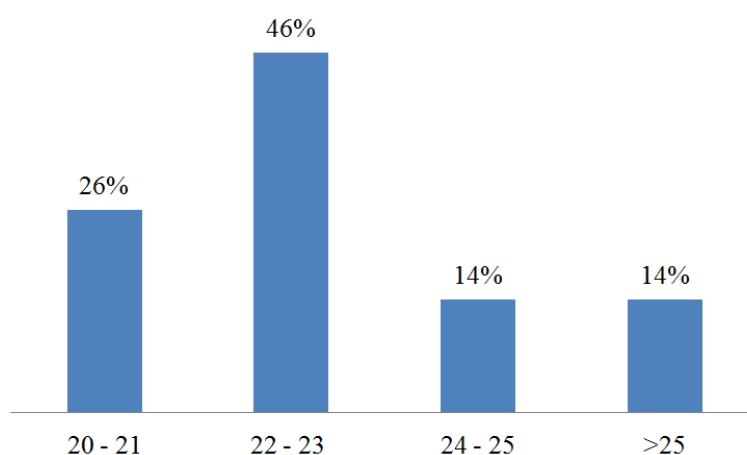
*Gráfico 4: Distribución de la muestra por sexo y tipo de estudios*



*Fuente: elaboración propia*

En el gráfico 5 se observa la distribución de la muestra por edad, donde se puede ver que la franja de edad más común es la de 22-23 años con un 46% de los estudiantes, esta cifra está seguida por la franja de los 20-21 años con un 26%. Conforme se avanza en edad se observa un menor número de Erasmus, un 14% el grupo compuesto por los estudiantes de 24 y 25 años, y otro 14% compuesto por los estudiantes mayores de 25 años. Esto muestra que el perfil más común es el de estudiantes jóvenes en los últimos años de estudios de grado.

*Gráfico 5: Distribución de la muestra por edad*



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 5 se observa la distribución de la muestra por edad, donde se puede ver que la franja de edad más común es la de 22 - 23 años con un 46% de los estudiantes, esta cifra está seguida por la franja de los 20 - 21 años con un 26%. Conforme se avanza en edad se observa un menor número de Erasmus, un 14% el grupo compuesto por los estudiantes de 24 y 25 años, y otro 14% compuesto por los estudiantes mayores de 25 años. Esto muestra que el perfil más común es el de estudiantes jóvenes en los últimos años de estudios de grado.

## **4.2. ESTUDIO Y RESULTADOS**

El estudio se ha llevado a cabo mediante una encuesta personal anónima auto-administrada online (Anexo 1) con la que dar respuesta a los objetivos planteados previamente. Para ello se difundió vía e-mail, con la ayuda para la difusión de la oficina de relaciones internacionales de la UNWE, y por las distintas redes sociales con grupos de Erasmus de dicha universidad.

En dicha encuesta los puntos de interés a tratar han sido divididos en dos grandes bloques:

- Motivos de elección de la UNWE como universidad para realizar un programa de intercambio.
- Valoración de los servicios ofrecidos por la UNWE por parte de los estudiantes.



A continuación vamos a centrarnos en estos bloques explicando detalladamente los puntos estudiados en cada uno de ellos, el procedimiento seguido para ello y los resultados obtenidos.

#### ***4.2.1. Motivos de elección de la UNWE***

Este bloque de la encuesta consiste en la medición de variables subjetivas como son los motivos que llevan a los estudiantes a elegir una universidad para realizar un intercambio Erasmus. Para ello se ha utilizado el método de escala de clasificación, el cual permite conocer la valoración del usuario ante distintos estímulos, ofreciendo un número de categorías de respuestas. En este caso las categorías son 8, y son posibles motivos de elección de la UNWE.

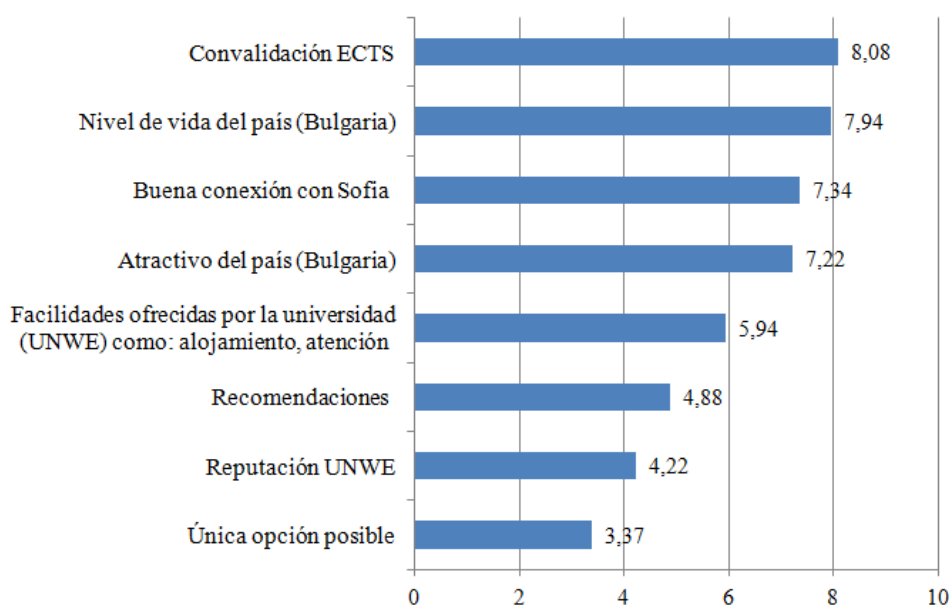
En la encuesta se pide a los participantes que valoren en una escala del 1 al 10 como ha influido cada uno de los factores propuestos a la hora de elegir esta universidad en lugar de otra, siendo 1 ninguna influencia y 10 factor decisivo.

Como puede observarse en el gráfico 5, el motivo de mayor relevancia la hora de la elección entre los encuestados, es la facilidad ofrecida tanto por la UNWE como su universidad de origen para la convalidación de créditos ECTS, motivo valorado por los encuestados con un valoración media de 8,08 sobre 10. La gran relevancia de este factor se debe a que otras de las universidades entre las que podían realizar intercambio Erasmus no les permitían convalidar todos los créditos ECTS necesarios, y la UNWE les permitió convalidar un mayor número de créditos ECTS. El siguiente motivo de alta relevancia es el nivel de vida del Bulgaria, valorado con una media 7,94, una característica no propia de la universidad. Le sigue buena conexión de Sofía con sus ciudades de origen valorada con un 7,34, nuevamente factor externo a la universidad. Inmediatamente después aparece el atractivo de Bulgaria como país en el que realizar un intercambio con un 7,22, otro factor externo a la UNWE. Según muchos de los estudiantes Erasmus, la idea de un país muy distinto al suyo en múltiples aspectos, les parece una idea atractiva y una oportunidad para conocer una nueva cultura y forma de vida.

Pasando a los motivos menos considerados por los estudiantes encontramos las facilidades ofrecidas por la UNWE, tales como alojamiento, instalaciones u horarios, las cuales están valoradas con un 5,94 sobre 10, que aunque no es una mala cifra tampoco es de las más decisivas. A continuación aparecen las recomendaciones con una

puntuación media de 4,88, lo cual puede significar que conocidos con experiencias en la UNWE la han recomendado, pero no es lo más habitual tener conocidos que hayan cursado un Erasmus en la UNWE. El motivo que aparece en penúltimo lugar según la valoración de los encuestados es la reputación de la UNWE con un 4,22 sobre 10, lo cual indica que el conocimiento de la universidad no es motivo de su elección. Y en última posición aparece como motivo de elección que esta era la única universidad posible con una media de 3,37, al ser de un valor tan bajo este indicador indica que la elección de la UNWE y no otras universidades ha sido deliberada entre otras opciones, y no ha sido elegida por descarte, lo cual es algo positivo para esta universidad.

*Gráfico 6: Motivos de elección de la UNWE*



*Fuente: Elaboración propia*

#### ***4.2.2. Valoración de los servicios ofrecidos por la UNWE***

El primero de los servicios a valorar en la encuesta es el **servicio ofrecido por la oficina Erasmus antes de la llegada**, es decir, si estos se encargaron correctamente de enviar todos los documentos necesarios para formalizar el acuerdo antes del comienzo del mismo, así como toda la información referente a asignaturas, horarios, alojamiento, etc. Para ello se utiliza una pregunta de escala nominal en el cuestionario. En respuesta a la pregunta: Antes de tu llegada, ¿Recibiste todos los documentos e información necesarios desde la oficina Erasmus?, como se observa en el cuadro 1, el 80% de los encuestados respondieron sí y por lo tanto se muestran satisfechos con el servicio recibido antes de su llegada. Al mismo tiempo también aparece una minoría del 6% que

responde que solo parcialmente y un 14% que opina que la oficina Erasmus de la UNWE necesita mejorar en este punto.

*Tabla 1: Respuestas a la pregunta: “Antes de tu llegada, ¿Recibiste todos los documentos e información necesarios?”*

Respuesta	Número encuestados	%
Sí	28	80%
Parcialmente	2	6%
Necesitan mejorar	5	14%
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

El siguiente servicio a valorar es el **alojamiento** ofrecido por la UNWE. Esta universidad posee dos bloques en los que aloja a sus alumnos por un precio muy reducido (40€/mes), lo que supone una gran ventaja para muchos de los estudiantes. Para llevar a cabo el análisis de la valoración del alojamiento por parte de los alumnos, se utiliza una pregunta filtro en el cuestionario para asegurarse de que sólo los alumnos que han utilizado este servicio responden. Ante esta pregunta filtro se obtiene el resultado de que el 60% (21 alumnos) de los encuestados han estado alojados en residencias de la UNWE durante toda su estancia, el 2,86% (1 alumno) lo ha hecho sólo durante parte de su estancia, y el 37,14% (13 alumnos) ha optado por un alojamiento externo a la universidad. Tras esta pregunta filtro, a los estudiantes que respondieron haber estado alojados en una residencia de la UNWE se les pidió valorar su estancia en una residencia de la UNWE del 1 al 10, siendo 1 la peor valoración y 10 la mejor, teniendo en cuenta la relación calidad/precio mediante el método de escala de clasificación. El resultado obtenido es una valoración media de 6,9, lo cual muestra un resultado positivo. Sin embargo, en la pregunta abierta: ¿Qué recomendarías mejorar a la UNWE?, las únicas 3 respuestas hacen referencia a la residencia siendo estas:

- *“Need of someone who speaks english at the dormitories”* Necesidad de alguien que hable inglés en las residencias. Supone un gran problema a la hora de la comunicación, necesitando siempre a alguien que traduzca.
- *“Sometimes it was very hard to have a contact with the dormitory staff and the administration at 23a, it could very usefull to put someone who understands english there”* Algunas veces era muy difícil contactar con el personal de la residencia y la administración, sería muy útil poner a alguien que entendiese.

- “*Kitchen in dormitories*” Cocina en las residencias. El no disponer de ninguna cocina es otro de los grandes inconvenientes del alojamiento ofrecido por la UNWE.

Otro de los servicios ofrecidos por la UNWE es un amplio **servicio de deportes** gratuitos, los cuales incluyen tanto clases grupales como equipos de distintas modalidades deportivas. Para analizar la satisfacción de los estudiantes con este servicio, nuevamente se utiliza una pregunta filtro en el cuestionario para comprobar cuántos de los encuestados disfrutaron de los servicios deportivos, y cómo los valoran. A pesar de la gratuidad de estos servicios, sólo el 17,9% de los encuestados participó en ellos, frente a un 82,9% que no lo hizo. No obstante, la valoración por parte de estos pocos alumnos es muy favorable, puntuándola con una puntuación media de 8 en la escala de clasificación.

Los **cursos de búlgaro** para Erasmus es uno de los servicios que la UNWE ofrece centrándose en sus estudiantes internacionales. El 45,7% de los estudiantes encuestados participaron en los cursos de búlgaro para Erasmus, mientras que un 54,3% no lo hizo. Los participantes valoraron los cursos con una puntuación media de 7,1.

Los estudiantes Erasmus de la UNWE también pudieron disfrutar de los servicios ofrecidos por la Universidad en colaboración con la asociación **ESN UNWE**. Estos servicios incluyen diversas actividades culturales como charlas, talleres, viajes, tours para conocer más a fondo la ciudad... Todos estos servicios están valorados por los estudiantes encuestados con una valoración media de 6,8.

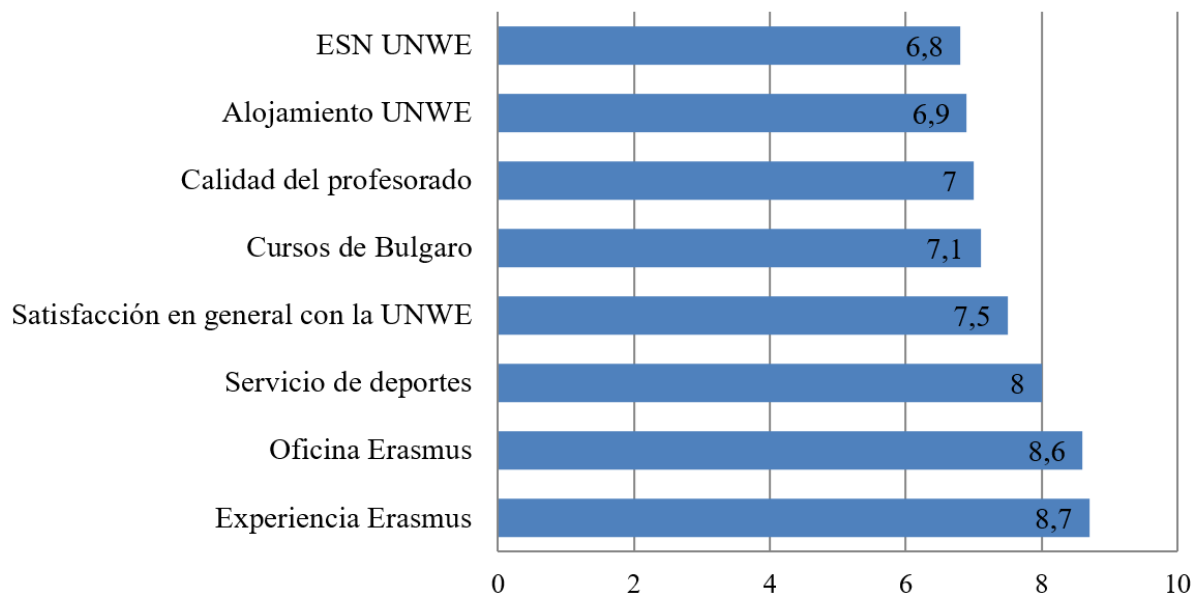
Si al principio de este epígrafe se analizaba la satisfacción de los estudiantes con el servicio de la **oficina Erasmus** antes de su llegada, en otro punto del cuestionario pide valorar la satisfacción en general con esta misma tras su estancia, la cual valoran con un 8,6 sobre 10, siendo la valoración más alta entre todos los servicios analizados en este estudio.

Uno de los servicios de mayor importancia en una universidad es la **calidad de su profesorado**, por eso otro de los puntos de estudio es el comprobar cómo valoran los estudiantes a sus profesores, y los estudiantes Erasmus han valorado al profesorado de la UNWE con un 7 sobre 10.

Y para finalizar con el bloque de valoración de los servicios ofrecidos por la UNWE, en el cuestionario se pudo valorar la **satisfacción general** con el sistema educativo de la UNWE como resumen de todos los servicios desglosados. Y la satisfacción media de

los alumnos Erasmus es de un 7,5 sobre 10, una marca bastante positiva que resume la valoración por parte de los Erasmus de la UNWE.

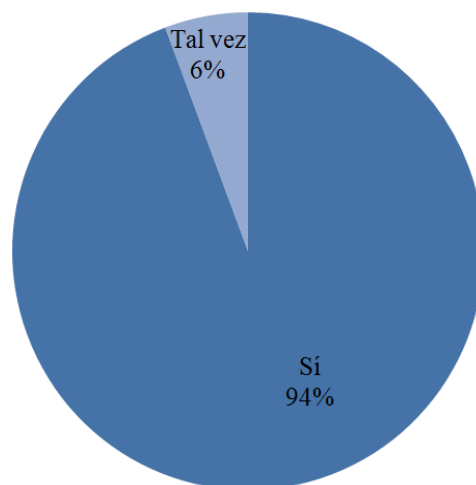
*Gráfico 7: Valoraciones de servicios de la UNWE*



*Fuente: Elaboración propia*

Además de estas valoraciones, un 94% respondió que recomendaría la UNWE como universidad en la que realizar un intercambio Erasmus, un 4% respondió que tal vez y nadie respondió que no la recomendaría, datos muy favorables para la universidad.

*Gráfico 8: Estudiantes que recomendarían la UNWE para un intercambio Erasmus*



*Fuente: Elaboración propia*

## **CAPITULO V: CONCLUSIONES**

Para finalizar este estudio, se van a explicar en primer lugar las conclusiones específicas de cada uno de los bloques estudiados en la encuesta realizada, y a continuación las conclusiones generales extraídas con todo el estudio, así como las recomendaciones pertinentes dados los resultados, la utilidad de los resultados y las limitaciones encontradas a lo largo de la realización del estudio.

### **5.1. CONCLUSIONES ESPECÍFICAS**

#### ***5.1.1. Conclusiones elección UNWE***

A continuación aparecen las variables propuestas a valoración, en una escala de 1 a 10 como motivos de elección de la UNWE, con sus respectivas valoraciones medias, ordenadas de mayor a menor influencia a la hora de decantarse por la UNWE en lugar de otra universidad:

- Convalidación de créditos ECTS: 8,08
- Nivel de vida del país (Bulgaria): 7,94
- Buena conexión de la ciudad de origen con Sofia: 7,34
- Atractivo del país (Bulgaria): 7,22
- Facilidades ofrecidas por la UNWE (alojamiento, instalaciones...): 5,94
- Recomendaciones hechas por amigos/ conocidos/ compañeros: 4,88
- Reputación de la UNWE: 4,22
- Única opción posible para intercambio Erasmus: 3,37

Observando estos resultados, puede verse que excepto la convalidación de ECTS, los motivos más valorados son externos a la UNWE, siendo el nivel de vida de Bulgaria, la buena conexión con Sofia, ya que es una ciudad que consta de un aeropuertos con vuelos a gran parte de Europa a precios normalmente bastante competitivos, y el atractivo de Bulgaria como destino Erasmus los principales motivos por los que los estudiantes escogen la UNWE en lugar de otras universidades. Teniendo esto en cuenta, la universidad debería mejorar su promoción intentando darse a conocer más entre los estudiantes internacionales, y que su reputación y recomendaciones no son motivos especialmente considerados a la hora de ser elegida. Mejorando estos aspectos la

UNWE podría lograr una buena promoción que mejorase la imagen que proyecta a toda Europa.

Por otro lado, un aspecto positivo a destacar de los resultados, es que el motivo menos considerado es el descarte, es decir, el haber sido elegida porque no había otra opción, lo que demuestra que ha habido universidades rechazadas antes de escoger la UNWE, dato positivo a favor de esta universidad.

### ***5.1.2. Conclusiones de la valoración de los servicios de la UNWE***

- Servicio oficina Erasmus: dados los resultados, los servicios ofrecidos por la oficina Erasmus son los mejor valorados entre todos los servicios ofrecidos por la UNWE, la facilidad de comunicación y el trato cercano con los estudiantes, según expresan algunos de ellos, son factores que les hacen dar una alta valoración a este servicio.
- Servicio de deportes: a pesar de la baja participación de los alumnos en los servicios deportivos, aquellos que sí que se han beneficiado de estos servicios, los valoran muy positivamente. Ofrecer servicios deportivos gratuitos y con unas amplias instalaciones propias, sin duda alguna es un punto fuerte de la UNWE, que le ayuda a diferenciarse de otras universidades.
- Satisfacción general con la UNWE: valorada con una media de 7,5, se puede considerar que, en general, los estudiantes de intercambio están satisfechos con la UNWE tras su estancia. Esto supone a una mejora progresiva de la reputación de la universidad, que sí año tras año va consiguiendo que sus alumnos recomienden la UNWE (un 94% de los encuestados la recomendaría a futuros estudiantes) está irá ganando prestigio progresivamente.
- Cursos de Búlgaro: este servicios, también es un servicios que ayuda a la universidad a diferenciarse de otras, ya que ofrecer la oportunidad a sus alumnos de recibir un curso del idioma del país en el que están viviendo durante un periodo es una ayuda muy considerada por algunos. Además, siempre y cuando la universidad de origen lo permita, la UNWE ofrece incluso convalidar créditos ECTS por la realización de dicho curso.
- Calidad del profesorado: sin duda uno de los puntos más importantes a la hora de evaluar una entidad educativa es su profesorado, en el caso de la UNWE, aunque no se trata de uno de los puntos mejor valorados se observa una alta satisfacción con el

profesorado. Una alta satisfacción con el profesorado es un factor muy positivo para la UNWE.

- Alojamiento: nuevamente, el servicio de alojamiento es un servicio diferenciador que no es común que las universidades ofrezcan. Además el precio de este alojamiento (40 €/mes) facilita a mucho alumnos con dificultades económicas el poder realizar un intercambio.
- ESN UNWE: esta asociación, en el caso de la UNWE, colabora con la oficina Erasmus, sin embargo está bastante peor valorada que la oficina en sí. Al tratarse de estudiantes voluntarios de la propia UNWE quienes gestionan esta asociación, es de entender que en algunas ocasiones la organización de actividades o viajes, no sea perfecta, de ahí que sea el servicio peor valorado entre los encuestados.

## **5.2. CONCLUSIONES GENERALES**

Tras evaluar las conclusiones específicas extraídas de cada uno de los puntos analizados en el estudio, puede analizarse tanto la satisfacción general de los estudiantes Erasmus en la UNWE, punto de este trabajo, como la coherencia de estas mismas con los objetivos planteados inicialmente.

El objetivo general de este trabajo, planteado al inicio del mismo era analizar el perfil de estudiantes que deciden realizar un intercambio Erasmus en la UNWE, sus motivaciones a la hora de elegir esta universidad, y la satisfacción que han obtenido tras el intercambio en con los distintos servicios ofrecidos por la universidad. Estos puntos han sido analizados en el trabajo de campo y se ha conseguido la información necesaria, sin significativas dificultades mediante el cuestionario. Aunque mediante la difusión del cuestionario se intento tener la mayor participación posible, no todos los estudiantes colaboraron con el estudio.

Tras el análisis de todos los puntos, la información recolectada puede ser válida para futuros alumnos interesados en realizar un intercambio en la UNWE, por lo que se recomienda a los mismos la revisión de este trabajo.

Así mismo, puede ser de utilidad a la sección de relaciones internacionales de la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Zaragoza, para comprobar la opinión de sus alumnos con la UNWE, y así valorar mejor su satisfacción con esta universidad con la cual tienen un convenio de intercambio.



Personalmente, la elaboración de este trabajo me ha sido de utilidad para evaluar objetivamente la calidad de mi experiencia Erasmus en la UNWE, así como para comparar mis propias opiniones con las de mis compañeros. Creo que la realización del estudio desde el lado del estudiante y no de la propia universidad, permite evaluar los puntos de interés de los estudiantes desde la propia experiencia acercándose más al punto de vista del alumno.

## **BIBLIOGRAFÍA**

ALVES H.; RAPOSO M. (2005): “La Medición de la Satisfacción en la Enseñanza Universitaria: El ejemplo de la Universidade da Beira Interior”. *Universidade da Beira Interior*.

APPLETON-KNAPP, S; KRENTLER, K (2006): "Measuring student expectations and their effects on satisfaction: the importance of managing student expectations". *Journal of Marketing Education*.

BASANTES AVALOS, R.A (2017): “Modelo ServQual Académico como factor de desarrollo de la calidad de los servicios educativos y su influencia en la satisfacción de los estudiantes de las carreras profesionales de la Universidad Nacional Chimborazo Riobamba – Ecuador” *Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ingeniería Industrial*.

BATESON, J.E.G: (1985): "Self-Service consumer: An exploratory study". *Journal of Retailing*, Vol. 61, n° 3, pp. 46-76.

BITNER, M.J. Y HUBBERT, A.R. (1994): "Encounter satisfaction versus overall satisfaction versus quality". *Thousand Oaks. CA*.

BUSTIN, J.W. (1994): “The Role of Marketing Research Decision Systems in the Marketing Process”. *Journal of Nonprofit and Public Sector Marketing*, 2, 167-190.

CANO, E. (1998): “Evaluación de la Calidad Educativa” *Editorial La Muralla*.

COMISIÓN EUROPEA - DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACION Y CULTURA (2017): "Erasmus+, guía del programa". *Disponible en: [http://www.erasmusplus.injuve.es/opencms/export/download/formularios/Guia\\_del\\_Programa\\_Erasmus\\_Plus.pdf](http://www.erasmusplus.injuve.es/opencms/export/download/formularios/Guia_del_Programa_Erasmus_Plus.pdf)*

DOS SANTOS, M.A. (2016): "Calidad y satisfacción: el caso de la Universidad de Jaén". *Revista de la Educación superior*, Vol. 45. n° 178.

DUQUE ZULUAGA, L.C. (2011): "La satisfacción del usuario del servicio: Formación educativa universitaria". *Universidad de Barcelona, Centre de Recerca en Economia del Benestar*.

FAYOS, T; GONZALEZ-GALLARZA, M; SERVERA, D; ARTEAGA, F (2011): "Análisis y evaluación del servicio de formación universitaria: implicaciones para el

marketing estratégico de las universidades". *Revista de Investigación en Educación*, n° 9, pp. 133-152.

GRÖNROOS (1990): "Service Management and Marketing" *Lexington Books*.

HARVEY, J; BUSHER, H (1996): "Marketing Schools and Consumer Choice" *International Journal of Educational Management*, Vol. 10 n° 4, pp. 26-32.

HEMSLEY-BROW, J; OPLATKA, I (2006) "Universities in a competitive global marketplace: A systematic review of the literature on higher education marketing" *International Journal of Public Sector Management*, Vol. 19 Issue: 4, pp.316-338.

HOLDSWORTH, D.K.; NIND, D. (2005): "Choice Modelling New Zealand High School Senior's Preferences for University Education". *Journal of Marketing for Higher Education*, 15, 81-104.

INSTITUTO DE ESTUDIOS ECONÓMICOS-IEE (2017): "España, octavo país de la UE con mayor peso del sector servicios en el PIB." *Disponible en:* <http://www.ieemadrid.es/wp-content/uploads/Sector-servicios.pdf>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA-INE (2016): "Estructura y dinamismo del tejido empresarial en España." *Disponible en:* <http://www.ine.es/prensa/np984.pdf>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA-INE (2017): "Contabilidad Nacional Trimestral de España. Base 2010. Primer trimestre de 2017." *Disponible en:* <http://www.ine.es/prensa/cntr0117.pdf>

KOTLER, P (1995): "Strategic Marketing for Educational Institutions" *Pearson education*.

LANGEARD, E (1981): "Services Marketing: New Insights from Consumers and Managers" *Marketing Science Institute*.

LEJEUNE, M. (1989): "Services et produits : de la différence à la complémentarité: bibliographie commentée sur le Marketing des services". *Revue française du Marketing*, 121, 47-66.

MARINGE, F. (2006): "University & Course Choice: Implications for positioning, recruitment and marketing." *International Journal of Educational Management*, 20, 466-479.

ORGANISMOS NACIONALES DE NORMALIZACIÓN (2010): "Progresar rápidamente". Disponible en:

[https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/fast\\_forward-es.pdf](https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/fast_forward-es.pdf)

PAMPALONI, A. M. (2010): "The influence of organizational image on college selection: what students seek in institutions of higher education". *Journal of Marketing for Higher Education*, 20, 19-48.

SALINAS GUTIÉRREZ, A; MARTÍNEZ CAMBLOR, P (2007): "Principales factores de satisfacción entre los estudiantes universitarios". *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades, SOCIOTAM*, Vol. 17, n° 1, pp. 163-192.

SALINAS GUTIÉRREZ, A; MARTÍNEZ CAMBLOR, P; MORALES LOZANO, J.A. (2008): "Satisfacción del estudiante y calidad universitaria: un análisis explicatorio en la unidad académica multidisciplinaria agronomía y ciencias de la universidad autónoma de Tamaulipas, México". *Revista de Enseñanza Universitaria*, n° 31, páginas 39-55.

UNIVERSITY OF NATIONAL AND WORLD ECONOMY (2017): Página web disponible en: <http://www.unwe.bg/en/>

VANDER SCHEE, B.A. (2010): "The small college enrolment officer: relationship marketing at work". *Journal of Marketing for Higher Education*, 2, 135-143.

VELOUTSU, C.; LEWIS, J.W.; PATON, R.A. (2004): "University selection: information requirements and importance". *International Journal of Educational Management*, 18, 160-171.

# **ANEXOS**

## **Anexo 1: Formulario utilizado para la encuesta del estudio**

Formulario en Google Docs: <https://goo.gl/forms/0sMABWiLJfGu35Zn1>

### **VERSIÓN EN ESPAÑOL:**

Hola, soy una estudiante española de Erasmus en la UNWE, y estoy realizando un análisis sobre la satisfacción de los estudiantes Erasmus de la UNWE para mi Trabajo de Fin de Grado. Sería de gran ayuda para mi si pudieseis contestar a esta breve encuesta sobre vuestro intercambio en esta universidad. Muchísimas gracias por vuestra colaboración.

### **MOTIVOS DE ELECCIÓN DE LA UNWE**

Valore del 1 al 10 (siendo 1 ninguna importancia, y 10 factor determinante) la importancia que tuvieron los siguientes factores a la hora de elegir la UNWE como destino Erasmus.

- Recomendaciones de la universidad (UNWE) realizadas por amigos, compañeros o conocidos  
1   2   3   4   5   6   7   8   9   10
- Reputación de la universidad (UNWE)  
1   2   3   4   5   6   7   8   9   10
- Facilidades ofrecidas por la universidad (UNWE) como: alojamiento, atención...  
1   2   3   4   5   6   7   8   9   10
- Atractivo del país (Bulgaria)  
1   2   3   4   5   6   7   8   9   10
- Nivel de vida del país (Bulgaria)  
1   2   3   4   5   6   7   8   9   10
- Facilidades a la hora de obtener convalidaciones en las asignaturas  
1   2   3   4   5   6   7   8   9   10
- Buena conexión entre Sofia y mi ciudad de origen  
1   2   3   4   5   6   7   8   9   10
- Era mi única opción posible para realizar un intercambio Erasmus  
1   2   3   4   5   6   7   8   9   10

## VALORACIÓN DE LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR LA UNWE

- Antes de su llegada, ¿la oficina de Erasmus de la UNWE le proporcionó todo lo necesario con respecto a su estancia? (Documentos, información útil, asistencia, etc.)
  - ☐ Sí
  - ☐ No
  - ☐ Parcialmente
  - ☐ Necesita mejorar
- ¿Durante su estancia se alojó en los dormitorios ofrecidos por la UNWE? (PREGUNTA FILTRO)
  - ☐ Sí
  - ☐ No
  - ☐ Solo parte de mi estancia
- Valore del 1 al 10 la calidad de los dormitorios teniendo en cuenta la relación calidad-precio. (siendo 1 la peor valoración y 10 la mejor).

1   2   3   4   5   6   7   8   9   10
- Valore del 1 a 10 la calidad de los siguientes aspectos, (siendo 1 la peor valoración y 10 la mejor):
  - La ayuda proporcionada por el personal de la oficina de erasmus de la UNWE.

1   2   3   4   5   6   7   8   9   10
  - La calidad del personal docente de la UNWE. (siendo 1 la peor valoración y 10 la mejor).

1   2   3   4   5   6   7   8   9   10
- Valore del 1 a 10 su satisfacción general con el sistema educativo de la UNWE. (siendo 1 totalmente insatischo y 10 totalmente satisfecho).

1   2   3   4   5   6   7   8   9   10
- Durante su estancia en la UNWE, ¿participo en los servicios deportivos ofrecidos por la UNWE. (PREGUNTA FILTRO)
  - ☐ Sí
  - ☐ No

- Indique su nivel de satisfacción con los servicios deportivos ofrecidos por la UNWE, desde 1 totalmente insatisfecho hasta 10 totalmente satisfecho).  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- Durante su estancia en la UNWE, ¿participo en el curso de búlgaro para Erasmus?  
(PREGUNTA FILTRO)  
☐ Sí  
☐ No
- Si contesto que sí a la pregunta anterior, indique su nivel de satisfacción con el curso de búlgaro para estudiantes erasmus, desde 1 totalmente insatisfecho hasta 10 totalmente satisfecho).  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- ¿Reconocerá su universidad de origen los créditos ECTS que ha recibido durante su estancia en UNWE?  
☐ Sí  
☐ No  
☐ Tal vez  
☐ No lo sé
- Valore del 1 a 10 su satisfacción general con las actividades culturales y el apoyo proporcionado por la organización ESN de la universidad. (desde 1 totalmente insatisfecho hasta 10 totalmente satisfecho).  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- Valore la satisfacción con su experiencia Erasmus en la UNWE, desde 1 totalmente insatisfecho hasta 10 totalmente satisfecho.  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- Recomendaría a UNWE a sus amigos y compañeros para su movilidad Erasmus?  
☐ Sí  
☐ No  
☐ Tal vez
- Si hay algo relacionado con la universidad o su experiencia con el programa Erasmus + que le gustaría mejorar, ¿qué sería?

## PERFIL

- Sexo:
  - ☐ Hombre
  - ☐ Mujer
- Tipo de estudios:
  - ☐ Grado
  - ☐ Master
  - ☐ Otro
- País de origen: \_\_\_\_\_
- Universidad de origen: \_\_\_\_\_
- Edad:
  - ☐ 18-19
  - ☐ 20-21
  - ☐ 22-23
  - ☐ 24-25
  - ☐ >25
- Periodo del intercambio:
  - ☐ Primer cuatrimestre
  - ☐ Segundo cuatrimestre
  - ☐ Curso entero

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

---

### ENGLISH VERSION:

Hello, I am a Spanish Erasmus student at UNWE, and I am doing an analysis about the satisfaction of UNWE's Erasmus students for my End-of-Grade Work. It would be of great help to me if you could answer this brief survey about your exchange in this university. Thank you very much for your contribution.



## REASONS FOR THE CHOICE OF UNWE TO DO THE MOVILITY

Rate 1 to 10 (1 being the lowest importance, and 10 being determining factor) the importance of the following factors when choosing UNWE as an Erasmus destination.

- Recommendations made by friends, colleagues or acquaintances.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

- University's reputation (UNWE)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

- Facilities offered by the university (UNWE) as: accommodation, care ...

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

- Attractive of the country (Bulgaria)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

- Standard of living of Bulgaria (cheap country)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

- Facilities to obtain validations (ECTS) in subjects

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

- Good connection between Sofia and my home city

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

- It was my only possible option for an Erasmus exchange

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

## VALUATION OF SERVICES OFFERED BY UNWE

- Before your arrival, did UNWE's Erasmus office provide you with all the necessary information regarding your stay? (Documents, useful information, assistance, etc.)

☐ Yes

☐ No

☐ Partially

☐ Needs improvement

- During your stay, were you accommodated in the dormitories offered by the UNWE? (FILTER QUESTION)

☐ Yes

☐ Do not

☐ Just part of my stay

- Rate from 1 to 10 the quality of the bedrooms considering the value for money. (1 being the worst rating and 10 being the best).

1   2   3   4   5   6   7   8   9   10

- Rate from 1 to 10 the quality of the following aspects, (1 being the worst rating and 10 being the best):

- The assistance provided by the staff of the UNWE erasmus office.

1   2   3   4   5   6   7   8   9   10

-The quality of the teaching staff of the UNWE. (1 being the worst rating and 10 being the best).

1   2   3   4   5   6   7   8   9   10

- Rate your overall satisfaction with the UNWE education system from 1 to 10. (1 being totally unsatisfied and 10 being totally satisfied).

1   2   3   4   5   6   7   8   9   10

- During your stay at UNWE, did you participate in the sports services offered by UNWE? (FILTER QUESTION)

☐ Yes

☐ No

- Indicate your level of satisfaction with the sports services offered by UNWE, from 1 totally unsatisfied to 10 totally satisfied).

1   2   3   4   5   6   7   8   9   10

- During your stay at UNWE, did you participate in the Erasmus Bulgarian course? (FILTER QUESTION)

☐ Yes

☐ No

- Indicate your level of satisfaction with the bulgarian course for Erasmus students (from 1 totally unsatisfied to 10 totally satisfied).

1   2   3   4   5   6   7   8   9   10

- Will your home university recognize the ECTS credits you have received during your stay at UNWE?

☐ Yes

☐ Do not

☐ Maybe

☐ I do not know

- Rate from 1 to 10 your general satisfaction with the cultural activities and support provided by the university's ESN organization. (From 1 totally dissatisfied to 10 totally satisfied).  
1   2   3   4   5   6   7   8   9   10
- Rate your overall satisfaction with your Erasmus experience at UNWE, from 1 totally unsatisfied to 10 totally satisfied.  
1   2   3   4   5   6   7   8   9   10
- Would you recommend UNWE to your friends and colleagues for their Erasmus mobility?  
☐ Yes  
☐ No  
☐ Maybe
- If there is anything related to the university or your experience with the Erasmus + program that you would like to improve, what would it be?

## PROFILE

- Gender:  
☐ Male  
☐ Female
- Cycle of studies:  
☐ Bachelor  
☐ Master  
☐ Other
- Home country: \_\_\_\_\_
- Home University: \_\_\_\_\_
- Age:  
☐ 18-19  
☐ 20-21  
☐ 22-23  
☐ 24-25  
☐ > 25

- Period of exchange:
  - ☐ First semester
  - ☐ Second semester
  - ☐ Hole academic year

THANK YOU SO MUCH FOR YOUR PARTICIPATION