

ANEXO 1 - INFORME ESTADÍSTICO

ENUNCIADO DE LA ENCUESTA

Valora del 1 (totalmente en desacuerdo) al 5 (totalmente de acuerdo) las siguientes afirmaciones

"La EINA está comprometida con la educación."	"La EINA genera ilusión."
1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 <input type="radio"/>

"No hay espacio en la EINA para la cultura y el desarrollo de la persona."	"Se fabrican ingenieros en serie para empresas."
1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 <input type="radio"/>

"Se imparte una enseñanza de gran calidad."	"La EINA es innovadora."
1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 <input type="radio"/>

"Estudiar en la EINA es sinónimo de estrés e impotencia."	"La EINA emplea tecnologías de las más punteras en la actualidad."
1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5 <input type="radio"/>

¿Qué destacarías de tu experiencia en la EINA? Se puede elegir más de una opción.

<input type="radio"/> La gente que he conocido	<input type="radio"/> La formación y experiencia que he recibido	<input type="radio"/> Los valores que he adquirido	<input type="radio"/> La calidad de la docencia
<input type="radio"/> Otra:			

¿Qué destacarías de la EINA frente a otras escuelas de ingeniería? Se puede elegir más de una opción.

<input type="radio"/> La docencia de calidad	<input type="radio"/> La investigación I+D	<input type="radio"/> La colaboración y proyección internacional	<input type="radio"/> La colocación laboral
<input type="radio"/> Otra:			

¿Recomendarías estudiar en la EINA? Sí No

¿Estudiarías otro grado/máster en la EINA? Sí No

Define tu estancia en la EINA con una palabra:

Encuesta sobre la comunicación de la EINA

¡Hola compañero! A todos nos gustaría que nuestra escuela mejorara en muchos aspectos, y para poder conseguirlo necesitamos tu opinión. Estamos realizando un trabajo Fin de Grado que busca mejorar la comunicación de la EINA hacia los alumnos en determinados ámbitos y este es el motivo por el cual te pedimos que rellenes esta sencilla encuesta.
Solo te costará 5 minutos, y con tu ayuda, podremos hacer de la EINA una escuela mejor. Esta encuesta es totalmente anónima, por lo que apreciamos que contestes con sinceridad.

Hora a la que realizas la encuesta: _____
Sexo: _____
 Mujer Hombre

Edificio en el que realizas la encuesta:

Betancourt T Quevedo Ada Byron

Matriculado en:

<input type="radio"/> Ing Mecánica	<input type="radio"/> Ing Tecn. y Telecommunicaciones	<input type="radio"/> Ing Química
<input type="radio"/> Ing Eléctrica	<input type="radio"/> Ing Tecn. Industriales	<input type="radio"/> Ing Informática
<input type="radio"/> Ing Electrónica y Automática	<input type="radio"/> Ing Diseño Industrial	<input type="radio"/> Arquitectura

Curso:

<input type="radio"/> 1º	<input type="radio"/> 4º
<input type="radio"/> 2º	<input type="radio"/> 5º (Arquitectura)
<input type="radio"/> 3º	

¿Has disfrutado de una estancia Erasmus?

Sí. No.

Figura 1. Encuesta cara 1

La encuesta realizada está compuesta por cinco secciones y 35 preguntas de distinta naturaleza, desde preguntas de respuesta abierta, multiselección hasta de valoración numérica. Antes de comenzar las preguntas se le introduce al usuario en el tema del que trata la encuesta y se le dan unas pautas básicas así como se le explica el motivo por el que se realiza la misma. La primera sección esta compuesta por preguntas acerca de los datos personales del encuestado, a excepción del nombre ya que la encuesta es totalmente anónima, se le pregunta cosas como el curso, el grado, el sexo o el edificio en el que está realizando la encuesta. En la segunda sección, el usuario responde preguntas acerca de los canales de comunicación. En este apartado

¿De dónde obtienes información de la EINA sobre charlas, jornadas, eventos, horarios...? Se puede elegir más de una opción.

En la Web Pantallas a la entrada Carteles
 Redes Sociales Folletos Correos
 Otra: _____

¿Cómo te informaste de los contenidos tu grado antes de acceder a él? Se puede elegir más de una opción.

En la Web Visitas a la universidad en bachiller Amigos y conocidos
 Folletos Videos sobre grados
 Otra: _____

¿Cuál es la red social a la que más tiempo dedicas a lo largo del día?

Facebook Instagram Youtube Twitter
 Otra: _____

¿En qué redes sociales sigues a la EINA? * Se puede elegir más de una opción.

Facebook Instagram Youtube Twitter
 Otra: _____

¿Lees los correos electrónicos oficiales que envía la Universidad de Zaragoza e EINA a tu cuenta? (boletines diarios, charlas, concursos...)

Los consulto cada día. Ni los abro. Leo algunos por encima.

¿Son útiles las pantallas verticales a la entrada de los edificios de la escuela? Valora del 1 al 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente en de acuerdo

¿Recuerdas lo último que has visto en las pantallas verticales al entrar en el edificio? ¿Qué fue?

¿Qué ventajas tiene en la comunicación la utilización de videos (en pantallas en los espacios del centro) frente a otros soportes estáticos (carteles, folletos)? Se puede elegir más de una opción.

<input type="radio"/> Captá enseñada mi atención.	<input type="radio"/> Puedo compartirlo en el instante en mis redes sociales.
<input type="radio"/> Comprendo mejor el mensaje.	<input type="radio"/> No encuentro ninguna ventaja, prefiero otros soportes.
<input type="radio"/> Otra:	

Figura 2. Encuesta cara 2

se le pregunta acerca de las redes sociales, los canales por los cuales recibe información de la EINA y la opinión que tiene acerca de distintos medios de comunicación como son los audiovisuales o los muppies. La tercera sección está también ligada a la comunicación pero esta vez más centrada en temas de tipo cultural o académico como es la asistencia a las charlas y su interés por las mismas. En la siguiente sección se le pregunta por temas más subjetivos en como el motivo por el cual estudia lo que estudia o por qué lo hace en esta escuela y no en otra. Y la última sección que es de carácter voluntario, evalúa la perspectiva personal de cada uno con preguntas de valoración numérica acerca de temas más profundos como determinar si la EINA les genera ilusión

DATOS DE LA MUESTRA

La encuesta se ha realizado a 353 estudiantes de los cuales han sido 118 mujeres y 235 hombres. Para poder segmentar y analizar de manera más efectiva los resultados, se han agrupado los grados en 4 grupos.

Grupo 1
Ingeniería Mecánica
Ingeniería Química
Ingeniería Eléctrica

Grupo 3
Ingeniería Informática
Ingeniería Electrónica y Automática
Ingeniería Telecomunicaciones

Grupo 2
Ingeniería de Diseño
Arquitectura

Grupo 4
Ingeniería Tecnologías Industrial

SEXO

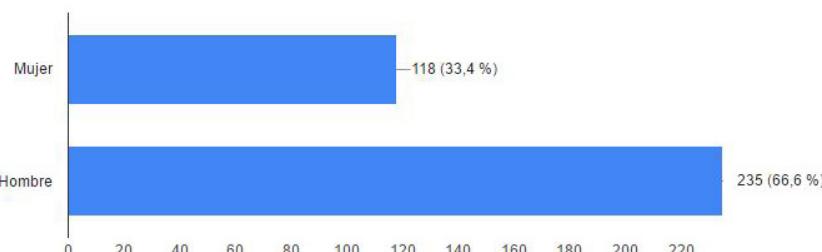


Figura 4. Encuestados por sexo

CURSO

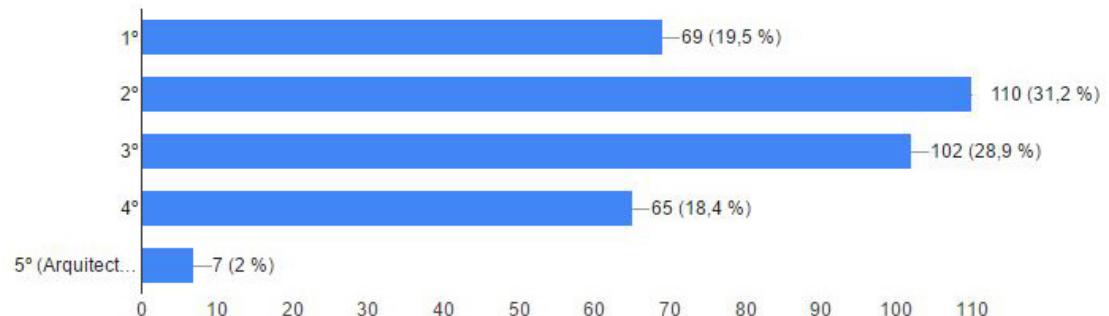


Figura 3. Encuestados por curso

GRADO

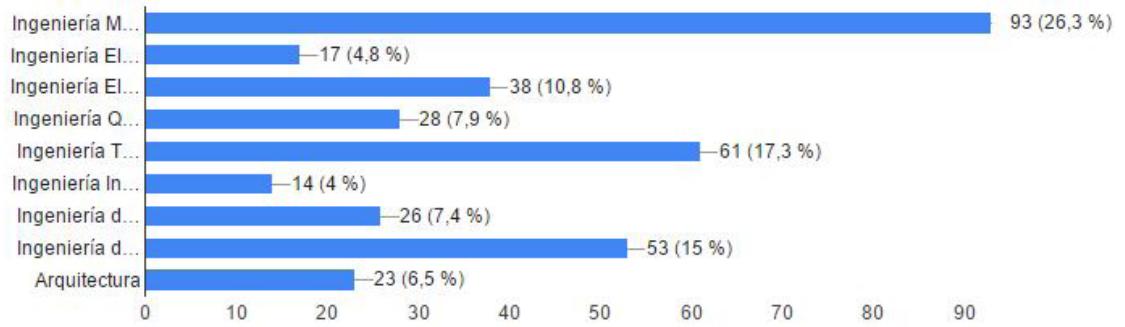


Figura 5. Encuestados por grado

¿DE DÓNDE OBTIENES LA INFORMACIÓN...?

¿....ACERCA DE CHARLAS, JORNADAS Y HORARIOS?

La mayoría de los encuestados, casi un 75% reconoció que su principal fuente de información eran los correos electrónicos. Más de la mitad consideran la información de la página web también de gran importancia. Y lo que años atrás era mucho más demandado como son los carteles y folletos, a penas reciben un 15% de la atención de los alumnos. El bajo porcentaje en las redes sociales está motivado por la mala gestión que se tiene de ellas.

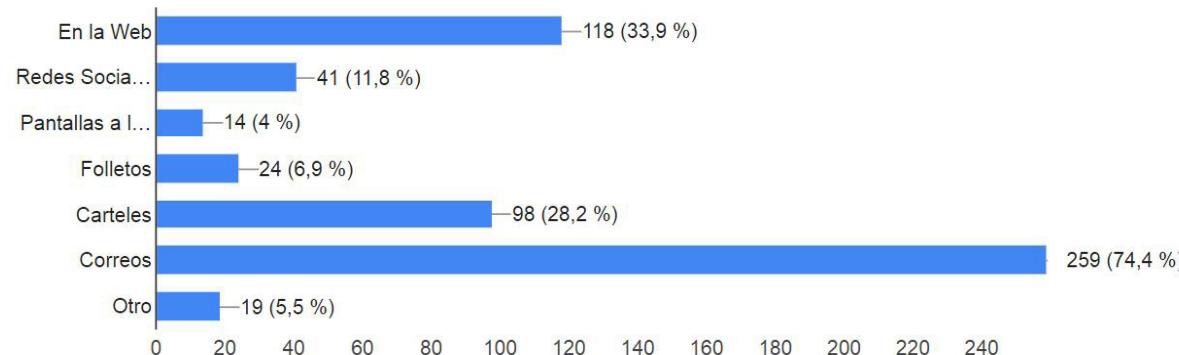


Figura 6. Canales 1 total

¿....ACERCA DE LOS CONTENIDOS DE TU GRADO?

A la hora de informarse acerca de los contenidos de su grado si que cobra un mayor peso la página web siendo más de un 80% de los alumnos los que recurren allí para obtener la información. También cabe destacar la gran importancia que tiene el “boca a boca” y la gran bajada de interés por los medios impresos como los folletos.

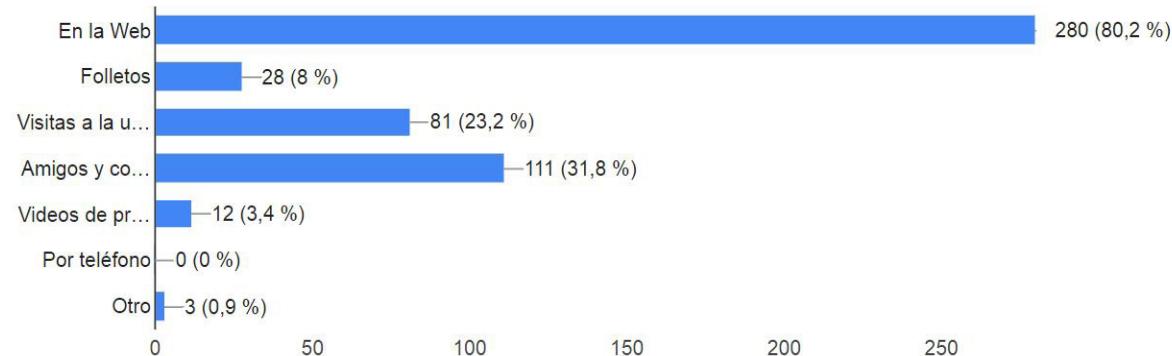


Figura 7. Canales 2 total

¿LEES LOS CORREOS OFICIALES QUE TE ENVÍA LA UNIVERSIDAD Y LA EINA?

Etiquetas de columna				
	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4	Total general
64%	64%	58%	58%	60%
7%	4%	9%	2%	6%
33%	32%	33%	40%	34%
1	1	1	1	1

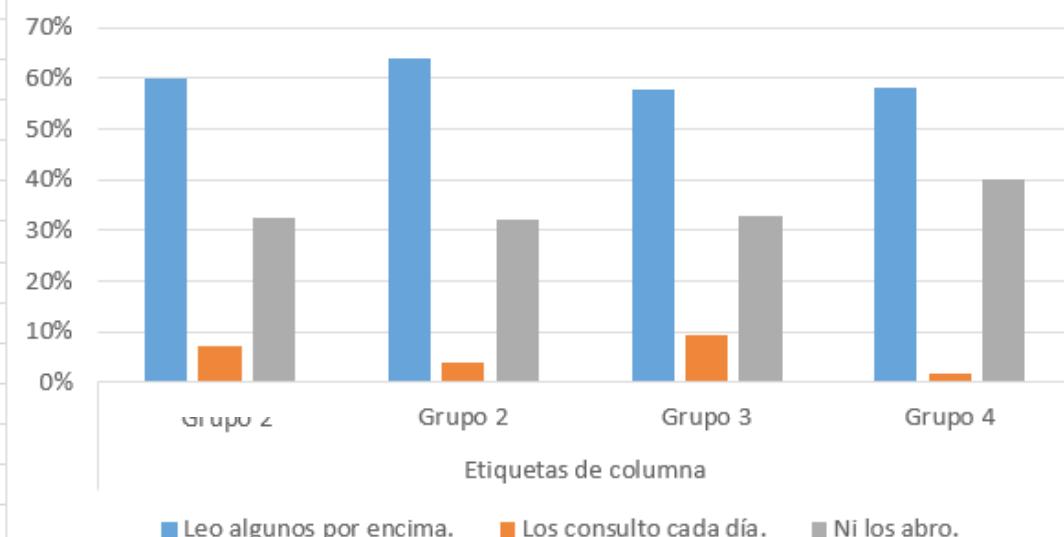


Figura 8. Correos por grupos

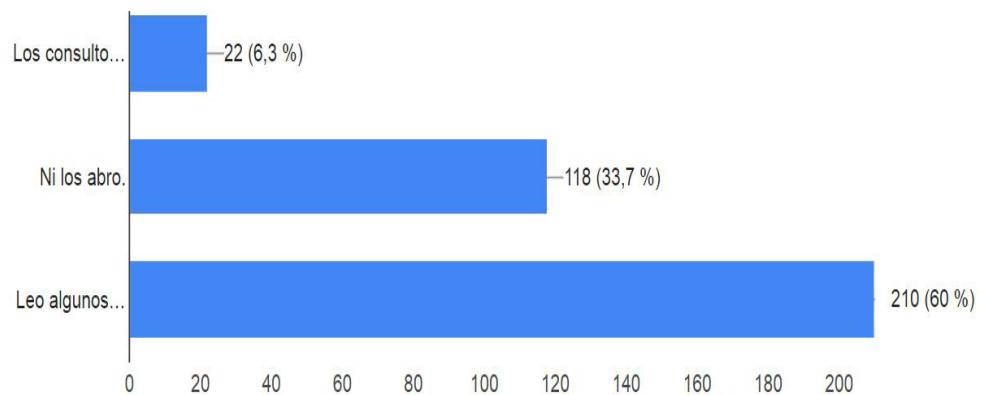


Figura 9. Correos total

Tras haber analizado los resultados acerca de donde obtiene la información, llama la atención como, aunque mucho reconocen que los correos son la principal fuente de información, menos de un 7% afirma abrirlas a diario. Y lo que es aún más preocupante, casi el 35% reconoce que ni los abre. De estos datos podemos sacar varias conclusiones, pero entre ellas la más importante es que aunque los alumnos son conscientes de que les llega mucha información al correo, la saturación que se comete a través de este medio, provoca que pierdan el interés por leerlos, provocando que no se enteren de convocatorias de gran importancia. Por ello pienso, que se debe desaturar el correo.

¿CUÁL ES LA RED SOCIAL A LA QUE MÁS TIEMPO DEDICAS AL DÍA?

Las tres redes sociales que más frecuentan los jóvenes universitarios hoy en día son Instagram, Facebook y Youtube en ese ordenen. Han dejado un poco más desvancado a Twitter según esta encuesta aunque aún tiene bastante peso entre los más jóvenes y adolescentes. Si nos fijamos en cuál de estas redes tiene presencia activa la EINA observamos como no camina al mismo ritmo que sus estudiantes, puesto que ni siquiera tiene presencia en la red social preferida por ellos.

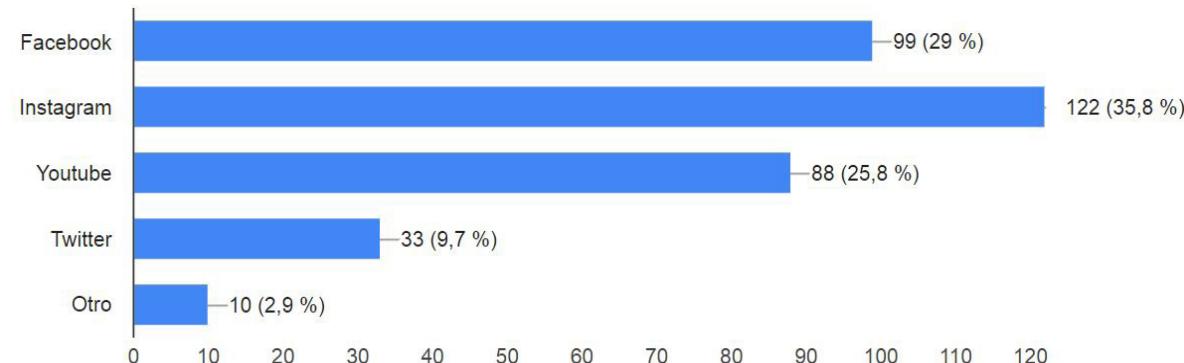


Figura 10. Redes 1 total

¿EN QUÉ RED SOCIALES SIGUES A LA EINA?

Un poco al hilo de lo anterior, podemos seguir analizando las siguientes respuestas. En ellas vemos reflejado cómo un 50% de los alumnos no sigue a la EINA en ninguna de sus redes, y esto es motivado por el estado de desatención en el que se encuentran. Y por último destacar el bajo porcentaje de seguidores del canal de Youtube que no llega a un 3% siendo que esta red social es la tercera preferida, y con estos datos estamos confirmado que solo 3 de cada 100 personas conocen que existe ese canal de Youtube en la escuela.

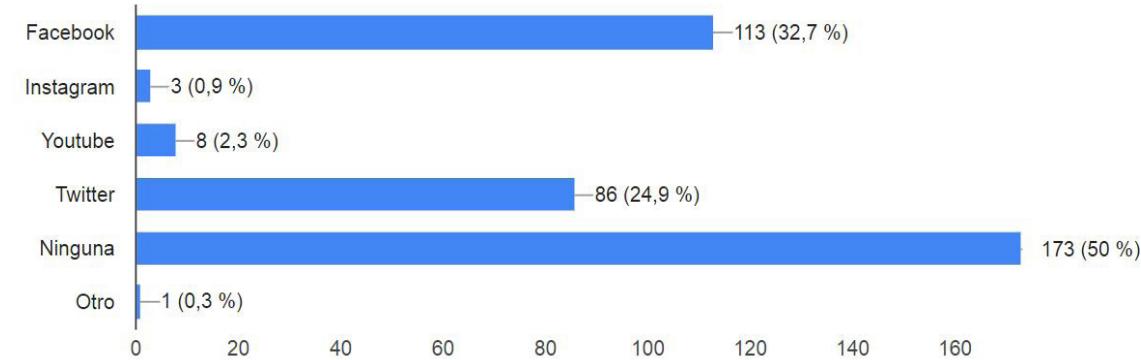


Figura 11. Redes 2 total

¿QUÉ UTILIDAD TIENEN LOS MUPIS A LA ENTRADA DE LOS EDIFICIOS?

En esta pregunta, los estudiantes tenían la posibilidad de valorar del 1 al 5 la utilidad que consideraban que tenían las pantallas verticales que se encuentran a la entrada de los edificios. Siendo 1 (muy poca utilidad) y 5 (mucha utilidad), se puede ver en sus respuestas como casi un 50% de los estudiantes considera que tienen poca o muy poca utilidad. Más del 30% ha seleccionado el valor número 3, lo que normalmente significa que, o no saben de lo que se les está hablando, o tienen poco interés por ello. Solo un 2% de los encuestados consideran que tienen mucha utilidad por lo que podemos concluir que como medio de comunicación está mal planteado, ya que su efectividad es bastante reducida.

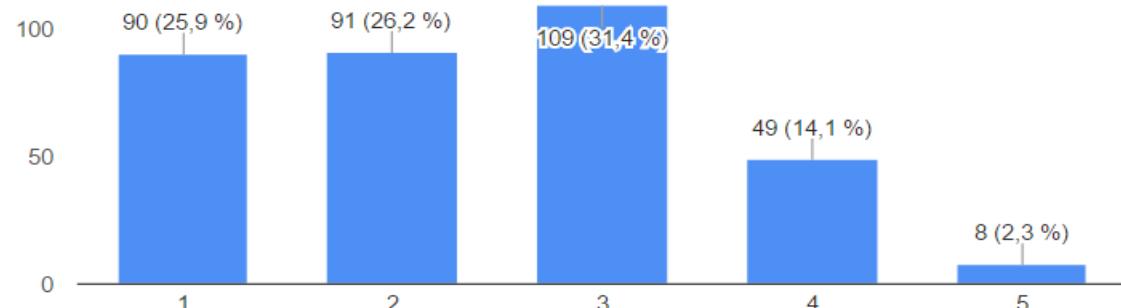


Figura 12. Mupis total

¿RECUERDAS LO ÚLTIMO QUE VISTE EN LOS MUPIS?

Para confirmar la utilidad de este medio de comunicación, también se ha preguntado a los estudiantes qué es lo último que han visto en los mupis. El dato más destacable es que más del 80% de los estudiantes no saben lo que son los muppies, no recuerdan que han visualizado o reconocen que no se paran a mirarlos. También es destacable que los anuncios que visualizan, son en general de temática comercial y a penas son comunicaciones del ámbito académico.

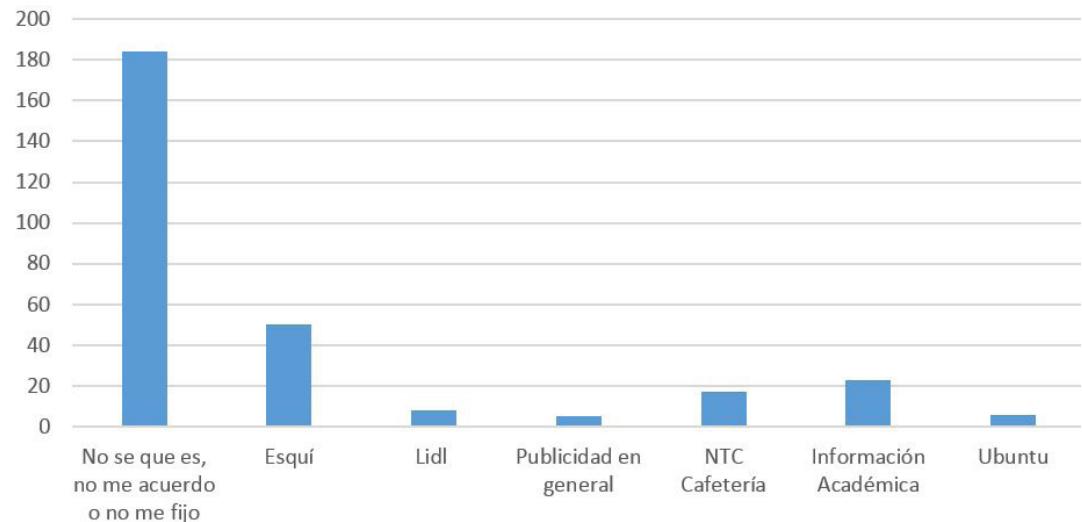


Figura 13. Mupis último visto

¿QUÉ UTILIDAD TIENEN LOS MUPIS A LA ENTRADA DE LOS EDIFICIOS?

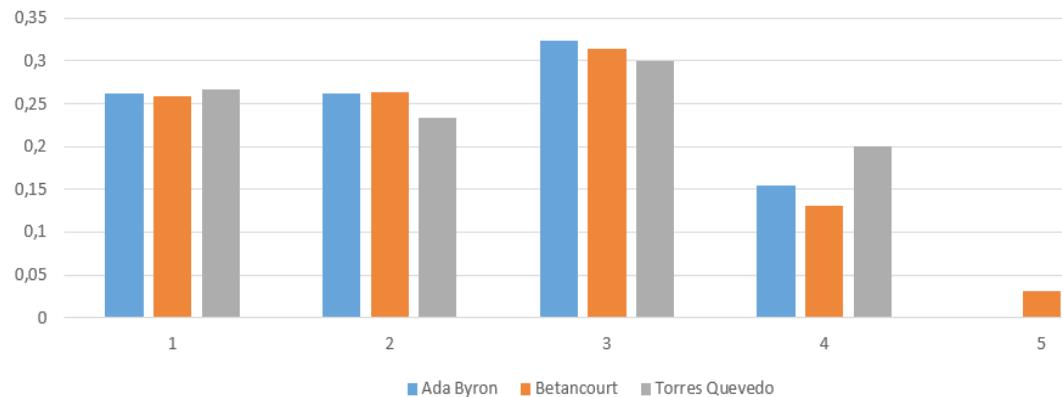


Figura 14. Mupis por edificio

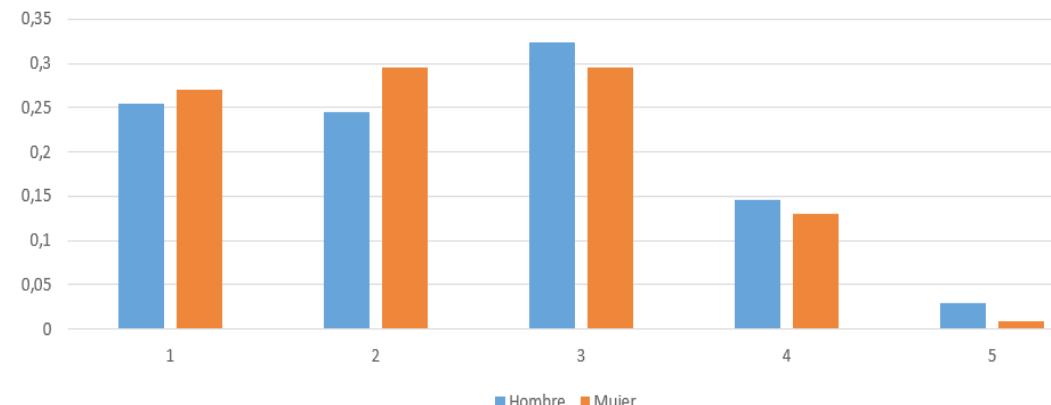


Figura 15. Mupis por sexo

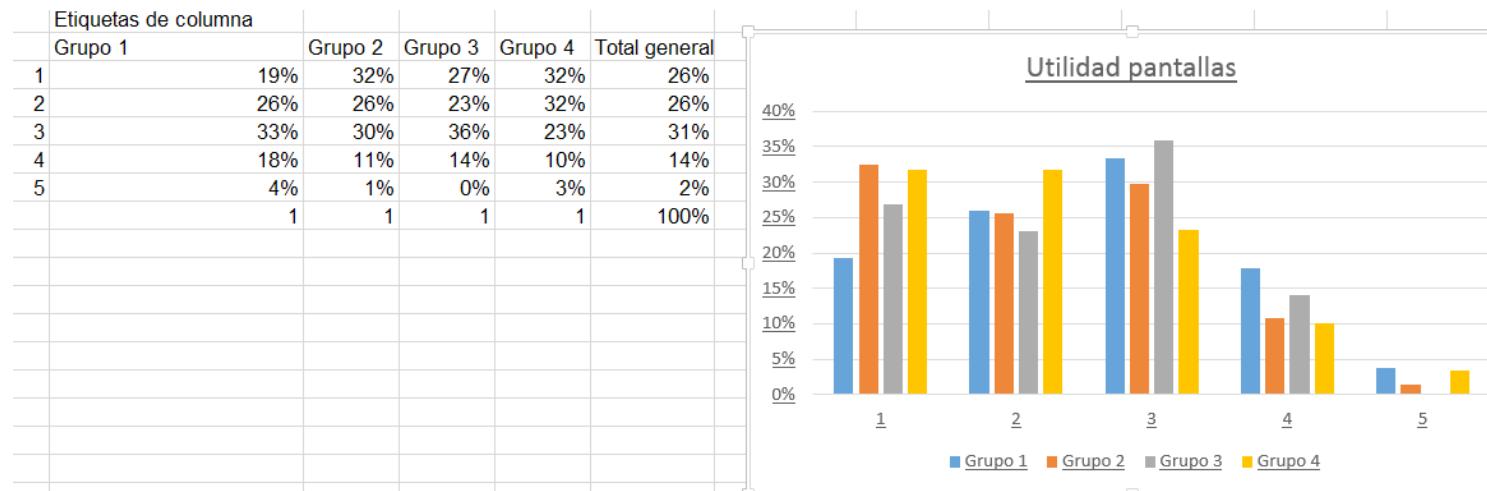


Figura 16. Mupis por grupos

¿QUÉ VENTAJAS CREEES QUE TIENE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL?

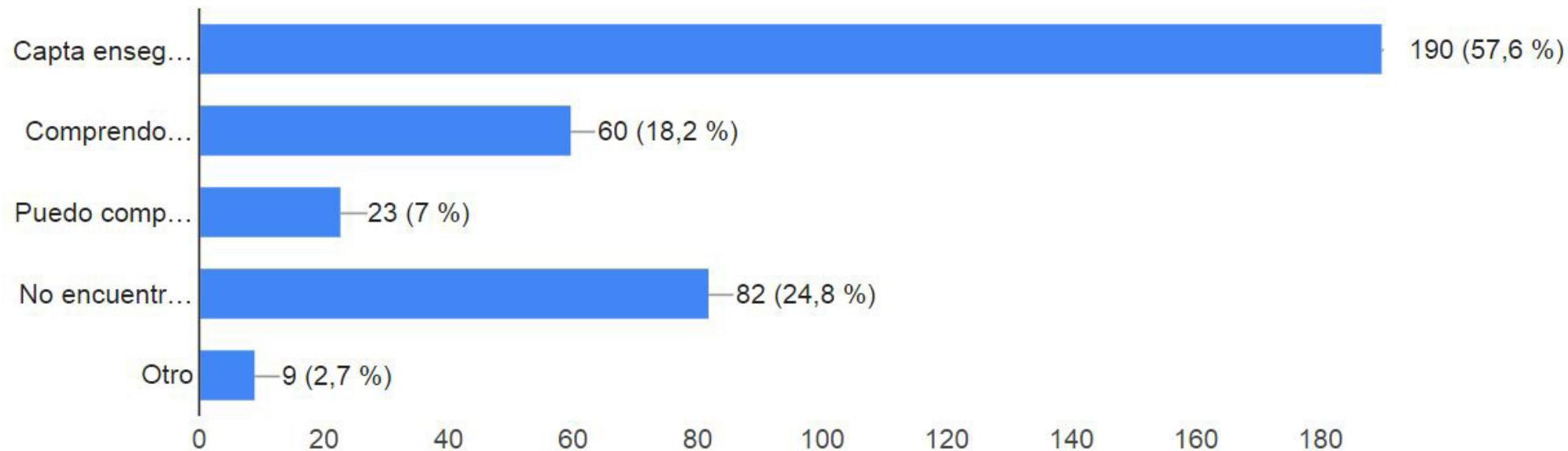


Figura 17. Comunicación audiovisual total

Para conocer qué impresión tenían los estudiantes acerca de los medios audiovisuales, se les ha preguntado acerca de las ventajas que encuentran en este tipo de comunicación. Las opciones eran 1. Capta enseguida mi atención, 2. Comprendo mejor el mensaje, 3. Puedo compartirlo rápidamente a través de las redes sociales, 4. No encuentro ninguna ventaja y 5. Otro.

Más del 50% de los encuestados reconoce que la comunicación a través de medios audiovisuales capta su atención de manera efectiva y un 20% afirma que la comprensión del mensaje es más sencilla a través de estos medios. Con estos datos podemos augurar que una propuesta de mejora que esté apoyada en vídeos podría ser atractiva para los estudiantes.

¿CUÁNTO TIEMPO PERMANECES EN LA CAFETERÍA CADA VEZ QUE VAS?

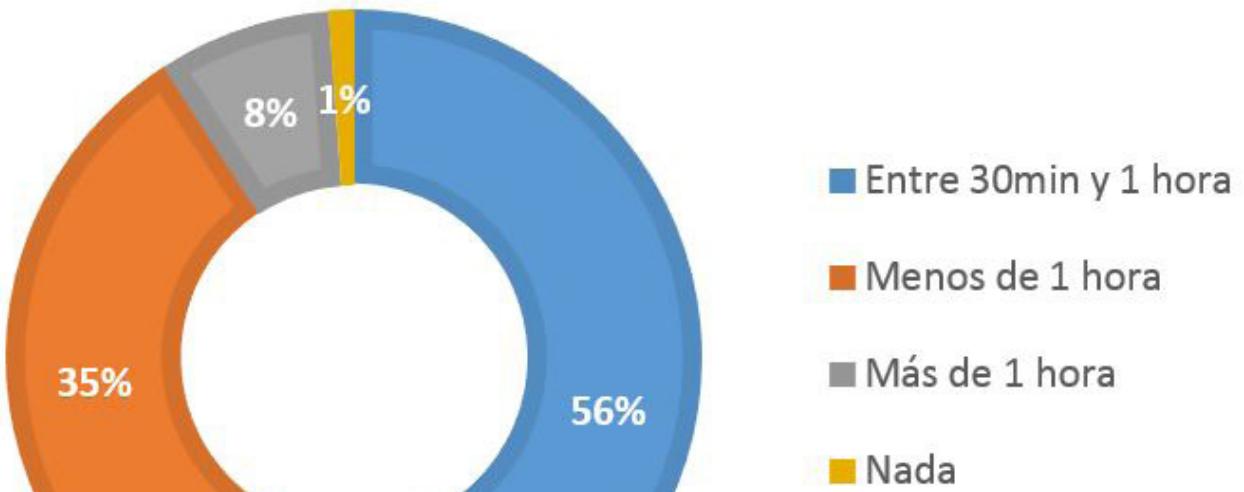


Figura 18. Tiempo cafetería total

La propuesta va encaminada a utilizar las cafeterías como espacios de comunicación en los que los alumnos puedan informarse de lo que ocurre en la EINA. Por ello, son de gran interés las respuestas que dieron cuando se les preguntó acerca del tiempo que permanecían en ellas.

Más de la mitad de los estudiantes dice dedicar entre 30 minutos y una hora en la cafetería. El 35% reconoce estar menos de una hora y son muy pocos los que dicen estar más de una hora en este espacio. La información útil que se obtiene de estos resultados, es que la mayoría de los alumnos si dedican parte de su tiempo en ir a la cafetería, pero sus estancias son cortas por lo que si queremos comunicarles algo en ese periodo de tiempo, deben ser mensajes claros, concisos y que llamen su atención

¿ECHAS DE MENOS ALGO DE VIDA CULTURAL EN LA EINA? ¿O LA CONSIDERAS SOLO UN LUGAR DE TRABAJO?

Para conocer las inquietudes de los estudiantes y el interés que tenía por las actividades culturales y en general actividades que se salgan un poco del trabajo rutinario del día a día, se les preguntó si echaban de menos algo vida en la Escuela o si simplemente lo consideraban un lugar de trabajo. Esta pregunta no estaba muy bien formulada porque muchos de los encuestados respondieron solamente "sí" o "no" sin especificar más. Sin embargo sí podemos destacar la cantidad de respuestas relacionadas con la falta de áreas de descanso y la falta de un ambiente universitario en el que disfrutar de momentos de ocio. Muchos coinciden en las mismas necesidades, y por ello se debería poner una solución al problema.

Si ofrecieran charlas/talleres abiertos e interesantes en los espacios comunes, ¿Te quedarías?

Siguiendo la misma línea que en la pregunta anterior, se planteó una pregunta en la que se evaluaba del interés que tenían los alumnos en acudir a charlas o jornadas que se llevaran a cabo en la Escuela. Es importante conocer la proactividad de los estudiantes y saber si realmente se quieren enterar de las cosas. En este proyecto era necesario determinar qué es lo que falla, si el medio de comunicación o el propio usuario. Casi un 70% nos confirma que el usuario no es el que falla, por que sí tiene interés por lo que ocurre en la Escuela, por ello hay que poner las herramientas necesarias para mejorar el medio de comunicación.

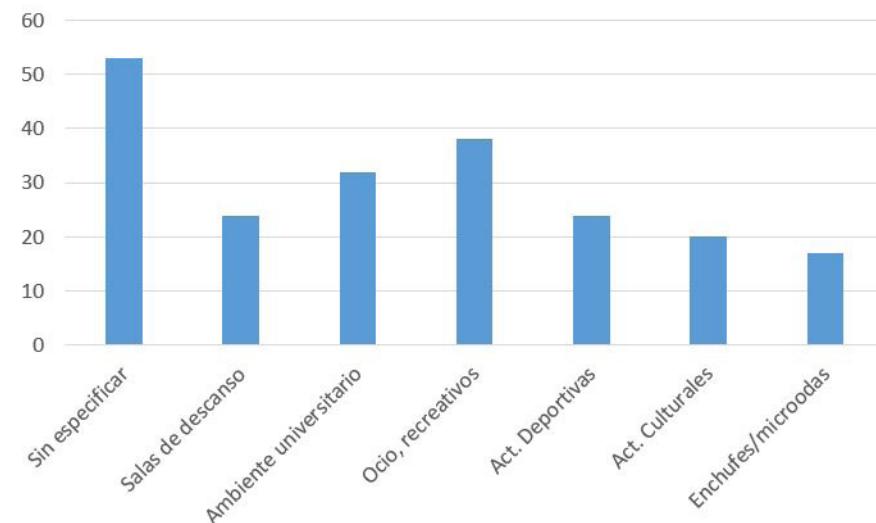


Figura 19. Respuestas afirmativas por tipología

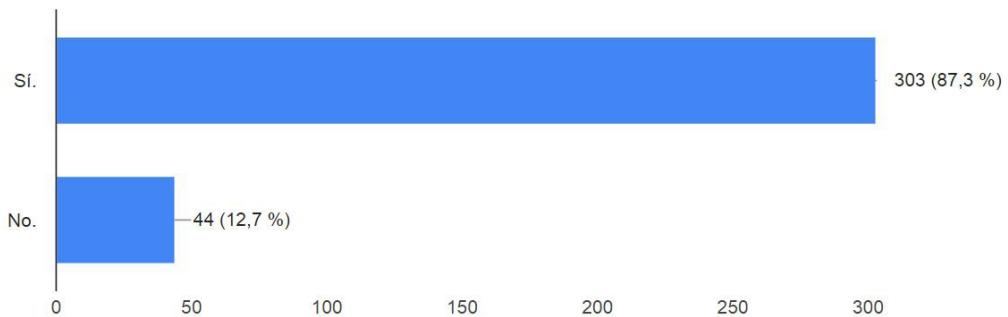


Figura 20. Asistencia actividades espacios comunes

¿A CUÁNTAS CHARLAS/JORNADAS HAS ACUDIDO ESTE CURSO?

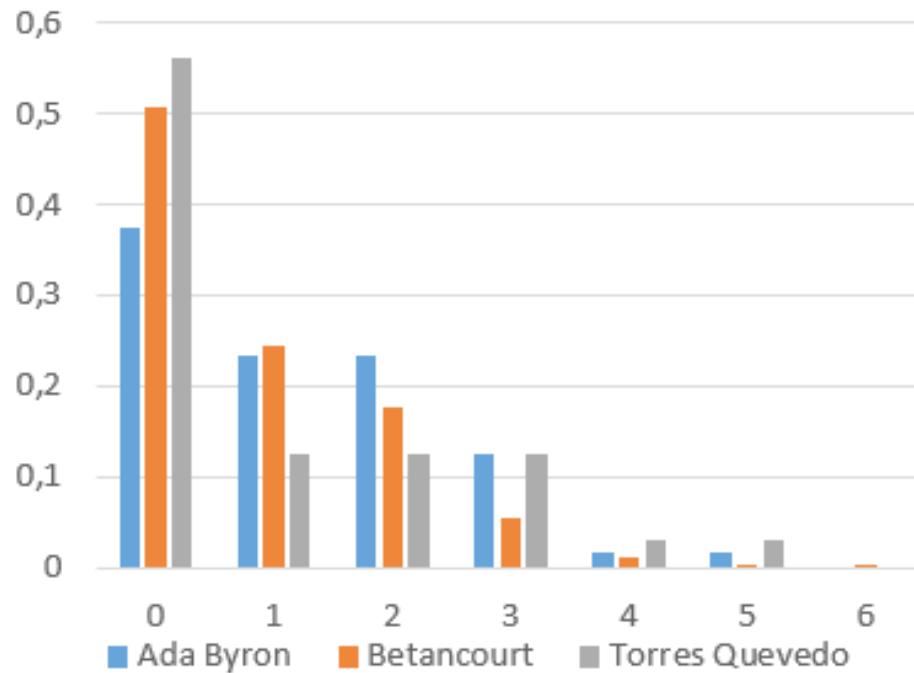


Figura 21. Charlas por edificio

Conocer la asistencia de los estudiantes a las charlas y jornadas que organiza la Escuela, no solo nos aporta datos acerca del interés que tienen en acudir a ellas, si no que también nos permite detectar fallos en la comunicación. Se han analizado las respuestas en función de diferentes parámetros.

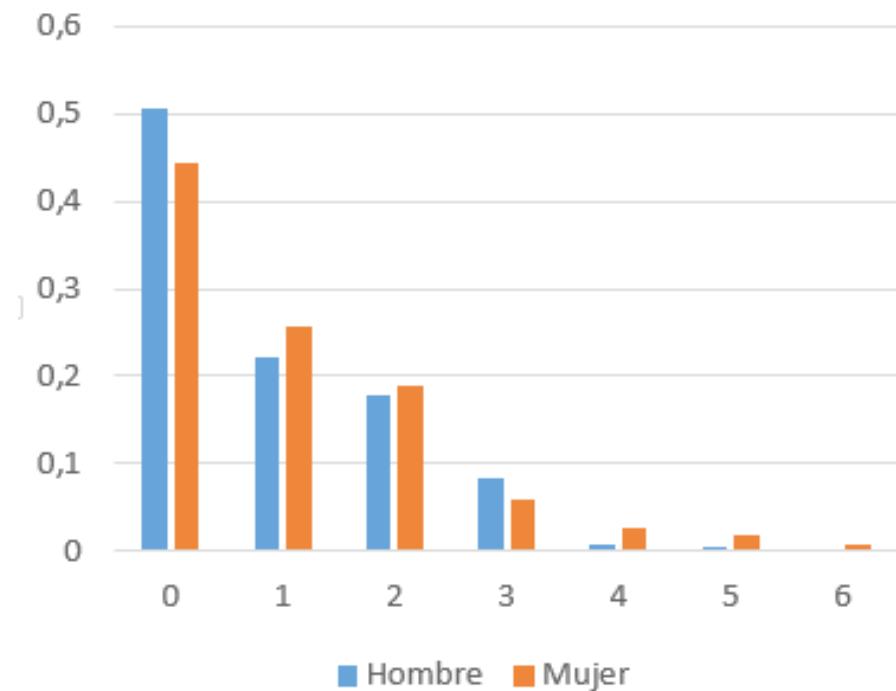


Figura 22. Charlas por sexo

En el análisis por edificios, vemos como es en el Torres Quevedo donde más respuestas negativas se han encontrado, hecho que coincide con que la gran mayoría de alumnos de primero se encuentran ahí, y en su primer año no suelen enterarse bien de todas las actividades de la EINA. En el análisis por grupos, el Grupo 3 es el que reconoce acudir a más charlas.

¿A CUÁNTAS CHARLAS/JORNADAS HAS ACUDIDO ESTE CURSO?

Charlas asistidas por grupo

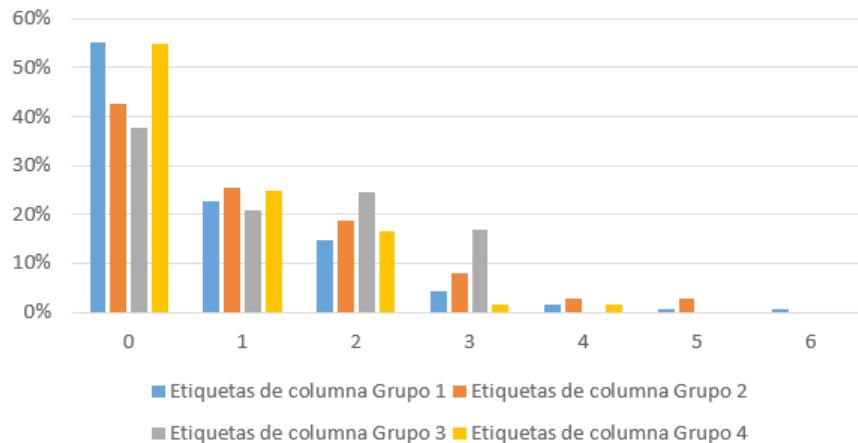


Figura 23. Charlas por grupos

	Etiquetas de columna				Total general	
	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4		
0		55%	43%	38%	55%	49%
1		23%	25%	21%	25%	23%
2		15%	19%	25%	17%	18%
3		4%	8%	17%	2%	7%
4		1%	3%	0%	2%	1%
5		1%	3%	0%	0%	1%
6		1%	0%	0%	0%	0%
		100%	100%	100%	100%	100%

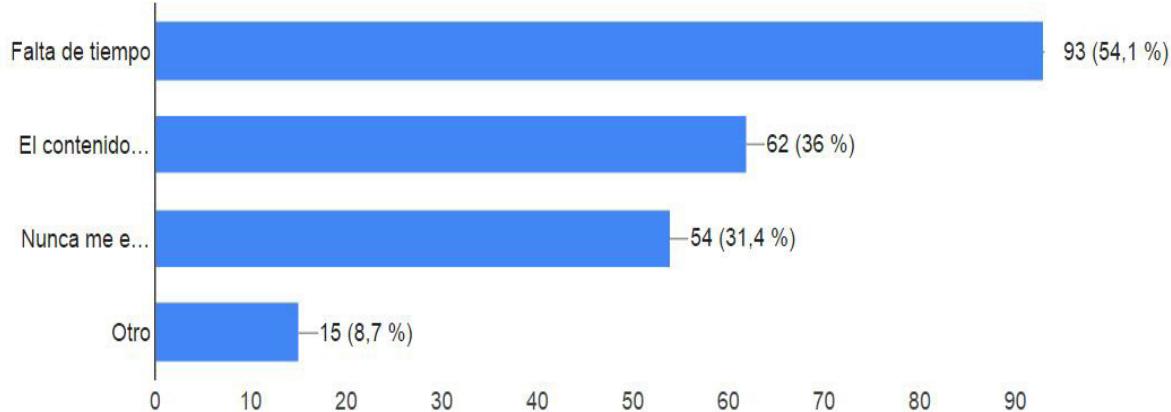


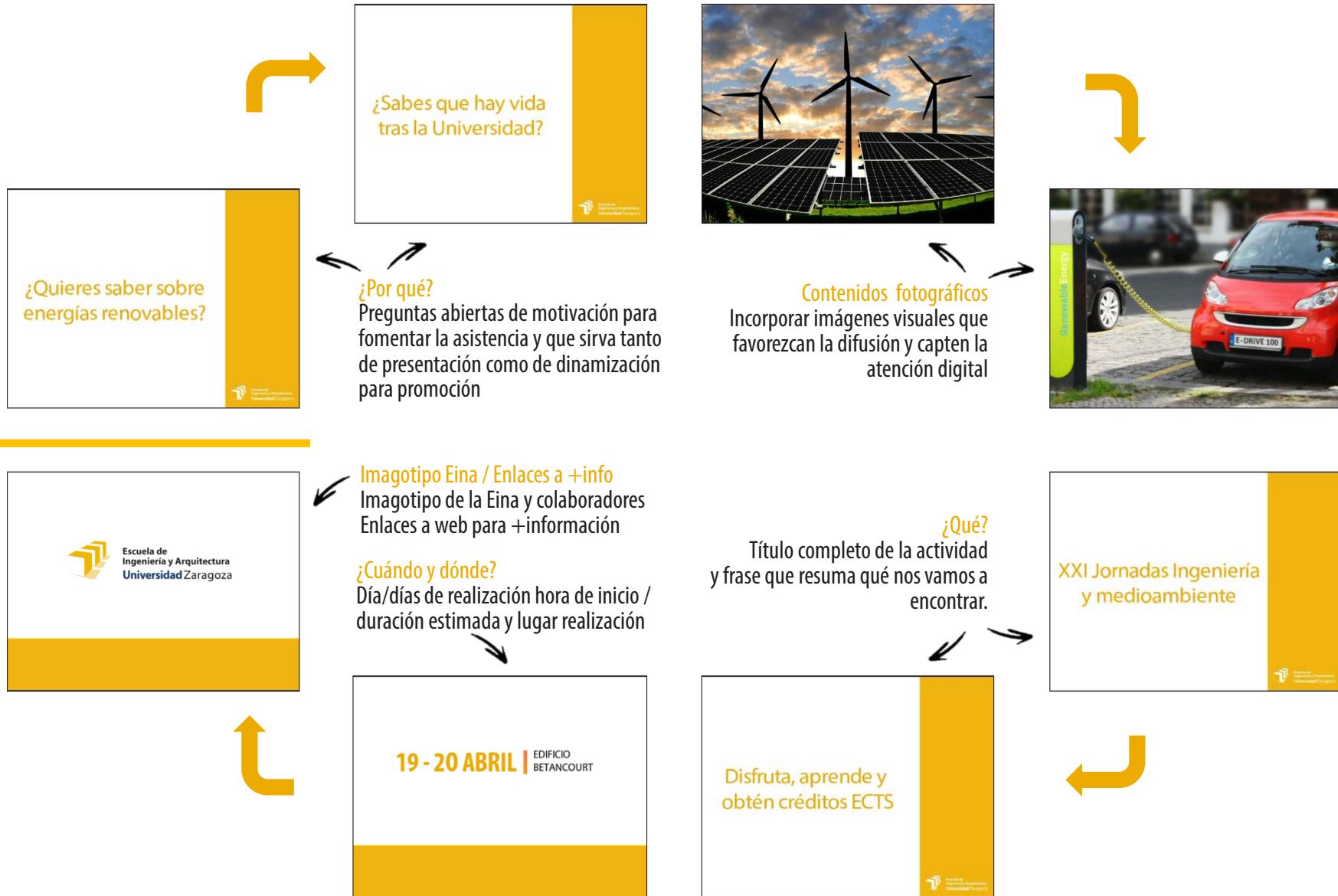
Figura 24. Motivo de la no asistencia

En caso de no haber acudido a ninguna charla, ¿CUÁL HA SIDO EL MOTIVO?

Para averiguar el motivo principal por el que los estudiantes no acuden a las charlas, se les preguntó específicamente que elegieran entre varias opciones. Más de la mitad respondió que por falta de tiempo, por lo que habría que plantearse la carga de trabajo que tienen o modificar los horarios de los eventos. Un 36% reconoce que el contenido no es de su interés, pero lo que más nos importa a nosotros es que más de un 30% justifica su no asistencia con la falta de comunicación, y esto es algo que se va a intentar solucionar con éste proyecto.

ANEXO 2 - EJEMPLOS DE CONTENIDOS

SECCIÓN CULTURAL

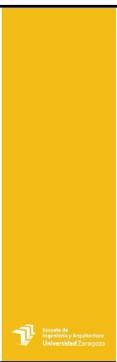


SECCIÓN CULTURAL

¿Quieres saber sobre
energías renovables?



¿Sabes que hay vida
tras la Universidad?



XXI Jornadas Ingeniería
y
medioambiente



Disfruta, aprende y
obtén créditos ECTS



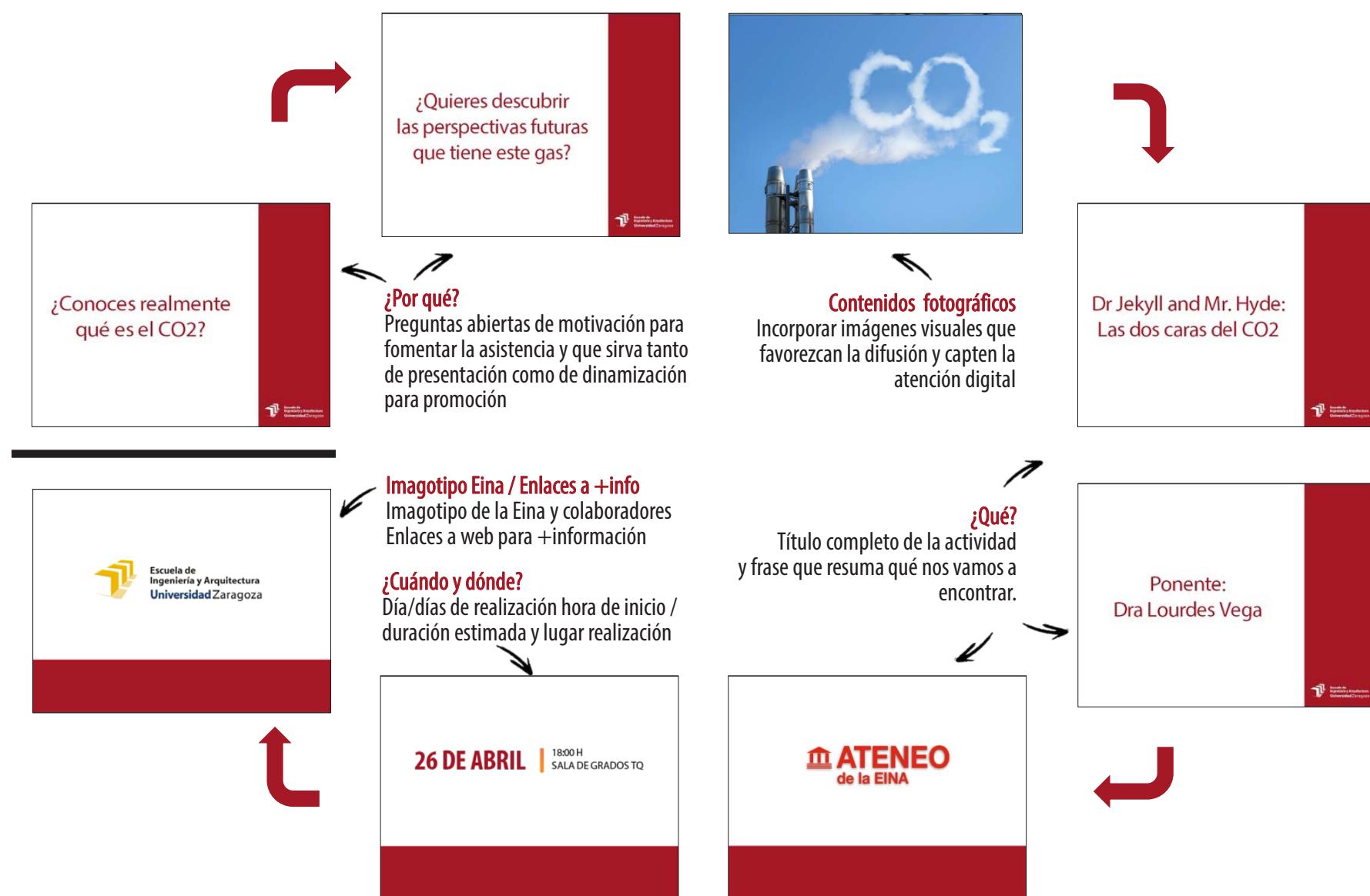
19 - 20 ABRIL | EDIFICIO
BETANCOURT



Escuela de
Ingeniería y Arquitectura
Universidad Zaragoza

A16

SECCIÓN ACADÉMICA



SECCIÓN ACADÉMICA

¿Conoces realmente
qué es el CO2?



¿Quieres descubrir
las perspectivas futuras
que tiene este gas?



Dr Jekyll and Mr. Hyde:
Las dos caras del CO2



Ponente:
Dra Lourdes Vega



ATENEO
de la EINA

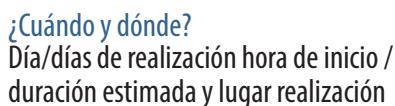
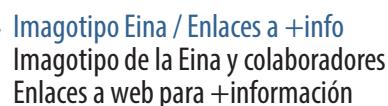
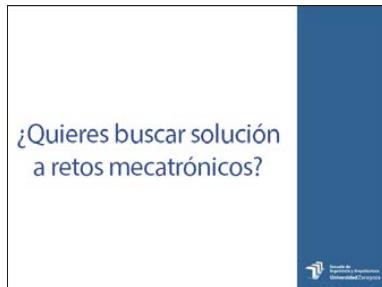
26 DE ABRIL | 18:00 H
SALA DE GRADOS TQ



Escuela de
Ingeniería y Arquitectura
Universidad Zaragoza

A18

SECCIÓN SOCIAL



¿Tienes talento e ideas innovadoras?



¿Quieres buscar solución a retos mecatrónicos?



1ª Edición del premio Cátedra Fersa - UZ



Consigue prácticas remuneradas en Fersa



HASTA 30 ABRIL | 14:00 H ENTREGA VÍA EMAIL



Escuela de
Ingeniería y Arquitectura
Universidad Zaragoza

Más info en:
<http://www.fersa.com/es/catedra-fersa>

SECCIÓN OPORTUNIDADES



SECCIÓN OPORTUNIDADES

¿Tienes inquietudes
en el ámbito sanitario?

 Escuela de
Ingeniería y Arquitectura
Universidad Zaragoza

¿Siempre has querido
aplicar la ingeniería
a la salud?

 Escuela de
Ingeniería y Arquitectura
Universidad Zaragoza



Ahora puedes formarte
y enfocarlo a la
investigación sanitaria

 Escuela de
Ingeniería y Arquitectura
Universidad Zaragoza

Apúntate al programa
ping.Salud y no pierdas
la oportunidad

 Escuela de
Ingeniería y Arquitectura
Universidad Zaragoza

CURSO 16-17 | ABIERTO TODO EL CURSO

campusrioebro@gmail.com

 Escuela de
Ingeniería y Arquitectura
Universidad Zaragoza

Más info:
eina.unizar.es/practicas

A22