

INFORMACIÓN DE LOS COSTES DE LOS SERVICIOS UNIVERSITARIOS DESDE LA PERSPECTIVA DE SUS PERCEPTORES DIRECTOS

Pedro M. BALBOA LA CHICA

Universidad de Las Palmas de
Gran Canaria
(España)

Margarita MESA MENDOZA

Universidad de Las Palmas de
Gran Canaria
(España)

**Heriberto
SUÁREZ-FALCÓN**

Universidad de Las Palmas de
Gran Canaria
(España)

**Domingo
VERANO-TACORONTE**

Universidad de Las Palmas de
Gran Canaria
(España)

RESUMEN:

El objetivo del presente trabajo es ofrecer una visión de la opinión de estudiantes universitarios sobre la transmisión de la información que emana de los Modelos de Contabilidad Analítica de las Universidades, más allá de aquellas personas que tienen competencias en su gestión. Este tema nos parece de indudable interés y actualidad en el entorno económico y social actual en el que imperan palabras tales como “transparencia”, “eficacia” o “eficiencia”, vinculadas a la gestión de los recursos públicos, y más aún cuando las universidades españolas están inmersas en procesos de implantación de sistemas de información sobre el coste de sus actividades.

La información en materia de costes y rendimientos suele ser de carácter interno, utilizada por los gestores, pero es obvio que la transparencia en la gestión de los recursos públicos pretende transmitir a la sociedad en general información de tal índole, si bien tampoco se nos escapa que un uso inadecuado de este tipo de información puede causar efectos no tan positivos, toda vez que las organizaciones no son homogéneas y, por tanto, no fácilmente comparables.

Son múltiples los colectivos que pueden tener interés en la información económico-técnica del ámbito universitario. En este trabajo nos centramos en uno de ellos, como perceptores de sus servicios, los estudiantes. Para conocer su visión se ha diseñado un cuestionario y circularizado entre una muestra de la población, seleccionada de un mismo ámbito espacial y con un mismo perfil curricular, formación en administración y dirección de empresas. El análisis de la información nos permitirá ofrecer su visión sobre indicadores económicos que afectan a la actividad docente e investigadora, así como a otros servicios universitarios

Palabras claves: Costes, universidades, grupos de interés, sociedad, transparencia.

1. INTRODUCCIÓN

No cabe duda que la transparencia en la gestión de las organizaciones públicas se presenta como un tema de indudable actualidad en el contexto económico y social que vivimos desde hace unos años. En España, es en 2013 cuando se publica una Ley de Transparencia que exige a las instituciones públicas la estricta obligación de ofrecer información a los ciudadanos. Así, a partir de la publicación de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, sobre Transparencia, Acceso a la información pública y Buen Gobierno, se ha ampliado el marco de estudios realizados para determinar el grado de transparencia de diversos entes públicos.

Según se señala en el último informe de transparencia de Martín Cavanna y Barrios (2016), las universidades públicas españolas han superado su examen de transparencia, con una calificación de notable alto. Con este examen se pretende evaluar la transparencia en la web de información relevante, de forma visible, accesible, actualizada e integral, sobre una serie de áreas, complementando la establecida en la legislación con cuestiones que en ella se han omitido o desatendido. Tales áreas son: misión, plan estratégico, personal, gobierno, oferta y demanda académica, claustro, alumnos, información económica y resultados.

Con el firme objetivo de plantearnos la procedencia o no de su publicación, el tópico seleccionado en el presente trabajo es el coste de los servicios universitarios, magnitud que cabría incluir bajo el prisma de la información económica. En la información de tal índole, el referido informe contempla la publicación del presupuesto, de los estados financieros, incluida la Memoria de las cuentas anuales, de información sobre auditoría, así como el desglose de ingresos y gastos. De ello se desprende que la magnitud objeto de estudio no se considera de forma individualizada en el referido informe, ni tampoco en la normativa, y sobre la misma no encontramos referencias específicas en la literatura sobre transparencia.

Ahora bien, tras la publicación del Plan General de Contabilidad Pública en 2010, se produjo un hecho novedoso como es que las Administraciones Públicas deben informar, a través de su Memoria, sobre costes de actividades e indicadores de gestión, información que emana de la Contabilidad Analítica, y tradicionalmente suele estar dirigida a usuarios internos de la organización.

Así pues, parece que las Universidades han de publicar información que emana de su Contabilidad Analítica, en los términos previstos en la planificación contable, lo que conduce, sin duda, a una mayor transparencia. En la nota de costes de actividades la información a publicar es de carácter general, a modo resumen, de sus elementos de coste y del coste de sus actividades, estructurado por elementos de coste. Y, en los indicadores de gestión, se incluye un conjunto de ratios que deberían ser útiles para

expresar la eficacia, eficiencia y economía en la prestación de los servicios públicos, permitiendo algunos de ellos relativizar la información del coste de los servicios.

En este contexto, nos planteamos si pudiera resultar de interés publicar información más allá del cumplimiento de la normativa contable, sobre el coste de actividades, productos y/o servicios universitarios, desde la perspectiva de un grupo de interés plausible, como es el colectivo de estudiantes, parte integrante de la comunidad universitaria.

A tal fin, tras esta introducción, el trabajo se estructura en cinco apartados. En los dos primeros apartados se presta atención a la transparencia sobre la información de costes de las universidades, así como a puntualizar algunas consideraciones sobre la publicación de tal concepto. Seguidamente se presenta la metodología, cerrando con el análisis de los resultados y principales conclusiones.

Los resultados ponen de manifiesto que los estudiantes otorgan importancia a la implantación de Modelos de Contabilidad Analítica en las Universidades (MCA), con información útil para ellos. En este sentido, consideran más relevantes los indicadores a nivel global de las actividades docentes, investigadoras y otros servicios universitarios.

2. TRANSPARENCIA UNIVERSITARIA

Como señalan Alonso y García (2014), no existe "una definición única de transparencia en la literatura, todas las aproximaciones que se han hecho a ella giran en torno al concepto básico de suministrar un amplio caudal de información relevante al público en plazos oportunos de tiempo". Así, autores como Del Campo, Herrador y Segovia (2016) señalan que "la transparencia es un concepto relacionado con la posibilidad de que la información de una empresa, gobierno u organización, pueda ser consultada por los diferentes agentes interesados, de tal modo que éstos puedan tomar decisiones sin estar sometidos a una asimetría informativa".

La literatura en torno a la transparencia se relaciona, tal y como señalan algunos autores, con la teoría de los *stakeholders*. Así, se pronuncian Navarro, Alcaraz y Ortiz (2010) señalando que las exigencias de los ciudadanos han provocado la necesidad de mejorar la eficiencia y la transparencia en las entidades públicas, lo que ha contribuido a que los distintos *stakeholders* reclamen que las actuaciones de las mismas sean socialmente responsables. De este modo, una forma que tienen las empresas de justificar sus actuaciones es por medio de la divulgación de información específica de los aspectos que les atañen. "Esto supone que un incremento de la transparencia de sus estrategias y actuaciones ante los principales *stakeholders*: puede mejorar su imagen, dar muestras de una disminución del riesgo empresarial y/o de una gestión más eficiente" (e.g., Al-Tuwaijri, Cristensen y Hughes, 2004; Hasseldine, Salama y Toms, 2005; citado en De Cássia y López, 2010: 49).

Compartimos la afirmación realizada en el modelo CANOA (2011:17), que, en las Universidades Públicas, “si bien los primeros usuarios de la información deben ser los distintos estamentos que conforman cada Universidad, su trascendencia al resto del tejido social parece evidente”. En este sentido, son múltiples las personas y/o grupos de interés que podrían demandar información sobre el coste de los servicios universitarios, ya sea porque la precisan para gestionar, por ser integrantes de la comunidad universitaria, o simplemente por transparencia de la gestión pública. De ellos, destacamos los que figuran en la Tabla 1

Tabla 1: Personas y grupos de interés en los MCA

PERSONAS	GRUPOS DE INTERÉS
Personal docente e investigador	Asociaciones de estudiantes
Personal investigador	Asociaciones empresariales
Personal de Administración y Servicios	Asociaciones de ciudadanos
Gerencia	Instituciones financieras
Responsables de Unidades de Gastos	Compañías aseguradoras
Rectores	Partidos políticos
Vicerrectores	Tribunales de Cuentas
Representantes políticos	Otras entidades públicas o privadas
Estudiantes	
Ciudadanos en general	

Fuente: Elaboración propia a partir de la adaptación de Navarro et al. (2015).

Ante los múltiples usuarios, coincidimos con Alonso (2009) en que "la transparencia se convierte en un factor esencial, donde la confianza crece proporcionalmente a la disposición de la empresa para responder ante las demandas de información sobre su comportamiento. Tal información no solamente debe ser económica-financiera, sino que debe englobar información relevante para todos los grupos con intereses legítimos".

3. COSTE DE PRESTACIÓN REAL DEL SERVICIO

Las exigencias legales impuestas en nuestro país no dejan de ser un motivo más que suficiente para que las universidades españolas se hayan planteado implantar sistemas de información contable que les permitan cumplir con los requerimientos exigidos para obtener financiación pública o para la fijación de los precios de sus titulaciones. Pero, no podemos olvidar el papel que los modelos de contabilidad analítica han de jugar en la satisfacción de otro tipo de necesidades informativas de los gestores universitarios, generando

información útil y adecuada para fundamentar su toma de decisiones. Asimismo, han de ser modelos flexibles y abiertos que permitan su adaptación a los continuos cambios organizativos en las universidades y atiendan a sus especificidades.

Ahora bien, que la intención pueda ser únicamente la de cubrir las exigencias legales o contractuales impuestas para obtener financiación o, realmente, se quiera también generar información útil para su gestión interna dependerá de la propia inquietud y la prioridad que le otorguen sus equipos de dirección y gobierno. Prueba de ello es que han sido varios los intentos y las experiencias existentes en nuestro país en cuanto a diseño de modelos en el ámbito universitario, intentos culminados sin éxito. La publicación por parte de la IGAE (2004) del Documento sobre Principios Generales de Contabilidad Analítica en las Administraciones Públicas, la del Libro Blanco de los costes en las Universidades (2007), o la del documento CANOA, adaptado para las universidades en 2011, han generado un movimiento en el seno de las mismas, en aras no sólo a diseñar modelos de contabilidad analítica personalizados, sino a iniciar su implantación. De hecho, nos encontramos que en el seno de las universidades se están desarrollando sus aplicaciones personalizadas, que permitirán conocer el coste de actividades docentes y de investigación.

Como se afirma en el Libro Blanco de los costes de las Universidades (2007), “el éxito del modelo de contabilidad analítica para las universidades está en que alcance un grado suficiente de implantación y se convierta en un referente en el cálculo de costes en la Universidad Pública Española”.

No obstante, conviene tener presente la consideración relativa del concepto coste, toda vez que, por ejemplo, no toda la asignación resulta clara e inequívoca, debiendo adoptarse decisiones que dotan al coste de tal relatividad, no siendo una cifra exacta y totalmente objetiva. Ello no entraña mayor problema, siempre que su tratamiento económico-contable, desde su concepción como elemento hasta su imputación a los objetivos de cálculo esté basado en criterios racionales y económicos, con una evidente carga subjetiva, pero, en ningún caso, dotada de arbitrariedad. Además, tradicionalmente, la información que emana de la contabilidad analítica, interna, de costes o de gestión va dirigida principalmente a usuarios internos de la organización, que han de conocer las limitaciones que presenta el proceso de cálculo de la magnitud a utilizar.

Sin embargo, es obvio que la transparencia en la gestión de los recursos públicos puede conducir hacia la transmisión a la sociedad en general de información sobre costes y rendimientos universitarios. En este sentido, cabe advertir que un uso inadecuado de este tipo de información puede causar efectos no tan positivos, toda vez que las organizaciones no son homogéneas y, por tanto, no fácilmente comparables.

4. ASPECTOS METODOLÓGICOS

Con la intención de conocer la opinión del grupo de interés seleccionado, los estudiantes, como parte integrante de la comunidad universitaria, se procedió a delimitar la muestra objeto de estudio, así como al diseño del cuestionario.

4.1. Diseño de la encuesta

Una vez seleccionado el grupo de interés objeto de estudio, se diseña el cuestionario con tres grandes bloques. En el primero se presenta el objetivo de la encuesta: conocer si la información que emana del MCA de la Universidad pudiera ser exigida por la sociedad y convertirse en información pública. Ello desde la perspectiva de estudiantes, perceptores de los servicios universitarios y con formación básica en materia de costes y gestión.

El segundo bloque está destinado a buscar un perfil del estudiante, con una serie de preguntas que permitan segmentar la muestra en distintos grupos. A tal fin, se introducen preguntas como: edad, sexo, curso más alto en el que está matriculado, años que lleva en la titulación, o preguntas para delimitar su poder adquisitivo, tales como si percibe beca o precisa trabajar para pagar sus estudios. Además, se incluyen tres preguntas básicas para delimitar su nivel de conocimiento sobre contabilidad de costes.

En el tercer bloque se realizan una serie de preguntas generales para conocer su opinión sobre la oportunidad de comunicar la información del MCA tanto a los estudiantes, como a la sociedad en general, valorándolo en una escala *Likert* de 1 a 5. Así mismo, con tal valoración, se incluye una serie de conceptos para que opinen sobre la importancia de su comunicación; conceptos de costes y márgenes relacionados con la actividad docente, investigadora o de otros servicios universitarios. Para la selección de tales conceptos, se parte de la encuesta que se presenta en el Libro Blanco de Costes de Universidades (2007), para ser respondida por los Rectores, al entender que precisan información más agregada y personalizada. Por último, se les pregunta sobre el mejor canal para comunicar la información. Así mismo, ante de administrarlo a los estudiantes, el cuestionario fue revisado por un conjunto de expertos en la materia para que realizaran las consideraciones que estimasen oportunas, y proceder a su validación.

4.2. Muestra

El cuestionario así diseñado se administró a una muestra de 160 estudiantes del Grado en Administración de Empresas (GADE) y de los Dobles Grados en Administración de Empresa e Informática y Administración de Empresas y Derecho. Esta muestra supone el 61% de los 262 estudiantes matriculados en el curso 2016/2017 en la asignatura Contabilidad de Gestión Superior. El motivo de escoger a los estudiantes de esta asignatura en particular, es poder contar con personas que tuvieran una formación mínima al respecto de las variables e indicadores que se recogen en este estudio. Esta asignatura se imparte en el tercer curso de GADE y cuarto curso de los dobles grados.

La encuesta se pasó en el mes de octubre de 2016. Los datos recogidos fueron procesados con el paquete estadístico SPSS versión 23, con el que se realizaron análisis descriptivos y pruebas t-Student de diferencia de medias.

5. RESULTADOS

La edad promedio de los estudiantes encuestados es de 22,5 años y el 54,8% son mujeres. Casi la mitad están matriculados en alguna asignatura, al menos, de cuarto curso. El 82,5% de los estudiantes llevan entre 3 y 5 años en la titulación.

En cuanto a los factores económicos y el poder adquisitivo de los estudiantes, un 27,5% de los encuestados disfruta de algún tipo de beca. Por lo que respecta a la simultaneidad de trabajo y estudios, un 21,3% reconoce desempeñar alguna actividad profesional. Por último, un 49% indica que a la unidad familiar a la que pertenecen, le supone un esfuerzo alto o muy alto financiarle los estudios, mientras que un 25% reconoce que el esfuerzo familiar es bajo o muy bajo.

Respecto a las variables propias del estudio, y concretamente a la importancia de implantar un MCA orientado a diferentes grupos de interés, un 83% de los encuestados está muy de acuerdo o completamente de acuerdo en la necesidad de implantar un MCA en la Universidad. La valoración media en esta variable es de 4,3 sobre 5 puntos.

Asimismo, un 70% de la muestra está muy de acuerdo o completamente de acuerdo en que la información ofrecida por el MCA esté dirigida específicamente a los estudiantes. La puntuación media de este ítem es de 4 sobre 5.

Por lo que respecta al grado de acuerdo con ofrecer información del MCA a la sociedad, el 55% de los estudiantes declaran estar muy de acuerdo o completamente de acuerdo, con una valoración media de 3,65 sobre 5.

Importancia de publicar diferentes indicadores del MCA.

Considerando los diferentes indicadores que podría contener el MCA, se comentan los resultados relativos a la actividad docente, investigadora y otros servicios universitarios.

Respecto a la importancia que los estudiantes daban a los diferentes indicadores relacionados con la actividad docente, se consideraron el coste global de la titulación, el coste por departamento, el coste de la titulación por alumno, el coste de la titulación por asignatura y el margen de cobertura de la titulación. Como se puede observar en la Tabla 2, los indicadores que recibieron un mayor nivel de apoyo de cara a su publicación fueron el coste global de la titulación, con un 64,2% de estudiantes que lo consideraron importante o muy importante; y el coste de la titulación por estudiante, con un 64,8%. En el otro extremo, el indicador menos importante es el coste de la actividad docente por departamento, que sólo recibió un 29,5% de las valoraciones entre 4 y 5 puntos.

Tabla 2: Indicadores relacionados con la actividad docente

Coste global de la titulación	
Escala	Porcentaje
1	10,7
2	9,4
3	15,7
4	23,3
5	40,9
Total	100
Coste de la docencia por departamento	
Escala	Porcentaje
1	25,2
2	28,3
3	17,0
4	20,1
5	9,4
Total	100
Coste de la titulación por alumno	
1	8,2
2	11,3
3	15,7
4	28,3
5	36,5
Total	100
Coste de la titulación por asignatura	
1	10,0
2	16,4
3	39,6
4	19,5
5	14,5
Total	100
Margen de cobertura de la titulación	
1	32,7
2	22,0
3	15,7
4	14,5
5	15,1
Total	100

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a los indicadores relacionados con la actividad investigadora, se analizaron los siguientes indicadores: coste global de investigación, coste de investigación por departamento, coste de los productos que generan ingresos, coste de los productos que no generan ingresos y el margen de cobertura de cada producto de investigación (ver Tabla 3). Los estudiantes

valoran como más importantes el coste global de la investigación (58,5% indican que es importante o muy importante), el coste de los productos que generan ingresos (44,7%) y el coste de investigación por departamento (45,9%). Por el contrario, el indicador menos valorado es el coste de los productos que no generan ingresos (29,6%).

Tabla 3: Indicadores relacionados con la actividad investigadora

Coste global de la investigación	
Escala	Porcentaje
1	13,2
2	10,1
3	18,2
4	18,9
5	39,6
Total	100
Coste de la investigación por departamento	
Escala	Porcentaje
1	9,4
2	23,9
3	20,8
4	31,4
5	14,5
Total	100
Coste de productos que generan ingresos	
1	7,5
2	23,9
3	23,9
4	25,8
5	18,9
Total	100
Coste de productos que no generan ingresos	
1	26,4
2	20,1
3	23,9
4	14,5
5	15,1
Total	100
Margen de cobertura de cada producto de investigación	
1	32,1
2	13,2
3	22,0
4	15,7
5	17,0
Total	100

Fuente: Elaboración propia

Por último, se preguntó por la importancia de indicadores relacionados con la prestación de otros servicios universitarios, incidiendo en el coste global de esos otros servicios y su margen de cobertura (ver Tabla 4). A este respecto, los estudiantes consideraron más importante el coste global de otros servicios, otorgándole una valoración de importante o muy importante en el 74,2% de los casos, por un 60,1% del margen de cobertura.

Tabla 4: Indicadores relacionados con otros servicios universitarios

Coste global de otros servicios	
Escala	Porcentaje
1	6,3
2	3,8
3	15,7
4	32,1
5	42,1
Total	100
Margen de cobertura de otros servicios	
Escala	Porcentaje
1	5,1
2	10,1
3	24,7
4	31,0
5	29,1
Total	100

Fuente: Elaboración propia

Canal de información adecuado para la divulgación de la información del MCA

Los estudiantes encuestados consideran que el medio más apropiado para la difusión de la información recogida en el MCA de la Universidad es la Web de la institución (48,8%), seguido del portal de transparencia (32,5%) y de la realización de presentaciones públicas (14,4%). En mucha menor frecuencia se consideran otras opciones, como las redes sociales.

Análisis segmentado

Además de las respuestas globales, se consideró de interés realizar un análisis segmentado de las mismas respecto a la importancia de los diferentes indicadores de cara a su publicación. Para ello, se escogieron como variables de segmentación el nivel de conocimiento de contabilidad de costes, el género de los estudiantes, si disfrutaban de beca y si trabajan.

Como se indicó, el cuestionario incluye dos preguntas sobre conocimientos básicos de contabilidad de costes. En función del número de aciertos, se formaron dos grupos de estudiantes: los que acertaban las dos preguntas y los que no acertaban ninguna. Con los grupos así formados, se realizó una prueba t-Student para muestras independientes. A partir de esto, se observa

que sólo existen diferencias levemente significativas, en la opinión sobre la importancia de implantar un MCA ($p=0,079$) y en la importancia de transmitir el margen de cobertura de otros servicios ($p=0,087$), siendo superior la media del grupo con mayor conocimiento de la materia. En el resto de las cuestiones planteadas no se observan diferencias significativas en función del nivel de conocimiento de la materia estudiada.

Por lo que respecta al género de los estudiantes, se presentan diferencias débilmente significativas (al 10%) en la opinión sobre la importancia de dar información a los estudiantes ($p=0,069$) y a la sociedad ($p=0,052$), así como en la importancia de incluir el coste de la titulación por asignatura ($p=0,082$). En estos casos, la valoración media de cada ítem es superior en los hombres que en las mujeres.

Al comparar a estudiantes que disfrutan de beca con los que no lo hacen, la prueba t-Student nos indica que sólo hay diferencias significativas en la importancia de incluir el coste de investigación por departamento ($p=0,010$) y el coste de productos de investigación que no generan ingresos ($p=0,037$). Sin embargo, en este caso, la significación es más fuerte ($p<0,05$). Además, los becarios dan más importancia al indicador del coste de investigación por departamento que los no becarios. Por el contrario, los no becarios (2,853) consideran más importante conocer el coste de los productos que no generan ingresos que los becarios (2,349).

Por último, se dividió la muestra entre estudiantes que trabajan y los que no trabajan. El análisis de las medias de las respuestas de estos dos grupos indica que hay diferencias significativas fuertes ($p<0,01$) respecto a la importancia de recibir información sobre el coste de la docencia por departamento y más moderadas ($p<0,05$) respecto a la importancia de indicadores como el coste global de la titulación, el coste de la titulación por asignatura y el coste global de otros servicios. Los trabajadores, respecto a estas variables que resultaron significativas, valoraron más que los no trabajadores únicamente el coste de la docencia por departamento. En el resto de los indicadores, son los no trabajadores los que le dan más importancia.

6. CONCLUSIÓN

La importancia de la magnitud coste y la sensibilidad actual sobre cómo la buena o mala gestión de los recursos públicos repercute en la sociedad, más aún si cabe en un contexto de restricciones de recursos económicos, hace que los usuarios externos puedan requerir información sobre indicadores de los MCA. Esta información de carácter económico-técnica, y cuya obtención es fruto de la adopción de decisiones sobre cómo asignar e imputar determinados tipos de costes, sin duda tendrá calado social, pero debe tomarse con la oportuna cautela a la hora de realizar comparaciones interuniversitarias.

El objetivo del presente trabajo es conocer hasta qué punto la información sobre costes y márgenes de servicios universitarios pudiera ser exigida por la sociedad y convertirse en información pública, mediante su distribución a través de distintos canales de información. Ello se aborda desde la perspectiva de los estudiantes, perceptores de los servicios universitarios y con formación básica en materia de costes y gestión.

Los resultados obtenidos nos permiten extraer una serie de conclusiones. En primer lugar, y respecto a la necesidad de implantar un MCA en la universidad, la mayoría de los estudiantes se muestra muy favorable. Además, los encuestados consideran que ellos, los estudiantes, son los que deberían disponer de la información, dado que son usuarios directos de los servicios universitarios. Destaca que los estudiantes consideran de menor importancia que la información generada por un MCA se transmita a la sociedad en general, quizás porque no se la ve como parte activa en el sistema universitario. No obstante, se matiza que la mayoría de los estudiantes considera que la información generada por un MCA se debe comunicar a la sociedad.

En cuanto a la valoración que hacen los participantes sobre la importancia de recibir información de indicadores relativos a las actividades docentes, investigadoras y otros servicios, destaca el hecho de que el indicador con mayor nivel de apoyo no se corresponde a la actividad docente, sino a otros servicios universitarios (coste global de otros servicios). Quizás sería de esperar que dichas variables tuvieran mayor peso en el MCA, desde la perspectiva de los estudiantes, que los otros servicios prestados por la universidad. Por otra parte, sí resulta coherente que el peso de los indicadores relacionados con la actividad docente sea mayor que el peso otorgado a los indicadores de investigación.

Asimismo, los estudiantes dan más importancia a los indicadores globales de coste de la docencia, investigación y otros servicios de la universidad, que a otros que relativizan más estos costes por titulación o por estudiante. Este resultado puede parecer sorprendente, en la medida en que a un estudiante le podría ser más interesante saber el coste de su titulación y su propio coste como estudiante que el coste total de la docencia en una universidad.

Por otra parte, y entrando específicamente en los indicadores relativos a la docencia, los resultados obtenidos indican que los estudiantes dan más importancia al coste total de la docencia y a un indicador en el que se ven directamente reflejados, como es el coste de la docencia por estudiante. Esto puede ser porque les permite comparar de una manera sencilla sus costes personales por matrícula con el coste de la titulación.

En cuanto al análisis segmentado, se ha podido constatar que las diferencias principales respecto a la importancia y configuración del MCA están relacionadas con las dos variables de trascendencia económica: tener beca y tener trabajo. Sin embargo, estas diferencias hacen referencia a actividades distintas. Mientras que tener beca o no marca diferencias en actividades de investigación, trabajar o no influye en la valoración de las actividades docentes.

Limitaciones y líneas futuras

El presente trabajo forma parte de un proyecto de investigación más amplio. A pesar de las conclusiones anteriormente expuestas, se debe analizar los resultados con la oportuna cautela, debido a la existencia de una serie de limitaciones que se irán resolviendo en trabajos posteriores. Tales limitaciones devienen principalmente del tamaño muestral y la restricción del ámbito espacial, toda vez que se ha contado con estudiantes de una sola Universidad y rama de conocimiento. En futuros trabajos se solventarán estas limitaciones mediante la difusión de la recogida de datos entre estudiantes de otras Universidades, titulaciones y niveles académicos.

Conclusión final

Estos resultados constituyen una primera aproximación al tema objeto de estudio. Se considera que la contribución más relevante de este primer trabajo es abordar la perspectiva de un grupo de interés poco estudiado en esta materia y, sin embargo, esencial para el sistema universitario.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alonso, M.M. (2009). "Transparencia de las empresas para la confianza de los stakeholders a través de Internet: un análisis empírico". *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*. Vol. 15, Nº 43: 105-114.

Alonso, M.L. y García, J. (2014). "Evaluación de la transparencia municipal en el Principado de Asturias". *Auditoría Pública*. Nº 64: 75-86.

Al-Tuwaijri, S.A.; Cristensen, T.E. y Hughes, K.E. (2004). "The relations among environmental disclosure, environmental performance, and economic performance: a simultaneous equations approach". *Accounting, Organizations and Society*. Vol. 29, pp. 447-71.

Carrasco Díaz, D.; Gonzalo Angulo, J.A.; Morales Caparrós, M.J.; Sánchez Toledano, D.; Pina Martínez, V.; Torres Pradas, L.; López Hernández, A.; García Valderrama, T. (2007). *Libro blanco de los costes en universidades*. OCU, Madrid.

De Cássia, F. y López, M.V. (2010). "La información medioambiental divulgada por las empresas turísticas de alojamiento: un enfoque según la teoría de los stakeholders". *Pensar Contábil*. Vol.12, Nº 48: 46-54.

Del Campo, P.; Herrador, T.C. y Segovia, A.I. (2016). "La transparencia organizativa y económica en la web de las fundaciones: un estudio empírico para España. REVESCO". *Revista de Estudios Cooperativos*. Nº 121: 62-88.

Hasseldine, J.; Salama, J.S. y Toms, J. S. (2005). "Quantity versus quality: the impact of environmental disclosures on the reputations of UK Pcs". *British Accounting Review*. Vol. 37, Nº 2: 231-248.

Intervención General de la Administración del Estado (2004). *Principios Generales sobre Contabilidad Analítica de las Administraciones Públicas*. Centro de Publicaciones del Ministerio de Economía y Hacienda.

Intervención General de la Administración del Estado (2011). *Contabilidad Analítica de las Administraciones Públicas. El Proyecto C.A.N.O.A.*, Centro de Publicaciones del Ministerio de Economía y Hacienda.

Martín-Cavanna, J. y Barrio, E. (2016). *Examen de transparencia. Informe de transparencia voluntaria en la web de las universidades españolas*, Fundación Compromiso y Transparencia. Consultado en febrero de 2017 en http://www.compromisoytransparencia.com/upload_informes/35/50/Informe-transparencia-universidades-2015-dic.pdf

Navarro, A.; Alcaraz, F.J. y Ortiz, D. (2010). "La divulgación de información sobre Responsabilidad social corporativa en Administraciones Públicas: un estudio empírico en Gobiernos Locales". *Revista de Contabilidad*. Vol. 13, Nº12: 285-314.