



Universidad
Rey Juan Carlos

Vicerrectorado de Docencia, Ordenación Académica y Títulos

**INFORME DEL PLAN
GENERAL DE RECOGIDA DE
INFORMACIÓN (PGRI)
CAMPAÑA 2015**

INFORME DEL PLAN GENERAL DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN (PGRI) - CAMPAÑA 2015

ÍNDICE

Introducción.....	1
Encuestas Grado	3
Encuestas Máster.....	7
Otros Informes del PGRI.....	11
Nuevas Encuestas a incluir en el PGRI.....	12
Conclusiones.....	13

Introducción

El objetivo del presente documento es presentar las principales conclusiones derivadas de la implementación durante el curso académico 2014/15 – Campaña 2015- del Plan General de Recogida de Información de la Universidad Rey Juan Carlos, aprobado en marzo de 2014.

A lo largo del curso académico 2014/15 el Centro Universitario de Estudios Sociales Aplicados (CUESA) ha realizado 26 encuestas, 18 dirigidas a titulaciones de grado y 8 a titulaciones de máster. Resultado de la depuración de dichas encuestas son los indicadores de las 20 fichas de grado y 11 de máster que se relacionan a continuación:

GRADO

NA	Nuevos Alumnos de Grado (Presencial)
NA.O	Nuevos Alumnos de Grado (Semipresencial)
VD.G	Valoración Docente Grado (Presencial)
VD.GO	Valoración Docente Grado (Semipresencial)
SG.A	Satisfacción de los Estudiantes con el Grado (Presencial)
SG.AO	Satisfacción de los Estudiantes con el Grado (Semipresencial)
SG.E	Satisfacción de los Egresados con el Grado
IL.G	Inserción Laboral Grado
TP.G	Trayectoria Profesional Grado. Segundo Año Posterior al Egreso
TP.G.T	Trayectoria Profesional Grado. Tercer Año Posterior al Egreso
AB	Causas de Abandono
SG.PDI	Satisfacción del Profesorado con el Grado (Presencial)
SG.PDI.O	Satisfacción del Profesorado con el Grado (Semipresencial)
SCU.PDI	Satisfacción del Profesorado con el Campus y Universidad (Grado Presencial)
SCU.PDI.O	Satisfacción del Profesorado con el Campus y Universidad (Grado Semipresencial)
PE.AG	Prácticas Externas de Grado. Satisfacción del Estudiante en Prácticas
PE.T	Prácticas Externas de Grado. Satisfacción del Tutor Externo
PE.E	Prácticas Externas de Grado. Satisfacción de los Empleadores.
PM.IN	Satisfacción con el Programa de Movilidad. Alumnos Entrantes
PM.OUT	Satisfacción con el Programa de Movilidad. Alumnos Salientes

MÁSTER

PA.M	Perfil de los Alumnos de Máster (Presencial)
PA.MO	Perfil de los Alumnos de Máster (Online)
VD.M	Valoración Docente Máster (Presencial)
VD.MO	Valoración Docente Máster (Online)
SM.A	Satisfacción de los Estudiantes con el Máster (Presencial)
SM.AO	Satisfacción de los Estudiantes con el Máster (Online)
SM.E	Satisfacción de los Egresados con el Máster
IL.M	Inserción Laboral Máster
PE.AM	Prácticas Externas. Satisfacción del Estudiante en Prácticas (Alumnos de Máster)
PE.TM	Prácticas Externas. Satisfacción del Tutor Externo (Alumnos de Máster)
PE.EM	Prácticas Externas. Satisfacción de los Empleadores (Alumnos de Máster)

La campaña 2015 es, a todos los efectos, la primera en la que se han puesto en marcha la totalidad de las encuestas aprobadas en el PGRI. Todas las encuestas son censales, dirigidas al total de la población objeto de cada una. Uno de los objetivos del PGRI es optimizar el procedimiento de recogida de datos de forma que la muestra de las diferentes encuestas sea suficientemente representativa para que se generen indicadores fiables y de calidad.

En los siguientes capítulos del informe se analizan los resultados de la tasa de respuesta de las diferentes encuestas en función del tipo de titulación al que van dirigidas, el sistema de recogida de información y su comparación con los resultados obtenidos en la campaña 2014. La tasa de respuesta en todos los casos se calcula como $\sum n / \sum N$ posibles (población con la que es posible comunicar). Por debajo del 25% de muestra los datos no se consideran representativos.

Asimismo, se incluye un epígrafe con las nuevas encuestas a incluir en el PGRI en el curso 2015/16, de forma que a partir de la campaña 2016 las encuestas de satisfacción del Personal Auxiliar y de Servicios (PAS) así como la del Profesorado de Máster quedarán integradas en dicho Plan.

Encuestas Grado

Como resultado del PGRI 2015 para las titulaciones de grado se han generado los siguientes informes:

- Indicadores de encuestas para cada Titulación (agrupadas por código de titulación). Los indicadores se calculan a partir de la depuración de los datos recogidos en las encuestas.
- Indicadores de encuestas para cada Centro (agrupadas por facultades y unidades docentes delegadas - UDD-). Los indicadores se calculan como el promedio de los indicadores de las titulaciones adscritas a cada facultad o UDD.
- Indicadores de encuestas de la URJC. Los indicadores se calculan como el promedio de los indicadores de los distintos Centros en los que está organizada la Universidad.

En la campaña 2015 se ha recogido información asociada a 166 titulaciones de grado:

- 154 titulaciones presenciales
 - 90 titulaciones simples
 - 82 activas en todos los cursos
 - 5 en extinción, sin docencia en alguno de los cursos
 - 3 con modificación del plan de estudios y cambio del código de titulación
 - 64 titulaciones dobles
 - 60 activas en todos los cursos
 - 4 en extinción, sin docencia en alguno de los cursos
- 12 titulaciones semipresenciales
 - 11 titulaciones simples
 - 7 activas en todos los cursos
 - 3 en extinción, sin docencia en algún curso
 - 1 con modificación del plan de estudios y cambio del código de titulación
 - 1 titulación doble
 - 1 en extinción, sin docencia en algún curso

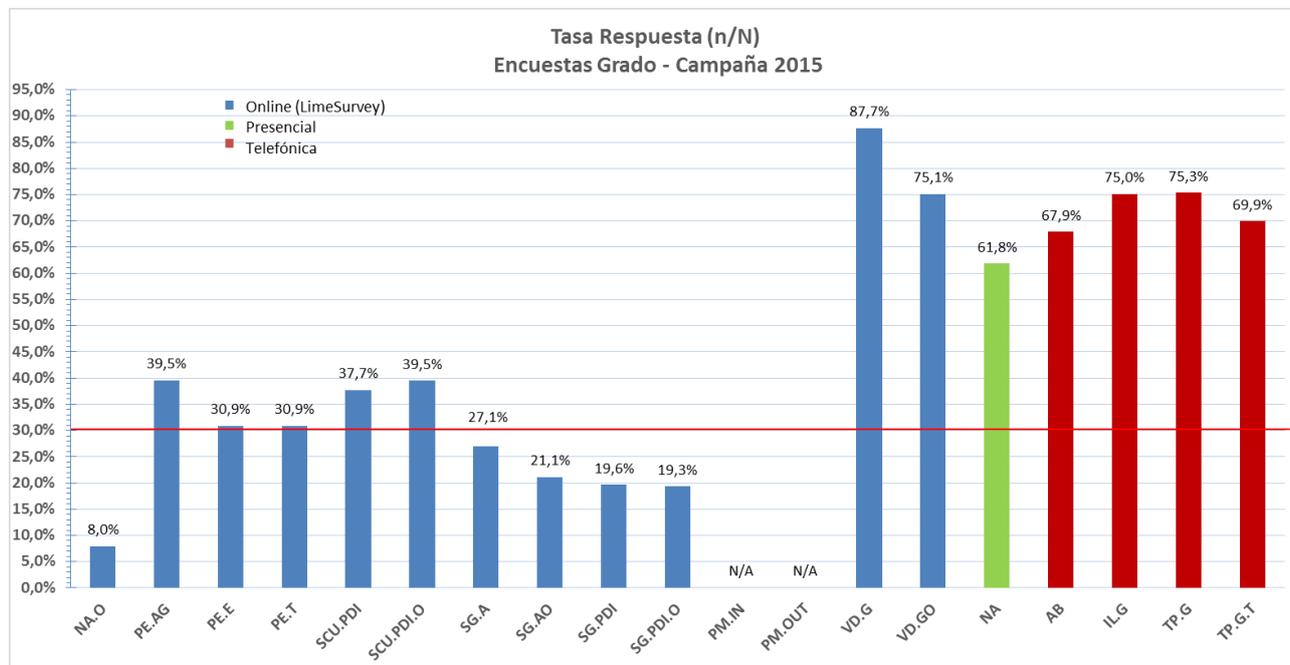
En el PGRI se incluyen todas las titulaciones que tienen población en alguna de las encuestas. Las que están en extinción, sin docencia en algún curso, se consideran en el Plan si tienen población de abandono, egresados, alumnos en prácticas o grupos de docencia en alguno de los cursos.

El tratamiento que se realiza de las titulaciones dobles es el de titulaciones únicas.

Respecto a las titulaciones en las que se ha modificado el plan de estudios y por tanto el código de la titulación, se consideran equivalentes a las más recientes y se presentan los datos propios solo para aquellas encuestas en las que se puede identificar claramente a la población (inserción o abandono, p.ej.).

A continuación se presentan una serie de gráficos para facilitar el análisis de los resultados de la campaña, mostrando la variación de los datos según el sistema de recogida de información, la modalidad de las titulaciones y la comparación de resultados con los datos de la campaña 2014.

En el siguiente gráfico se presenta la tasa de respuesta global de las diferentes encuestas de grado, ordenadas según el sistema de recogida de datos.



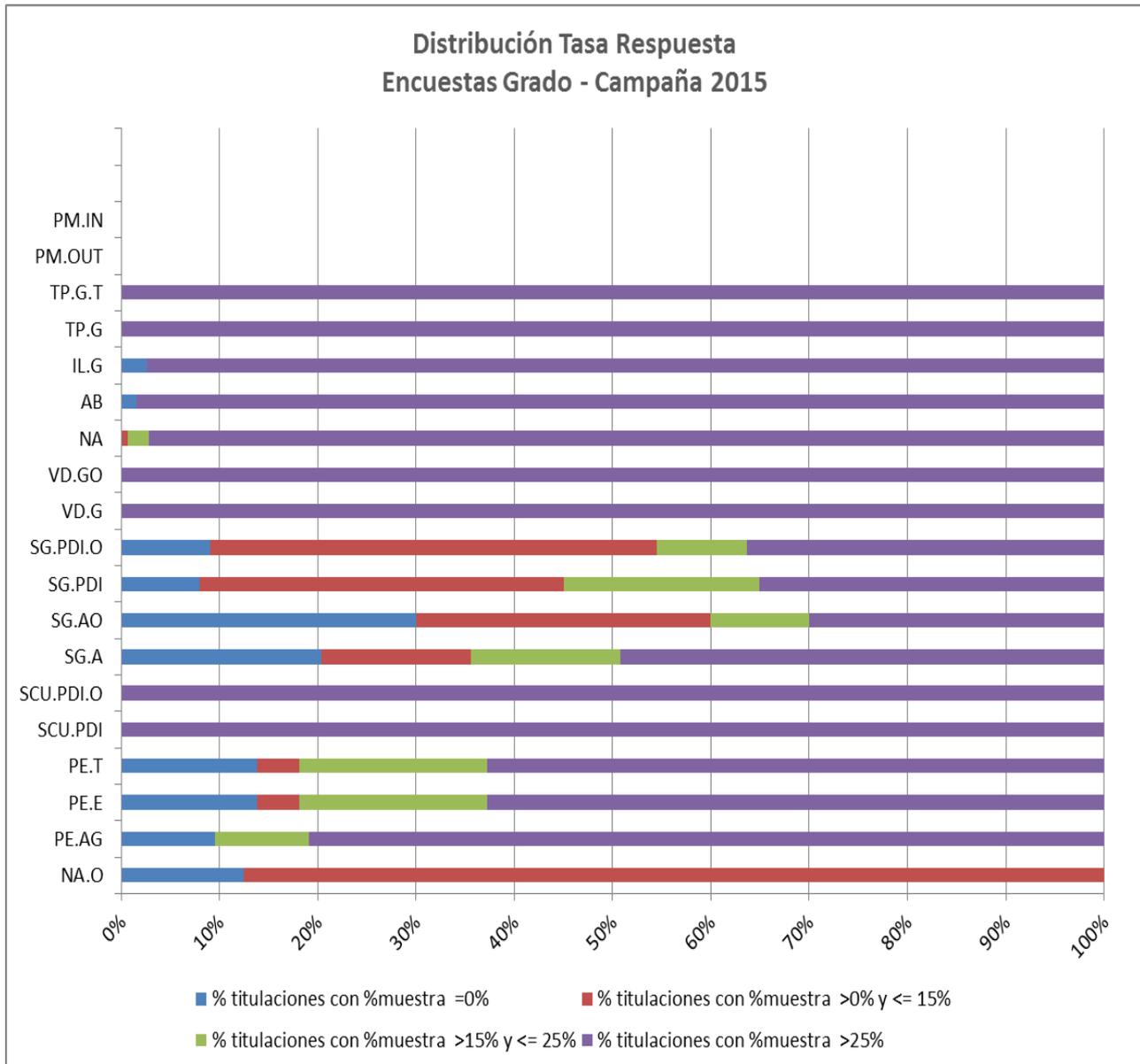
A la vista de los resultados que aparecen reflejados en la gráfica, se aprecia una variación considerable de la tasa de respuesta dependiendo del sistema utilizado para la recogida de la información. Las encuestas telefónicas y presenciales tienen un índice de respuesta significativamente más alto que las encuestas online.

No aparecen resultados para las encuestas de satisfacción con los Programas de Movilidad al no disponer en esta campaña acceso a la población objetivo por titulación, por lo que en las fichas técnicas de ambas encuestas, PM.IN y PM.OUT, no aparece el dato del porcentaje de muestra para ninguna titulación.

Respecto a las encuestas online, existe una diferencia muy marcada entre las encuestas de Valoración Docente y el resto; esta desviación es debida a que los alumnos no pueden ver en Portal de Servicios la nota de la asignatura hasta que hayan completado la encuesta. Sin embargo, es inviable aplicar esta opción de forma generalizada para todas las encuestas por el alto consumo de recursos informáticos que llevaría asociado.

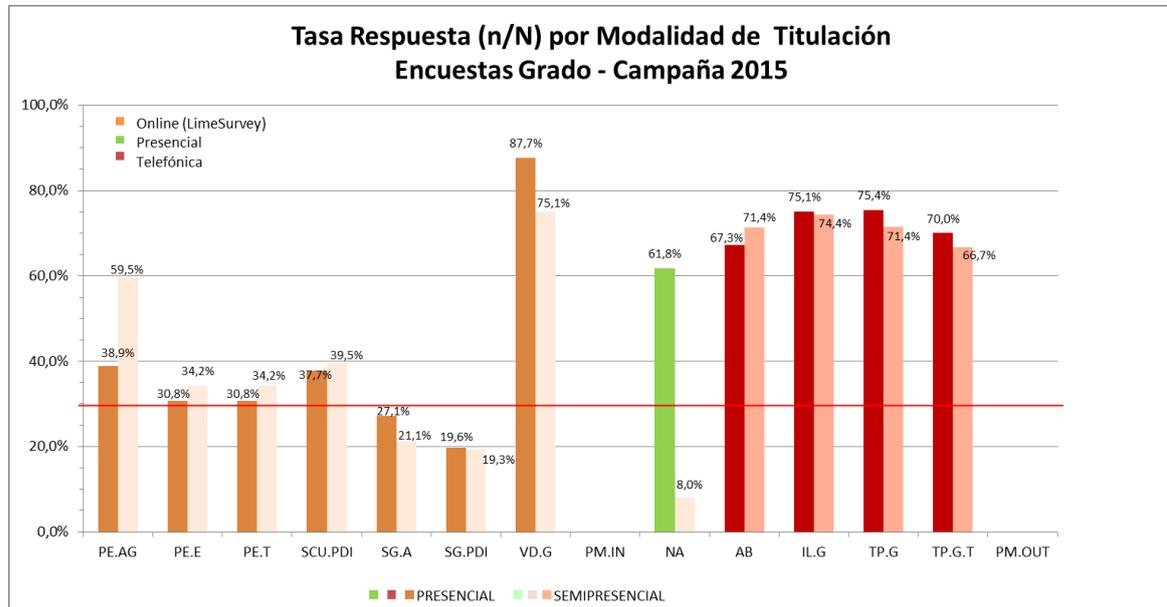
La encuesta de Nuevos Alumnos para titulaciones semipresenciales es la que ha obtenido la tasa de respuesta más baja. Esta última encuesta, junto con las de Satisfacción de Alumnos y Profesores con la titulación, no han llegado ni siquiera a la muestra mínima del 25%.

En el siguiente gráfico se presenta la distribución de la tasa de respuesta para facilitar el análisis de los datos anteriores: en las cinco encuestas señaladas (NA.O, SG.A, SG.AO, SG.PDI y SG.PDI.O) prácticamente el 50% de las titulaciones no alcanza el 15% de muestra, llegando en la encuesta de SG.AO hasta el 30% el porcentaje de grados para los que no se ha obtenido respuesta alguna.



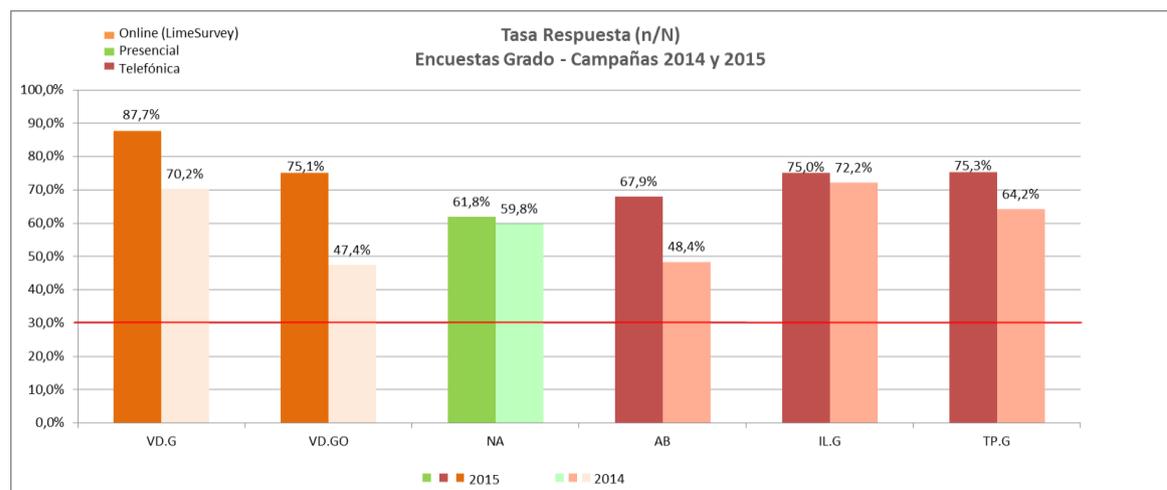
Es evidente que uno de los objetivos clave para las próximas campañas es el de mejorar sensiblemente la tasa de respuesta de las encuestas online. Será necesario optimizar el sistema de distribución de las encuestas a la población, así como el seguimiento de las mismas mientras las encuestas están activas para no repetir estos resultados, propios también de la puesta en marcha por primera vez de la mayor parte de las encuestas online objeto del análisis.

Para completar el análisis de los resultados de la campaña, en el gráfico siguiente se compara la tasa de respuesta en función de la modalidad de la titulación – presencial o semipresencial- sin que se pueda determinar que la modalidad de la titulación sea determinante para alcanzar una mayor o menor participación en las encuestas.



La mayor diferencia se observa en las encuestas de nuevos alumnos, pero esta variación tan acusada entre los resultados de las titulaciones presenciales y semipresenciales no se debe tanto a la modalidad de la titulación como al sistema empleado para la recogida de datos de ambas encuestas. Hecha esta salvedad, solo en la encuesta de Satisfacción con las Prácticas Externas se aprecia una diferencia significativa entre la respuesta para los grados presenciales y semipresenciales, obteniéndose para los primeros una tasa de respuesta muy por debajo de la de los segundos.

En el siguiente gráfico se presenta la evolución de la tasa de respuesta en los dos cursos de implantación del PGRI. Teniendo en consideración que la mayoría de las encuestas se han puesto en marcha a lo largo del curso 2014/15, solo se presenta la información de aquellas encuestas con datos históricos de la campaña 2014.



En general se observa una mejora en los resultados de la campaña 2015 respecto a los de la anterior, sobre todo en la encuesta de Valoración Docente de grados semipresenciales. Excepto en la encuesta de Abandono, existe muy poca variación en la participación en las encuestas presenciales y telefónicas de una campaña a la siguiente; los resultados son tan altos que no requieren modificación de los procedimientos que se están utilizando.

Encuestas Máster

Como resultado del PGRI 2015 para las titulaciones de máster se han generado los siguientes informes:

- Indicadores de encuestas para cada Titulación (agrupadas por código de titulación). Los indicadores se calculan a partir de la depuración de los datos recogidos en las encuestas.
- Indicadores de encuestas para cada Rama de Conocimiento. Los indicadores se calculan como el promedio de los indicadores de las titulaciones adscritas a cada rama.
- Indicadores de encuestas de la Unidad de Postgrado. Los indicadores se calculan como el promedio de los indicadores de las diferentes ramas de conocimiento en las que están organizadas las titulaciones de máster.

En la campaña 2015 se ha recogido información asociada a 86 titulaciones de másteres universitarios:

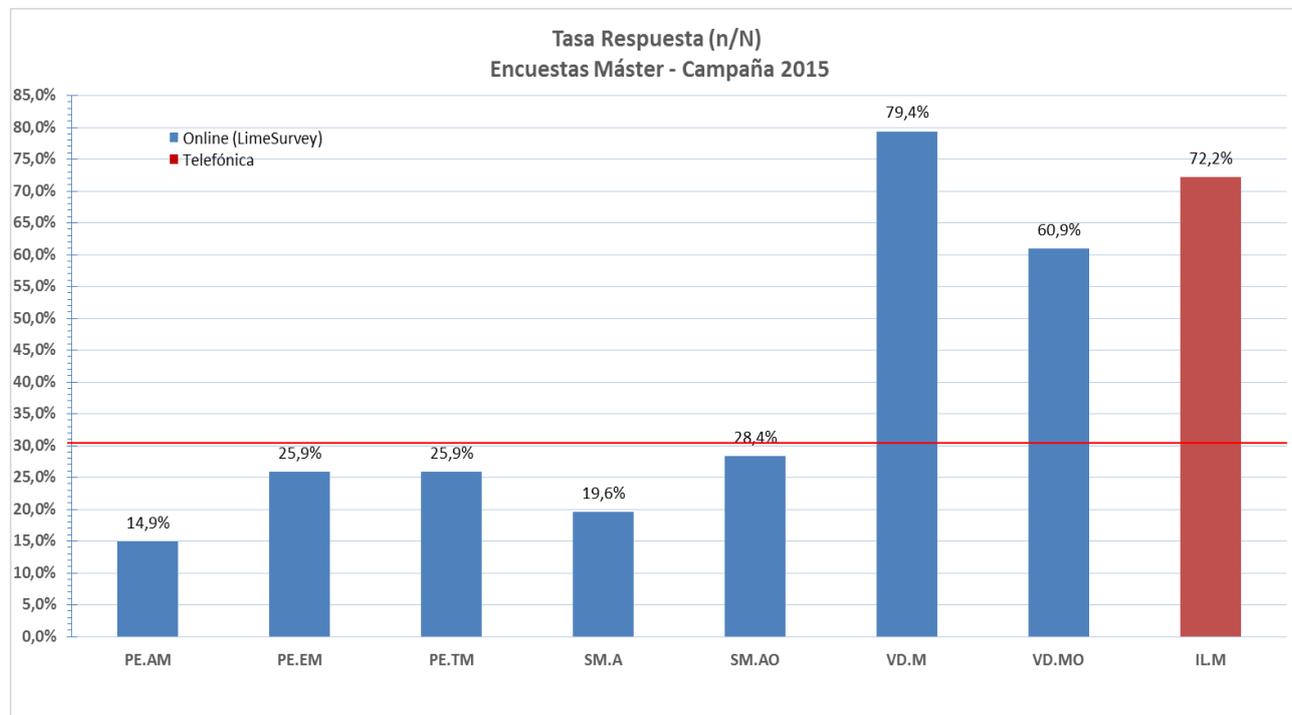
- 90 titulaciones presenciales
 - 62 activas
 - 12 en extinción
 - 4 sin ofertar curso 2014-15
 - 8 con modificación del plan de estudios y cambio del código de titulación
- 12 titulaciones online
 - 10 activas en todos los cursos
 - 2 en extinción

Se incluyen todas las titulaciones que tienen población en alguna de las encuestas del PGRI. Las que están en extinción o no ofertadas están incluidas en el PGRI si tienen alumnos en prácticas o egresados.

Las titulaciones en las que se ha modificado el plan de estudios y por tanto el código de la titulación, se consideran equivalentes a las más recientes y se presentan los datos propios solo para aquellas encuestas en las que se puede identificar claramente a la población, normalmente, para la encuesta de inserción laboral.

Los resultados de la campaña se presentan en una serie de gráficos en los que se compara la tasa de respuesta según el sistema de recogida de información, la modalidad de las titulaciones, y los resultados del curso 2014/15 con los obtenidos en la campaña 2014.

En el siguiente gráfico se presenta la tasa de respuesta global de las diferentes encuestas de máster. Excepto la encuesta de Inserción Laboral que es telefónica, la recogida de datos para el resto se realiza de forma online.

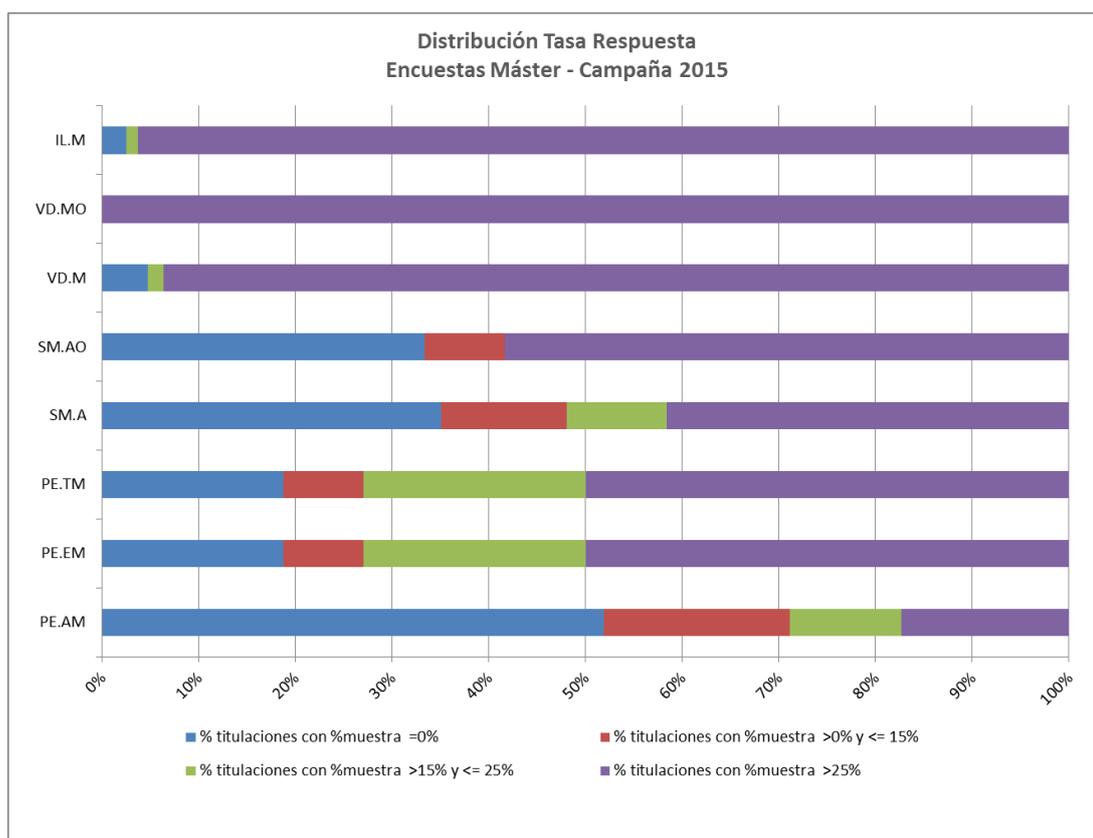


Ninguna de las encuestas puestas en marcha por primera vez en esta campaña ha alcanzado un porcentaje de muestra $>30\%$; las que ya se realizaron en el curso anterior, sin embargo, presentan una tasa de respuesta muy elevada, superior en todos los casos al 60% .

Igual que para las titulaciones de grado, las encuestas de Valoración Docente, pese a ser online, tienen una tasa de respuesta muy alta, asociada al hecho de que los alumnos tienen que completar la encuesta para conocer las notas de las diferentes asignaturas del máster.

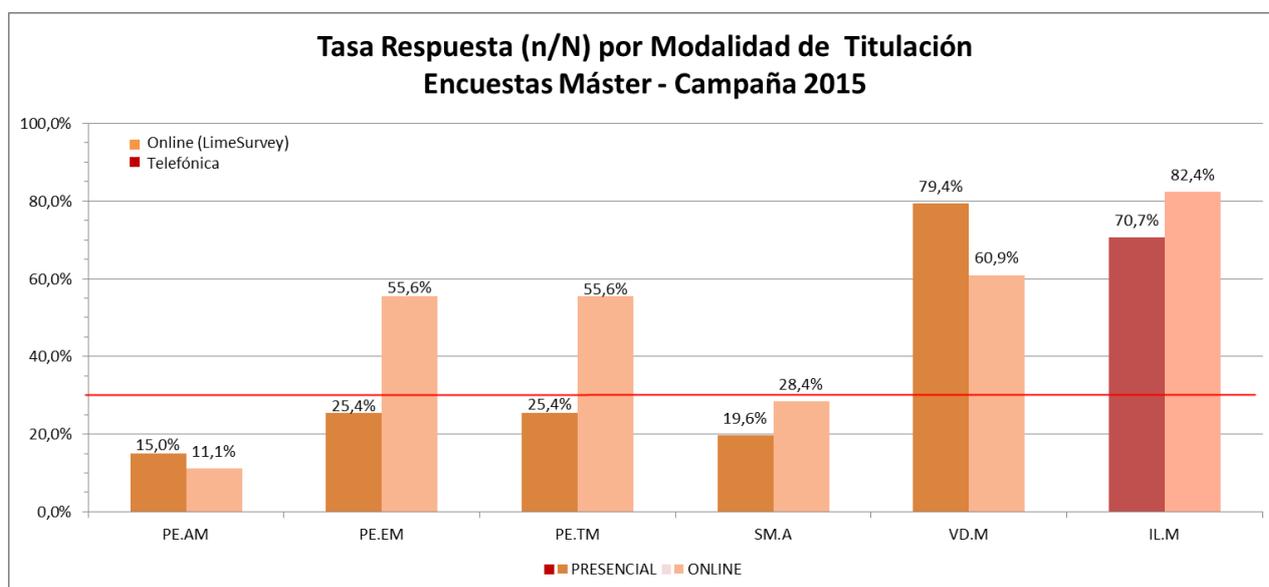
Aunque los valores más bajos se obtienen en las encuestas de Satisfacción con las Prácticas Externas y Satisfacción de los Estudiantes con el Máster, la tasa de respuesta para el resto de las encuestas implementadas en el curso 2014/15 está por debajo del objetivo mínimo del 30% marcado en la Comisión de Garantía de Calidad. En las próximas campañas será necesario mejorar esta cifra, no solo optimizando el sistema de distribución de las encuestas a la población, sino también a través de una labor de sensibilización entre los colectivos implicados de la importancia que el PGRI tiene en la mejora de la calidad de los títulos.

La distribución de la muestra entre las diferentes titulaciones de máster facilita la interpretación de los datos anteriores:



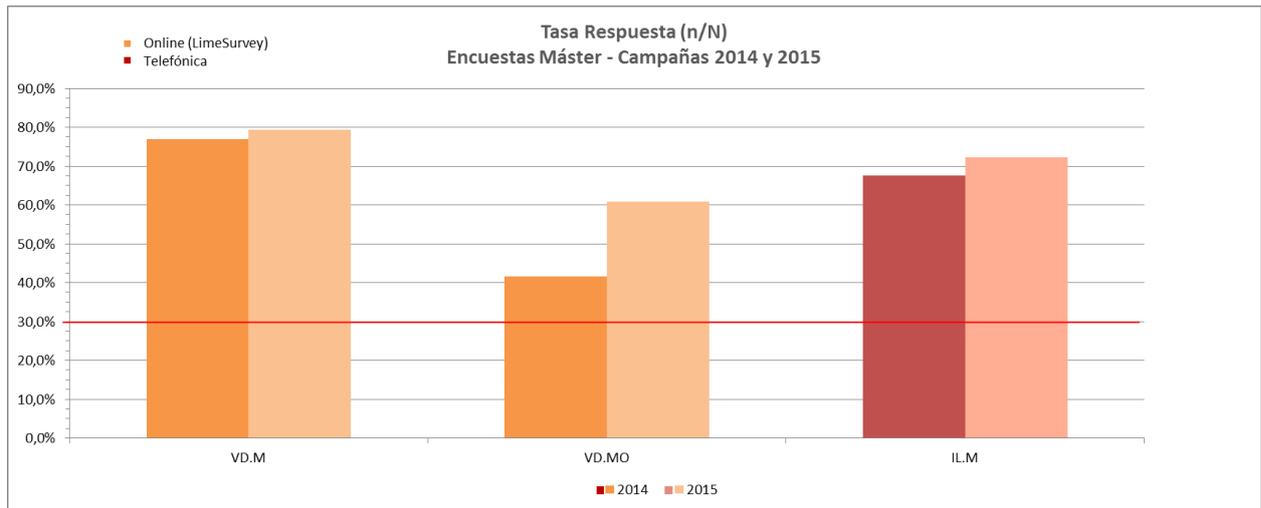
En las tres encuestas de Satisfacción con la Prácticas Externas la mitad de las titulaciones está por debajo del 25% de tasa de respuesta, siendo este porcentaje en la encuesta de PE.AM el de titulaciones de las que no se dispone de ninguna respuesta. En las encuestas de satisfacción hay que destacar también el porcentaje tan elevado de titulaciones de las que no se tiene ningún dato, por encima del 30% en ambas encuestas. Ya se ha indicado en párrafos anteriores que es objetivo prioritario para las próximas campañas es trabajar en la mejora de estos resultados.

La tasa de respuesta obtenida en las diferentes encuestas, comparadas según la modalidad de la titulación – presencial u online – se refleja en el siguiente gráfico:



A la vista de estos resultados no se puede concluir que la modalidad de la titulación influya en la tasa de respuesta, algo más baja para las titulaciones online en las encuestas de Valoración Docente y Satisfacción del Estudiante con las Prácticas Externas, y más alta en las restantes.

La evolución de la tasa respuesta de las encuestas comunes en las campañas 2014 y 2015 para las titulaciones de máster es la que se representa a continuación.



Para las tres encuestas analizadas se observa un pequeño incremento en la respuesta en la campaña 2015 respecto a la anterior, destacando el aumento de la respuesta de VD para los másteres online.

Otros Informes del PGRI

Además de las fichas de indicadores de cada una de las encuestas relacionadas en el anterior epígrafe, dentro del Plan General de Recogida de Información se ha elaborado el siguiente informe:

- Fichas de indicadores de Valoración Docente por asignaturas de grado y máster

A partir de los datos recogidos en las encuestas de Valoración Docente de grado y máster, se ha preparado para cada titulación una ficha con los indicadores de valoración docente de las asignaturas que se imparten en cada curso.

Nuevas Encuestas a incluir en el PGRI

Se propone para la campaña 2016 y siguiendo las recomendaciones de las entidades de acreditación de los títulos universitarios, incluir en el PGRI las siguientes encuestas:

PC.AG	Prácticas clínicas. Alumnos de grado
SM.PDI	Satisfacción del profesorado con el máster presencial
SM.PDI.O	Satisfacción del profesorado con el máster semipresencial
SU.PAS	Satisfacción del Personal de Administración y Servicios con la Universidad

Conclusiones

En la campaña 2015 se han puesto en marcha todas las encuestas aprobadas en el Plan General de Recogida de Información en marzo 2014, con la dificultad inherente a cualquier actividad que se realiza por primera vez.

De los datos presentados en los capítulos anteriores se desprende que el mayor problema para disponer de una información fiable y de calidad es el derivado de una baja tasa de respuesta, por lo que la mayor parte de los esfuerzos en campañas sucesivas tienen que ir orientados a aumentar el porcentaje de participación de todos los colectivos implicados en el PGRI.

Un seguimiento del cumplimiento de las propuestas de mejora que se aprueben por la Comisión de Garantía de Calidad de la URJC, es un buen inicio para lograr este objetivo.