

# Evaluación de la calidad percibida en el programa de orientación profesional “Andalucía Orienta” de la provincia de Jaén

Equipo de trabajo representado por  
Salvador Montilla Pérez

Instituto Andaluz de Administración Pública | Premios Blas Infante XVIII Edición



**Junta de Andalucía**

Consejería de Justicia, Administración Local  
y Función Pública

Instituto Andaluz de Administración Pública



**EVALUACIÓN DE LA CALIDAD PERCIBIDA EN EL PROGRAMA  
DE ORIENTACIÓN PROFESIONAL “ANDALUCÍA ORIENTA”  
DE LA PROVINCIA DE JAÉN**

*Trabajo galardonado con el Premio Blas Infante de Estudio e Investigación en el ámbito de la Comunidad Autónoma, en su XVIII edición en la modalidad C, “Transformando desde dentro la Administración Andaluza”, a trabajos realizados por empleadas y empleados públicos de las distintas Administraciones públicas en el territorio de la Comunidad Autónoma, que preferentemente incidan en el estudio de su práctica administrativa, de modo que puedan contribuir a mejorar y agilizar la realización de las funciones y la prestación de los servicios públicos o a encontrar resultados a problemas o disfunciones existentes.*

**EVALUACIÓN DE LA CALIDAD PERCIBIDA EN EL PROGRAMA  
DE ORIENTACIÓN PROFESIONAL “ANDALUCÍA ORIENTA”  
DE LA PROVINCIA DE JAÉN**

Autores:

Montilla Pérez, Salvador / Ahumada Lara, Ignacio  
Halcón Asís, José Manuel / Hidalgo Medina, Miguel Ángel  
Jiménez Martínez, Josefa / Maigler Muñoz, M<sup>a</sup> Adela  
Martín Barranco, Miguel Ángel / Martínez Carrasco, Francisca  
Sotomayor Morales, Paula

Evaluación de la calidad percibida en el programa de orientación profesional “Andalucía Orienta” de la provincia de Jaén / Montilla Pérez, Salvador. Ahumada Lara, Ignacio. Halcón Asís, José Manuel. Hidalgo Medina, Miguel Ángel. Jiménez Martínez, Josefa. Maigler Muñoz, M<sup>a</sup> Adela. Martín Barranco, Miguel Ángel. Martínez Carrasco, Francisca. Sotomayor Morales, Paula.

Sevilla: Instituto Andaluz de Administración Pública, 2022  
152 p. ; 24 cm. - (Estudios).

Trabajo galardonado con el Premio Blas Infante de Estudio e Investigación en el ámbito de la Comunidad Autónoma, en su XVIII edición en la modalidad C, “Transformando desde dentro la Administración Andaluza”, a trabajos realizados por empleadas y empleados públicos de las distintas Administraciones públicas en el territorio de la Comunidad Autónoma, que preferentemente incidan en el estudio de su práctica administrativa, de modo que puedan contribuir a mejorar y agilizar la realización de las funciones y la prestación de los servicios públicos o a encontrar resultados a problemas o disfunciones existentes.

ISBN: 978-84-8333-721-9

1. Administración pública. 2. Administración autonómica.

Apoyo administrativo: Arnedo Ortega, Rocío. Lechuga Atienza, Juan de Dios. Ortega Sánchez, Antonio.

Agradecimientos: A la Consejera de Empleo, Rocío Blanco, por su apoyo para la realización de este estudio y al Director Provincial del Servicio Andaluz de Empleo en Jaén, Francisco Martínez, por hacerlo posible y facilitar su presentación a los premios Blas Infante.

RESERVADOS TODOS LOS DERECHOS. NO ESTÁ PERMITIDA LA REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL EN NINGÚN TIPO DE SOPORTE SIN PERMISO PREVIO Y POR ESCRITO DEL TITULAR DEL COPYRIGHT

TÍTULO: EVALUACIÓN DE LA CALIDAD PERCIBIDA EN EL PROGRAMA DE ORIENTACIÓN PROFESIONAL “ANDALUCÍA ORIENTA” DE LA PROVINCIA DE JAÉN

AUTORES: Montilla Pérez, Salvador. Ahumada Lara, Ignacio. Halcón Asís, José Manuel. Hidalgo Medina, Miguel Ángel. Jiménez Martínez, Josefa. Maigler Muñoz, M<sup>a</sup> Adela. Martín Barranco, Miguel Ángel. Martínez Carrasco, Francisca. Sotomayor Morales, Paula.



© INSTITUTO ANDALUZ DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

Edita: Instituto Andaluz de Administración Pública  
Coordinación y corrección: Francisco Javier Domínguez Murillo  
Diseño y maquetación: Imprenta Flores  
Impresión: Servicio de Publicaciones y Boja  
ISBN: 978-84-8333-721-9

## ÍNDICE

<b>RESUMEN</b> .....	11
<b>PALABRAS CLAVE</b> .....	14
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	15
1. EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO DE CALIDAD. DE LA CALIDAD OBJETIVA A LA SUBJETIVA .....	15
2. EL CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN: LA CALIDAD EN EL SERVICIO ANDALUZ DE EMPLEO Y EL PROGRAMA ANDALUCÍA ORIENTA .....	16
3. JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS .....	19
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>LA MEDICIÓN DE LA CALIDAD PERCIBIDA</b> .....	23
1.1. INTRODUCCIÓN .....	23
1.2. MODELOS Y ESCALAS DE MEDICIÓN .....	24
1.2.1. La Escuela Nórdica .....	24
1.2.1.1. Modelo de la imagen .....	24
1.2.2. La Escuela Norteamericana .....	25
1.2.2.1. El modelo SERVQUAL .....	25
1.2.2.2. El modelo SERVPERF .....	26

1.2.2.3. El modelo de Desempeño Evaluado (EP).....	27
1.2.3. Estado actual de la investigación .....	27
<b>1.3. MEDICIÓN DE LA CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE ORIENTACIÓN PROFESIONAL PARA EL EMPLEO.....</b>	<b>29</b>
<b>CAPÍTULO II</b>	
<b>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>31</b>
2.1. MÉTODO.....	31
2.2. POBLACIÓN Y MUESTRA .....	31
2.3. INSTRUMENTO DE MEDIDA.....	34
2.4. PROCEDIMIENTO .....	37
2.5. ANÁLISIS DE DATOS.....	37
<b>CAPÍTULO III</b>	
<b>RESULTADOS.....</b>	<b>39</b>
<b>3.1. RESULTADOS DEL ANÁLISIS DEL INSTRUMENTO DE MEDIDA.....</b>	<b>39</b>
3.1.1. Análisis Factorial Exploratorio .....	39
3.1.2. Análisis Factorial Confirmatorio (AFC).....	40
3.1.3. Análisis de la fiabilidad y validez del modelo de primer orden (Dimensiones Calidad Objetiva y Subjetiva) .....	41
3.1.4. Análisis de la fiabilidad y validez del modelo de segundo orden (Escala de Calidad Percibida) .....	43
3.1.5. Validez predictiva .....	44
<b>3.2. RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE LA CALIDAD PERCIBIDA EN EL SERVICIO ANDALUCÍA ORIENTA. ....</b>	<b>45</b>
3.2.1. Análisis provincial .....	45

3.2.1.1. Análisis descriptivo .....	45
3.2.1.2. Inserción laboral .....	50
3.2.2. Análisis por unidades de orientación profesional .....	51
3.2.2.1. Análisis descriptivo .....	51
3.2.2.2 Análisis comparativo.....	66
3.2.3. Análisis por técnicos de orientación profesional .....	76
3.2.3.1. Análisis descriptivo .....	76
3.2.3.2. Análisis comparativo .....	106
3.2.4. Análisis cualitativo.....	115
3.2.5. Análisis de las variables socio-demográficas.....	119
3.2.5.1. Análisis comparativo.....	119

## **CAPÍTULO IV**

<b>CONCLUSIONES, IMPLICACIONES PRÁCTICAS Y PROPUESTAS DE MEJORA DEL PROGRAMA DE ORIENTACIÓN PROFESIONAL .....</b>	<b>127</b>
<b>4.1. EN RELACIÓN CON LOS RESULTADOS OBTENIDOS AL ANALIZAR EL INSTRUMENTO DE MEDIDA.....</b>	<b>127</b>
<b>4.2. EN RELACIÓN CON LOS RESULTADOS OBTENIDOS A NIVEL PROVINCIAL. ....</b>	<b>128</b>
<b>4.3. EN RELACIÓN CON LOS RESULTADOS OBTENIDOS AL REALIZAR LOS ANÁLISIS COMPARATIVOS ENTRE LAS UNIDADES DE ORIENTACIÓN PROFESIONAL Y EL PERSONAL TÉCNICO QUE DESARROLLA LOS PROYECTOS.....</b>	<b>130</b>
4.3.1. Consideraciones generales .....	130
4.3.2. Propuestas de mejora del programa.....	132

4.4. EN RELACIÓN CON LOS RESULTADOS OBTENIDOS AL REALIZAR EL ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE LAS CATEGORÍAS ESTABLECIDAS PARA LAS VARIABLES SOCIO-DEMOGRÁFICAS RECOGIDAS EN EL INSTRUMENTO DE MEDIDA .....	135
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	137
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b> .....	143
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	145
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b> .....	149

## RESUMEN

La calidad percibida por las personas usuarias de un servicio se ha convertido, hoy en día, en el principal referente de la calidad. La Dirección Provincial del SAE en Jaén, con la finalidad de mejorar la calidad del servicio de orientación profesional que se presta a los ciudadanos, propuso su evaluación, que fue realizada mediante la elaboración de un instrumento de medida cuyo marco teórico se sustenta en el desempeño (Cronin y Taylor, 1992, 1994), confirmándose su dimensionalidad mediante un modelo de ecuaciones estructurales. La hipótesis de contraste afirmaba, con independencia de la media provincial otorgada por los usuarios a la calidad del servicio, la existencia de diferencias, estadísticamente, significativas o *gaps* entre las categorías: unidades de orientación y personal técnico y, cuya confirmación, permitiría establecer prioridades de intervención y la metodología adecuada para gestionar y mejorar la calidad del servicio. La muestra estuvo compuesta por 1.107 desempleados usuarios del servicio de orientación, obteniendo la recolección de datos mediante encuestas telefónicas. Los resultados muestran que, en el contexto específico de la orientación profesional para el empleo, sólo existen dos dimensiones de la calidad percibida, una objetiva relacionada con componentes externos y otra subjetiva que agrupa, en una única dimensión, el resto de atributos de la calidad considerados (SERVQUAL). Y en relación con las comparativas realizadas, se confirma la hipótesis alterna, lo que ha permitido la implementación de importantes medidas para mejorar la calidad percibida del programa y la correcta prestación del servicio de orientación profesional.

## PALABRAS CLAVE

Calidad Percibida, Satisfacción, Orientación Profesional, SERVQUAL, Inserción Laboral.

## INTRODUCCIÓN

### 1. EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO DE CALIDAD. DE LA CALIDAD OBJETIVA A LA SUBJETIVA

La calidad es un concepto complejo que ha sufrido transformaciones a lo largo de la historia. Desde sus comienzos, en la Revolución Industrial del Siglo XIX, donde la calidad estaba implícita en el “*buen hacer*” del gremio artesanal o fabricantes. No obstante, el auge de la industrialización y la fabricación en masa genera la necesidad de supervisar los productos, con lo que surge el papel del inspector o supervisor (López et al., 2018). Es entre los años 30 y 50 donde aparecen los primeros controles estadísticos de procesos, primeramente con el objetivo de mejorar la producción, aunque acabará centrándose en la calidad del producto más que en su cantidad.

En este período se desarrolla la conocida norma ISO; el 23 de febrero de 1947, en Londres, 25 países conformarán la Organización Internacional de Normalización (ISO), desarrollando una de las primeras puestas en común en estándares de calidad a nivel mundial, aunque sus inicios están en el año 1926 bajo el nombre de Federación Internacional de Asociaciones de Estandarización Nacionales (ISA). En estas décadas de progreso destacó W. Edwards Deming por ser el precursor del interés por los estadísticos en el control de la calidad del mercado japonés, haciendo que este país ocupase el primer puesto en Sistemas de Calidad. Junto a Joseph Juran, forman un tándem que provocaron diseños tan interesantes como los que desarrolló Ishikawa en este sector (Lozano, 1998).

Durante la década de los 80 la calidad se desarrolla como un proceso estratégico, siendo un elemento de competitividad impulsado por los equipos de dirección. Es en los 90 cuando el concepto de *Calidad total* o *Excelencia* cobra importancia. Este

concepto, claramente influenciado por las teorías de calidad del mercado japonés, apuntará a desarrollar la calidad en todas las esferas de la organización, desde la clientela, hasta socios o personas empleadas en la empresa. Fruto de ello nace el conocido Modelo Europeo para la Excelencia Empresarial en 1991, cuya revisión en 1999 dará como fruto el conocido Modelo EFQM de Excelencia (Maderuelo, 2002), que ha implicado entre otras cosas, una evolución del concepto de calidad, que ha pasado de dirigir las actividades de una organización hacia el control de las especificaciones técnicas de un producto (conformidad), a conseguir productos o servicios que satisfagan, plenamente, a su clientela. En este sentido, la calidad ha evolucionado de lo objetivo a lo subjetivo, de la calidad interna a la externa (Duque, 2005; Duque y Parra, 2015; Saurina, 2002; Moreno, 2015; etc.) o, lo que es lo mismo, a tener muy en cuenta una serie de elementos intangibles que proporcionan la satisfacción de las y los clientes, que será, en este caso, el centro de interés de cualquier empresa que quiera ser competitiva en un mercado cada vez más exigente.

Por tanto, la calidad percibida de las personas usuarias se ha convertido hoy en día, en el principal referente de la calidad, un concepto subjetivo que está directamente relacionado con las creencias que la clientela desarrolla cuando ha recibido un servicio, si ha quedado satisfecha o insatisfecha con la prestación experimentada, esto es; «*un juicio global o actitud relacionada con la superioridad del servicio*» (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988).

Este concepto de calidad, ha sido desarrollado, por el Servicio Andaluz de Empleo, dentro de sus distintas estrategias de calidad y lo ha implementado, como línea prioritaria en el seguimiento del programa de orientación profesional que se evalúa (Andalucía Orienta); conformando, de esta manera, el contexto de la investigación que se presenta y que pasamos, a continuación, a exponer.

## 2. EL CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN: LA CALIDAD EN EL SERVICIO ANDALUZ DE EMPLEO Y EL PROGRAMA ANDALUCÍA ORIENTA

El Servicio Andaluz de Empleo con el objeto de crear un mejor servicio a la ciudadanía crea el **Plan de Calidad (2018-2021)**<sup>1</sup> diseñando estrategias de calidad y, entre otras, establece el compromiso de optimizar y hacer un uso eficiente de los recursos de empleo, gracias al análisis de los resultados obtenidos en los procesos de seguimiento y evaluación y del establecimiento de medidas correctoras y de mejora continua.

<sup>1</sup> Consejería de Empleo, Empresa y Comercio (2008). *Plan de Calidad 2018/2021*. Servicio Andaluz de Empleo. Disponible en: <https://juntadeandalucia.es/export/drupaljda/Plan%20de%20Calidad%20SAE%2020182021.pdf>

En su línea estratégica 3 *Seguimiento y evaluación de la calidad de los servicios y programas* establece, entre otros, el objetivo operativo:

### *Favorecer la evaluación permanente del Sistema de Gestión de Calidad*

Para ello, se diseñarán herramientas para la toma de decisiones y la mejora continua. La evaluación es el proceso orientado a la toma de decisiones y a la acción, que busca determinar la pertinencia, eficacia e impacto del uso de los recursos, actividades y resultados en función de los objetivos establecidos y la evaluación del desempeño de la calidad; siendo, todo ello, un compromiso de la dirección del SAE.

Por otra parte, la **Carta de Servicios Permanentes del SAE**<sup>2</sup> establece indicadores de medición en los Servicios dirigidos a las personas desempleadas u ocupadas. En relación al Servicio de Orientación Profesional establece el compromiso de “*Acompañar a las personas demandantes de empleo de manera satisfactoria, en su Itinerario Personalizado de Inserción, atendiendo a su perfil, necesidades y aspiraciones.*”

Específicamente, en el Capítulo 4. *Calidad, Seguimiento y Evaluación*, de la **Orden de 26 de septiembre de 2014**<sup>3</sup>, por la que se desarrollan los programas de Orientación Profesional en el SAE, se establece el seguimiento y la evaluación del programa de Orientación Profesional, al objeto de conocer y mejorar el desarrollo de las acciones ejecutadas. Para ello, valorará los resultados de las acciones en términos de inserción laboral, calidad de los servicios y satisfacción de las personas usuarias obtenidos a través de encuestas de resultados, cruces de datos u otras acciones que se consideren de aplicación. Y, en este sentido, desde los SS.CC. del SAE, a través del Call Center, se realizan, en cada una de las convocatorias de orientación profesional, encuestas de satisfacción a las personas usuarias.

**EL PROGRAMA DE ORIENTACIÓN PROFESIONAL QUE SE EVALÚA (ANDALUCÍA ORIENTA)**. La Red Andalucía Orienta, es un servicio de orientación profesional de la Agencia SAE que proporciona asesoramiento para la búsqueda de empleo y la incorporación al mercado laboral de las personas desempleadas inscritas como demandantes. La Red está conformada por el conjunto de unidades propias, los Centros de Referencia para la Orientación y unidades financiadas mediante subvenciones públicas; esta últimas, pueden tener carácter multiprovincial o uniprovincial.

<sup>2</sup> Resolución de 8 de enero de 2018, de la Dirección Gerencia del Servicio Andaluz de Empleo, por la que se dispone la publicación de la Resolución de 30 de noviembre de 2017, de la Presidencia del Servicio Andaluz de Empleo, por la que se aprueba la Carta de Servicios Permanentes de esta Agencia. (BOJA núm. 10, de 15/01/2018).

<sup>3</sup> Orden de 26 de Septiembre de 2014, por la que se desarrollan los programas de orientación profesional, itinerarios de inserción y acompañamiento a la inserción, regulados por el Decreto 85/2003, de 1 de abril. (BOJA núm. 193, de 02/10/2014).

Las unidades de orientación de la Red pueden desarrollar distintas acciones, como gestión de Itinerarios Personalizados de Inserción, Acompañamiento a la inserción, Asesoramiento a colectivos específicos o Gestión del área de autororientación.

En este caso, será objeto de estudio la gestión de Itinerarios Personalizados de Inserción, a través del asesoramiento de personas usuarias, ya sea de carácter individual o grupal, desarrollados por las entidades subvencionadas de carácter uniprovincial de la provincia Jaén y cuya actuación se dirigía a personas demandantes de empleo en general que fueron atendidas entre enero y diciembre del año 2020.

Estas unidades de orientación han desarrollado la gestión de dichos itinerarios en la sede de las propias unidades de orientación y, en algunos casos de manera itinerante, desplazándose a otras localidades para atender a personas demandantes del ámbito de influencia de la Oficina de Empleo correspondiente.

Para una mejor comprensión de estas actividades, vamos a introducir la definición del concepto de Itinerario de la red Andalucía Orienta, conforme a la orden de 26 de septiembre de 2014, así como; su papel respecto a otros programas y actuaciones del SAE.

*«El Itinerario Personalizado de Inserción se define como el diseño, la realización y seguimiento de una secuencia concatenada de acciones, destinadas a mejorar la empleabilidad de las personas demandantes de empleo, inscritas como desempleadas en el Servicio Andaluz de Empleo.»*

En el programa de Orientación Profesional se contabiliza, como atención directa en Itinerario Personalizado de Inserción, aquella prestada en ese marco y que haya alcanzado una duración mínima de cuatro horas. Este dato es significativo en el sentido de que han sido entrevistadas las personas que han recibido al menos 4 horas de atención personalizada en el marco de su itinerario.

#### Año 2020. El inicio de la pandemia.

El presente estudio se centra en el servicio prestado durante el año 2020. Dicho servicio se vio afectado por la emergencia de la crisis sanitaria mundial debida al coronavirus (COVID19) a principios del año, cuyas consecuencias económicas, laborales y sociales aún seguimos padeciendo.

El día 14 de marzo de 2020 se activó un estado de alarma en España, quedando paralizado todo el país, hubo restricciones para la movilidad y la actividad, consecuencia de lo cual, la

atención presencial a la ciudadanía quedó limitada a los servicios esenciales.

Durante este periodo excepcional, las unidades de orientación profesional no realizaron atenciones presenciales, si bien, continuaron con su actividad mediante atenciones telefónicas o telemáticas, con el objeto de evitar los desplazamientos, tanto de los equipos de orientación, como de las personas usuarias.

### 3. JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS

Aunque la Dirección Provincial del Servicio Andaluz de Empleo en Jaén ya contaba, dentro del contexto de calidad establecido anteriormente, con los resultados de las encuestas de satisfacción realizadas desde los Servicios Centrales del SAE a las personas usuarias de la orientación profesional; entendíamos que dichos resultados generales eran significativos únicamente a nivel provincial y, además, podrían estar modulando positiva o negativamente, diferencias, estadísticamente, significativas entre las unidades de orientación profesional o el personal técnico que desarrolla los proyectos. En el supuesto de confirmarse dichas diferencias, se podría dar un paso sustancial con la finalidad de mejorar individualmente los distintos atributos que componen la calidad percibida en los servicios de orientación profesional; esto es, que se pudiera alcanzar, por aquellas unidades o personal técnico que habían obtenido valoraciones inferiores y significativas, el estándar de calidad establecido por aquellas otras unidades o personal técnico que habían obtenido las mejores puntuaciones, consiguiéndose, de esta manera, el mismo estándar de calidad en todas las unidades de orientación, aspecto esto, absolutamente relevante al tratarse de la gestión de una subvención pública.

Este tipo de mejora de la calidad pasa inadvertida ante las puntuaciones altas que otorgan los personas desempleadas al servicio de orientación profesional, y que ha sido constatada regularmente en cada una de las convocatorias de orientación por las encuestas de satisfacción realizadas desde los Servicios Centrales del SAE. Por tanto, a nuestro juicio, se estaría señalando de esta manera la metodología adecuada para mejorar la calidad percibida en los servicios de orientación profesional; evitándose así, una posible autocomplacencia ante los excelentes resultados, que siendo cierta, con carácter general, no es exacta, porque la falta de control de las diferencias no permitiría gestionar, y por consiguiente, mejorar la calidad de los servicios de orientación.

El análisis específico que se pretende, por dimensiones de la calidad y por unidades y personal técnico, podría dar lugar, también, a formular propuestas de mejora sobre el funcionamiento del programa en general, teniendo en cuenta el gran

tamaño de la muestra utilizada y, además, permitiría cumplir las exigencias de las auditorías desarrolladas por la Intervención General de la Junta de Andalucía, cuyo control se realiza por expedientes administrativos, siendo evidente, en este sentido, que unos resultados provinciales no explicarían los obtenidos de manera individual por las entidades receptoras de las subvenciones públicas y, en mayor medida, por el personal técnico contratado que las desarrollan.

Por otra parte, era fundamental que la investigación contara con el máximo rigor científico, no sólo en el análisis de los resultados, sino también en la recogida de información referida al instrumento de medida, por lo que obviamos una encuesta con preguntas en torno a la satisfacción con el servicio recibido y, por el contrario, se realizó, con un carácter innovador y sin precedentes en la investigación realizada en nuestro país, un cuestionario basado en un marco teórico de referencia y con los requisitos mínimos de fiabilidad y validez, con la finalidad de poder comprobar y presentar, por primera vez, la dimensionalidad o los distintos atributos de la calidad referidos al contexto específico de la orientación profesional para el empleo y que serían determinantes a la hora de desarrollar los distintos estudios comparativos planificados.

Así pues, los objetivos del estudio que se presenta son los siguientes:

- 1) **Conocer las dimensiones que intervienen en la calidad percibida** de los servicios de orientación profesional mediante la validación del instrumento de medida.
- 2) **Evaluar la calidad percibida** del servicio de orientación profesional que se presta, desde las entidades subvencionadas, por la Dirección Provincial del Servicio Andaluz de Empleo en Jaén, a nivel provincial, de entidades de orientación y del personal técnico que desarrolla los proyectos (Ejercicio 2020).
- 3) **Probar la existencia de diferencias estadísticamente significativas o gaps** entre las unidades de orientación profesional y entre su personal técnico, con la finalidad de poder establecer medidas de mejora en los distintos atributos de la calidad y dirigidas hacia aquellas entidades o personal técnico que no alcanzaran el estándar de calidad provincial determinado. Aclaramos que la formulación de este tercer objetivo se realiza teniendo en cuenta, como más adelante se desarrolla, que las muestras no siguen una distribución normal y que las variables son ordinales, por tanto, los análisis comparativos se realizarán mediante pruebas no paramétricas, que se basan en la ordenación de los valores registrados en la variable e identificando, cada uno, con unos valores denominados rangos, cuyo valor se sitúa entre 1 y n, siendo n el tamaño de la muestra; por tanto, se obvia, en las comparaciones, la información de las medias y desviaciones estándar expuestas en los descriptivos de este estudio, que nada aportarían o, en todo caso, su utilización alteraría la realidad de las comparaciones que se persigue.

4) **Formular propuestas de mejora sobre el programa** que se evalúa y de **intervención prioritaria** sobre aquellas unidades y personal técnico que no alcanzan el estándar de calidad exigido.

5) **Comprobar si las variables socio-demográficas** que se recogen en el cuestionario (edad, nivel de estudios, género, población y tiempo en desempleo) **intervienen modulando los atributos de la calidad** considerados. Para ello, la distribución de las variables que componen la calidad debe ser distinta entre las categorías establecidas, hallándose, por tanto, diferencias significativas entre ellas.

Con la finalidad de evaluar la calidad percibida en el servicio de orientación profesional y alcanzar los objetivos específicos planteados, se comienza este estudio con un capítulo, que contiene los modelos y las escalas de medición de la calidad percibida, donde, sin lugar a dudas, sobresale el SERVQUAL, así como; se expone el estado actual de la investigación. También se recoge, en este capítulo, la escasa literatura existente en relación con la calidad percibida en los servicios de orientación profesional.

El segundo capítulo, desarrolla el diseño de la investigación, exponiéndose el instrumento de medida utilizado y nuestro marco teórico de referencia que se basa en el desempeño, por tanto, se obvia la medición de las expectativas, centrándonos, únicamente, en las percepciones, aunque si se recoge, siguiendo la recomendaciones de la literatura, un ítem de carácter general que valora la satisfacción global con el servicio recibido y la escala respeta las cinco dimensiones o atributos de la calidad propuestas por los autores del SERVQUAL. En un apartado final, se exponen los distintos procedimientos utilizados para el análisis de datos, tanto para la validación del cuestionario, como para realizar los análisis comparativos.

En el tercer capítulo, se presentan los resultados, primero, referidos al instrumento de medida y, posteriormente, a la evaluación de la calidad percibida en el Servicio Andalucía Orienta, esta evaluación se desarrolla en cuatro niveles distintos, los tres primeros de carácter cuantitativo y el último de carácter cualitativo; a saber: (i) A nivel provincial. (ii) Por unidades de orientación profesional. (iii) Por el personal técnico que conforman los equipos de trabajo. (iv) Y, a través, de las sugerencias de mejora que proponen las personas atendidas. Finalmente, se analiza la modulación que ejercen las variables socio-demográficas sobre los distintos atributos de la calidad, con la finalidad de valorar la atención recibida por colectivos.

Se finaliza este trabajo con un apartado de conclusiones, implicaciones prácticas y propuestas de mejora y, por último, con las referencias bibliográficas consultadas.

## CAPÍTULO I. LA MEDICIÓN DE LA CALIDAD PERCIBIDA

*Si no puedes medir, no puedes controlar  
Si no puedes controlar, no puedes gestionar  
Si no puedes gestionar, no puedes mejorar*

---

Fuente: Gené y Arnavat (2009)

### 1.1. INTRODUCCIÓN

Antes de exponer los distintos modelos y escalas de medición de la calidad, se entiende necesario aclarar la relación existente entre dos conceptos que serán el hilo conductor de la medición de la calidad: *Calidad Percibida* y *Satisfacción*, una cuestión muy debatida en la literatura y bien recogida, entre otros, por Reboloso et al. (2004); Palacios (2014); Ganga, Alarcón y Pedraja (2019); Bustamante et al. (2019) o Nuñez y Juárez (2018).

Los conceptos de calidad percibida y satisfacción, para una parte de la literatura (Bitner, 1990; Liljander, 1994; Dabholkar, 1995) son iguales o sinónimos y, sin embargo, para otra (Morales y Hernández, 2004; McAlexander et al., 1994) no está claro si la satisfacción precede a la calidad percibida o al contrario, considerando, ambos conceptos, diferentes. En esta línea de independencia de los dos conceptos se sitúan también, Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985, 1988); Cronin y Taitor, (1992) Anderson et al. (1994); Casado et al. (2004); Saurina (2002); etc.; aunque entienden que la calidad percibida determina y precede, eficazmente, la satisfacción, línea esta, mayoritariamente defendida en la literatura. No obstante, parece clara la correlación existente entre ambos conceptos (Alén y Fraiz, 2006), «*lo cual abona la tesis de que aunque los dos conceptos no son idénticos, medir la satisfacción del cliente supone, como poco, medir la calidad percibida en muy alto grado.*» (Palacios, 2014, p. 61).

En un intento de aclarar los dos términos que venimos analizado, Reboloso et al. (2004, p. 358), siguiendo los planteamientos de Salvador (2004), expone «*que la calidad subjetiva se compone de un bloque de indicadores (elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, comprensión empática, precios, superación de expectativas, expectativas del servicio y canales de participación) que reflejan la percepción del cliente con respecto al servicio recibido.*» Por el contrario, la satisfacción es una actitud general, una percepción global (Cronin y Taylor, 1992; Oliver, 1981) «*que sirve de criterio de los niveles de calidad y, a su vez, actúa como moduladora de la relación entre los indicadores de la calidad y otras variables relevantes como el compromiso.*»

En síntesis, puede concluirse que, la calidad percibida, está compuesta por bloques o dimensiones específicas y se origina después de experimentar un servicio, mientras que la satisfacción alberga un número no determinado de atributos, algunos de ellos no directamente relacionados con la calidad. (Bustamente et al. 2019); siendo «*el resultado de la diferencia percibida por el consumidor entre sus expectativas y la percepción del resultado.*» (Rust y Oliver, 1994), citados por Duque (2005, p. 67).

## 1.2. MODELOS Y ESCALAS DE MEDICIÓN

Realizada esta introducción sobre los dos conceptos determinantes de la calidad de cualquier servicio, pasamos ahora a exponer los modelos y escalas más acreditados de medición de la calidad percibida. En este sentido, la literatura es unánime a la hora de reconocerlos (Nuñez y Juárez, 2018; Torres y Vásquez, 2015; Cruz, Orduña y Álvarez, 2018; García y Díaz, 2008; Duque y Parra, 2015; Duque, 2005; Moreno, 2015, etc.) y a nuestro juicio, resulta más comprensible su exposición partiendo de las dos escuelas principales de cuyos planteamientos han derivado diferentes submodelos; no obstante, omitimos por razones de operatividad la presentación de submodelos de carácter secundario, citando, en estos casos, la literatura donde si han sido desarrollados.

### 1.2.1. La Escuela Nórdica

#### 1.2.1.1. Modelo de la imagen

El modelo es formulado por Grönroos (1984, 1988, 1994) y se basa en los postulados sobre la calidad anteriormente desarrollados por Lehtinen y Lehtinen (1982). Se entiende que la calidad percibida está compuesta por tres dimensiones: 1. Calidad técnica (equipos, organización de la empresa, etc.); resultando ser una variable objetiva. 2. Calidad funcional (cómo la persona usuaria es tratada y percibe el servicio), es considerada una variable subjetiva 3. La imagen corporativa (imagen proyectada al

exterior, la calidad asociada a la marca) que aparece directamente relacionada con las dimensiones anteriores de la que es consecuencia. Cuando la calidad que se percibe después de una experiencia con un servicio cumple las expectativas de la clientela, le satisface, debe evaluarse dicho servicio como de buena calidad y, al contrario, cuando el servicio no cumple sus expectativas, debe ser considerado de mala calidad. Se origina así el paradigma de la desconfirmación (diferencia entre la calidad esperada -expectativas- y la recibida o experimentada -percepción de la calidad-).

El modelo es ampliado (Grönroos y Gummenson, 1987) al incorporarse las dimensiones propuestas por Gummenson, (1987): Diseño, Producción, Prestación y Calidad Relacional (*Modelo 4Q*). Por tanto, y conforme a este modelo, la calidad opera en las diferentes funciones que desarrolla la empresa, en la correcta prestación del servicio y también en los aspectos anteriormente resaltados por Grönroos (1984), esto es; en toda la vertiente de carácter técnico y funcional que desarrolla la organización.

Derivaciones de este modelo para medir la calidad percibida de un servicio podemos encontrarlas en Rust y Oliver (1994) y Brady y Cronin (2001), que como señalan Duque y Parra (2015, p. 37), «*se fundamentan en ellas para elaborar el modelo de los tres componentes y el modelo jerárquico, respectivamente.*»<sup>4</sup>

### 1.2.2. La Escuela Norteamericana

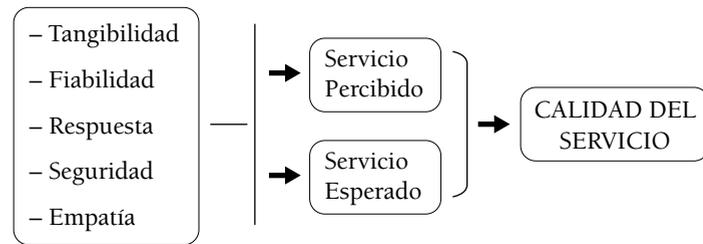
#### 1.2.2.1. El modelo SERVQUAL

Representada por los trabajos de Parasuraman, Berry y Zeithaml (1985, 1988, 1991). Para estos autores, la calidad de un servicio se encuentra en las discrepancias existentes entre las expectativas iniciales de la clientela (E) y sus percepciones una vez recibido el servicio (P), que como se dijo antes, dio origen al paradigma de la desconfirmación:  $CS = (P-E)$ . Basados en dicho concepto de calidad, los autores citados, desarrollan una escala que denominan SERVQUAL y que mide, de manera independiente las expectativas y las percepciones de la clientela. Inicialmente el cuestionario contenía 97 ítems y 10 dimensiones de la calidad, que tras su depuración psicométrica y conceptual, mediante una investigación cuantitativa, quedó reducido a 22 ítems para cada una de las escalas (Expectativas y Percepciones) y 5 dimensiones que son las siguientes: 1. Elementos tangibles (aparición de las instalaciones, recursos materiales, etc.) 2. Fiabilidad (Capacidad para realizar el servicio de forma fiable y cuidadosa). 3. Capacidad de respuesta (Disposición del personal de la organización para ayudar a los y las clientes y prestar un servicio con rapidez) 4. Seguridad (Conocimientos y

<sup>4</sup> Ver el desarrollo de los modelos en Duque (2005); Torres y Vásquez (2015); Duque y Parra (2015)

calificación del personal que presta el servicio y que conllevan, para la clientela, credibilidad, confianza y seguridad) 5. Empatía (Accesibilidad y comprensión de los problemas de la persona usuaria). La dimensión más importante, para los autores del SERVQUAL, es la Fiabilidad y la menos importante la Tangibilidad.

Figura 1. Modelo SERVQUAL



Fuente: Zeithaml, Berry y Parasuraman (1988)

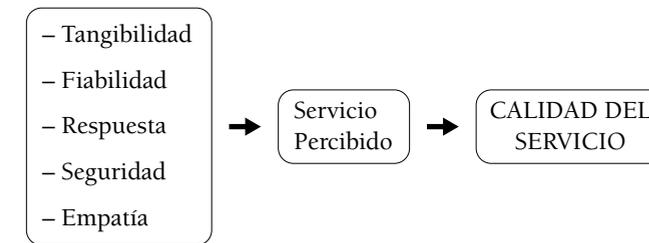
El modelo exige poner de manifiesto las discrepancias entre las expectativas y las percepciones mediante cinco brechas o Gaps<sup>5</sup>, que identificarían las distintas áreas de mejora a desarrollar por la organización. Sin duda alguna, el SERVQUAL ha sido y sigue siendo, hoy en día, la escala más utilizada para medir la calidad en diferentes tipos de servicios, como por ejemplo: Auditorias (Moreno, 2015, Sierra, Orta y Moreno, 2017). Juzgados (Ganga et al. 2019). Sanidad (Bustamante et al. 2019; Lezcano y Cardona, 2018). Ventas (Gené y Arnavat, 2009). Seguros (Narváez, Reinoso y Castro, 2020). Instituciones financieras (Morillo et al. 2011; González, 2015). Publicidad (Matsumoto, 2014). Enseñanza (Tobías et al. 2020; Mora, 2004; Vega, 2014). Centrales azucareras (Yovera y Rodríguez, 2018). Empresas chocolateras (Contreras, Camacho y Segura, 2019); etc.

### 1.2.2.2. El modelo SERVPERF

Cronin y Taylor (1992, 1994); entienden que a la hora de evaluar la calidad de un servicio, las expectativas son intrascendentes o, en todo caso, llevan a una absoluta confusión, por lo que es más adecuado medir exclusivamente las percepciones. El instrumento de medida propuesto por estos autores está compuesto por los 22 ítems del SERVQUAL, pero utiliza, como se ha dicho, únicamente la escala de percepciones, representando una alternativa a este dirigida al desempeño. El SERVPERF, se presenta ante la poca evidencia que representa medir la calidad mediante la discrepancia entre expectativas y percepciones, presentando mayor apoyo teórico y mejores propiedades psicométricas que el SERVQUAL.

<sup>5</sup> Ver Moreno (2015, pp. 179-190) y Saurina (2002, p. 808)

Figura 2. Modelo SERVPERF



Fuente: Cronin y Steven (1994)

### 1.2.2.3. El modelo de Desempeño Evaluado (EP)

Teas (1993), aceptando las dimensiones propuestas en el SERVQUAL, y dentro del paradigma de la desconfirmación, propone en su modelo de Desempeño Evaluado la sustitución de las expectativas, que presentan problemas de interpretación y operativización, por lo que él denomina «punto ideal»; esto es; una puntuación ideal que las distintas dimensiones de la calidad deben tener en cualquier organización. Posteriormente, y adicional a este modelo, el autor formula el modelo de *Calidad Normalizada (NQ)*,<sup>6</sup> integrando el concepto de punto ideal clásico con el concepto de expectativa revisada (E\*). (Duque, 2005, p. 76; Moreno, 2015, p. 163)

Las críticas realizadas al modelo SERVQUAL, fundamentalmente, por Cronin y Taylor (1992, 1994) y Teas (1993, 1994) que inundan la literatura de réplicas y contrarréplicas, provocan la aparición de un «Modelo SERVQUAL Revisado» (Parasuraman, Berry y Zeithaml, 1994); fundamentalmente en las expectativas donde se ponderan los distintos atributos de la calidad.

### 1.2.3. Estado actual de la investigación

Podemos concluir, exponiendo el estado actual de la investigación, que el modelo SERVQUAL es, sin lugar a dudas, el modelo más utilizado para medir la calidad percibida y, a su vez, el más criticado. En este sentido e incorporando también las aportaciones de la literatura más reciente, parece ser, no un modelo genérico que sea capaz de medir la calidad percibida en distintos servicios, sino que debe ser adaptado a la naturaleza específica de cada uno de ellos (Carman, 1990; Buttle, 1995; Rebolloso et al., 2004, Izogo y Ogba, 2015, Ganga et al., 2019); de lo que va a depender también las dimensiones propuestas y su validez factorial (Babakus

<sup>6</sup> Ver su desarrollo conceptual en Moreno (2015)

y Boller, 1992; Saurina, 1997; García y Díaz, 2008)<sup>7</sup>. No cabe duda, además, que evaluar dos veces, primero con la escala de expectativas y posteriormente con la de percepciones, confunde a las personas que tienen que realizar las encuestas. (Buttle, 1995; Caro y García, 2007, entre otros.) Y por último, la interpretación y funcionamiento de las expectativas, dentro del modelo, representa la crítica más generalizada. Para Cronin y Taylor (1992) y Teas (1993), las discrepancias entre las expectativas y percepciones no miden adecuadamente la calidad, además, de no haberse realizado una definición del constructo expectativa y sus posibles dimensiones, proponiendo ambos autores modelos basados en el desempeño.

En este sentido, medir la calidad exclusivamente con las percepciones, presenta: (i) Mejores resultados predictivos en relación con el concepto global de calidad y satisfacción (Saurina, 1997; Mira et al., 1997, 1998). (ii) Mayor varianza explicada. (Saurina, 1997, 2002; Mira et al., 1997, 1998). (iii) Mejores índices de fiabilidad y validez (Pascual et al., 2006; Sierra et al., 2016, Saurina, 2002) y, sin duda, resulta más fácil la administración de cuestionarios ahorrando costes. Ibarra y Casas (2014, p. 235) señalan, además, que con este método no se pierde información, si se añade a la escala una pregunta sobre satisfacción general, esto permitirá analizar la contribución de todos los ítems a dicho constructo o incluso como dicen Mira et al., (1998) utilizarla para calcular la validez predictiva de la escala de medida.

En síntesis, se puede afirmar *«que no hay razones de peso para utilizar escalas que incorporen las expectativas y que modelos tipo SERVPERF, que miden solamente percepciones, compiten ventajosamente con los que sí la incorporan y son preferibles a estos últimos.»* (Palacios, 2014, p. 67)

No obstante, el enfoque SERVQUAL no es un modelo anticuado sino todo lo contrario, es un modelo vigente que explica bien el funcionamiento de la calidad percibida atendiendo a atributos multidimensionales, y cómo éstos se relacionan con la satisfacción de la persona usuaria, aunque su utilización deberá tener muy en cuenta las críticas y, a su vez, propuestas de mejora recogidas en la literatura.

<sup>7</sup> García y Díaz, (2008); realizan, en el servicio universitario, una comparación de los modelos de medición de la calidad más reconocidos (SERVQUAL, SERVPERF, SERVQUAL modificado, SERVQUAL revisado, Desempeño Evaluado y Calidad Normalizada) y llegan a las siguientes conclusiones: (i) *«No podemos concluir, por tanto, que exista un modelo de medición de calidad de servicio cuya utilidad supere a la de los demás.»* (p. 85). (ii) *«Las dimensiones planteadas sólo reflejan, parcialmente, los factores identificados por los creadores de la escala SERVQUAL (...)»* (p. 86) (iii) *«Los factores que configuran la calidad en la prestación de un servicio los determina el cliente, es decir, el número de dimensiones depende del tipo de servicio prestado; luego, no se puede hablar de dimensiones genéricas.»* (p. 86). Reboloso et al., (2004) concluyen su trabajo afirmando que sus *«resultados demuestran la debilidad de algunas dimensiones del SERVQUAL para analizar los servicios universitarios, presumiblemente debido al procedimiento inicial de reducción usado por Parasuraman y cols. (1985) y ponen de manifiesto la importancia de incorporar nuevos ítems a cada categoría y, además, utilizar nuevas dimensiones. No obstante, este proyecto no cuestiona el funcionamiento de dicha herramienta, sino que enfatiza la necesidad de adaptarla a contextos específicos (Parasuraman y cols., 1993).»*

### 1.3. MEDICIÓN DE LA CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE ORIENTACIÓN PROFESIONAL PARA EL EMPLEO

En relación con los estudios existentes sobre la calidad percibida de las personas usuarias de los servicios de orientación, tanto de titularidad pública como privada, podemos concluir, tras una revisión exhaustiva de la literatura, que solo la publicación realizada por la Consejería de Economía, Empleo y Hacienda de la Comunidad de Madrid, (2008), tiene cierta similitud con el estudio que aquí se presenta y, por tanto, con investigaciones específicas realizadas para medir la calidad percibida en los servicios de orientación profesional para el empleo.

En este trabajo, el apartado sobre Orientación ocupa 4 páginas y recoge la encuesta telefónica realizada a 252 personas que han utilizado el Servicio de Orientación. Estas personas valoraban de 0 a 10 sobre una lista cerrada de indicadores distribuidos en dos bloques: Actividades del Servicio de Orientación y el personal del Servicio de Orientación, siendo, este último, el que recoge distintas variables de calidad percibida. Las puntuaciones, en la escala antes dicha, se sitúan entre 7,29 (tiempo de obtención de una cita) y 8,36 (Confidencialidad con que el personal trata sus datos). Y la valoración general del servicio de orientación se puntúa con 7,92. Por tanto, el estudio concluye *«que los distintos aspectos relacionados con el personal del Servicio de Orientación son muy buenas.»*

En un tercer bloque se pedía, a los usuarios, que marcaran sobre una relación de propuestas, qué aspectos mejorarían del Servicio de Orientación. Los resultados porcentuales de dichas respuestas se exponen en gráficas recogiendo, entre otras, las siguientes mejoras: el seguimiento de usuarios, más implicación del personal, mayor interconexión con las empresas, mayor personalización de las estrategias de orientación, más información y recursos, ofrecer más trabajo, agilidad de citas o más orientadores.

## **CAPÍTULO II. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.1. MÉTODO**

Se desarrolla una metodología no experimental y descriptiva, tipo encuesta, con ausencia de manipulación de variable independiente y con un diseño transversal que trata de conocer, a través de sus usuarios y usuarias, la calidad percibida en los servicios de orientación profesional desarrollados por la Dirección Provincial del Servicio Andaluz de Empleo en Jaén durante el ejercicio 2020. Por tanto, la información se recoge mediante un cuestionario y en un momento determinado.

### **2.2. POBLACIÓN Y MUESTRA**

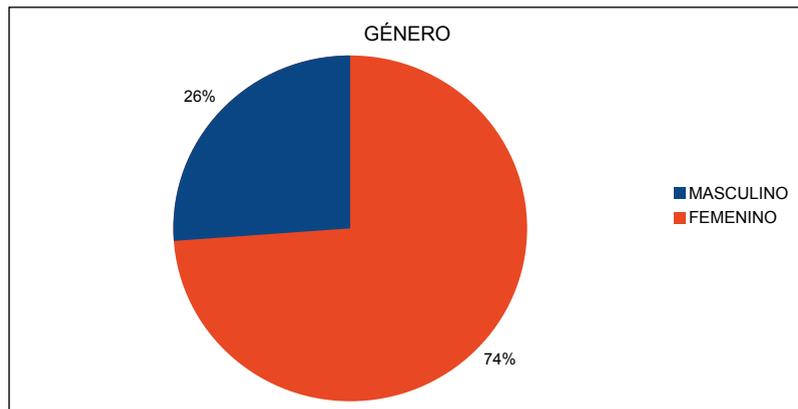
Como ya se ha dicho en la justificación de este estudio, aunque contábamos con resultados de calidad percibida provinciales realizados desde los Servicios Centrales del Servicio Andaluz de Empleo, la Dirección Provincial del SAE de Jaén propuso evaluar la calidad percibida del servicio de orientación profesional a nivel de entidad y del personal técnico de orientación que formaban cada uno de los equipos de trabajo. Por tanto, fueron consideradas como población, las personas usuarias del servicio de orientación profesional que habían sido atendidas durante el ejercicio 2020 y que habían recibido un servicio de, al menos, 4 horas de duración, que la normativa de aplicación exige para ser considerados objetivos cumplidos por la entidad, entendiéndose, además, que era la duración mínima para que la persona usuaria pudiera hacer correctamente una valoración del servicio recibido.

De esta forma, y sobre la población total atendida, por cada uno de los técnicos y técnicas de orientación se realizó un muestreo aleatorio sistemático y, en el caso, de no poder realizarse éste porque el número de la población atendida no

lo permitía, se llevaron a cabo muestreos aleatorios simples con reposición. En todos los casos, se mantuvo un nivel de confianza del 90% y un error muestral de  $\pm 7\%$ . La muestra total provincial, obviando las personas que no quisieron realizar la encuesta o las que no pudieron ser entrevistadas por contener sus expedientes números de teléfono erróneos, quedó determinada en 1.107 personas.

Su proporción, en relación con la variable GÉNERO, de cada 4 personas entrevistadas 3 fueron del género femenino: 820 mujeres que representan un 74%. (Ver Gráfico 1)

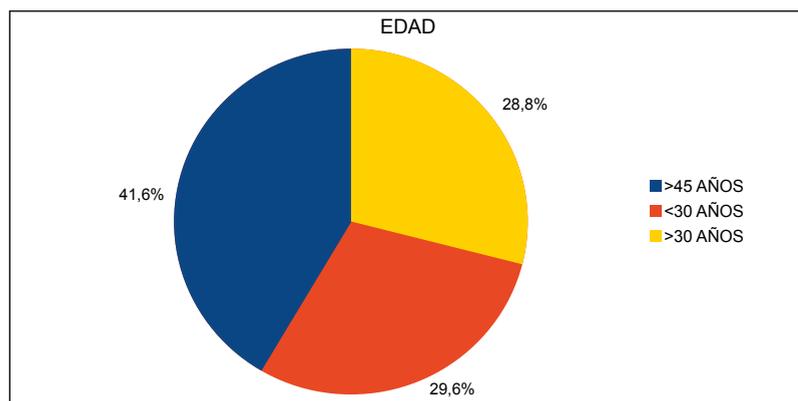
Gráfico 1. Variable Género



Fuente: Elaboración propia

En lo relativo a la EDAD de las personas encuestadas, tal y como se observa en el Gráfico 2, un 41,6% (461 del total) tenía más de 45 años, mientras que un 29,6% tenía menos de 30 años (327 del total). La población comprendida entre los 30 y los 45 años ascendió a un 28,8% (319 del total).

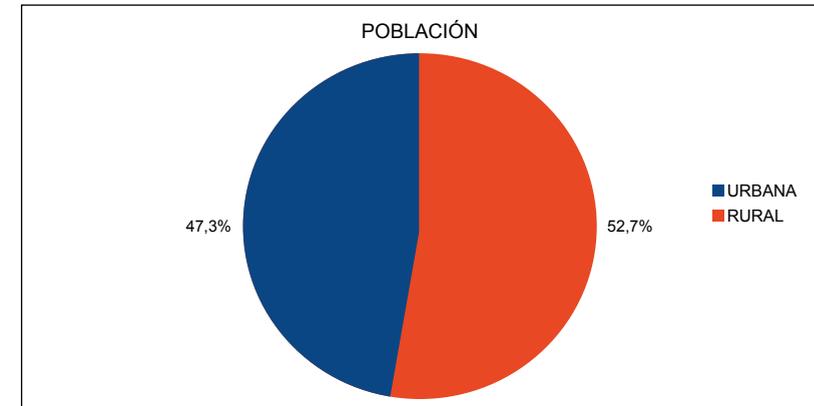
Gráfico 2. Variable Edad



Fuente: Elaboración propia

Respecto al tipo de POBLACIÓN (Ver Gráfico 3), un 52,7% vive en un entorno rural (583 del total), entendido como municipios de menos de 5.000 habitantes.

Gráfico 3. Variable Población

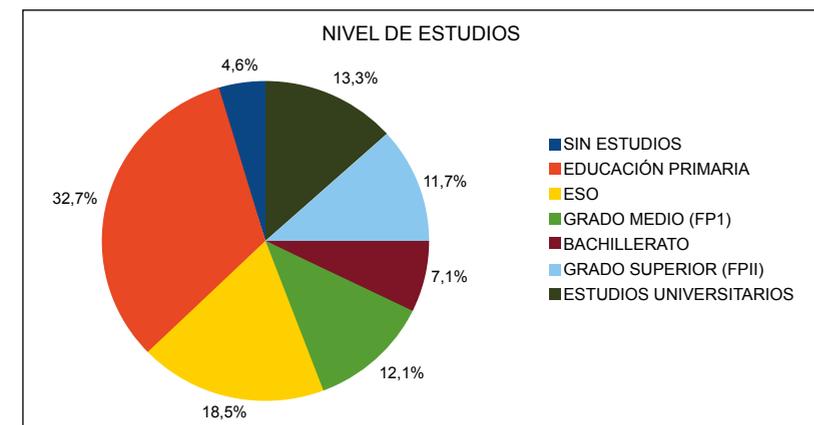


Fuente: Elaboración propia

La última variable por la que se preguntó era el NIVEL DE ESTUDIOS. Como puede observarse en el gráfico 4, el porcentaje se distribuyó de la siguiente manera:

- Sin estudios: 4,6% (51 del total)
- Educación Primaria: 32,7% (362 del total)
- ESO: 18,5% (205 del total)
- Grado Medio (FPI): 12,1% (134 del total)
- Bachillerato: 7,1% (78 del total)
- Grado Superior (FP II): 11,7% (130 del total)
- Estudios Universitarios: 13,3% (147 del total)

Gráfico 4. Variable Nivel de estudios



Fuente: Elaboración propia

### 2.3. INSTRUMENTO DE MEDIDA

Para la elaboración de la escala de medida han sido considerados todos y cada uno de los problemas relacionados con la aplicación original del SERVQUAL; así como las mejoras propuestas por los modelos derivados de la Escuela Norteamericana y la literatura más reciente, todo ello recogido en el apartado: *estado actual de la investigación*, del primer capítulo. En este sentido, por su operatividad, validez y representatividad, se parte, como **marco teórico de referencia**, del definido por Cronin y Taylor (1992, 1994); razón por la cual, se ha optado por la elaboración de una escala que contiene, únicamente, percepciones para medir la calidad percibida en el servicio «*Andalucía Orienta Jaén*»; esto es, se desarrolla un instrumento de medida basado en el desempeño y que obvia la medición de las expectativas; aunque sí respeta las cinco dimensiones propuestas originariamente por Parasuraman et. al., (1988).

En relación con la **validez de contenido**, la escala de medida ha sido adaptada a las especificaciones concretas del servicio que se presta, siguiendo las recomendaciones, entre otros, de Carman, (1990); Buttle, (1995), Reboloso et al., (2004). Para ello, los ítems originales (Zeithaml, Berry y Parasuraman, 1992), fueron sometidos a un juicio de expertos formado por ocho profesionales de la orientación de la Dirección Provincial del SAE de Jaén, resultando un primer cuestionario de 19 ítems en relación con las 5 dimensiones, más otro de carácter general, que valoraba la satisfacción global con el servicio de orientación recibido y cuya finalidad respondía a las sugerencias y finalidades aportadas por Ibarra y Casas (2014) y Mira et al., (1998). Además, se incluía un apartado abierto, de carácter cualitativo, para recoger sugerencias de mejora en el servicio por parte de las personas atendidas. Los ítems que corresponden a las dimensiones, se valoran sobre una escala tipo Likert de 5 puntos, donde 1 significa estar *totalmente en desacuerdo* con la afirmación que se hace y 5 estar *totalmente de acuerdo*. La satisfacción general se valora con el mismo tipo de escala, en este caso, otorgando una puntuación de 1 a 10 puntos.

Previamente a la administración definitiva del cuestionario, se realizó una **prueba piloto** amplia, sobre 185 personas usuarias, con la finalidad de obtener resultados que, aunque preliminares, fuesen significativos de su consistencia interna y proceder, en su caso, a la eliminación de aquellos ítems que menos aportaban a la correlación ítem-total, mejorando el valor Alfa de Cronbach o, si era necesario, realizar una nueva redacción de los mismos. En este sentido, fueron seleccionados aquellos ítems que, claramente, demostraron mejor comportamiento métrico y que conformaron el cuestionario definitivo, que consta de 16 ítems que median las dimensiones: Tangibilidad (4 ítems), Fiabilidad (4 ítems), Capacidad de Respuesta (3 ítems), Seguridad (3 ítems) y Empatía (2 ítems). Por tanto, la reducción realizada, afecta a ítems originales del trabajo de Parasuraman et al. (1988), cuestionándose, como en otros trabajos anteriores (Buttle, 1994; Reboloso et al., 2004), la estabilidad de la

escala. Concretamente, los referidos: (i) A la amabilidad y el buen trato. (Dimensión: Seguridad) (ii) Al ofrecimiento de horarios flexibles y adaptados a la persona usuaria. (Dimensión: Empatía). El tercer ítem eliminado estaba referido a la organización del servicio, que interesaba específicamente en el contexto de la orientación profesional. Por último, hay que señalar también que la dimensión «Empatía» se mide solamente con dos ítems, en tanto en cuanto, además de la eliminación del ítem comentado, se obvió el de atención personalizada que era obligatoria e inherente a un servicio de orientación, aunque se decidió mantener la dimensión para respetar la estructura multidimensional del trabajo de referencia. (Ver Tabla 1).

Finalmente, se realizó un Análisis Factorial Exploratorio de Componentes Principales y rotación Varimax, que tampoco confirmó las 5 dimensiones originales, apuntado hacia una reducción significativa, en la misma línea indicada en estudios previos. (Saurina, 1997; García y Díaz, 2008; Mira, 1997; etc.)

**Tabla 1. Ítems que componen la escala asociados a las dimensiones originales propuestas por Parasuraman et al. (1988)**

Núm.	Dimensiones/Ítems	Indicador
<b>I</b>	<b>Elementos Tangibles</b>	
1	El orientador u orientadora tiene equipos informáticos (ordenador, impresora..) y mobiliario (mesas, estanterías..) de apariencia moderna.	t1
2	La documentación facilitada tiene una buena presentación.	t2
3	Las instalaciones de la entidad en general están limpias y cuidadas.	t3
4	El espacio donde le atendieron permite mantener una conversación reservada.	t4
<b>II</b>	<b>Fiabilidad del Servicio</b>	
5	Cuando se compromete a hacer algo en cierto tiempo, lo cumple.	f1
6	Cuando usted ha tenido un problema el orientador u orientadora muestra un sincero interés en solucionarlo.	f2
7	La duración del servicio ha sido adecuado a sus necesidades.	f3
8	En la primera entrevista se le informó en qué consistía el servicio de orientación que iba a recibir.	f4
<b>III</b>	<b>Capacidad de Respuesta</b>	
9	El tiempo que tuvo que esperar para recibir el servicio fue adecuado.	cr1
10	El orientador u orientadora tuvo disponibilidad para atenderle.	cr2
11	Si necesitó resolver algunas dudas el orientador u orientadora le atendió en un tiempo adecuado.	cr3
<b>IV</b>	<b>Seguridad</b>	
12	El orientador u orientadora tiene conocimientos suficientes para responder a sus necesidades de búsqueda de empleo.	s1
13	El orientador u orientadora le inspira confianza y seguridad.	s2
14	El orientador u orientadora demuestra estar capacitado/a para responder a sus preguntas sobre la búsqueda de empleo.	s3
<b>V</b>	<b>Empatía</b>	
15	El orientador u orientadora se preocupa por sus intereses.	e1
16	El orientador u orientadora entiende sus necesidades.	e2

Fuente: Elaboración propia

Figura 3. Dimensiones e ítems considerados para medir la calidad percibida en el servicio de orientación profesional



Fuente: Elaboración propia

Figura 4. Descriptivos de las dimensiones



Fuente: Elaboración propia

## 2.4. PROCEDIMIENTO

Después de obtener la versión definitiva del cuestionario, se comenzó con el trabajo de campo, que fue realizado durante los meses de mayo y junio de 2021, obteniendo la recolección de datos mediante encuestas telefónicas a las personas usuarias, a las que se les informaba, previamente, que su participación en el estudio, era voluntaria y los datos recogidos totalmente anónimos. Obviando, como ya se ha dicho, aquellas personas que no consintieron participar en la

investigación y las que no pudieron ser entrevistadas por errores de su número de teléfono en el Sistema Telemático de Orientación de la Junta de Andalucía (STO), la muestra definitiva quedó determinada en 1.107 cuestionarios válidos que fueron codificados mediante el paquete estadístico SPSS (versión 28); también utilizado para el desarrollo del análisis de datos que se describe a continuación.

## 2.5. ANÁLISIS DE DATOS

En relación con el instrumento de medida se realizaron diversos análisis factoriales exploratorios y, previamente, se comprobó la adecuación muestral (KMO) y el coeficiente de esfericidad de Bartlett, obteniéndose un modelo de dos factores que posteriormente fue confirmado mediante un análisis factorial confirmatorio (Modelo de Ecuaciones Estructurales). Su bondad de ajuste fue estimada mediante los siguientes índices: Chicuadrado (Valor adecuado:  $p > 0.05$ ). Error de Aproximación Cuadrático Medio (RMESA). (Valor adecuado:  $> 0.08$ ). Residuo Cuadrático Medio (RMR). (Valor adecuado:  $> 0.05$ ). Índice de Bondad de Ajuste (GFI). (Valor adecuado:  $> 0.90$ ). Índice de Ajuste Normalizado (NFI) (Valor adecuado:  $> 0.90$ ). Índice de Ajuste Incremental (IFI). (Valor adecuado:  $> 0.90$ ). Índice de TuckerLewis (TLI). (Valor adecuado:  $> 0.90$ ) e Índice de Ajuste Comparado (CFI). (Valor adecuado:  $> 0.90$ ).

Se calculó, en relación con los modelos de primer y segundo orden su consistencia interna, mediante análisis de fiabilidad compuesta y valor Alfa de Cronbach, y finalmente se examinó la validez convergente y discriminante, atendiendo a los valores de la Varianza Media Extractada (AVE) de los constructos latentes. La validez predictiva fue comprobada mediante la correlación existente entre los constructos Calidad Percibida y Satisfacción de las personas usuarias.

Y en lo concerniente al contenido de las dimensiones del cuestionario, en primer lugar se realizó un análisis descriptivo de los atributos de la calidad examinados, y posteriormente, distintos análisis comparativos, mediante las pruebas *U de Mann-Whitney* y *H de Kruskal-Wallis*, para las variables de agrupación: unidades de orientación, personal técnico y las variables socio-demográficas: edad, nivel de estudios y tipo de población, teniendo en cuenta además el sentido de las correlaciones entre las variables de estudio y los resultados de tablas cruzadas para interpretar, con exactitud y en porcentajes, las aportaciones de los grupos a las diferencias identificadas. En las comparaciones múltiples, se ha controlado la probabilidad de cometer un error de tipo I en  $\alpha = 0.05$ , ajustando los valores de significación mediante la corrección Bonferroni. Por último, indicar que, el tamaño del efecto, se ha calculado mediante la *r* de Rosenthal; con los siguientes puntos de corte: Trivial=  $< 0.10$ . Pequeño= entre 0.10 y 0.29. Medio= entre 0.30 y 0.49. Grande= mayor o igual 0.50.

## CAPÍTULO III: RESULTADOS

### 3.1. RESULTADOS DEL ANÁLISIS DEL INSTRUMENTO DE MEDIDA

#### 3.1.1. Análisis Factorial Exploratorio

Se realiza, en primer lugar, un Análisis Factorial Exploratorio (AFE) de Componentes Principales y rotación Varimax, con valores propios iguales o mayores a 1 y con cargas factoriales de los ítems mayores a 0.40, que presentamos en la Tabla 2, donde figuran, en las columnas, los factores y, en las filas, las cargas de las distintas variables en cada uno de los factores. Su adecuación se calcula mediante la media Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), que ofrece un resultado de: 0,930 y la prueba de esfericidad de Bartlett (Chicuadrado: 11148,855;  $gl = 105$ ;  $sig.: 0,000$ .)

Se extraen, solamente dos factores, el primero que aglutina las dimensiones de Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía y que explicaba el 47,38% de la varianza y, un segundo factor conformado por los ítems que componen la dimensión de Tangibilidad, que explicaba el 12,91% de la varianza. Total de varianza explicada: 60,22%. El ítem núm. 2 («La documentación facilitada tiene una buena presentación»), satura en los dos factores con idéntica carga factorial (0.50), razón por la cual, fue suprimido en los análisis definitivos. En cuanto a la comunalidad de los ítems, todos presentan valores superiores a 0.40.

Tabla 2. AFE. Matriz de componente rotado

	COMPONENTE	
	1	2
e1	.883	
e2	.865	
s2	.864	
f2	.833	
s1	.795	
s3	.782	
f1	.760	
cr2	.742	
cr3	.738	
f3	.711	
f4	.648	
cr1	.487	
t1		.737
t3		.700
t4		.657

Fuente: Elaboración Propia

En síntesis, resulta una solución factorial que expone los dos componentes de la calidad percibida, un componente objetivo referido a los recursos necesarios para la prestación del servicio (Tangibilidad) y un componente subjetivo referido a las percepciones del usuario una vez consumido el producto. (Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía).

La puntuación media obtenida en el factor de Tangibilidad (Calidad Objetiva) fue de 4,74 (SD= 0.44) y en el factor correspondiente a la Calidad Subjetiva (Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía) de 4,84 (SD= 0.39). Se realizó, en este sentido, la prueba Kolmogorov-Smirnov para comprobar la normalidad de la distribución obteniéndose los siguientes resultados: Calidad Objetiva: K-S=.34 (p= 0.00) y Calidad Subjetiva: K-S=.35 (p= 0.00); por consiguiente, se incumple el supuesto de normalidad, que fue considerado para la realización del Análisis Factorial Confirmatorio (AFC) y en la comparación de medias de las unidades de orientación, personal técnico y las variables socio-demográficas incluidas en el cuestionario.

### 3.1.2. Análisis Factorial Confirmatorio (AFC)

Para el desarrollo del AFC, se utiliza el programa SPSS AMOS (versión 26). Los índices de bondad de ajuste del modelo que se obtienen son los siguientes: Chi-cuadrado: p=.000; claramente influenciado por el tamaño de la muestra (Bentler y Bonnet, 1980; Ullman, 1996; Hooper et al., 2008; etc.). En este sentido, los valores

de los otros estadísticos de ajuste absoluto analizados son correctos: [RMSA]=.07, [RMR]=.01 y [GFI]=.92. En relación con los estadísticos de ajuste incremental que se recomiendan analizar, presentan también índices muy adecuados: [GFI]=.92, [NFI]=.94, [IFI]=.94, [TLI]=.93, [CFI]=.94. Por tanto, el modelo propuesto para medir la calidad percibida en los servicios de orientación profesional tiene una buena bondad de ajuste.

### 3.1.3. Análisis de la fiabilidad y validez del modelo de primer orden (Dimensiones Calidad Objetiva y Subjetiva)

En relación, primero con la fiabilidad y la consistencia interna, todos los ítems presentan mayor correlación con la dimensión a la que pertenecen que con la otra dimensión, excluyendo el ítem que se correlaciona (Ver Tabla 3). Las estimaciones estandarizadas tienen cargas, en su mayoría, superiores a 0,50 (mínimo aceptable), salvo en la dimensión de Tangibilidad donde el ítem «t4» presenta una carga inferior, aunque superior a 0,40, que en principio mantenemos hasta ver su comportamiento general en el modelo. En relación con las dos dimensiones de la calidad, la Objetiva tiene un valor de fiabilidad compuesta de 0.76 y la Subjetiva de 0,97. Estos valores son, generalmente, superiores a los que presenta el Alfa de Cronbach, en nuestro caso, la dimensión de Calidad Objetiva tenía un valor de 0,52 y la Subjetiva de 0,94. En síntesis, se puede afirmar que las dos dimensiones tienen una buena consistencia interna.

Tabla 3. Consistencia interna y homogeneidad.

CORRELACIÓN ÍTEMS / DIMENSIONES DE LA ESCALA CALIDAD PERCIBIDA		
ÍTEMS	CALIDAD OBJETIVA	CALIDAD SUBJETIVA
t1	<b>0,34</b>	0,29
t3	<b>0,34</b>	0,28
t4	<b>0,28</b>	0,23
f1	0,20	<b>0,48</b>
f2	0,22	<b>0,50</b>
f3	0,29	<b>0,53</b>
f4	0,26	<b>0,48</b>
cr1	0,26	<b>0,53</b>
cr2	0,24	<b>0,51</b>
cr3	0,23	<b>0,54</b>
s1	0,29	<b>0,56</b>
s2	0,28	<b>0,55</b>
s3	0,31	<b>0,57</b>
e1	0,22	<b>0,52</b>
e2	0,22	<b>0,55</b>

Todas las correlaciones son significativas en el nivel 0,01 (bilateral)

Fuente: Elaboración propia

En relación con la validez convergente, la correlación entre las dos dimensiones que componen la escala es moderada (0.34) y las cargas factoriales y sus respectivos R2, en general, son suficientemente altos. (Ver tabla 4) El valor de la Varianza Media Extractada (AVE), (Fornell y Larcker, 1981); del constructo Calidad Subjetiva es de 0.57; sin embargo, en el factor Calidad Objetiva se sitúa en 0.30, por debajo del valor recomendado (0,50), no explicando sus indicadores, por tanto; un porcentaje alto de la varianza del constructo. Este hecho será considerado, posteriormente, cuando se analice el modelo de segundo orden.

Tabla 4. Estimadores generales del modelo de primer orden

Dimensión/Items	Cargas	R2	Fiabilidad Compuesta	AVE
<b>1. Calidad Objetiva</b>				
t1	0,55	0,30	0,76	0,30
t3	0,65	0,43		
t4	0,42	0,17		
<b>2. Calidad Subjetiva</b>				
f1	0,73	0,54	0,97	0,57
f2	0,81	0,66		
f3	0,70	0,49		
f4	0,65	0,43		
cr1	0,51	0,26		
cr2	0,71	0,51		
cr3	0,71	0,51		
s1	0,82	0,67		
s2	0,88	0,78		
s3	0,81	0,66		
e1	0,84	0,70		
e2	0,82	0,67		

Fuente: Elaboración propia

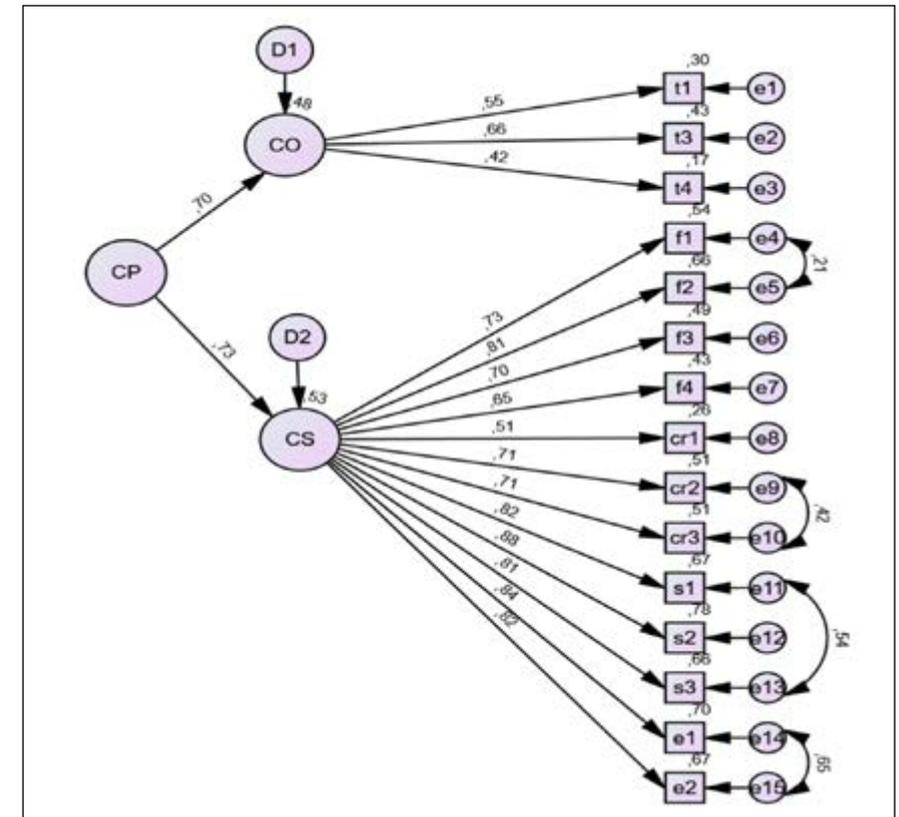
Analizando ahora la validez discriminante, se comprueba la varianza de las dos dimensiones en relación con sus variables, para lo cual, el valor de AVE debe ser, superior al cuadrado, de la correlación existente entre las dimensiones. Los requisitos, en este sentido, se cumplen, tal y como puede observarse en la Tabla 5. Por tanto, los dos constructos son diferentes.

Tabla 5. Validez discriminante.

COMPONENTES	1	2
1. Calidad Objetiva	<b>0,54</b>	
2. Calidad Subjetiva	0,34	<b>0,75</b>

Fuente: Elaboración propia

Figura 5. AFC. Modelo de la escala Calidad Percibida en Orientación Profesional<sup>8</sup>



Fuente: Elaboración propia

### 3.1.4. Análisis de la fiabilidad y validez del modelo de segundo orden (Escala de Calidad Percibida)

La Calidad Percibida, en el servicio de orientación profesional, está conformada, como ya se dijo, por un factor de Calidad Objetiva, que se identifica con la dimensión de Tangibilidad (Parasuraman et al., 1988) y por el factor de Calidad Subjetiva, que aglutina las dimensiones de Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía; por tanto, la Calidad Percibida, se corresponde con un modelo reflectivo de segundo orden que se compone de dos dimensiones de primer orden, las citadas Calidad Objetiva y Subjetiva. En relación con sus estimadores (Ver Tabla 6), la

<sup>8</sup> Para un buen ajuste del modelo y mediante los índices de modificación y la matriz residual, se obtuvieron las variables que habían sido interpretadas, por los usuarios de la orientación profesional, de forma muy parecida. En este sentido, se optó por correlacionar dichos ítems, al formar parte de la misma dimensión, antes que su eliminación. Dichas correlaciones se muestran con flechas de doble punta sobre los errores de medida en los dos ítems correlacionados.

*fiabilidad compuesta* presenta un valor de 0,92; muy adecuado teniendo en cuenta el valor mínimo exigido (>0.70), pudiéndose concluir que la escala de medida presenta una muy buena consistencia interna. Las cargas factoriales se sitúan en valores de 0.70 y tiene un índice AVE de 0.505; presentado así una adecuada *validez convergente*. En síntesis, el modelo de segundo orden es mejor que el de primer orden y tiene una buena bondad de ajuste, modulando por tanto, el indicador bajo encontrado en la dimensión de Calidad Objetiva y validando el modelo propuesto para medir la Calidad Percibida en Orientación Profesional.

**Tabla 6. Estimadores generales del modelo de segundo orden**

Dimensiones	Cargas	R2	Fiabilidad Compuesta	AVE
Escala de Calidad Percibida				
Calidad Objetiva	0,70	0,48	0,92	0,505
Calidad Subjetiva	0,73	0,53		

Fuente: Elaboración propia

### 3.1.5. Validez predictiva

Finalmente, como ya se ha dicho en la introducción del Capítulo I, la línea mayoritaria en la literatura defiende la independencia de los conceptos de Calidad Percibida y Satisfacción (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1985; Cronin y Taylor, 1992; Anderson et al., 1994; Casado et al., 2004; Saurina, 2002); entendiéndose que la primera determina y precede a la segunda. En este sentido, para analizar la *validez predictiva* de la escala, así como la correlación existente entre las dimensiones propuestas por Parasuraman et al., (1988) y la Satisfacción, realizamos una correlación Rho de Spearman entre todos los constructos, teniendo en cuenta, que la Satisfacción General con el servicio recibido de orientación profesional se ha medido, siguiendo las recomendaciones, entre otros, de Ibarra y Casas (2014) y Mira et al., (1998); con un ítem de carácter general. Los resultados, recogidos en la Tabla 7 muestran que todas las dimensiones correlacionan con el constructo general de Satisfacción, presentado la correlación más alta la escala de Calidad Percibida (R= 0.61, p= 0.01) y, en este sentido, se puede afirmar que dicha escala predice adecuadamente la Satisfacción general con el servicio de orientación profesional.

**Tabla 7. Matriz de correlaciones Satisfacción / Dimensiones Calidad Percibida**

	Tangibilidad	Fiabilidad	Capacidad de Respuesta	Seguridad	Empatía	Calidad Percibida
Satisfacción	0.43*	0.52*	0.47*	0.48*	0.44*	0.61*

(\*) La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral)

Fuente: Elaboración Propia

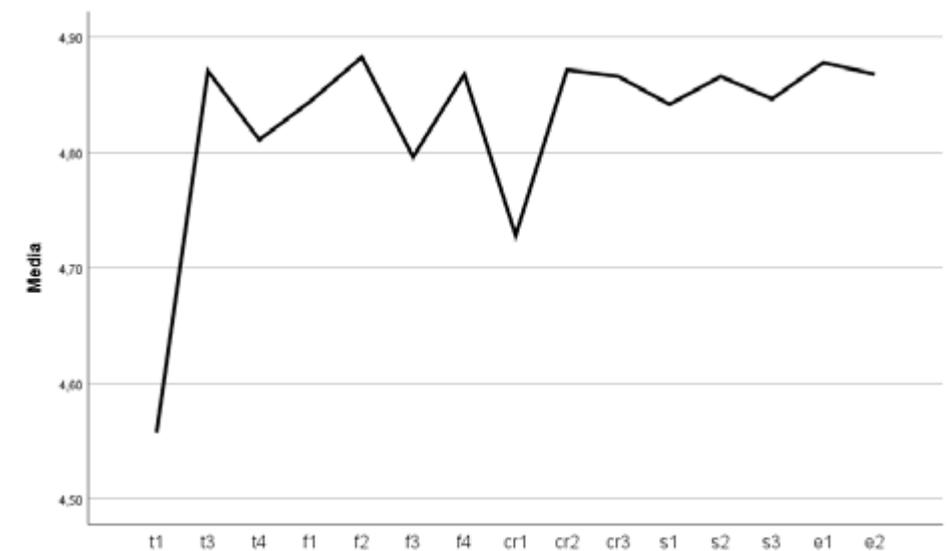
## 3.2. RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE LA CALIDAD PERCIBIDA EN EL SERVICIO ANDALUCÍA ORIENTA.

### 3.2.1. Análisis provincial

#### 3.2.1.1. Análisis descriptivo

Los resultados provinciales de la encuesta se presentan sobre las 5 dimensiones que evalúan la calidad del servicio recibido por las personas usuarias de las unidades de orientación. Recordemos, en este sentido; que dicha encuesta se compone de un total de 15 ítems, (Ver Gráfico 5 y Tabla 8), siendo 3 ítems sobre Calidad Objetiva (Elementos Tangibles) y 12 ítems sobre Calidad Subjetiva, que agrupa las dimensiones: Fiabilidad del Servicio, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía, más una pregunta final que mide la Satisfacción General con el servicio recibido.

**Gráfico 5. Medias ítems**



Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 8. Descriptivos ítems**

Dimensiones	Ítems	Media	Desviación Típica	Mínimo	Máximo
T	T1	4,56	0,76	1	5
	T3	4,87	0,44	1	5
	T4	4,81	0,61	1	5
F	F1	4,85	0,54	1	5
	F2	4,88	0,44	1	5
	F3	4,80	0,58	1	5
	F4	4,87	0,48	1	5
CR	CR1	4,72	0,61	1	5
	CR2	4,87	0,46	1	5
	CR3	4,87	0,47	1	5
SE	S1	4,84	0,52	1	5
	S2	4,87	0,50	1	5
	S3	4,85	0,49	1	5
E	E1	4,87	0,48	1	5
	E2	4,86	0,49	1	5

Fuente: Elaboración Propia

Como puede observarse en el Gráfico 5 y en la Tabla 8, los 15 ítems obtienen puntuaciones por encima de 4,56 en una escala de 1 a 5. El ítem mejor valorado ha sido el F2, (dimensión Fiabilidad) y referido al interés del personal orientador para solucionar los problemas planteados por los desempleados ( $M= 4,88$ ). Por el contrario, los ítems menos valorados fueron el T1 ( $M= 4,56$ ), (dimensión de Tangibilidad), referido a si los equipos informáticos y mobiliario presentaban una apariencia moderna y el CR1 ( $M= 4,72$ ), (dimensión Capacidad de Respuesta), que valoraba el tiempo que tuvieron que esperar las personas desempleadas para recibir el servicio. El resto de los ítems muestran una puntuación media de 4,8 sobre 5 y, por tanto, representan valoraciones muy positivas.

Las valoraciones más homogéneas las obtienen los ítems T3 ( $SD= 0,44$ ) y F2 ( $SD= 0,44$ ), este último el mejor valorado y, el primero, que obtiene, también, una de las mejores puntuaciones de la escala ( $M= 4,87$ ), referido a la limpieza y cuidado de las instalaciones donde se presta el servicio de orientación profesional. Las valoraciones más heterogéneas las presentan el ítem T1 ( $SD= 0,76$ ), que, como ya se ha dicho, es el menos valorado. El resto de desviaciones típicas son inferiores a dicho valor, reflejando una gran estabilidad en las puntuaciones de todos los ítems.

Pasando a describir, a continuación, cada una de las dimensiones y los ítems que las componen, se presenta la Tabla 9 con las medias y las desviaciones típicas de cada una de ellas.

**Tabla 9. Media y desviación típica de las dimensiones de la calidad**

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,74	4,84	4,82	4,85	4,86	4,84	4,79	9,11
Desv. Típica	0,44	0,42	0,43	0,47	0,47	0,40	0,34	1,28

Fuente: Elaboración Propia

• **ELEMENTOS TANGIBLES (T)**

En general las personas usuarias perciben con un alto nivel de calidad los elementos tangibles de las unidades de orientación de la provincia de Jaén, con una puntuación media de 4,74 sobre 5. Si bien, representa la dimensión con la media más baja de la encuesta. En relación con los ítems que la componen, la media más alta la obtiene el ítem T3, ( $M= 4,87$ ), por tanto; el mejor valorado y la más baja el ítem T1, ( $M= 4,56$ ), que recibe una valoración menos positiva. Las valoraciones más homogéneas las obtiene el ítem T3 ( $SD= 0,44$ ), que como ya se ha dicho, es el que recibe la valoración más homogénea de los incluidos en el cuestionario. Y la más heterogénea la obtiene el ítem T1 ( $SD= 0,76$ ).

Elementos Tangibles ÍTEMS (Calidad Objetiva)
T1. El orientador u orientadora tiene equipos informáticos (ordenador, impresora..) y mobiliario (mesas, estanterías,..) de apariencia moderna.
T3. Las instalaciones de la entidad en general están limpias y cuidadas.
T4. El espacio donde le atendieron permite mantener una conversación reservada.

• **FIABILIDAD DEL SERVICIO (F)**

Las personas encuestadas otorgan una alta puntuación a los ítems que componen la dimensión Fiabilidad del Servicio (capacidad para realizar el servicio de forma fiable y cuidadosa), alcanzando, la dimensión, una media de 4,84 sobre 5, siendo, además, la valoración más homogénea ( $SD= 0,42$ ). Prácticamente todos los ítems de la dimensión obtienen una valoración similar muy positiva, entre 4,80 (ítem F3) y 4,88 (ítem F2). (Ver Tabla 8). En este sentido, recordemos, que el ítem F2 es el mejor valorado de los contenidos en el cuestionario. Por último, la valoración más homogénea la obtiene este mismo ítem ( $SD= 0,44$ ) y la más heterogénea el ítem F3 ( $SD= 0,58$ ). (Ver Tabla 9).

Fiabilidad del Servicio ÍTEMS
F1. Cuando se compromete a hacer algo en cierto tiempo, lo cumple.
F2. Cuando usted ha tenido un problema el orientador u orientadora muestra un sincero interés en solucionarlo.
F3. La duración del servicio ha sido adecuada a sus necesidades.
F4. En la primera entrevista se le informó en qué consistía el servicio de orientación que iba a recibir.

• **CAPACIDAD DE RESPUESTA (CR)**

La dimensión Capacidad de Respuesta, referida a la disposición del personal de la organización para ayudar a los y las clientes y prestar un servicio con rapidez, presenta una puntuación media de 4,82 sobre 5. (Ver Tabla 9). El ítem CR1 es el que obtiene la valoración más baja ( $M= 4,72$ ), en relación con los otros dos que componen la dimensión ( $M= 4,87$ ). La valoración más homogénea la obtiene el ítem CR2 ( $SD= 0,46$ ) y la más heterogénea el ítem CR1 ( $SD= 0,61$ ). (Ver Tabla 8).

Capacidad de Respuesta ÍTEMS
CR1. El tiempo que tuvo que esperar para recibir el servicio fue adecuado.
CR2. El orientador u orientadora tuvo disponibilidad para atenderle.
CR3. Si necesitó resolver algunas dudas el orientador u orientadora le atendió en un tiempo adecuado.

• **SEGURIDAD (SE)**

La dimensión Seguridad (conocimientos y cualificación del personal que presta el servicio y que conllevan, para la clientela, credibilidad, confianza y seguridad) presenta una media de 4,85 sobre 5, obteniendo, además, la valoración más heterogénea de las dimensiones, junto con Empatía que se describe a continuación ( $SD= 0,47$ ). (Ver Tabla 9). El ítem más valorado es el S2 ( $M= 4,87$ ) y el menos valorado el ítem S1 ( $M= 4,84$ ). La valoración más homogénea la obtiene el ítem S3 ( $SD= 0,49$ ) y la más heterogénea el ítem S1 ( $SD= 0,52$ ). (Ver Tabla 8).

Seguridad ÍTEMS
S1. El orientador u orientadora tiene conocimientos suficientes para responder a sus necesidades de búsqueda de empleo.
S2. El orientador u orientadora le inspira confianza y seguridad.
S3. El orientador u orientadora demuestra estar capacitado/a para responder a sus preguntas sobre la búsqueda de empleo.

• **EMPATÍA (E)**

La dimensión Empatía, que valora la accesibilidad y comprensión de los problemas de la persona usuaria, por parte del personal técnico de orientación, es la mejor valorada por los desempleados ( $M= 4,86$ ). (Ver Tabla 9). Los dos ítems que componen la dimensión son puntuados de manera similar: E1 ( $M= 4,87$ ) y E2 ( $M= 4,86$ ). Y en relación con la homogeneidad de las valoraciones, es el ítem E1 el que obtiene la valoración más homogénea ( $SD= 0,48$ ). (Ver Tabla 8).

Empatía ÍTEMS
E1. El orientador u orientadora se preocupa por sus intereses.
E2. El orientador u orientadora entiende sus necesidades.

• **ESCALA DE CALIDAD PERCIBIDA (CP)**

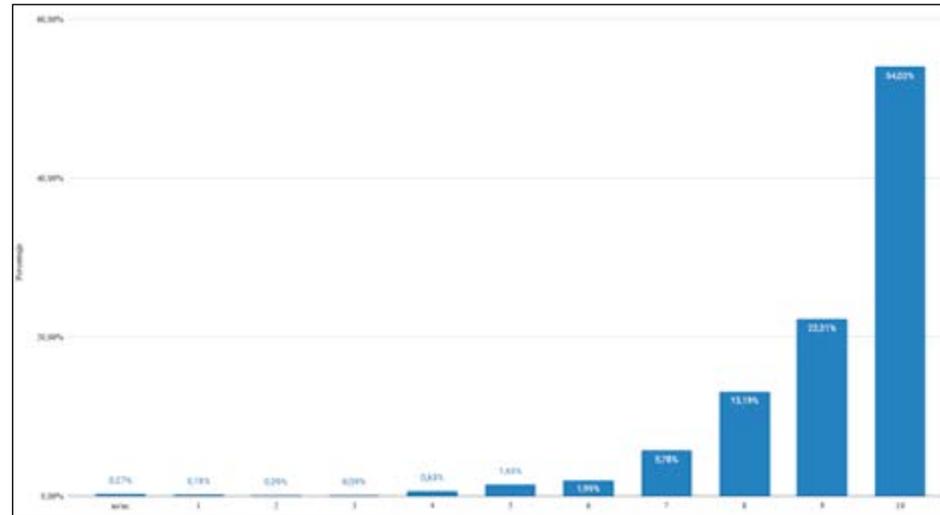
La escala de Calidad Percibida que, como sabemos, está conformada por los factores de Tangibilidad, ya descrito, y el de Calidad Subjetiva, pone de manifiesto, que los usuarios del programa de Orientación Profesional *Andalucía Orienta* en la provincia de Jaén, **valoran la Calidad de este servicio de empleo, con un 4,79 sobre 5**, obteniéndose, además, una gran estabilidad en las puntuaciones ( $SD= 0,34$ ). (Ver Tabla 9).

Finalmente, se analiza el constructo que determina y precede:

• **SATISFACCIÓN (S)**

Esta dimensión, también presenta una muy buena valoración ( $M= 9,11$ ); sin bien, en comparación con las dimensiones propuestas por los autores del SERVQUAL, obtiene las valoraciones más heterogéneas ( $SD= 1,28$ ). (Ver Tabla 9). En este sentido, un 54,02% de las personas usuarias puntúan, su nivel de satisfacción con el servicio de orientación recibido, con un 10 y tan sólo un 1,26% puntúan por debajo del 5. Por tanto, un 76,33% de las personas, otorgan los valores máximos entre 9 y 10. (Ver Gráfico 6).

Gráfico 6. Porcentaje satisfacción general

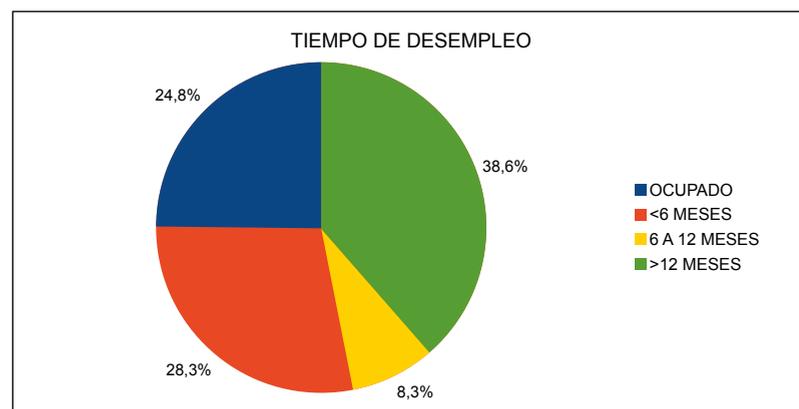


Fuente: Elaboración Propia

### 3.2.1.2. Inserción laboral

En relación con el tiempo en desempleo de las personas encuestadas, la distribución fue la siguiente: el 28,3% tenía menos de 6 meses en desempleo (313 del total), solo el 8,3% tenía entre 6 y 12 meses de desempleo (92 del total), el 38,6% de las personas llevaba más de 12 meses en desempleo (428 del total), mientras que un significativo 24,8% estaban trabajando en el momento de realizar la encuesta (274 del total).

Gráfico 7. Situación laboral



Fuente: Elaboración Propia

### 3.2.2. Análisis por unidades de orientación profesional

#### 3.2.2.1. Análisis descriptivo

Teniendo en cuenta que se describen 16 unidades de orientación, para evitar un análisis descriptivo tedioso y reiterativo, se expondrá, por cada una de estas unidades, una tabla donde se representan las medias y desviaciones típicas obtenidas en las distintas dimensiones y un gráfico que analiza, en porcentajes, la satisfacción general con el servicio recibido, realizándose una descripción general de ambos resultados, sin entrar en el análisis específico de cada uno de los ítems que componen dichas dimensiones:

#### UNIDAD 1

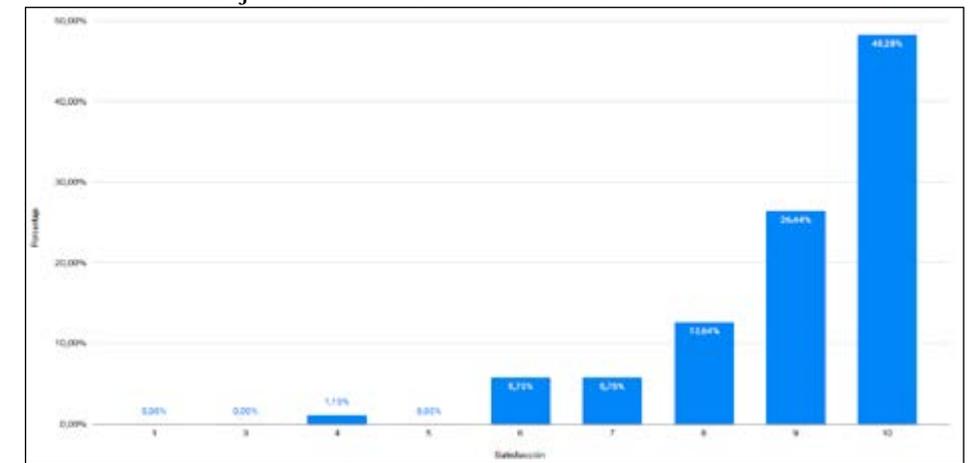
Tabla 10. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,47	4,79	4,86	4,74	4,87	4,82	4,64	9,01
Desviación Típica	0,63	0,50	0,37	0,67	0,39	0,42	0,47	1,28

Fuente: Elaboración Propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre 4,47 referido a Calidad Objetiva y 4,87 referido a Empatía, la dimensión más valorada. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,82 y la de la escala Calidad Percibida de 4,64 sobre 5. La Satisfacción obtiene una media de 9,01 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas las presenta la dimensión Empatía ( $SD= 0,39$ ) y las más heterogéneas el constructo general de Satisfacción ( $SD= 1,28$ )

Gráfico 8. Porcentaje nivel de satisfacción. Unidad 1



Fuente: Elaboración Propia

En relación con esta última dimensión, (ver Gráfico 8), un 48,28% de personas usuarias puntuó, la satisfacción con el servicio de orientación prestado, con un 10 y tan solo un 1,15 % le otorga un valor por debajo de 5.

**UNIDAD 2**

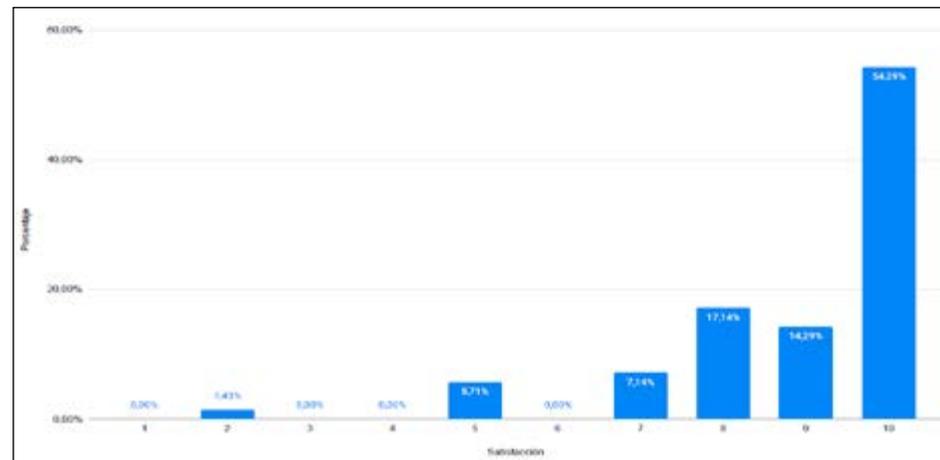
**Tabla 11. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad**

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,80	4,71	4,69	4,70	4,75	4,71	4,75	8,90
Desviación Típica	0,37	0,63	0,61	0,68	0,66	0,60	0,44	1,62

Fuente: Elaboración Propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre un 4,69 referido a Capacidad de Respuesta y un 4,80 referido a Calidad Objetiva, la dimensión más valorada. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,71 y la de la escala Calidad Percibida de 4,75 sobre 5. La Satisfacción obtiene una media de 8,90 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas las presenta la dimensión Calidad Objetiva (SD= 0,37) y las más heterogéneas el constructo general de satisfacción (SD= 1,62).

**Gráfico 9. Porcentaje nivel de satisfacción. Unidad 2**



Fuente: Elaboración Propia

En relación con esta última dimensión, (ver Gráfico 9), el 54,29% de las personas encuestadas otorga la puntuación máxima (10) y tan solo un 1,43 % la valora por debajo de 5.

**UNIDAD 3**

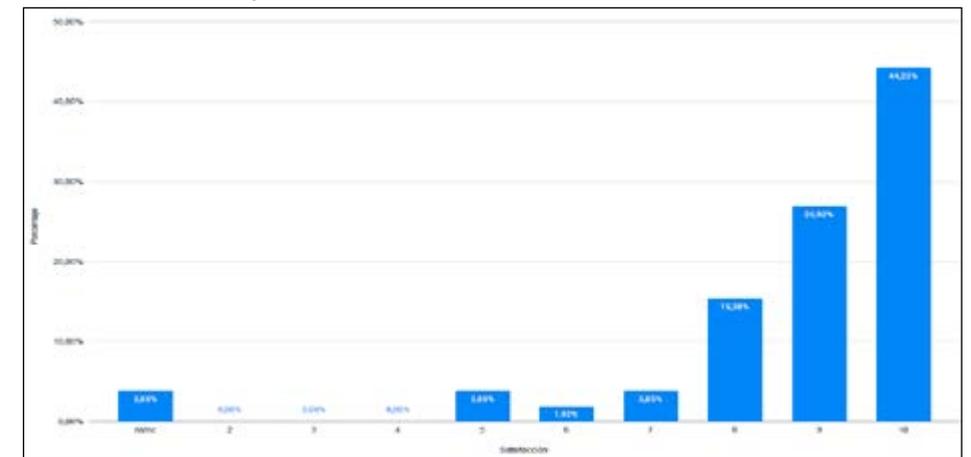
**Tabla 12. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad**

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,69	4,80	4,68	4,79	4,85	4,77	4,76	9,00
Desviación Típica	0,52	0,49	0,55	0,57	0,50	0,52	0,38	1,27

Fuente: Elaboración Propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre un 4,68 referido a la Capacidad de Respuesta y un 4,85 referido a la Empatía, la dimensión más valorada. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,77 y la de la escala Calidad Percibida de 4,76 sobre 5. La Satisfacción obtiene una media de 9 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas de las dimensiones las presenta Fiabilidad (SD= 0,49) y las más heterogéneas el constructo general de satisfacción (SD= 1,27).

**Gráfico 10. Porcentaje nivel de satisfacción. Unidad 3**



Fuente: Elaboración Propia

En relación con esta última dimensión (ver Gráfico 10), el 44,23% de las personas encuestadas la puntuó con un 10 y tan solo un 1,43 % le otorga un valor por debajo de 5, existiendo un 3,85% de personas que se abstiene en su respuesta a esta pregunta.

**UNIDAD 4**

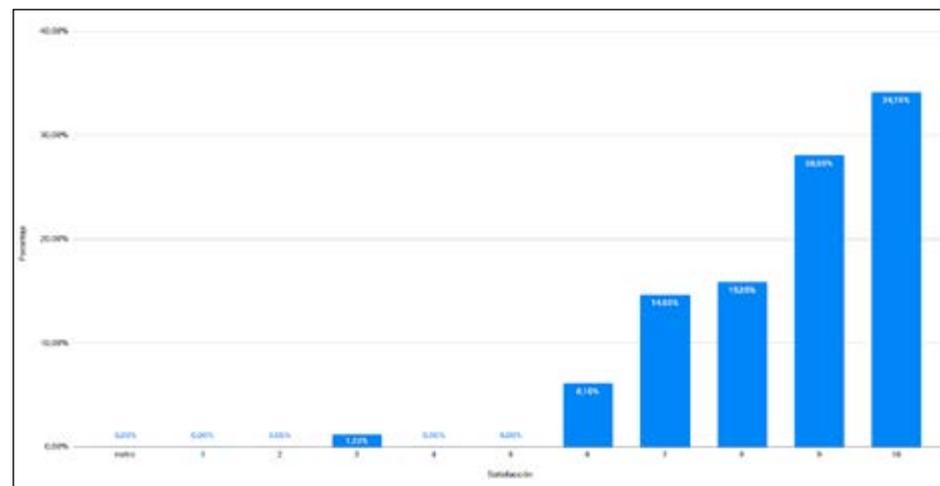
**Tabla 13. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad**

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,80	4,70	4,75	4,72	4,78	4,74	4,77	8,63
Desviación Típica	0,32	0,55	0,49	0,57	0,55	0,47	0,33	1,40

Fuente: Elaboración Propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre un 4,70 referido a la Fiabilidad y un 4,80 referido a la Calidad Objetiva, la dimensión más valorada. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,74 y la de la escala Calidad Percibida de 4,77 sobre 5. La Satisfacción obtiene una media de 8,63 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas las presenta la dimensión de Calidad Objetiva ( $SD= 0,32$ ) y las más heterogéneas el constructo general de Satisfacción ( $SD= 1,40$ ).

**Gráfico 11. Porcentaje nivel de satisfacción. Unidad 4**



Fuente: Elaboración Propia

En relación con esta última dimensión, (ver Gráfico 11), el 34,15% de las personas encuestadas puntúa el nivel máximo de satisfacción con el servicio recibido (10) y solo el 1,22% la puntúa con valores por debajo de 5.

**UNIDAD 5**

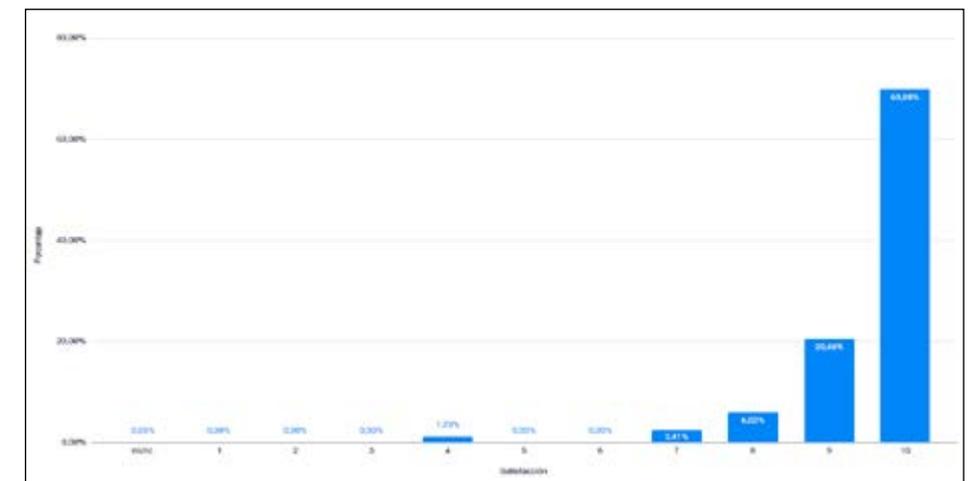
**Tabla 14. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad**

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,90	4,92	4,80	4,95	4,93	4,90	4,90	9,53
Desviación Típica	0,19	0,30	0,34	0,15	0,35	0,24	0,17	0,94

Fuente: Elaboración Propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre un 4,80 referido a la Capacidad de Respuesta y un 4,95 referido a la Seguridad, la dimensión más valorada. La media del factor Calidad Subjetiva y la de la escala Calidad Percibida es de 4,90 sobre 5. La Satisfacción obtiene una media de 9,53 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas las presenta la dimensión de Seguridad ( $SD= 0,15$ ) y las más heterogéneas el constructo general de Satisfacción ( $SD= 0,94$ ).

**Gráfico 12. Porcentaje nivel de satisfacción. Unidad 5**



Fuente: Elaboración Propia

En relación con esta última dimensión, (ver Gráfico 12), el 69,88% de las personas usuarias encuestadas, la puntúa con un 10 y tan solo el 1,2% la valora por debajo de 5. Resalta, especialmente, en esta unidad, una gran estabilidad en las puntuaciones de todas las dimensiones.

**UNIDAD 6**

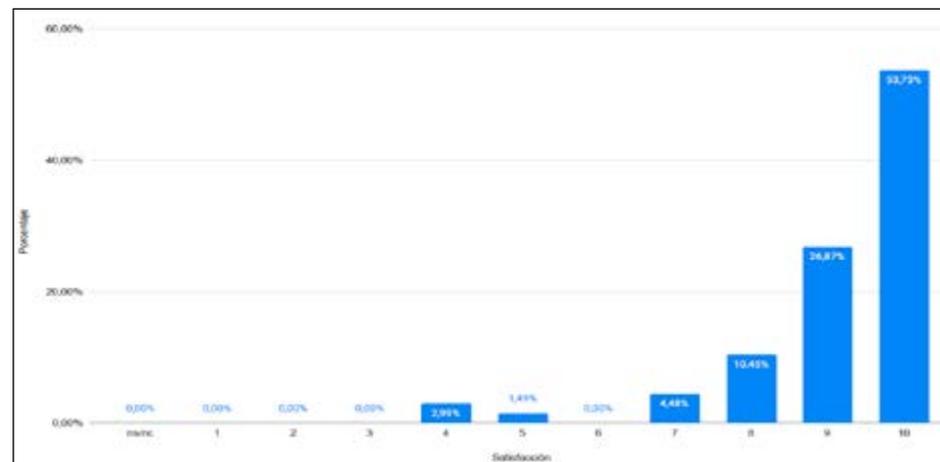
**Tabla 15. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad**

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,67	4,85	4,84	4,89	4,91	4,87	4,77	9,13
Desviación Típica	0,58	0,45	0,41	0,39	0,39	0,36	0,41	1,34

Fuente: Elaboración Propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre un 4,67 referido a la Calidad Objetiva y un 4,91 referido a la Empatía, la dimensión más valorada. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,87 y la de la escala Calidad Percibida de 4,77, sobre 5. La Satisfacción obtiene una media de 9,13 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas de las dimensiones las presentan: Seguridad y Empatía ( $SD= 0,39$ ) y las más heterogéneas el constructo general de satisfacción ( $SD= 1,34$ ).

**Gráfico 13. Porcentaje nivel de satisfacción. Unidad 6**



Fuente: Elaboración Propia

En relación con esta última dimensión, (ver Gráfico 13), el 53,73% de las personas usuarias encuestadas, otorga la puntuación máxima (10) y tan solo un 2,99% la puntuación por debajo de 5.

**UNIDAD 7**

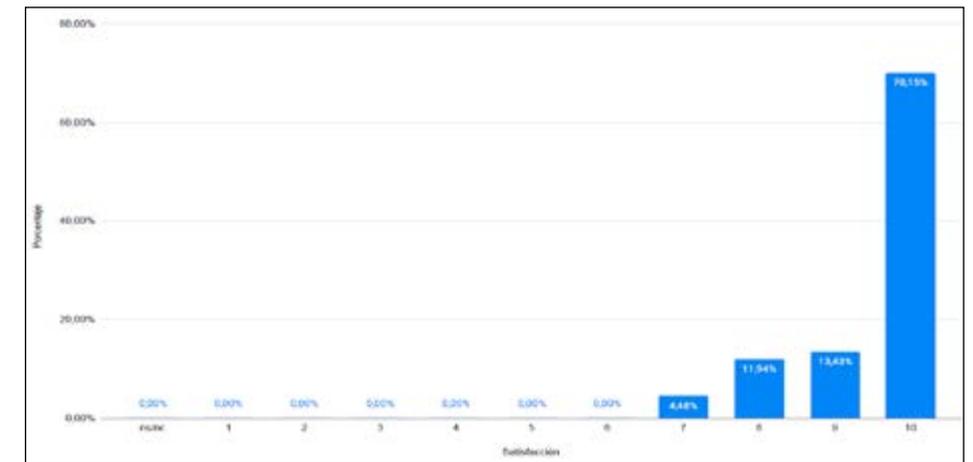
**Tabla 16. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad**

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,84	4,93	4,83	4,94	4,87	4,89	4,86	9,49
Desviación Típica	0,29	0,23	0,40	0,23	0,34	0,27	0,22	0,87

Fuente: Elaboración Propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre un 4,83 referido a Capacidad de Respuesta y un 4,94 referido a Seguridad, la dimensión más valorada. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,89 y la de la escala Calidad Percibida de 4,86 sobre 5. La Satisfacción obtiene una media de 9,49 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas de las dimensiones las presentan Fiabilidad y Seguridad ( $SD= 0,23$ ) y las más heterogéneas el constructo general de satisfacción ( $SD= 0,87$ ); si bien, por debajo de 1.

**Gráfico 14. Porcentaje nivel de satisfacción. Unidad 7**



Fuente: Elaboración Propia

En relación con esta última dimensión, (ver Gráfico 14), resalta que el 70,15% de las personas encuestadas, valora su Satisfacción con el servicio de orientación recibido, con la puntuación máxima (10), no existiendo, además, valoraciones por debajo de 7.

**UNIDAD 8**

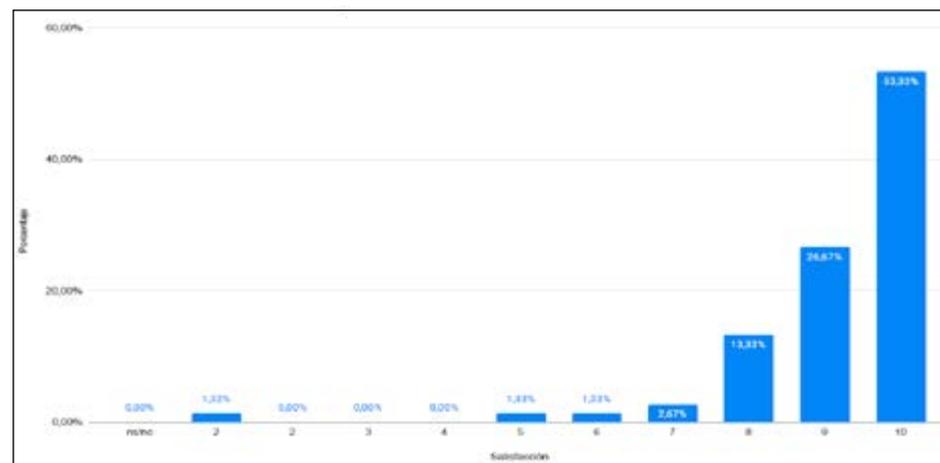
**Tabla 17. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad**

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,77	4,92	4,86	4,88	4,85	4,89	4,83	9,14
Desviación Típica	0,38	0,37	0,40	0,48	0,68	0,38	0,31	1,40

Fuente: Elaboración Propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre un 4,77 referido a la Calidad Objetiva y un 4,92 referido a la Fiabilidad del Servicio, la dimensión más valorada. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,89 y la de la escala Calidad Percibida de 4,83, sobre 5. La Satisfacción obtiene una media de 9,14 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas de las dimensiones las presenta Fiabilidad ( $SD= 0,37$ ) y las más heterogéneas el constructo general de Satisfacción ( $SD= 1,40$ ).

**Gráfico 15. Porcentaje nivel de satisfacción. Unidad 8**



Fuente: Elaboración Propia

En relación con esta última dimensión, (ver Gráfico 15), el 53,33% de las personas usuarias encuestadas la puntúa con un 10 y tan solo 1,33% la valora con una puntuación por debajo de 5.

**UNIDAD 9**

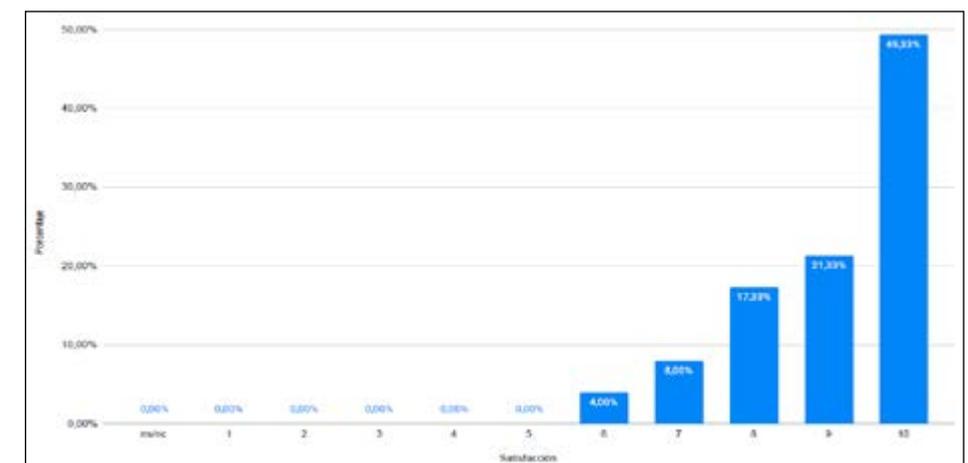
**Tabla 18. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad**

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,67	4,89	4,82	4,93	4,85	4,87	4,76	9,04
Desviación Típica	0,46	0,23	0,32	0,22	0,36	0,24	0,27	1,16

Fuente: Elaboración Propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre un 4,67 referido a Calidad Objetiva y un 4,93 referido a Seguridad, siendo la dimensión más valorada. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,87 y la de la escala Calidad Percibida de 4,76 sobre 5. La Satisfacción obtiene una media de 9,04 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas las presenta la dimensión de Seguridad ( $SD= 0,22$ ) y las más heterogéneas el constructo general de Satisfacción ( $SD= 1,16$ ).

**Gráfico 16. Porcentaje nivel de satisfacción. Unidad 9**



Fuente: Elaboración Propia

En relación con esta última dimensión, (ver Gráfico 16), el 49,33% de las personas usuarias encuestadas, la puntúa con un 10. No existiendo puntuaciones por debajo de 6.

**UNIDAD 10**

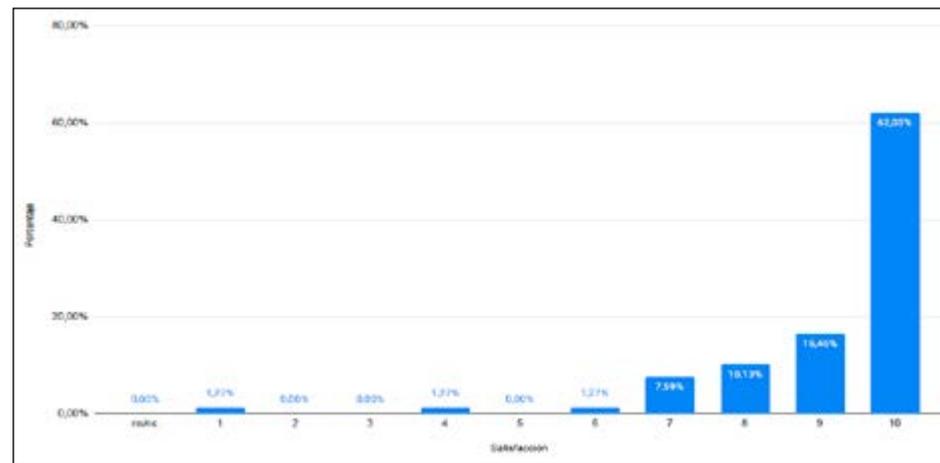
**Tabla 19. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad**

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,73	4,77	4,76	4,77	4,79	4,78	4,75	9,16
Desviación Típica	0,62	0,60	0,65	0,66	0,68	0,62	0,56	1,50

Fuente: Elaboración Propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre un 4,73 referido a Calidad Objetiva y un 4,79 referido a Empatía, la dimensión más valorada. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,78 y la de la escala Calidad Percibida de 4,76 sobre 5. La media de Satisfacción es de 9,16 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas de las dimensiones las presenta Fiabilidad ( $SD=0,60$ ) y las más heterogéneas el constructo general de Satisfacción ( $SD=1,50$ ).

**Gráfico 17. Porcentaje nivel de satisfacción. Unidad 10**



Fuente: Elaboración Propia

En relación con esta última dimensión, (ver Gráfico 17), el 62,03% de las personas usuarias encuestadas, la valora con un 10 y tan solo el 2,54% la puntúa con valores por debajo de 5.

**UNIDAD 11**

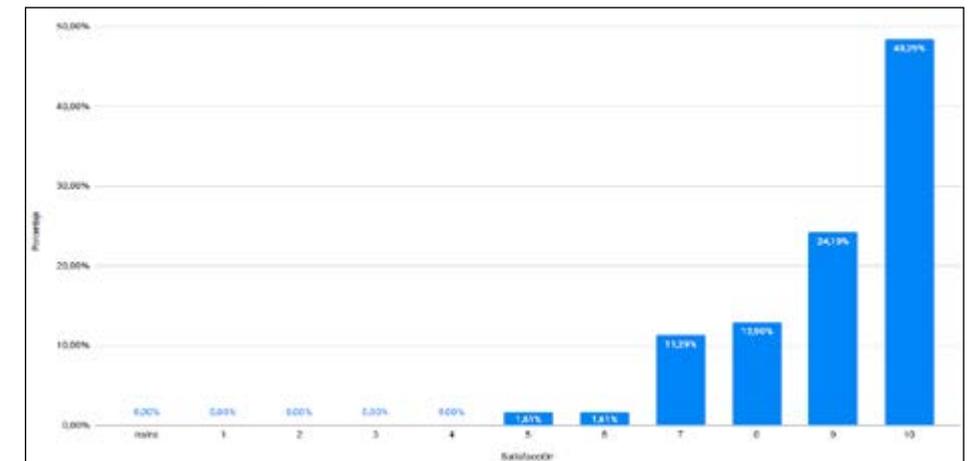
**Tabla 20. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad**

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,83	4,89	4,90	4,88	4,92	4,90	4,86	9,01
Desviación Típica	0,32	0,31	0,24	0,39	0,36	0,25	0,24	1,22

Fuente: Elaboración Propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre un 4,83 referido a la Calidad Objetiva y un 4,92 referido a la Empatía, siendo la dimensión más valorada. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,90 y la de la escala Calidad Percibida de 4,86 sobre 5. La media de Satisfacción es de 9,01 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas de las dimensiones las presenta Capacidad de Respuesta ( $SD=0,24$ ) y las más heterogéneas el constructo general de Satisfacción ( $SD=1,22$ ).

**Gráfico 18. Porcentaje nivel de satisfacción. Unidad 11**



Fuente: Elaboración Propia

En relación con esta última dimensión, (ver Gráfico 18), el 48,39% de las personas usuarias encuestadas, otorgan la puntuación máxima de 10. No existiendo puntuaciones por debajo de 5.

## UNIDAD 12

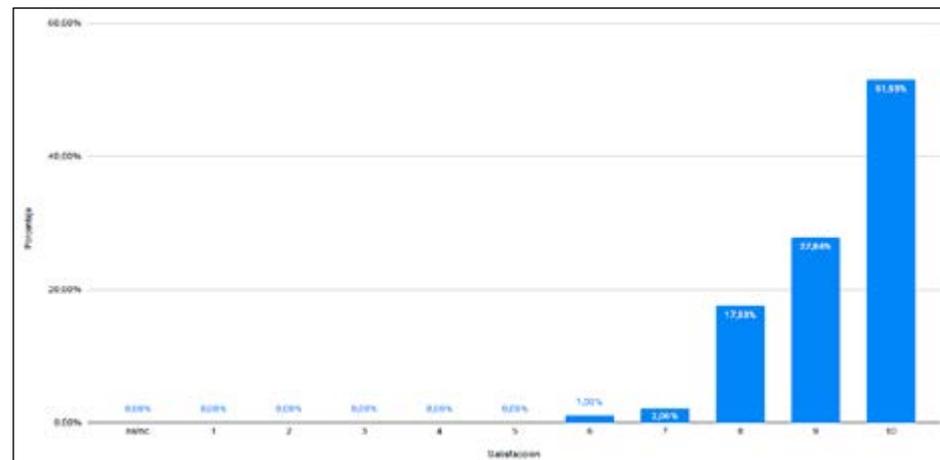
Tabla 21. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,58	4,95	4,96	4,91	4,96	4,94	4,76	9,26
Desviación Típica	0,42	0,17	0,15	0,34	0,20	0,20	0,25	0,89

Fuente: Elaboración Propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre un 4,58 referido a Calidad Objetiva y un 4,96 referido a Empatía y Capacidad de Respuesta, las dimensiones más valoradas. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,95 y la de la escala Calidad Percibida de 4,76, sobre 5. La media de Satisfacción es de 9,26 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas las presenta la dimensión Capacidad de Respuesta ( $SD= 0,15$ ) y las más heterogéneas el constructo general de Satisfacción ( $SD= 0,89$ ); si bien, por debajo de 1.

Gráfico 19. Porcentaje nivel de satisfacción. Unidad 12



Fuente: Elaboración Propia

En relación con esta última dimensión, (ver Gráfico 19), el 51,55% de las personas usuarias encuestadas, la valora con un 10. No existiendo puntuaciones por debajo de 6.

## UNIDAD 13

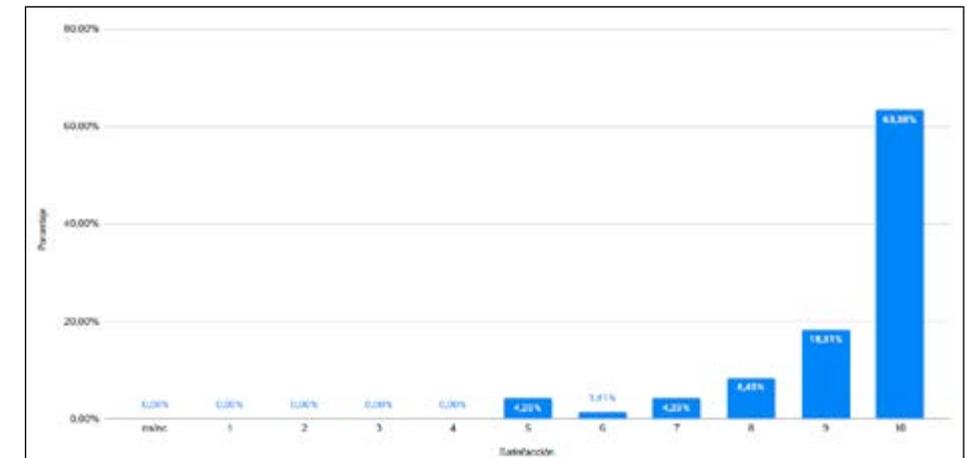
Tabla 22. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,77	4,84	4,81	4,82	4,89	4,84	4,80	9,25
Desviación Típica	0,38	0,36	0,43	0,46	0,38	0,34	0,29	1,28

Fuente: Elaboración Propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre un 4,77 referido a Calidad Objetiva y un 4,89 referido a Empatía, la dimensión más valorada. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,84 y la de la escala Calidad Percibida de 4,80 sobre 5. La media de Satisfacción es de 9,25 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas de las dimensiones las presenta Fiabilidad ( $SD= 0,29$ ) y las más heterogéneas el constructo general de Satisfacción ( $SD= 1,28$ ).

Gráfico 20. Porcentaje nivel de satisfacción. Unidad 13



Fuente: Elaboración Propia

En relación con esta última dimensión, (ver Gráfico 20), el 63,38% de las personas usuarias encuestadas, otorga la máxima puntuación (10). No existiendo valores por debajo de 5.

## UNIDAD 14

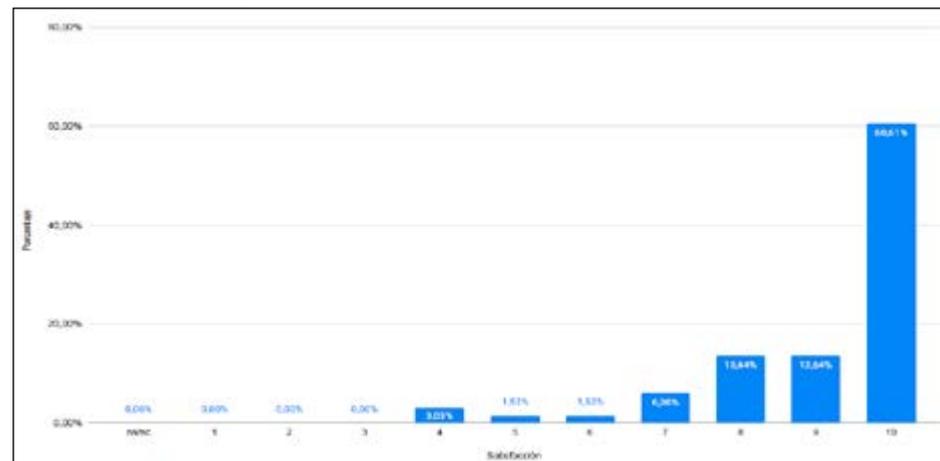
Tabla 23. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,86	4,87	4,84	4,88	4,84	4,86	4,87	9,09
Desviación Típica	0,24	0,29	0,35	0,34	0,48	0,26	0,18	1,46

Fuente: Elaboración Propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre un 4,84 referido a Empatía y Capacidad de Respuesta y un 4,88 referido a Seguridad, resultando esta última la dimensión más valorada. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,86 y la de la escala Calidad Percibida de 4,87 sobre 5. La media de Satisfacción es de 9,09 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas de las dimensiones las presenta la dimensión Calidad Objetiva ( $SD= 0,24$ ) y las más heterogéneas el constructo general de Satisfacción ( $SD= 1,46$ )

Gráfico 21. Porcentaje nivel de satisfacción. Unidad 14



Fuente: Elaboración Propia

En relación con esta última dimensión, (ver Gráfico 21), el 60,61% de las personas usuarias encuestadas, la valora con un 10 y tan solo un 3,03% la puntúa por debajo de 5.

## UNIDAD 15

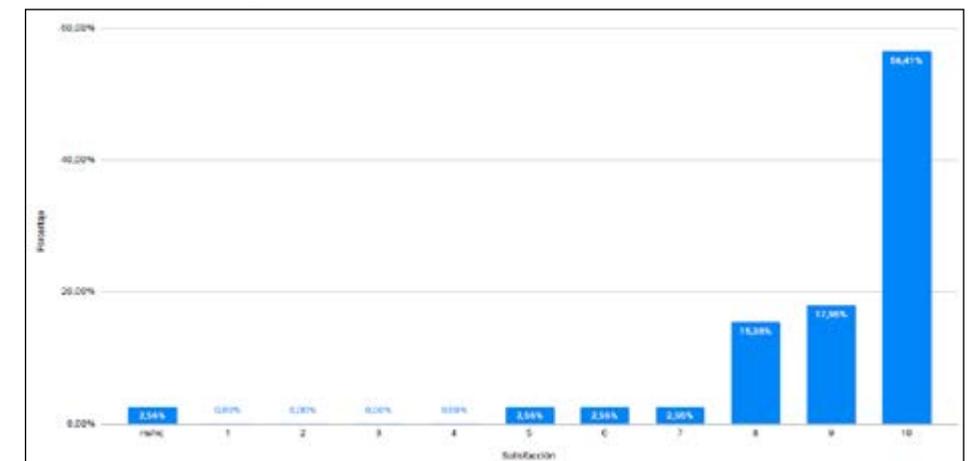
Tabla 24. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,88	4,83	4,82	4,90	4,87	4,85	4,86	9,18
Desviación Típica	0,33	0,52	0,50	0,45	0,57	0,48	0,33	1,22

Fuente: Elaboración Propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre un 4,82 referido a la Capacidad de Respuesta y un 4,90 referido a la Seguridad, la dimensión más valorada. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,85 y la de la escala Calidad Percibida de 4,86 sobre 5. La media de Satisfacción es de 9,18, sobre 10. Las valoraciones más homogéneas de las dimensiones las presenta Calidad Objetiva ( $SD= 0,33$ ) y las más heterogéneas el constructo general de Satisfacción ( $SD= 1,22$ )

Gráfico 22. Porcentaje nivel de satisfacción. Unidad 15



Fuente: Elaboración Propia

En relación con esta última dimensión, (ver Gráfico 22), el 56,41% de las personas usuarias encuestadas, la valora con un 10 y tan solo el 2,56% la puntúa por debajo de 5.

**UNIDAD 16**

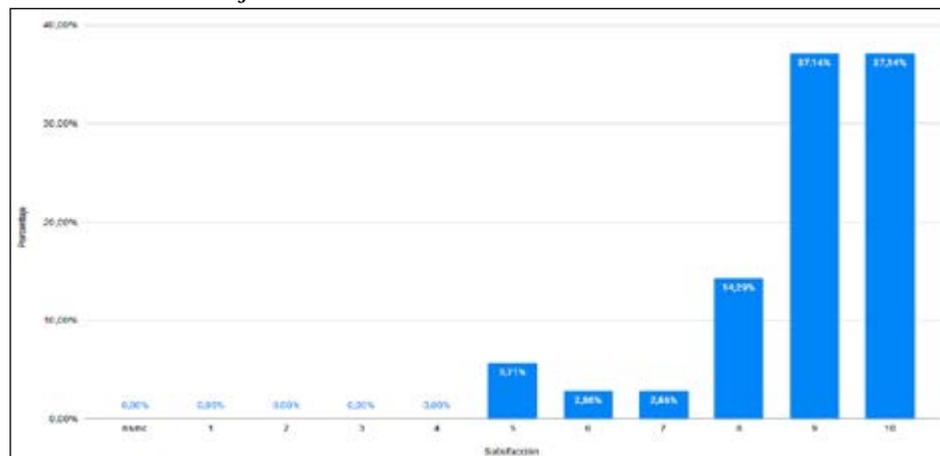
**Tabla 25. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad**

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,85	4,82	4,75	4,86	4,90	4,83	4,84	8,85
Desviación Típica	0,23	0,34	0,53	0,47	0,50	0,41	0,23	1,35

Fuente: Elaboración Propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre un 4,75 referido a Capacidad de Respuesta y un 4,90 referido a Empatía, la dimensión más valorada. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,83 y la de la escala Calidad Percibida de 4,84 sobre 5. La media de Satisfacción es de 8,85 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas de las dimensiones las presenta Calidad Objetiva (SD= 0,23) y las más heterogéneas el constructo general de Satisfacción (SD= 1,35)

**Gráfico 23. Porcentaje nivel de satisfacción. Unidad 16**



Fuente: Elaboración Propia

En relación con esta última dimensión, (Ver Gráfico 23), el 37,14% de las personas usuarias encuestadas, la valora con un 10. No existiendo puntuaciones por debajo de 5.

**3.2.2.2 Análisis comparativo**

Sin duda, este análisis, junto con la comparativa del personal técnico, constituyen el objetivo fundamental de este estudio. En este sentido, la posible existencia de diferentes distribuciones entre las categorías de las dimensiones de la calidad

(unidades y personal técnico), identificarán las distintas áreas de mejora a desarrollar por parte de la Dirección Provincial del SAE, en Jaén, como órgano gestor de estas subvenciones públicas.

En relación con el análisis de datos, como ya se dijo en su apartado correspondiente, los resultados de la prueba de Kolmogorov-Smirnov ( $p=>.001$ ) indican que las muestras no siguen una distribución normal y teniendo en cuenta que las variables son ordinales, los análisis comparativos se realizarán mediante las pruebas no paramétricas de: *U de Mann-Whitney* y *H de Kruskal-Wallis*, teniéndose en cuenta, además, el sentido de las correlaciones entre las variables de estudio y los resultados de tablas cruzadas, en porcentajes, para un mejor entendimiento de las diferencias significativas encontradas.

Como puede observarse en la Tabla 26, existen diferencias significativas entre las categorías (unidades de orientación) de todas las dimensiones de la calidad; esto es, en la escala general de Calidad Percibida y sus dimensiones y también, en la Satisfacción General con el servicio recibido ( $p=<0.05$ ); por lo que puede entenderse que, la escala construida, discrimina, perfectamente, a la hora de analizar la calidad de un servicio de orientación profesional y, por tanto, **debe rechazarse la hipótesis nula**, para concluir que la distribución de las dimensiones de la calidad es distinta entre las categorías establecidas, esto es; entre las unidades de orientación profesional analizadas.

**Tabla 26. Estadísticos de prueba H de Kruskal-Wallis. Variable de agrupación: Unidad de orientación.**

	Tangibilidad	Fiabilidad	Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
H de K-W	76,757	34,108	44,394	38,940	27,436	46,737	44,328	39,564
gl	14	14	14	14	14	14	14	14
Sig. asin.	<.001	.002	<.001	<.001	.017	<.001	<.001	<.001

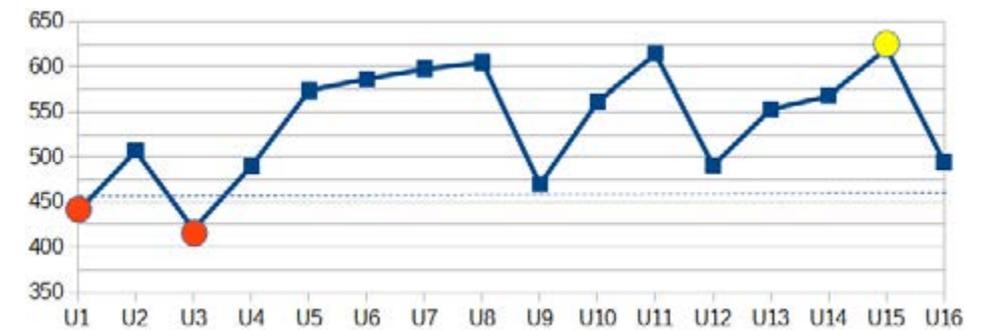
Fuente: Elaboración propia

Con la finalidad de examinar las categorías o unidades de orientación que contribuyen a estas diferencias, en relación, primero, a la **Calidad Percibida**, ( $H=76,757$ ;  $p=<0.001$ ), aunque es generalizable al resto de dimensiones que se exponen a continuación y, también, al análisis del personal técnico de orientación que se realizará posteriormente, nos interesa resaltar aquellas unidades de orientación que tendrían que mejorar sus valoraciones, por encontrarse diferencias significativas, en comparación con la unidad que ha obtenido el rango promedio más alto y, por tanto, determina un estándar de calidad atendiendo a la distribución de sus puntuaciones, que comparte con el resto de unidades con las que no se halla significación estadística.

En definitiva, no se realizarán todas las comparaciones posibles entre las unidades, porque nada aportarían a la finalidad de esta investigación, al reiterarse significaciones, por ejemplo, entre unidades con rangos medios-altos y bajos. En este sentido, se realizará una comparación planificada que comparará, sólo y exclusivamente, el rango de cada unidad, de manera individual, con la del mejor rango promedio y, en el caso, de existir diferencias significativas o *gaps* indicarán las posibles áreas de mejora. Por último, reiterar: (i) Que se controla la probabilidad de cometer un error de tipo I en  $\alpha = 0.05$ , ajustando, la significación, mediante la corrección de Bonferroni, para cada par de unidades de orientación; esto es, multiplicando el valor de «p» por el número de pares, exclusivamente, contrastados. (ii) Que el tamaño del efecto se calcula mediante la *r* de Rosenthal; con los siguientes puntos de corte: Trivial=  $<0.10$ . Pequeño= entre 0.10 y 0.29. Medio= entre 0.30 y 0.49. Grande= Mayor o igual 0.50. Por tanto, no se propondrá ninguna actuación para tamaños de efectos triviales ( $r = <0.10$ ) y se señalan, como implicaciones prácticas del estudio, posibles prioridades de intervención para diferencias medias y grandes.

Así pues, y como puede observarse en el gráfico 24, el rango promedio más alto, en la variable Calidad Percibida, lo obtiene la unidad 15 (RP=620,54). Las comparaciones por parejas, de la forma anteriormente descrita, indican distintas distribuciones de esta variable y, por tanto, la existencia de diferencias estadísticamente significativas ( $p < 0.05$ ); con las unidades 1 (RP=439,94) y 3 (RP=419,90) situadas en los rangos más bajos. Buscando más exactitud, mediante tablas cruzadas se observa que, la unidad 15, recibe la máxima puntuación en un porcentaje del 65,8%, frente a un 34,1% de la unidad 1 ( $r = 0.27$ ) y un 30% de la unidad 3 ( $r = 0,33$ ) Por consiguiente, podemos concluir que son, las unidades 1 y 3, las que obtienen las valoraciones más bajas en relación con la escala general de Calidad Percibida; así como, que el tamaño del efecto, es pequeño para la unidad 1 y medio para la unidad 3, indicando, en este último caso, una posible prioridad de intervención. No obstante, estos resultados deberán ser ajustados en función de los que se encuentren en las dimensiones de la calidad que se desarrollan a continuación.

Gráfico 24. Rangos promedios obtenidos, mediante la prueba de Kruskal-Wallis, por las unidades de orientación profesional. Variable de análisis: Calidad Percibida. El círculo amarillo representa el rango promedio más alto y, el rojo, las unidades donde se han encontrado diferencias significativas en los pares contrastados. El espacio superior de la línea discontinua identifica el estándar de calidad en la variable.



Fuente: Elaboración propia

Pasando ahora a analizar la **Satisfacción General** con el servicio de orientación profesional recibido, como ya se ha dicho, también se encuentran diferencias significativas entre las unidades de orientación ( $H=39,564$ ;  $p < .001$ ). En el gráfico 25 puede observarse que la **unidad 5** se sitúa en el rango promedio más alto (651,37), estableciendo, por tanto, el análisis de contraste con el resto de categorías en la variable Satisfacción General. En las pruebas post hoc, las diferencias significativas ( $p < 0.05$ ), aparecen en relación con los rangos de las unidades 1 (RP=520,93); 4 (RP=426,54) 9 (RP=519,72) y 16 (RP=472,81). Para aclarar como contribuyen estas unidades de orientación a las diferencias encontradas, mediante tablas cruzadas se observa que, en la unidad de orientación identificada con el número 5, el 69,8% de los desempleados atendidos otorgan la puntuación máxima (10), frente al 48,2% de la unidad 1 ( $r = 0.23$ ), el 34,1% de la unidad 4 ( $r = 0,38$ ); el 49,3% de la unidad 9 ( $r = 0.22$ ) y el 37,1% de la unidad 16 ( $r = 0.31$ ).

Por consiguiente, podemos concluir, teniendo en cuenta que la magnitud de las diferencias no es irrelevante en ninguna de las unidades, que son todas las anteriores las que deben mejorar sus valoraciones en relación con la Satisfacción General del servicio de orientación profesional recibido por las personas desempleadas, aunque priorizando las unidades 4 y 16, donde el tamaño de las diferencias es medio.

Gráfico 25. Rangos promedios obtenidos, mediante la prueba de Kruskal-Wallis, por las unidades de orientación profesional. Variable de análisis: Satisfacción General. El círculo amarillo representa el rango promedio más alto y, el rojo, las unidades donde se han encontrado diferencias significativas en los pares contrastados. El espacio superior de la línea discontinua identifica el estándar de calidad en la variable.



Fuente: Elaboración propia

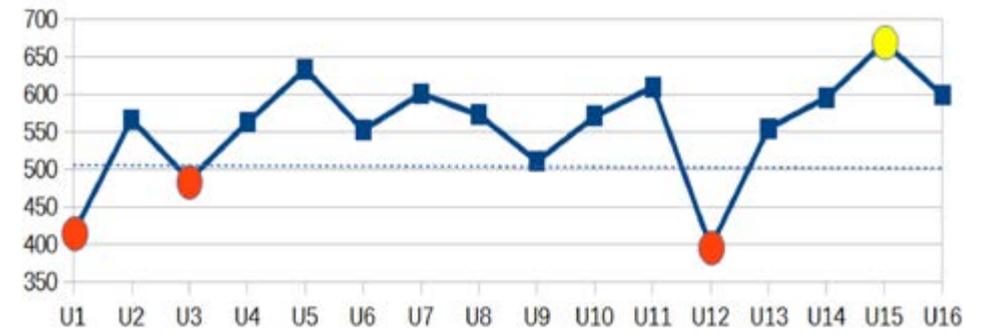
Una vez analizados los dos constructos generales, pasamos a exponer los resultados de los dos factores que componen la escala de Calidad Percibida; esto es, la Calidad Objetiva y Subjetiva, que enriquecerán, sin duda, las propuestas de mejora de la calidad, en el servicio Andalucía Orienta de Jaén. No obstante, para evitar un análisis tedioso y reiterativo, las dimensiones teóricas que componen la Calidad Subjetiva (Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía), definidas por Parasuraman et al. (1988), se analizarán conjuntamente, aunque se presentarán gráficos que permitan, a su vez, una interpretación independiente de cada una de estas dimensiones.

Comenzando por la **Calidad Objetiva**, ( $H=76,757$ ;  $p<.001$ ), nuevamente, la unidad 15 se sitúa en el rango promedio más alto (669,73), determinando la comparación a realizar con el resto de categorías establecidas para la dimensión de Calidad Objetiva. (Ver gráfico 26). En este sentido, las diferencias significativas aparecen, con las unidades de orientación que presentan los rangos promedios más bajos; esto es, con las identificadas con los números 1 (415,13); 3 (486,17) y 12 (396,53). Con la finalidad de identificar y describir, con más exactitud, las contribuciones a las diferencias establecidas, se realizan tablas de contingencia, donde se aprecia que, en la unidad número 15, el 84,6% de las personas desempleadas atendidas otorgan la máxima puntuación en la variable analizada, porcentaje que baja hasta el 41,9%, en la unidad 1 ( $r= 0,38$ ); 51% en la unidad 3 ( $r= 0,32$ ) y 28,9% en la unidad 12 ( $r= 0,42$ ).

Por tanto, se puede concluir, en relación con la calidad objetiva, que las unidades que deben mejorar su valoración son la 1, 3 y 12, teniendo en cuenta, en este

sentido, que la magnitud del efecto es medio en todas las unidades y que las dos primeras, ya habían sido identificadas, con valoraciones a mejorar, en la variable Calidad Percibida y la número 1 también en Satisfacción General.

Gráfico 26. Rangos promedios obtenidos, mediante la prueba de Kruskal-Wallis, por las unidades de orientación profesional. Variable de análisis: Calidad Objetiva. El círculo amarillo representa el rango promedio más alto y, el rojo, las unidades donde se han encontrado diferencias significativas en los pares contrastados. El espacio superior de la línea discontinua identifica el estándar de calidad.



Fuente: Elaboración propia

En relación con la otra dimensión de la Calidad Percibida, la **Calidad Subjetiva**, también se encuentran diferencias significativas entre las categorías establecidas ( $H=46,737$ ;  $p<.001$ ) y como puede observarse en el gráfico 27, es la unidad de orientación profesional número 12 la que se sitúa en el rango promedio más alto (631,20). En la comparación por pares, son en las unidades 1 (RP=512,4); 2 (RP=492,36); 3 (RP=404,62); 4 (RP=465,53); 5 (RP=526,36); 9 (RP=518,07) y 16 (RP=468,94); donde aparecen las diferencias significativas ( $p<0,05$ ). Para interpretar correctamente estas diferencias, nuevamente, realizamos tablas de contingencia, donde se observa que, en la unidad número 12, el 83,3% de las personas desempleadas atendidas otorgan la máxima puntuación en esta variable; frente al 62,8% de la unidad 1 ( $r= 0,24$ ); 62,3% de la unidad 2 ( $r= 0,26$ ); 40,5% de la unidad 3 ( $r= 0,43$ ); 57,3% de la unidad 4 (0,31); 62,2% de la unidad 5 ( $r= 0,23$ ); 62% de la unidad 9 ( $r= 0,24$ ) y 51,4% de la unidad 16  $r= 0,32$ ).

Por tanto, en la dimensión de Calidad Subjetiva, (aquello que piensa el cliente sobre el servicio recibido y que aglutina, como una única dimensión, aspectos tales como la Fiabilidad, Seguridad, Empatía o la Capacidad de Respuesta y, por tanto, marca de manera sustancial, los atributos del servicio que se presta), existen un número importante de unidades de orientación que deben mejorar sus valoraciones en esta

relevante variable, pudiéndose distinguir dos grupos, las unidades de orientación 3, 4 y 16; que obtienen una valoración inferior y en las que se observa una magnitud media en sus diferencias, y las unidades 1, 2, 5 y 9, por hallarse, también, diferencias significativas, aunque, en este casos, el tamaño del efecto es pequeño, en relación con el estándar de calidad determinado por la unidad 12 y aquellas otras con las que no se encuentran diferencias. Estos importantes resultados serán interpretados en el apartado de conclusiones.

Gráfico 27. Rangos promedios obtenidos, mediante la prueba de Kruskal-Wallis, por las unidades de orientación profesional. Variable de análisis: Calidad Subjetiva. El círculo amarillo representa el rango promedio más alto y, el rojo, las unidades donde se han encontrado diferencias significativas en los pares contrastados. El espacio superior de la línea discontinua identifica el estándar de calidad.



Fuente: Elaboración propia

Para finalizar este primer análisis correlacional, con independencia de los resultados obtenidos en este estudio al analizar las dimensiones originales propuestas por Parasuraman et. al., (1988); esto es, que solamente dos dimensiones explican el constructo general de Calidad Percibida, una objetiva, referida a aspectos externos relacionados con la prestación del servicio y otra subjetiva, que como se describía anteriormente, está relacionada con lo que piensa la persona atendida sobre el servicio recibido y que integra las dimensiones propuestas por el autor referenciado, se piensa que el análisis de estas variables puede aportar interesantes conclusiones a la mejora de la calidad del servicio y, en este sentido, se exponen, a continuación, los resultados obtenidos en nuestro estudio; si bien, como ya se dijo, su exposición se realizará de forma conjunta para evitar una redacción tediosa y reiterativa, aunque con gráficos que permitan su interpretación independiente.

Las dimensiones que se analizan, por tanto, son; (i) **Fiabilidad** (Capacidad para realizar el servicio de forma fiable y cuidadosa). (ii) **Capacidad de respuesta**

(Disposición del personal de la organización para ayudar a las personas usuarias y prestar un servicio con rapidez) (iii) **Seguridad** (Conocimientos y cualificación del personal que presta el servicio y que conllevan, para la clientela, credibilidad, confianza y seguridad). (iv) **Empatía** (Accesibilidad y comprensión de los problemas de las personas usuarias). Siendo la más importante de todas, para los autores del SERVQUAL, la primera.

Atendiendo a lo que puede observarse en los gráficos, 28 29, 30 y 31 resalta el buen posicionamiento de la unidad número 12, que obtiene los rangos promedios más altos en tres de las cuatro dimensiones que se analizan. En este sentido, y en relación con la puntuación máxima que le otorgan las personas atendidas (5), los porcentajes se sitúan en Fiabilidad en un 89,7%, en Capacidad de Respuesta en un 92,8% y en Empatía en un 96,9%; porcentajes que sobresalen, sin duda, en relación con la mayoría de las otras unidades y, especialmente, con aquellas en donde sí existen diferencias significativas ( $p < 0.05$ ) en la comparación de pares realizada. Por tanto, la unidad número 12, en relación con la Calidad Subjetiva y sus dimensiones, se convierte, de esta manera, en uno de los referentes de calidad dentro de la provincia de Jaén.

En el lado contrario, aquellas unidades que deben mejorar sus valoraciones con la finalidad de alcanzar el estándar de calidad que marcan las unidades sin significación estadística entre ellas, se sitúan las unidades: 2, ( $r=0.23$ ) 4 ( $r=0.28$ ) y 16 ( $r=0.25$ ); en relación con la variable Fiabilidad. 2, ( $r=0.33$ ) 3 ( $r=0.41$ ), 4 ( $r=0.28$ ), 5 ( $r=0.34$ ), 9 ( $r=0.24$ ), 13 ( $r=0.25$ ), 14 ( $r=0.24$ ) y 16 ( $r=0.31$ ); en relación con la variable Capacidad de Respuesta y 2 ( $r=0.25$ ), 4 ( $r=0.23$ ) y 9 ( $r=0.23$ ); en relación con la variable Empatía. Finalmente, en la dimensión Seguridad, la unidad 4, presenta una valoración más baja, en comparación con la 15 ( $r=0.26$ ), que se sitúa en el mejor rango promedio y donde se han encontrado las diferencias significativas. Destacamos las numerosas entidades que deben mejorar sus valoraciones en la dimensión Capacidad de Respuesta, relacionada con la disponibilidad para atender a la persona desempleada o el tiempo de espera para recibir el servicio; hecho éste que será interpretado en el apartado de conclusiones.

Gráfico 28. Rangos promedios obtenidos, mediante la prueba de Kruskal-Wallis, por las unidades de orientación profesional. Variable de análisis: Fiabilidad. El círculo amarillo representa el rango promedio más alto y, el rojo, las unidades donde se han encontrado diferencias significativas en los pares contrastados. El espacio superior de la línea discontinua identifica el estándar de calidad.



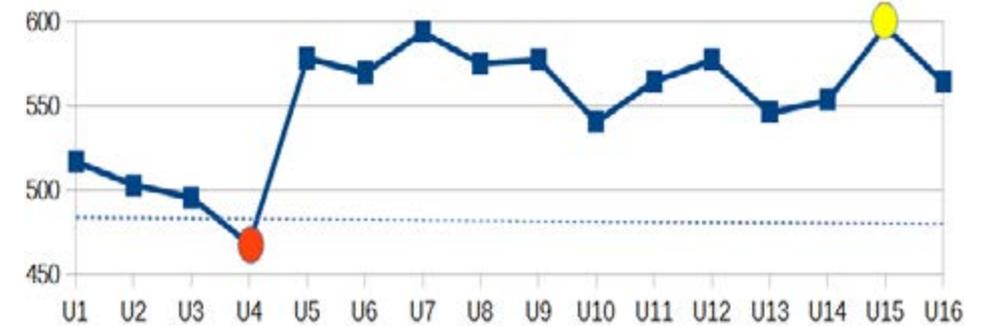
Fuente: Elaboración propia

Gráfico 29. Rangos promedios obtenidos, mediante la prueba de Kruskal-Wallis, por las unidades de orientación profesional. Variable de análisis: Capacidad de Respuesta. El círculo amarillo representa el rango promedio más alto y, el rojo, las unidades donde se han encontrado diferencias significativas en los pares contrastados. El espacio superior de la línea discontinua identifica el estándar de calidad.



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 30. Rangos promedios obtenidos, mediante la prueba de Kruskal-Wallis, por las unidades de orientación profesional. Variable de análisis: Seguridad. El círculo amarillo representa el rango promedio más alto y, el rojo, las unidades donde se han encontrado diferencias significativas en los pares contrastados. El espacio superior de la línea discontinua identifica el estándar de calidad.



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 31. Rangos promedios obtenidos, mediante la prueba de Kruskal-Wallis, por las unidades de orientación profesional. Variable de análisis: Empatía. El círculo amarillo representa el rango promedio más alto y, el rojo, las unidades donde se han encontrado diferencias significativas en los pares contrastados. El espacio superior de la línea discontinua identifica el estándar de calidad.



Fuente: Elaboración propia

Para concluir este apartado, se realiza la Tabla 27 que sintetiza las comparaciones realizadas, salvo las que componen la Calidad Subjetiva anteriormente analizadas, especificándose aquellas unidades de orientación que deben mejorar su valoración en alguno de los atributos de la calidad, con prioridades de intervención en función del tamaño de las diferencias encontradas y, aquellas otras unidades, que han obtenido, en comparación con las anteriores, los rangos promedios más altos y por tanto, las mejores valoraciones de las personas atendidas.

**Tabla 27. Resultados de la comparativa entre unidades de orientación profesional**

UNIDAD	CALIDAD OBJETIVA		CALIDAD SUBJETIVA		CALIDAD PERCIBIDA		SATISFACCIÓN GENERAL	
	Debe mejorar su valoración	Rango más alto en la dimensión	Debe mejorar su valoración	Rango más alto en la dimensión	Debe mejorar su valoración	Rango más alto en la dimensión	Debe mejorar su valoración	Rango más alto en la dimensión
Unidad 1	X*		X		X		X	
Unidad 2			X					
Unidad 3	X*		X*		X*			
Unidad 4			X*				X*	
Unidad 5			X					X
Unidad 9			X				X	
Unidad 12	X*			X				
Unidad 15		X				X		
Unidad 16			X*				X*	

(\*) Prioridad de intervención

Fuente: Elaboración propia

### 3.2.3. Análisis por técnicos de orientación profesional

#### 3.2.3.1. Análisis descriptivo

Teniendo en cuenta que los análisis descriptivos se realizan sobre 30 técnicos y técnicas, de igual forma que se hizo para las unidades de orientación profesional, no se van a analizar cada uno de los ítems que componen las distintas dimensiones, con la finalidad de evitar una redacción tediosa y reiterativa. En este sentido, se presenta, por cada personal técnico, una tabla que contiene las medias y desviaciones típicas por dimensiones y un gráfico que, en porcentajes, expone el nivel de satisfacción otorgado por los usuarios de la orientación, analizando, de manera general, ambos contenidos.

#### PERSONAL TÉCNICO 1

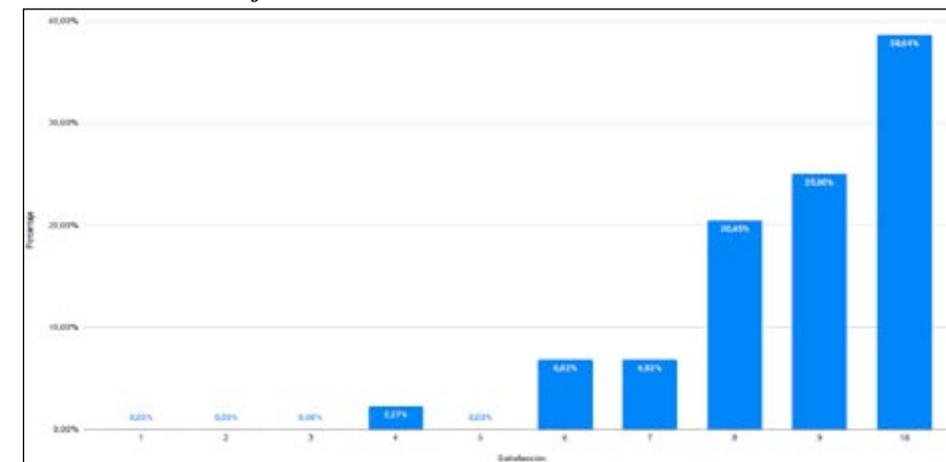
**Tabla 28. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad.**

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,45	4,72	4,89	4,72	4,91	4,81	4,62	8,72
Desv. Típica	0,59	0,58	0,23	0,59	0,28	0,36	0,41	1,42

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre 4,45 (Elementos Tangibles) y 4,91 (Empatía), dimensión mejor valorada. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,81 y la de la escala Calidad Percibida de 4,62 sobre 5. La Satisfacción alcanza una media de 8,72 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas las recibe la dimensión Capacidad de Respuesta ( $SD= 0,23$ ) y las más heterogéneas el constructo de Satisfacción General ( $SD= 1,42$ ).

**Gráfico 32. Porcentaje nivel de satisfacción**



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a esta última dimensión, (ver Gráfico 32), un 38,64% de usuarios puntúan, su nivel de satisfacción con el servicio de orientación prestado por el PT1, con un 10 y tan solo un 2,27% le otorgan un 4, valoración mínima recibida.

#### PERSONAL TÉCNICO 2

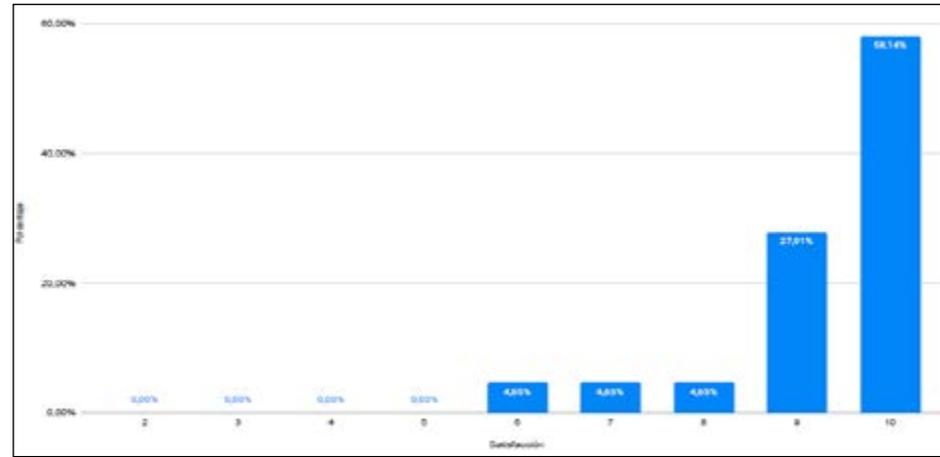
**Tabla 29. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad.**

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,49	4,87	4,83	4,76	4,83	4,82	4,65	9,30
Desv. Típica	0,68	0,40	0,47	0,75	0,47	0,47	0,52	1,08

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran valores medios de los ítems que oscilan entre 4,49 (Elementos Tangibles) y 4,87 (Fiabilidad), dimensión mejor valorada. La media del factor Calidad Subjetiva es 4,82 y la de la escala Calidad Percibida de 4,65 sobre 5. La Media de Satisfacción alcanza un 9,30 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas las recibe la dimensión Fiabilidad ( $SD= 0,40$ ) y las más heterogéneas el constructo de Satisfacción General ( $SD= 1,08$ ).

Gráfico 33. Porcentaje nivel de satisfacción



Fuente: Elaboración propia

En relación con esta última dimensión, (ver Gráfico 33), el 58,14% de las personas encuestadas puntúan, su nivel de satisfacción con el servicio de orientación prestado por el PT2, con un 10 y tan solo un 4,65 %, lo puntúan con un 6, valoración mínima otorgada.

### PERSONAL TÉCNICO 3

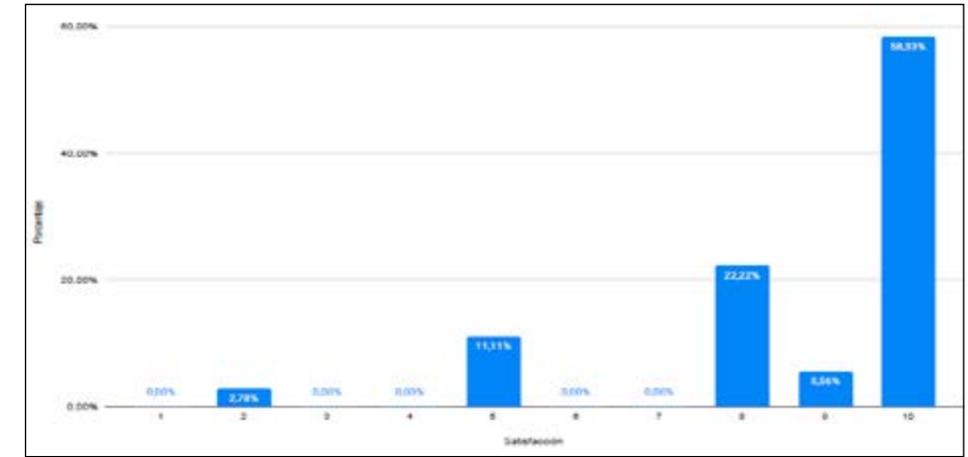
Tabla 30. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad.

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,71	4,58	4,52	4,60	4,61	4,58	4,64	8,72
Desv. Típica	0,46	0,80	0,76	0,81	0,85	0,77	0,55	1,99

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre 4,52 (Capacidad de Respuesta) y 4,71 (Elementos Tangibles), dimensión mejor valorada. La media del factor Calidad Subjetiva es 4,58 y la de la escala Calidad Percibida de 4,64 sobre 5. La Satisfacción alcanza una media de 8,72 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas las recibe la dimensión Elementos Tangibles ( $SD=0,46$ ) y las más heterogéneas el constructo de Satisfacción General ( $SD=1,99$ ).

Gráfico 34. Porcentaje nivel de satisfacción



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a esta última dimensión, (ver Gráfico 34), un 58,33% de usuarios puntúan, su nivel de satisfacción con el servicio de orientación prestado por el PT3, con un 10 y tan solo un 2,78% lo puntúan con un 2, valoración más baja recibida.

### PERSONAL TÉCNICO 4

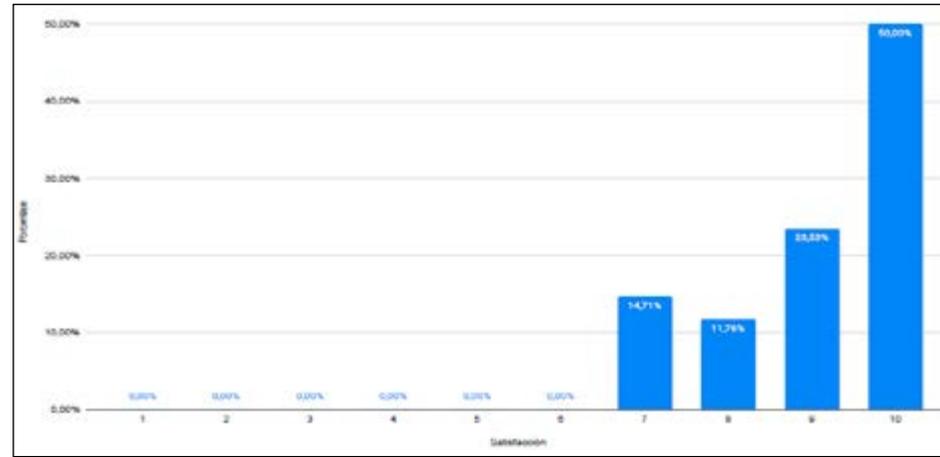
Tabla 31. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad.

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,89	4,85	4,86	4,80	4,89	4,85	4,87	9,08
Desv. Típica	0,22	0,35	0,33	0,50	0,32	0,33	0,24	1,11

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre 4,80 referido a Seguridad y 4,89 a Empatía y Elementos Tangibles, que son las dimensiones mejor valoradas. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,85 y la de la escala Calidad Percibida de 4,87 sobre 5. La Satisfacción alcanza una media de 9,08 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas las recibe la dimensión Elementos Tangibles ( $SD=0,22$ ) y las más heterogéneas el constructo de Satisfacción General ( $SD=1,11$ ).

Gráfico 35. Porcentaje nivel de satisfacción



Fuente: Elaboración propia

En relación con esta última dimensión, (ver Gráfico 35), un 50 % de usuarios puntúan, su nivel de satisfacción con el servicio de orientación prestado por el PT4, con un 10 y un 14,71% con un 7, valoración más baja recibida.

**PERSONAL TÉCNICO 5**

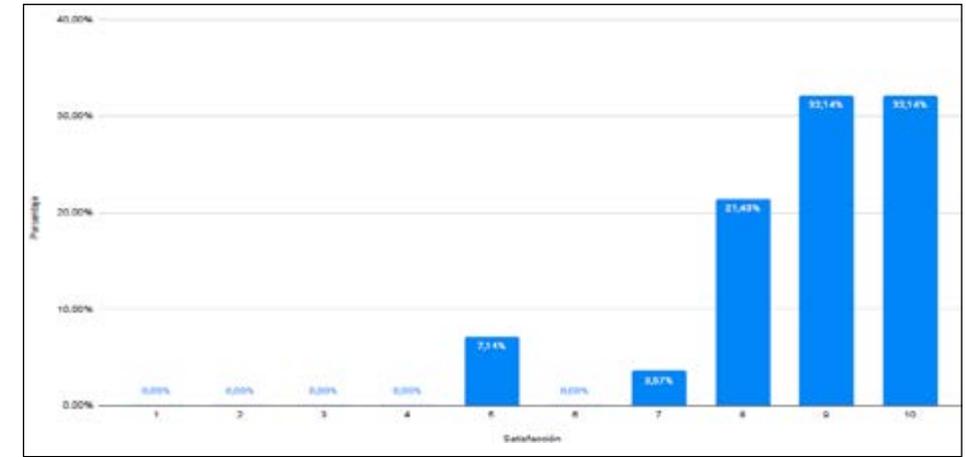
Tabla 32. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad.

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,61	4,68	4,66	4,71	4,77	4,71	4,70	8,74
Desv. Típica	0,63	0,64	0,70	0,74	0,65	0,67	0,46	1,37

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre 4,61 (Elementos Tangibles) y 4,77 (Empatía), dimensión mejor valorada. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,71 y la de la escala Calidad Percibida de 4,70 sobre 5. La Satisfacción obtiene una media de 8,74 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas las recibe la dimensión Elementos Tangibles ( $SD= 0,63$ ) y las más heterogéneas el constructo de Satisfacción General ( $SD= 1,37$ ).

Gráfico 36. Porcentaje nivel de satisfacción



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a esta última dimensión, (ver Gráfico 36), un 32,14% de usuarios puntúan, su nivel de satisfacción con el servicio de orientación prestado por el PT5, con un 10. No existiendo puntuaciones por debajo de 5.

**PERSONAL TÉCNICO 6**

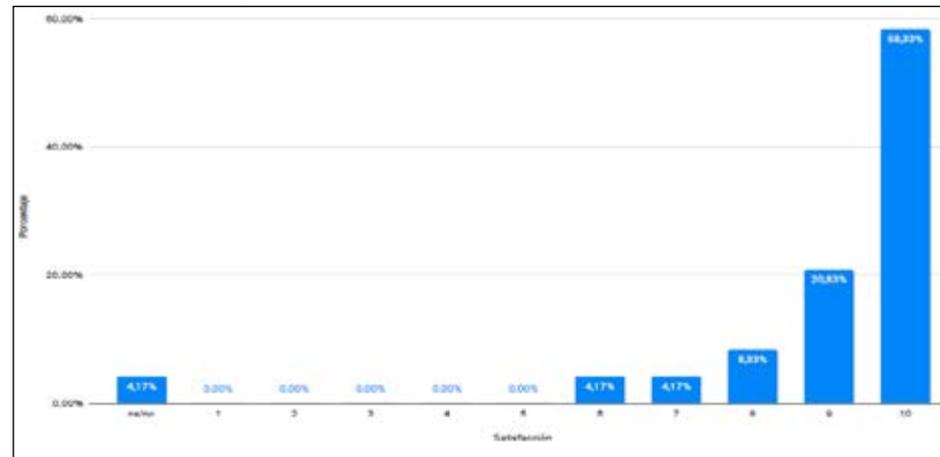
Tabla 33. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad.

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,77	4,94	4,69	4,90	4,93	4,85	4,83	9,30
Desv. Típica	0,36	0,17	0,35	0,18	0,22	0,18	0,23	1,10

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre 4,69 (Capacidad de Respuesta) y 4,94 (Fiabilidad), dimensión mejor valorada. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,85 y la de la escala Calidad Percibida de 4,83 sobre 5. La Media de Satisfacción alcanza una puntuación de 9,30 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas las recibe la dimensión Fiabilidad ( $SD= 0,17$ ) y las más heterogéneas el constructo de Satisfacción General ( $SD= 1,10$ ).

Gráfico 37. Porcentaje nivel de satisfacción



Fuente: Elaboración propia

En relación con esta última dimensión, (ver Gráfico 37), un 58,33% de los usuarios puntúan, su nivel de satisfacción con el servicio de orientación prestado por el PT6, con un 10 y tan solo un 4,17% lo puntúan con un 6, valor mínimo otorgado. Existiendo, además, un 4,17% de usuarios que no sabe/no contesta.

#### PERSONAL TÉCNICO 7

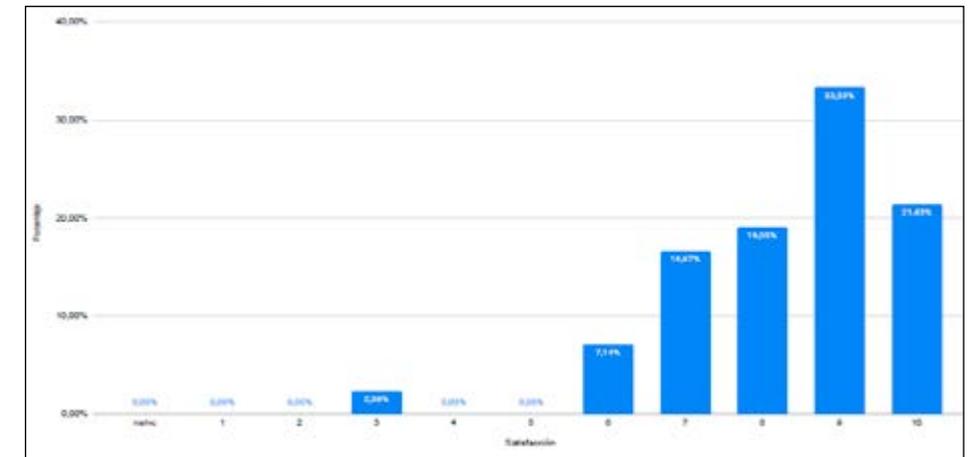
Tabla 34. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad.

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,72	4,66	4,73	4,72	4,75	4,71	4,71	8,33
Desv. Típica	0,34	0,59	0,55	0,55	0,65	0,51	0,35	1,47

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre 4,66 (Fiabilidad) y 4,75 (Empatía), dimensión mejor valorada. Las medias del factor Calidad Subjetiva y la de la escala de Calidad Percibida son de 4,71 sobre 5 y la de Satisfacción alcanza una puntuación de 8,33 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas las recibe el factor Elementos Tangibles ( $SD= 0,34$ ) y las más heterogéneas el constructo de Satisfacción General ( $SD= 1,47$ ).

Gráfico 38. Porcentaje nivel de satisfacción



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a esta última variable, (ver Gráfico 38), un 21,43% de usuarios puntúan, su nivel de satisfacción con el servicio de orientación prestado por el PT7, con un 10 y tan solo un 2,38% lo puntúan con un 3, valor mínimo otorgado.

#### PERSONAL TÉCNICO 8

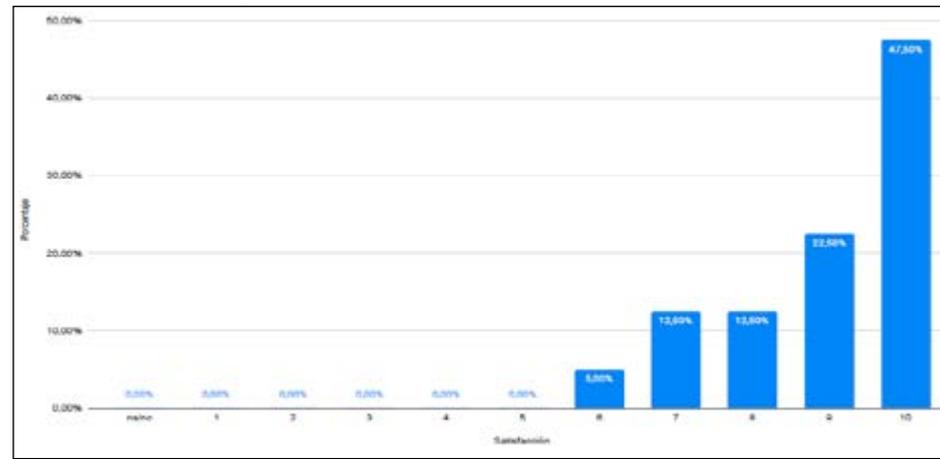
Tabla 35. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad.

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,89	4,75	4,78	4,72	4,82	4,77	4,83	8,95
Desv. Típica	0,28	0,50	0,42	0,59	0,43	0,44	0,29	1,25

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre 4,72 (Seguridad) y 4,89 (Elementos Tangibles), dimensión mejor valorada. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,77 y la de la escala de Calidad Percibida de 4,83 sobre 5. La Satisfacción alcanza una puntuación de 8,95 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas las recibe el factor Elementos Tangibles ( $SD= 0,28$ ) y las más heterogéneas el constructo de Satisfacción General ( $SD= 1,25$ ).

Gráfico 39. Porcentaje nivel de satisfacción



Fuente: Elaboración propia

En relación con esta última dimensión, (ver Gráfico 39), un 47,50% de los usuarios puntúan, su nivel de satisfacción con el servicio de orientación prestado por el PT8, con un 10 y un 5% lo puntúan con un 6, valor mínimo otorgado.

**PERSONAL TÉCNICO 9**

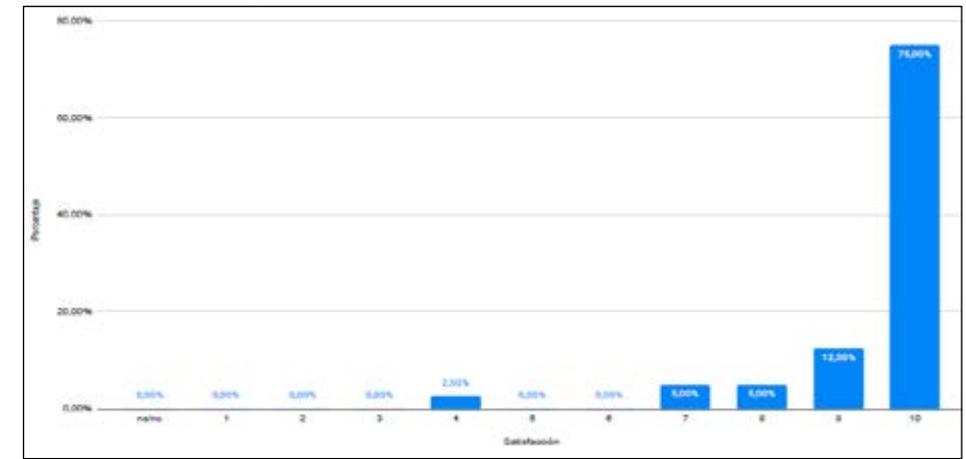
Tabla 36. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,92	4,91	4,75	4,95	4,91	4,88	4,90	9,47
Desv. Típica	0,15	0,40	0,43	0,17	0,47	0,32	0,19	1,19

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre 4,75 (Capacidad de Respuesta) y 4,95 (Seguridad), dimensión mejor valorada. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,88 y la de la escala Calidad Percibida de 4,90 sobre 5. La media de Satisfacción alcanza una puntuación de 9,47 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas las recibe el factor Elementos Tangibles ( $SD= 0,15$ ) y las más heterogéneas el constructo de Satisfacción General ( $SD= 1,19$ ).

Gráfico 40. Porcentaje nivel de satisfacción



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a esta última dimensión, (ver Gráfico 40) un elevado 75% de usuarios puntúan, su nivel de satisfacción con el servicio de orientación prestado por el PT9, con un 10 y tan solo un 2,50% lo puntúan con un 4, valor mínimo recibido.

**PERSONAL TÉCNICO 10**

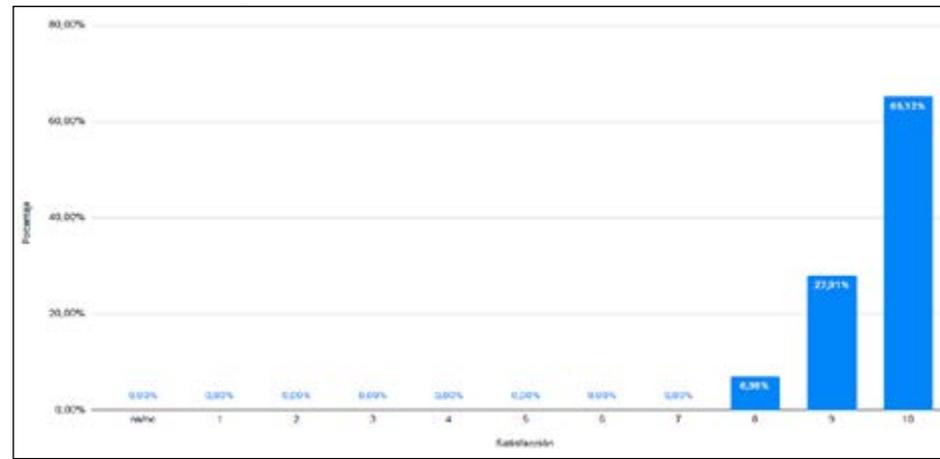
Tabla 37. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad.

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,88	4,92	4,86	4,96	4,96	4,92	4,90	9,58
Desv. Típica	0,21	0,15	0,23	0,13	0,16	0,13	0,14	0,62

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre 4,88 referido a Elementos Tangibles y 4,96 a Empatía y Seguridad, dimensiones mejor valoradas. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,92 y la de la escala de Calidad Percibida de 4,90 sobre 5. La media de Satisfacción alcanza una puntuación de 9,58 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas de las dimensiones las recibe Seguridad ( $SD= 0,13$ ) y las más heterogéneas el constructo de Satisfacción General ( $SD= 0,62$ ), si bien; inferior a 1. Resalta, por tanto, la gran estabilidad en las puntuaciones otorgadas a las dimensiones.

Gráfico 41. Porcentaje nivel de satisfacción



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la Satisfacción Global, (ver Gráfico 41), un significativo 65,12% de los usuarios puntúan, su nivel de satisfacción con el servicio de orientación prestado por el PT10, con un 10 y tan solo un 6,98% lo puntúan con un 8, valor mínimo recibido.

#### PERSONAL TÉCNICO 11

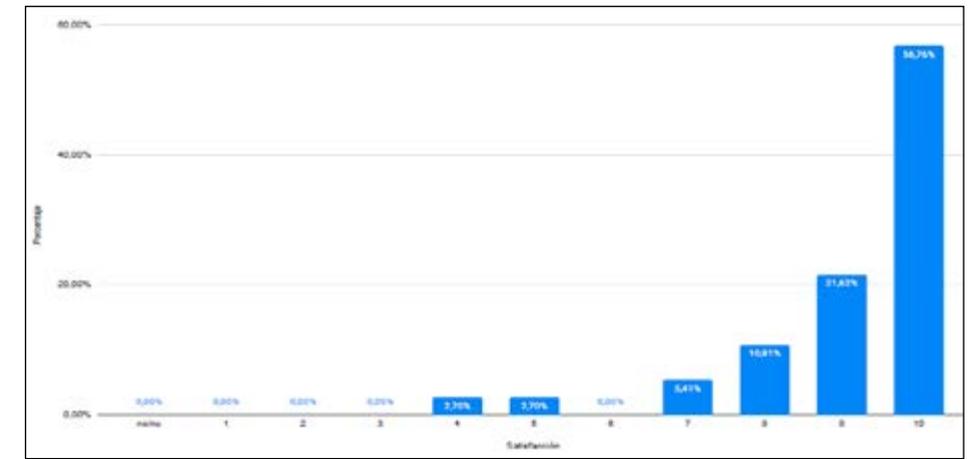
Tabla 38. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,68	4,77	4,82	4,81	4,85	4,81	4,75	9,10
Desv. Típica	0,58	0,59	0,46	0,51	0,52	0,47	0,48	1,42

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre 4,68 (Elementos Tangibles) y 4,85 (Empatía), dimensión mejor valorada. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,81 y la de la escala Calidad Percibida de 4,75 sobre 5. La Satisfacción alcanza una puntuación de 9,10 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas las recibe la dimensión Capacidad de Respuesta ( $SD= 0,46$ ) y las más heterogéneas el constructo de Satisfacción General ( $SD= 1,42$ ).

Gráfico 42. Porcentaje nivel de satisfacción



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a esta última dimensión, (ver Gráfico 42), un 56,76% de usuarios puntúan, su nivel de satisfacción con el servicio de orientación prestado por el PT11, con un 10 y tan solo un 2,70% lo puntúan con un 4, valor mínimo otorgado.

#### PERSONAL TÉCNICO 12

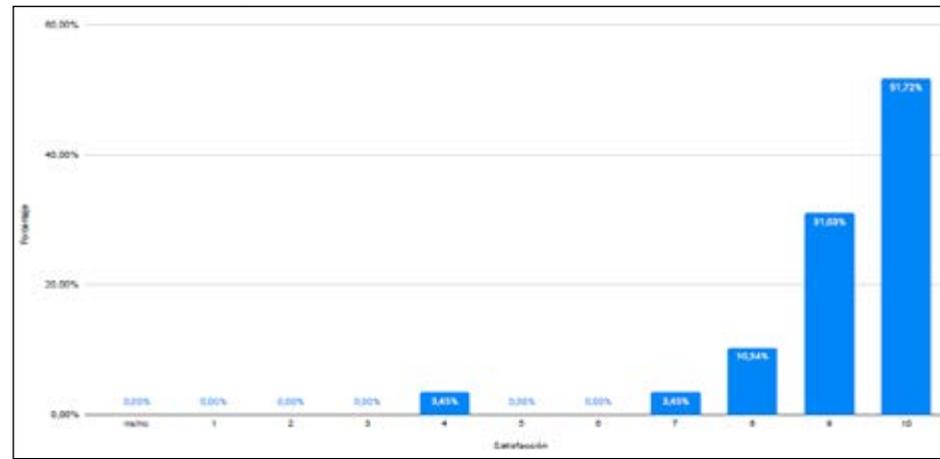
Tabla 39. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad.

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,64	4,95	4,86	4,98	4,98	4,94	4,79	9,16
Desv. Típica	0,59	0,15	0,34	0,06	0,09	0,11	0,32	1,26

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre 4,64 referido a Elementos Tangibles y 4,98 a Seguridad y Empatía, dimensiones mejor valoradas. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,94 y la de la escala Calidad Percibida de 4,79 sobre 5. La media de Satisfacción alcanza una puntuación de 9,16 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas las recibe la dimensión Seguridad ( $SD= 0,06$ ), que sorprende la estabilidad en las puntuaciones otorgadas y las más heterogéneas el constructo de Satisfacción General ( $SD= 1,26$ ).

Gráfico 43. Porcentaje nivel de satisfacción



Fuente: Elaboración propia

En relación con esta última dimensión, (ver Gráfico 43), un 51,72% de usuarios puntúan, su nivel de satisfacción con el servicio de orientación prestado por el PT12, con un 10 y tan solo un 3,45% lo puntúan con un 4, valoración mínima recibida.

### PERSONAL TÉCNICO 13

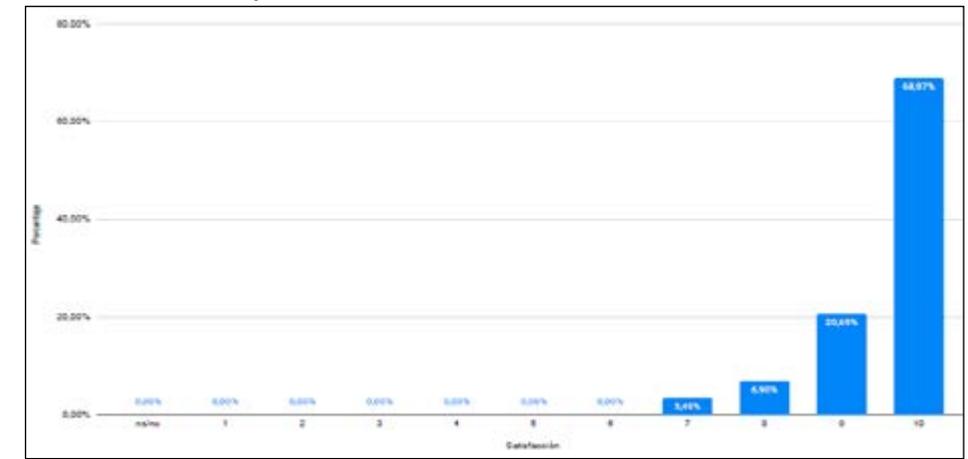
Tabla 40. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad.

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,88	4,96	4,91	4,96	4,93	4,94	4,91	9,55
Desv. Típica	0,28	0,11	0,22	0,18	0,29	0,18	0,17	0,78

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre 4,88 referido a Elementos Tangibles y 4,96 a Seguridad y Fiabilidad, dimensiones mejor valoradas. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,94 y la de la escala Calidad Percibida de 4,91 sobre 5. La media de Satisfacción alcanza una puntuación de 9,55 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas las recibe la dimensión Fiabilidad ( $SD= 0,11$ ) y las más heterogéneas el constructo de Satisfacción General ( $SD= 0,78$ ). Resalta, en este sentido, la gran estabilidad en las puntuaciones otorgadas a las dimensiones, incluida la Satisfacción, por debajo de 1.

Gráfico 44. Porcentaje nivel de satisfacción



Fuente: Elaboración propia

En relación con esta última dimensión, (ver Gráfico 44), un elevado 67,97% de usuarios puntúan, su nivel de satisfacción con el servicio de orientación prestado por el PT13, con un 10 y tan solo un 3,45% lo puntúan con un 7, valoración mínima recibida.

### PERSONAL TÉCNICO 14

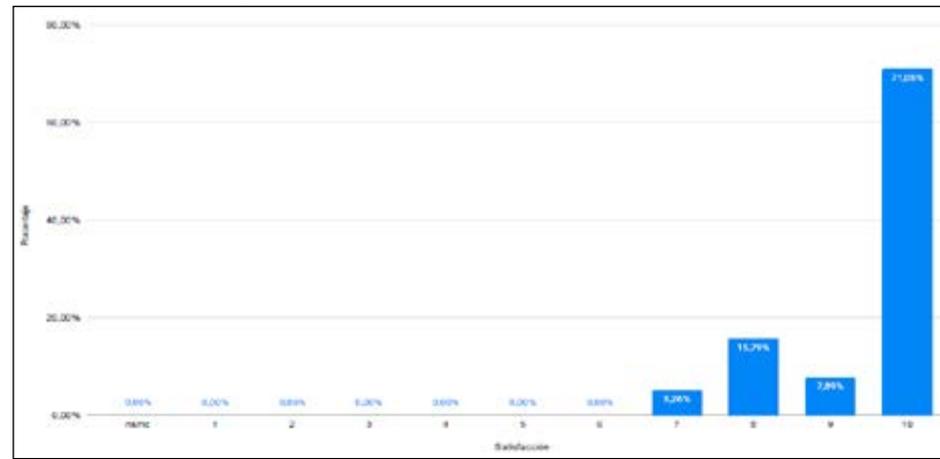
Tabla 41. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad.

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,80	4,90	4,76	4,92	4,83	4,85	4,82	9,44
Desv. Típica	0,29	0,29	0,48	0,27	0,37	0,31	0,25	0,95

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre 4,76 (Capacidad de Respuesta) y 4,92 (Seguridad), dimensión mejor valorada. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,85 y la de la escala Calidad Percibida de 4,82 sobre 5. La Satisfacción alcanza una puntuación de 9,44 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas de las dimensiones las recibe la Seguridad ( $SD= 0,27$ ) y las más heterogéneas el constructo de Satisfacción General ( $SD= 0,95$ ); si bien, inferior a 1. Resalta, por tanto, la gran estabilidad en las puntuaciones otorgadas a las dimensiones.

Gráfico 45. Porcentaje nivel de satisfacción



Fuente: Elaboración propia

En relación con esta última dimensión, (ver Gráfico 45), un significativo 71,05% de usuarios puntúan, su nivel de satisfacción con el servicio de orientación prestado por el PT14, con un 10 y tan solo un 5,26% lo puntúan con un 7, valoración mínima recibida.

PERSONAL TÉCNICO 15

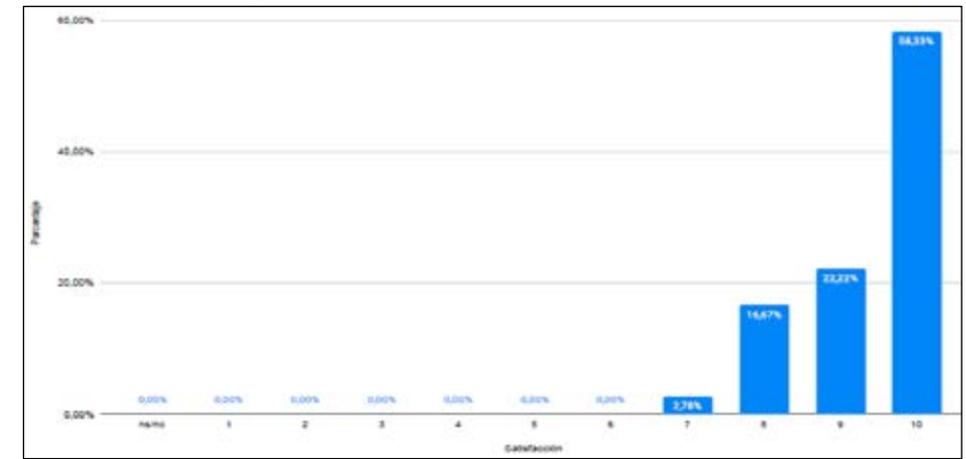
Tabla 42. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad.

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,88	4,96	4,91	4,96	4,93	4,94	4,91	9,55
Desv. Típica	0,37	0,04	0,48	0,07	0,08	0,14	0,23	0,86

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre 4,88 referido a Elementos Tangibles y 4,96 a Fiabilidad y Seguridad, dimensiones mejor valoradas. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,94 y la de la escala Calidad Percibida de 4,91 sobre 5. La Satisfacción alcanza una puntuación de 9,55 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas las recibe la dimensión Fiabilidad ( $SD= 0,04$ ) y las más heterogéneas el constructo de Satisfacción General ( $SD= 0,86$ ); si bien, inferior a 1. Resalta, por tanto, la gran estabilidad en las puntuaciones otorgadas a las dimensiones, especialmente a la de Fiabilidad.

Gráfico 46. Porcentaje nivel de satisfacción



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la Satisfacción General, (ver Gráfico 46), un 58,33% de usuarios puntúan, su nivel de satisfacción con el servicio de orientación prestado por el PT15, con un 10 y tan solo un 2,78% lo puntúan con un 7, valoración mínima otorgada.

PERSONAL TÉCNICO 16

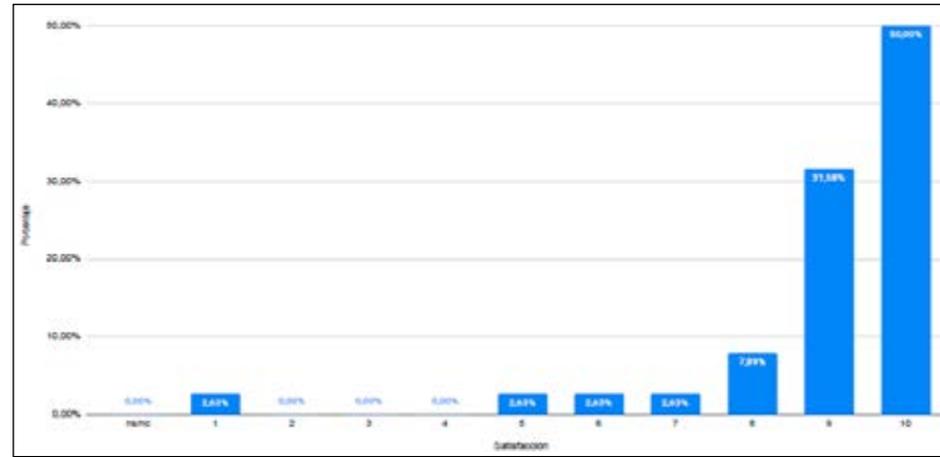
Tabla 43. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad.

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,77	4,85	4,87	4,79	4,7237	4,84	4,81	8,94
Desv. Típica	0,40	0,51	0,32	0,66	0,9350	0,52	0,38	1,74

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre 4,72 (Empatía) y 4,87 (Capacidad de Respuesta), dimensión mejor valorada. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,84 y la de la escala Calidad Percibida de 4,81 sobre 5. La media de Satisfacción alcanza una puntuación de 8,94 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas las recibe la dimensión Capacidad de Respuesta ( $SD= 0,32$ ) y las más heterogéneas el constructo de Satisfacción General ( $SD= 1,74$ ).

Gráfico 47. Porcentaje nivel de satisfacción



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a esta última dimensión, (ver Gráfico 47), un 50,00% de usuarios puntúan, su nivel de satisfacción con el servicio de orientación prestado por el PT16, con un 10 y tan solo un 2,63% lo puntúan con un 1, única valoración por debajo de 5.

PERSONAL TÉCNICO 17

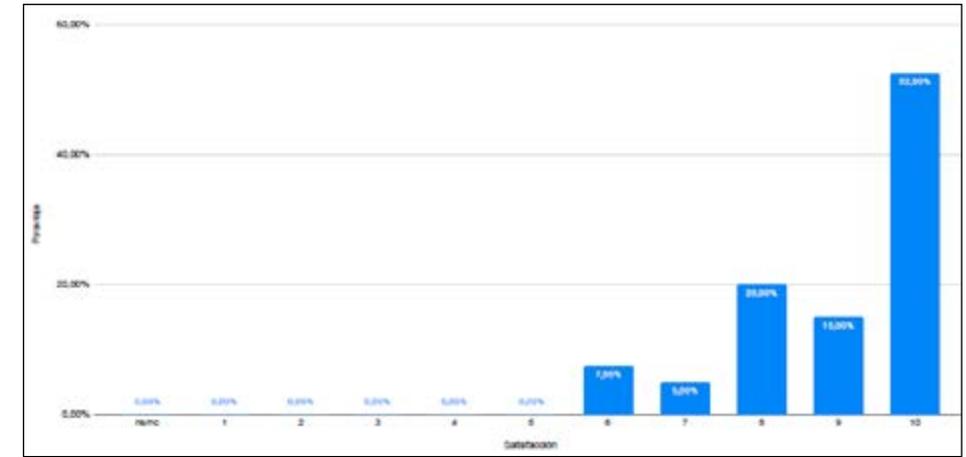
Tabla 44. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad.

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,70	4,88	4,82	4,90	4,86	4,85	4,76	9,00
Desv. Típica	0,47	0,23	0,33	0,26	0,33	0,24	0,27	1,28

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre 4,70 (Elementos Tangibles) y 4,90 (Seguridad), dimensión mejor valorada. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,85 y la de la escala Calidad Percibida de 4,76 sobre 5. La media de Satisfacción alcanza una puntuación de 9,00 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas las recibe la dimensión Fiabilidad ( $SD= 0,23$ ) y las más heterogéneas el constructo de Satisfacción General ( $SD= 1,28$ ).

Gráfico 48. Porcentaje nivel de satisfacción



Fuente: Elaboración propia

En relación con esta última dimensión (ver Gráfico 48), un 52,50% de usuarios puntúan, su nivel de satisfacción con el servicio de orientación prestado por el PT17, con un 10 y un 7,50% lo puntúan con un 6, valoración mínima recibida.

PERSONAL TÉCNICO 18

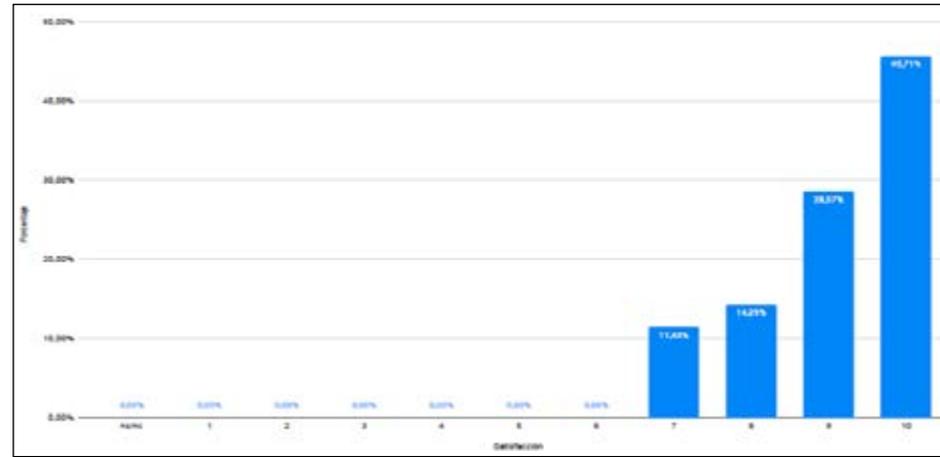
Tabla 45. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad.

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,63	4,90	4,82	4,97	4,84	4,88	4,75	9,08
Desv. Típica	0,44	0,23	0,30	0,16	0,39	0,24	0,28	1,03

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre 4,63 (Elementos Tangibles) y 4,97 (Seguridad), dimensión mejor valorada. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,88 y la de la escala Calidad Percibida de 4,75 sobre 5. La media de Satisfacción alcanza una puntuación de 9,08 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas las recibe la dimensión Seguridad ( $SD= 0,16$ ) y las más heterogéneas el constructo de Satisfacción General ( $SD= 1,03$ ).

Gráfico 49. Porcentaje nivel de satisfacción



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a esta última dimensión, (ver Gráfico 49), un 45,71% de usuarios puntúan, su nivel de satisfacción con el servicio de orientación prestado por el PT18, con un 10 y un 11,43% lo puntúan con un 7, valoración más baja otorgada.

PERSONAL TÉCNICO 19

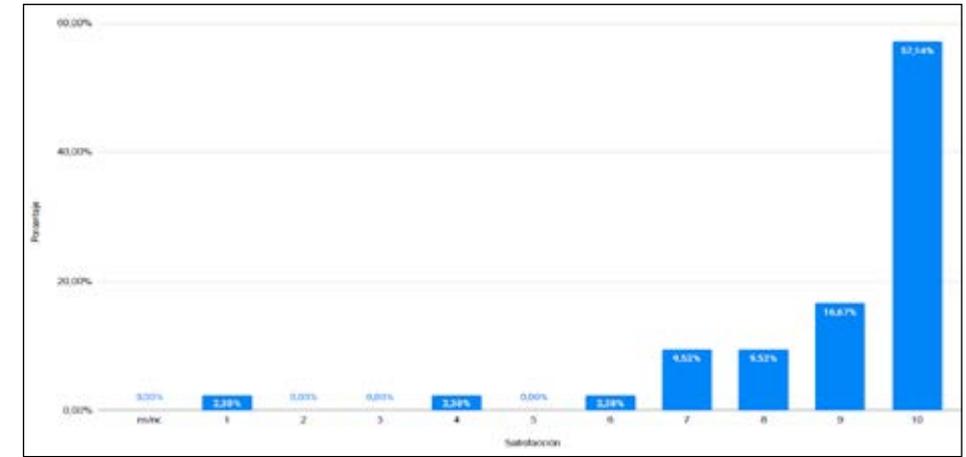
Tabla 46. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad.

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,72	4,73	4,73	4,75	4,71	4,73	4,72	8,90
Desv. Típica	0,69	0,73	0,78	0,79	0,86	0,76	0,68	1,85

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre 4,71 (Empatía) y un 4,75 (Seguridad), dimensión mejor valorada. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,73 y la de la escala Calidad Percibida de 4,72 sobre 5. La Satisfacción alcanza una media de 8,90 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas de las dimensiones las recibe Elementos Tangibles ( $SD= 0,69$ ) y las más heterogéneas el constructo de Satisfacción General ( $SD= 1,85$ ).

Gráfico 50. Porcentaje nivel de satisfacción



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a esta última dimensión, (ver Gráfico 50), un 57,14% de usuarios puntúan, su nivel de satisfacción con el servicio de orientación prestado por el PT19, con un 10 y un 4,76% lo puntúan por debajo de 5.

PERSONAL TÉCNICO 20

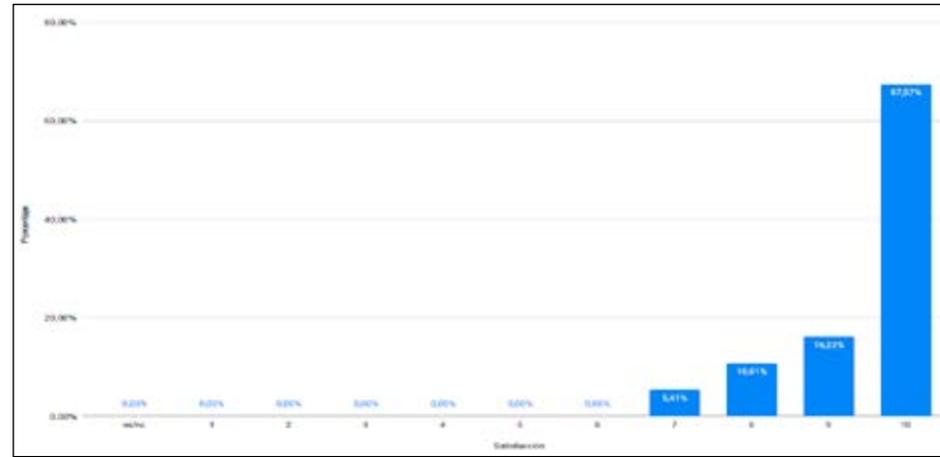
Tabla 47. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad.

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,74	4,83	4,80	4,80	4,89	4,83	4,78	9,45
Desv. Típica	0,55	0,41	0,48	0,49	0,39	0,40	0,40	0,90

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre 4,74 (Elementos Tangibles) y 4,89 (Empatía), dimensión mejor valorada. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,83 y la de la escala de Calidad Percibida de 4,78 sobre 5. La Satisfacción alcanza una media de 9,45 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas las recibe la dimensión Empatía ( $SD= 0,39$ ) y las más heterogéneas el constructo de Satisfacción General ( $SD= 0,90$ ); si bien por debajo de 1. Resalta, por tanto, la gran estabilidad en las puntuaciones otorgadas a las dimensiones.

Gráfico 51. Porcentaje nivel de satisfacción



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la Satisfacción General (ver Gráfico 51), un significativo 67,57% de usuarios puntúan, su nivel de satisfacción con el servicio de orientación prestado por el PT20, con un 10 y un 5,41% lo puntúan con 7, valoración mínima recibida.

PERSONAL TÉCNICO 21

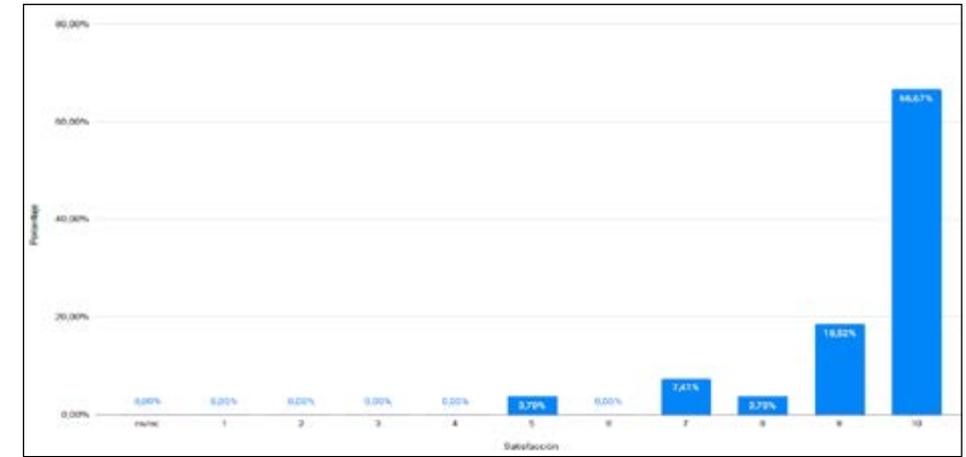
Tabla 48. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad.

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,90	4,91	4,91	4,96	5,00	4,94	4,92	9,33
Desv. Típica	0,22	0,27	0,23	0,19	0,00	0,15	0,14	1,24

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre 4,90 (Elementos Tangibles) y un 5,00 (Empatía), dimensión mejor valorada. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,94 y la de la escala Calidad Percibida de 4,92 sobre 5. La media de Satisfacción alcanza una puntuación de 9,33 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas las recibe la dimensión Empatía ( $SD= 0,00$ ) y las más heterogéneas el constructo de Satisfacción General ( $SD= 1,24$ ). Resalta, por tanto, la gran estabilidad en las puntuaciones otorgadas a las dimensiones, especialmente referido a la de Empatía.

Gráfico 52. Porcentaje nivel de satisfacción



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la Satisfacción General, (ver Gráfico 52), un significativo 67,67% de usuarios puntúan, su nivel de satisfacción con el servicio de orientación prestado por el PT21, con un 10 y un 3,70% lo puntúan con un 5, valoración mínima recibida.

PERSONAL TÉCNICO 22

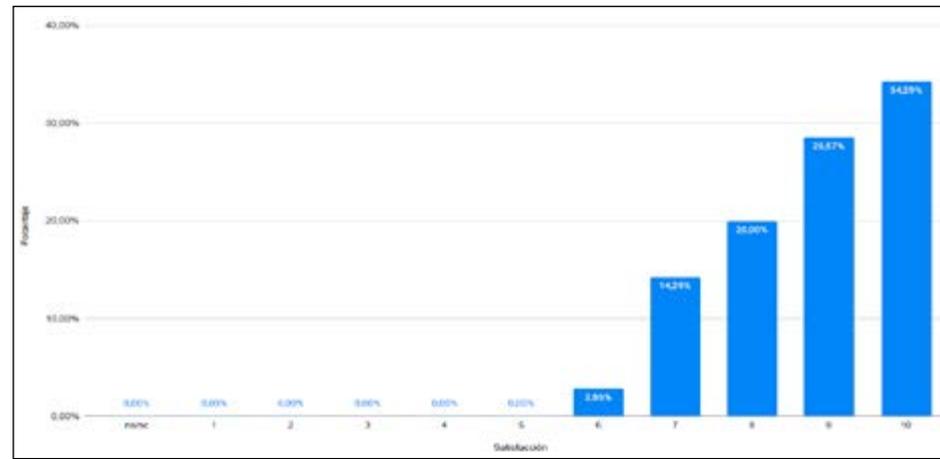
Tabla 49. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad.

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,77	4,87	4,90	4,81	4,87	4,86	4,82	8,77
Desv. Típica	0,37	0,33	0,25	0,48	0,47	0,31	0,29	1,16

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre 4,77 (Elementos Tangibles) y un 4,90 (Capacidad de Respuesta). La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,86 y la de la escala Calidad Percibida de 4,82 sobre 5. La Satisfacción alcanza una media de 8,77 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas las recibe la dimensión Capacidad de Respuesta ( $SD= 0,25$ ) y las más heterogéneas el constructo de Satisfacción General ( $SD= 1,16$ ).

Gráfico 53. Porcentaje nivel de satisfacción



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a esta última dimensión (ver Gráfico 53) un 34,29% de usuarios puntúan, su nivel de satisfacción con el servicio de orientación prestado por el PT22, con un 10 y un 2,86% lo puntúan con un 6, valoración mínima recibida.

### PERSONAL TÉCNICO 23

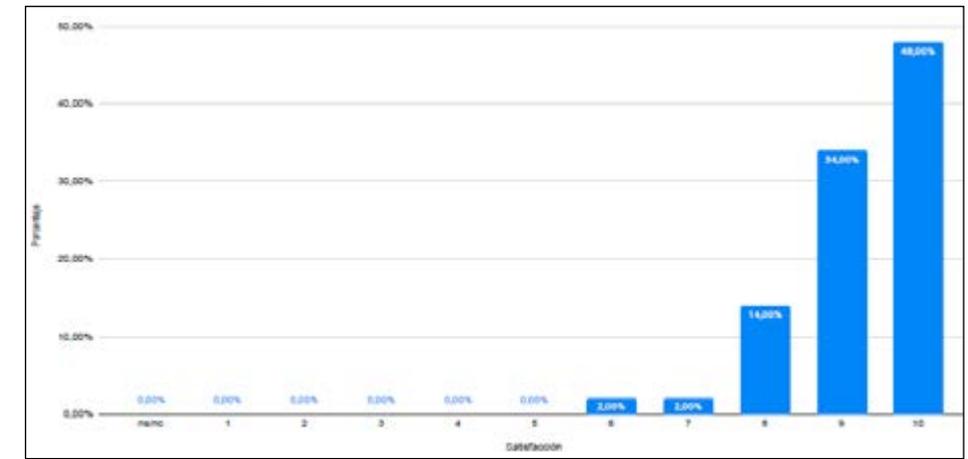
Tabla 50. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad.

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,52	4,95	4,96	4,91	4,96	4,94	4,73	9,24
Desv. Típica	0,47	0,18	0,15	0,34	0,21	0,21	0,26	0,91

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre 4,52 referido a Elementos Tangibles y un 4,96 a Empatía y Capacidad de Respuesta, dimensiones mejor valoradas. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,94 y la de la escala Calidad Percibida de 4,73 sobre 5. La Satisfacción alcanza una media de 9,24 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas las recibe la dimensión Capacidad de Respuesta ( $SD= 0,15$ ) y las más heterogéneas el constructo de Satisfacción General ( $SD= 0,91$ ); si bien, inferior a 1. Resalta, por tanto, la gran estabilidad en las puntuaciones otorgadas a las dimensiones, especialmente referido a la Capacidad de Respuesta.

Gráfico 54. Porcentaje nivel de satisfacción



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a esta última dimensión, (ver Gráfico 54), un 48,00% de los usuarios puntúan, su nivel de satisfacción con el servicio de orientación prestado por el PT23, con un 10 y tan sólo un 2,00% lo puntúan con un 6, valoración mínima recibida.

### PERSONAL TÉCNICO 24

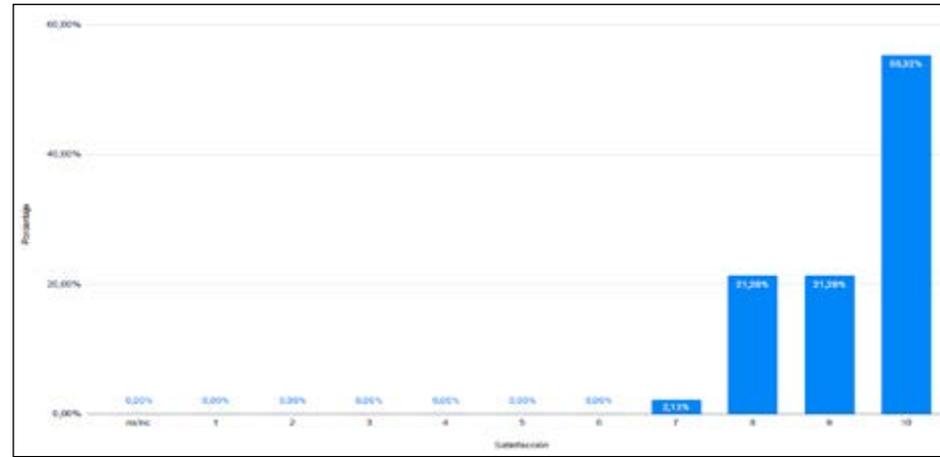
Tabla 51. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad.

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,63	4,95	4,96	4,91	4,95	4,94	4,79	9,29
Desv. Típica	0,35	0,17	0,15	0,35	0,20	0,19	0,24	0,88

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre 4,63 (Elementos Tangibles) y un 4,96 (Capacidad de Respuesta), dimensión mejor valorada. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,94 y la de la escala Calidad Percibida de 4,79 sobre 5. La media de Satisfacción alcanza una puntuación de 9,29 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas las recibe la dimensión Capacidad de Respuesta ( $SD= 0,15$ ) y las más heterogéneas el constructo de Satisfacción General ( $SD= 0,88$ ), aunque inferior a 1. Resalta, por tanto, la gran estabilidad en las puntuaciones otorgadas a las dimensiones.

Gráfico 55. Porcentaje nivel de satisfacción



Fuente: Elaboración propia

En relación con la dimensión Satisfacción General, (Ver Gráfico 55), un 55,32% de los usuarios puntúan, su nivel de satisfacción con el servicio de orientación prestado por el PT24, con un 10 y un 2,13% lo puntúan con 7, valoración mínima recibida.

PERSONAL TÉCNICO 25

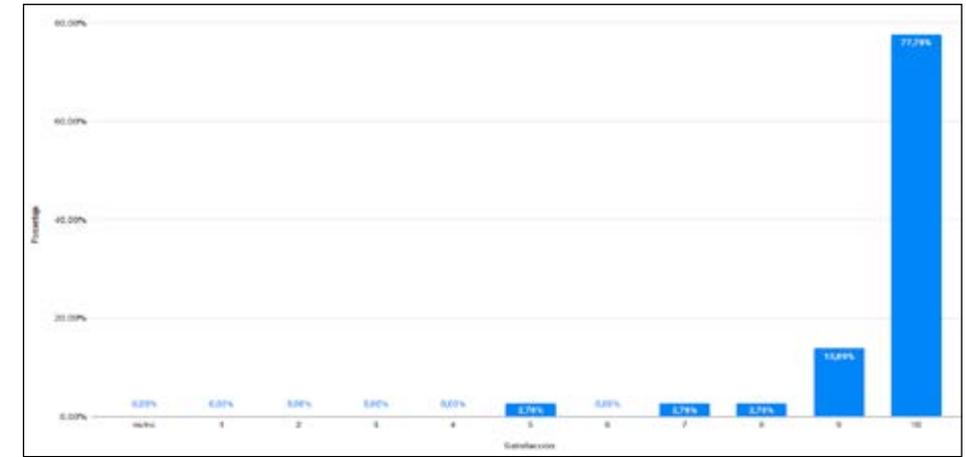
Tabla 52. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad.

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,85	4,95	4,90	4,94	4,94	4,93	4,89	9,58
Desv. Típica	0,26	0,18	0,20	0,33	0,33	0,23	0,18	1,02

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre 4,85 (Elementos Tangibles) y 4,95 (Fiabilidad), dimensión mejor valorada. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,93 y la de la escala Calidad Percibida de 4,89 sobre 5. La Media de Satisfacción alcanza una puntuación de 9,58 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas de las dimensiones las recibe Fiabilidad ( $SD= 0,18$ ) y las más heterogéneas el constructo de Satisfacción General ( $SD= 1,02$ ).

Gráfico 56. Porcentaje nivel de satisfacción



Fuente: Elaboración propia

En relación con esta última dimensión, (ver Gráfico 56), un significativo 77,78% de usuarios puntúan, su nivel de satisfacción con el servicio de orientación prestado por el PT25, con un 10 y tan solo un 2,78% lo puntúan con un 5, valor mínimo otorgado.

PERSONAL TÉCNICO 26

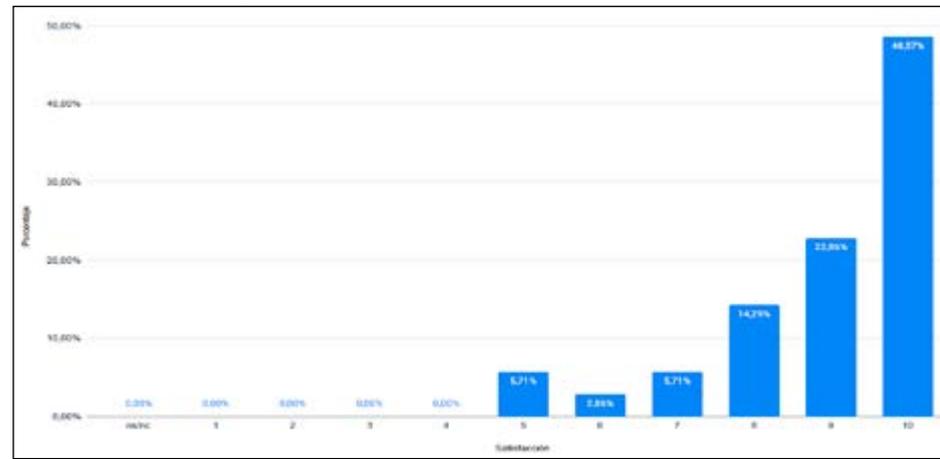
Tabla 53. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad.

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,68	4,72	4,71	4,71	4,84	4,75	4,71	8,91
Desv. Típica	0,45	0,45	0,57	0,54	0,43	0,40	0,36	1,44

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre 4,68 (Elementos Tangibles) y 4,84 (Empatía), dimensión mejor valorada. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,75 y la de la escala Calidad Percibida de 4,71 sobre 5. La media de Satisfacción alcanza una puntuación de 8,91 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas de las dimensiones las recibe Empatía ( $SD= 0,43$ ) y las más heterogéneas el constructo de Satisfacción General ( $SD= 1,44$ ).

Gráfico 57. Porcentaje nivel de satisfacción



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a esta última dimensión, (ver Gráfico 57), un 48,57% de los usuarios puntúan, su nivel de satisfacción con el servicio de orientación prestado por el PT26, con un 10 y tan solo un 5,71% lo puntúan con un 5, valoración mínima recibida.

PERSONAL TÉCNICO 27

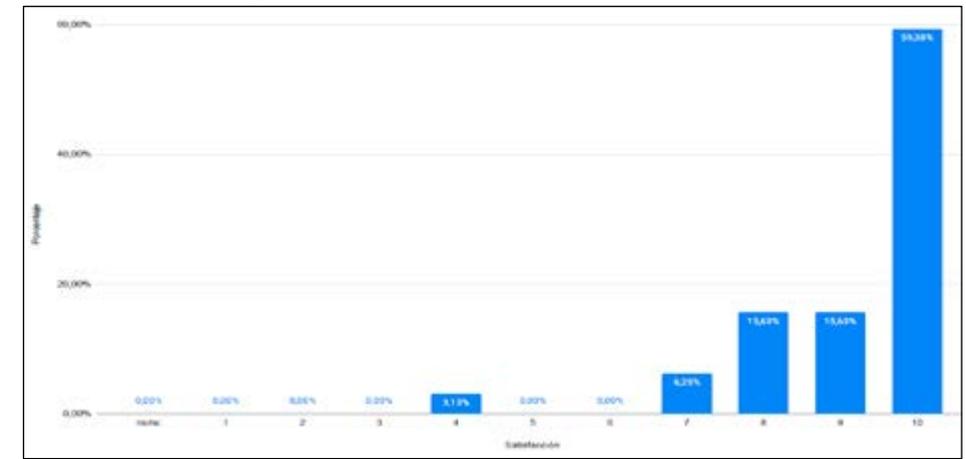
Tabla 54. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad.

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,80	4,89	4,83	4,96	4,90	4,91	4,86	9,15
Desv. Típica	0,28	0,28	0,39	0,13	0,26	0,18	0,18	1,34

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre 4,80 (Elementos Tangibles) y 4,96 (Seguridad), dimensión mejor valorada. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,91 y la de la escala Calidad Percibida de 4,86 sobre 5. La media de Satisfacción alcanza una puntuación de 9,15 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas las recibe la dimensión Seguridad ( $SD= 0,13$ ) y las más heterogéneas el constructo de Satisfacción General ( $SD= 1,34$ ).

Gráfico 58. Porcentaje nivel de satisfacción



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a esta última dimensión, (ver Gráfico 58), un 59,38% de los usuarios puntúan, su nivel de satisfacción con el servicio de orientación prestado por el PT27, con un 10 y tan solo un 3,13% lo puntúan con un 4, valoración mínima recibida.

PERSONAL TÉCNICO 28

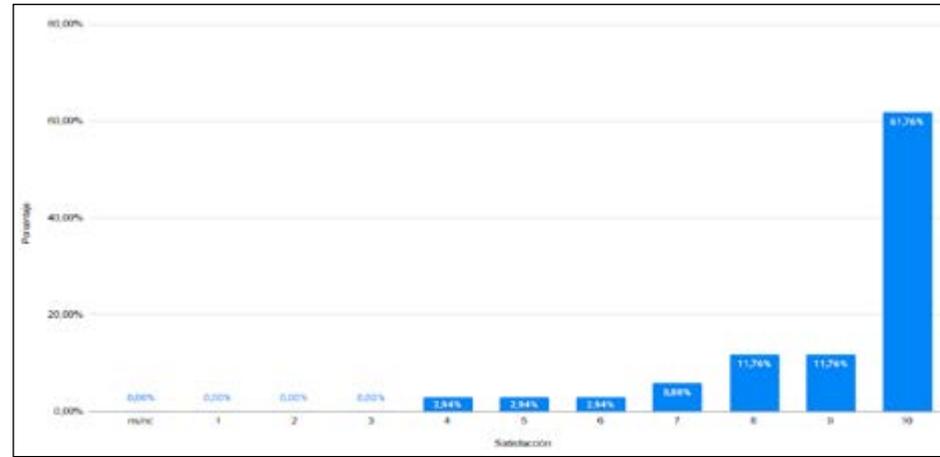
Tabla 55. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad.

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,92	4,86	4,85	4,80	4,77	4,82	4,88	9,02
Desv. Típica	0,18	0,29	0,31	0,45	0,62	0,32	0,18	1,58

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre 4,77 (Empatía) y 4,92 (Elementos Tangibles), dimensión mejor valorada. La valoración media del factor Calidad Subjetiva es de 4,82 y la de la escala Calidad Percibida de 4,88 sobre 5. La media de Satisfacción alcanza una puntuación de 9,02 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas las recibe la dimensión Elementos Tangibles ( $SD= 0,18$ ) y las más heterogéneas el constructo de Satisfacción General ( $SD= 1,58$ ).

Gráfico 59. Porcentaje nivel de satisfacción



Fuente: Elaboración propia

En relación con esta última dimensión, (ver Gráfico 59), un 61,76% de los usuarios puntúan, su nivel de satisfacción con el servicio de orientación prestado por el PT28, con un 10 y tan solo un 2,94% lo puntúan con un 4, siendo esta la valoración más baja recibida.

PERSONAL TÉCNICO 29

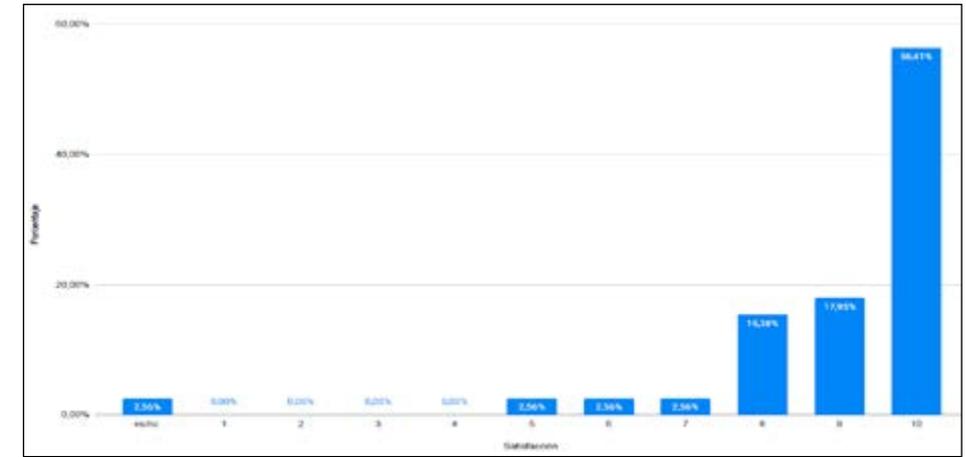
Tabla 56. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad.

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,88	4,83	4,82	4,90	4,87	4,85	4,86	9,18
Desv. Típica	0,33	0,52	0,50	0,45	0,57	0,48	0,33	1,22

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre 4,82 (Capacidad de Respuesta) y 4,90 (Seguridad), dimensión mejor valorada. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,85 y la de la escala Calidad Percibida de 4,86 sobre 5. La media de Satisfacción alcanza una puntuación de 9,18 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas las recibe la dimensión Elementos Tangibles ( $SD= 0,33$ ) y las más heterogéneas el constructo de Satisfacción General ( $SD= 1,22$ ).

Gráfico 60. Porcentaje nivel de satisfacción



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a esta última dimensión, (ver Gráfico 60), un 56,41% de los usuarios puntúan, su nivel de satisfacción con el servicio de orientación prestado por el PT29, con un 10 y tan solo un 2,56% lo puntúan con un 5, valoración más baja recibida.

PERSONAL TÉCNICO 30

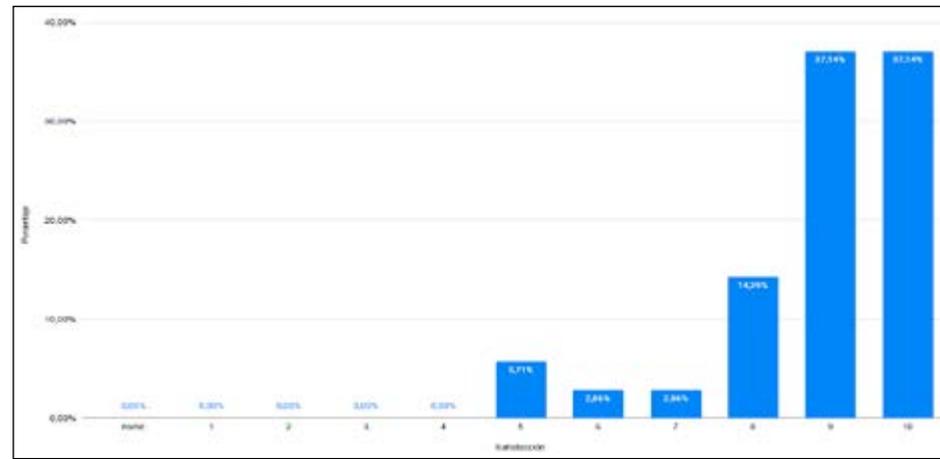
Tabla 57. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad.

	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
Media	4,85	4,82	4,75	4,86	4,90	4,83	4,84	8,85
Desv. Típica	0,23	0,34	0,53	0,47	0,51	0,41	0,23	1,35

Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran valores medios de las dimensiones que oscilan entre 4,75 (Capacidad de Respuesta) y 4,90 (Empatía), dimensión mejor valorada. La media del factor Calidad Subjetiva es de 4,83 y la de la escala de Calidad Percibida de 4,84 sobre 5. La satisfacción alcanza una media de 8,85 sobre 10. Las valoraciones más homogéneas las recibe la dimensión Elementos Tangibles ( $SD= 0,23$ ) y las más heterogéneas el constructo de Satisfacción General ( $SD= 1,35$ ).

Gráfico 61. Porcentaje nivel de satisfacción



Fuente: Elaboración propia

En relación con esta última dimensión, (ver Gráfico 61), un 37,14% de los usuarios puntúan, su nivel de satisfacción con el servicio de orientación prestado por el PT30, con un 10 y tan solo un 5,71% lo puntúan con un 5, valoración mínima recibida.

### 3.2.3.2. Análisis comparativo

Para desarrollar este apartado se seguirá la misma metodología utilizada en las comparaciones de las unidades de orientación profesional. En este sentido, se reitera que lo que interesa resaltar es el personal técnico de orientación que tendría que mejorar las valoraciones obtenidas, por encontrarse diferencias significativas en comparación con lo que hemos denominado estándar de calidad; esto es, los técnicos y las técnicas de orientación entre los que no se encuentran diferencias significativas, en una comparación por pares planificada con el que obtiene el rango promedio más alto. Por tanto, no se realizarán todas las comparaciones posibles entre el personal que conforma los equipos de orientación, porque poco aportarían a la finalidad de esta investigación, al reiterarse significaciones, especialmente, las que se derivan entre rangos medios-altos y bajos.

Así pues, se analizarán, en primer lugar, la Satisfacción General con el servicio recibido y la escala general de Calidad Percibida, con sus dos dimensiones de Calidad Objetiva y Subjetiva y, por último, de forma conjunta, se presentarán los resultados de las dimensiones de la Calidad Subjetiva. Señalamos, así mismo, que nos encontramos con muestras que no siguen una distribución normal (Kolmogorov-Smirnov:  $p > .001$ ) y teniendo en cuenta que las variables son ordinales, el análisis de los datos se realizará, nuevamente, mediante las pruebas no

paramétricas de: *U de Mann-Whitney* y *H de Kruskal-Wallis*. Además, se tendrá en cuenta el sentido de las correlaciones entre las variables de estudio y los resultados de tablas cruzadas, en porcentajes, para un mejor entendimiento de las diferencias significativas encontradas. Indicar también que, de la misma manera que se hizo en la comparativa de unidades de orientación, se controla la probabilidad de cometer un error de tipo I en  $\alpha = 0.05$ , ajustando, la significación, mediante la corrección de Bonferroni, para cada par de profesionales de orientación; esto es, multiplicando el valor de «p» por el número de pares, exclusivamente, contrastados y que el tamaño del efecto se calcula mediante la *r* de Rosenthal; con los siguientes puntos de corte: Trivial=  $< 0.10$ . Pequeño= entre 0.10 y 0.29. Medio= entre 0.30 y 0.49. Grande= Mayor o igual 0.50. Por tanto, no se realizan propuestas de mejora para tamaños de efectos triviales ( $r < .010$ ) y se fijan prioridades de intervención dirigidas a las diferencias medias y grandes.

Como puede observarse en la Tabla 58, existen diferencias significativas en las diferentes dimensiones de la calidad, salvo Empatía ( $p > 0.05$ ). En la escala de Calidad Percibida y también en la Satisfacción General con el servicio recibido ( $p < 0.05$ ); por lo que **debe rechazarse la hipótesis nula**, para concluir que la distribución de las dimensiones de la calidad es distinta entre las categorías establecidas o, lo que es lo mismo, entre el personal técnico que conforma los equipos de orientación profesional.

Tabla 58. Estadísticos de prueba H de Kruskal-Wallis. Variable de agrupación: Personal técnico de orientación.

	Satisfacción	C. Percibida	C. Subjetiva	C. Objetiva	Fiabilidad	C. Respuesta	Seguridad	Empatía
H de K-W	71,404	61,729	68,115	99,393	65,650	57,706	65,791	42,465
gl	29	29	29	29	29	29	29	29
Sig. asin.	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.001	<.001	,051

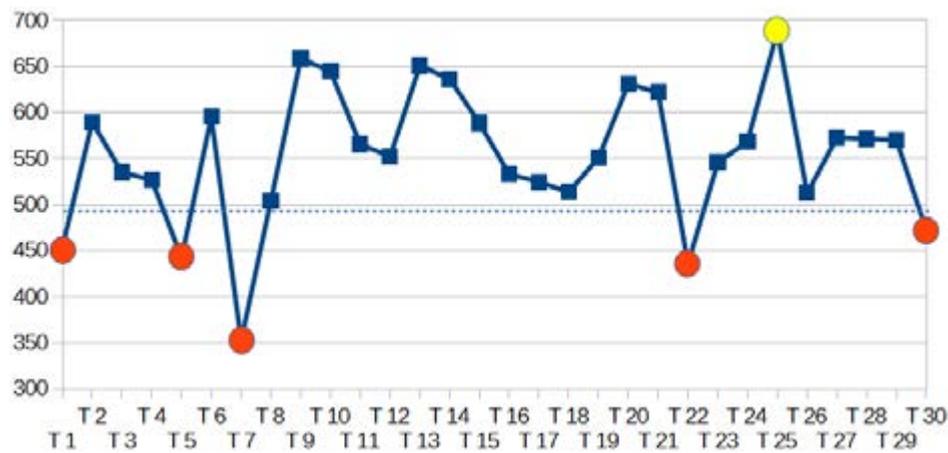
Fuente: Elaboración propia

Comenzando nuestro análisis, primero, por el constructo general de **Satisfacción General**, como puede observarse en el Gráfico 62, el personal técnico que obtiene el rango promedio más alto es el designado con el número 25 (688,07) y, en los rangos promedios más bajos, se sitúan el personal técnico: 1 (453,67); 5 (442,24); 7 (352,33); 22 (435,81) y 30 (472,81). La comparación por parejas, de la forma anteriormente dicha, esto es; comparando el rango promedio de cada uno, de forma individual, con el de mayor rango, presentan, todas, diferencias significativas ( $p < .05$ ) y no se hallan con el resto de técnicos y técnicas de orientación. Buscando más exactitud, mediante tablas cruzadas se observa que, el personal técnico número 25, recibe la máxima puntuación de las personas desempleadas (10) en

un porcentaje del 77,8%, frente a un porcentaje del 38,6% del personal técnico 1 ( $r=0.39$ ), 32,1% del 5 ( $r=0.43$ ), del 21,4% del 7 ( $r=0,54$ ), del 34,2% del 22 ( $r=0.43$ ) y del 37,1% del 30 ( $r=0.39$ ).

Podemos concluir, por tanto, que los técnicos y técnicas de orientación que deben mejorar su valoración, en relación con la Satisfacción General de las personas desempleadas con el servicio recibido, son los identificados con los números: 1, 5, 7, 22 y 30. En todos ellos el tamaño del efecto es medio, salvo en el 7 que es grande, por tanto, se convierte en la prioridad de intervención. Y, en el lado opuesto se sitúan el resto del personal técnico que, al no encontrarse diferencias significativas entre ellos, establecen el estándar de calidad provincial en esta dimensión.

Gráfico 62. Rangos promedios obtenidos, mediante la prueba de Kruskal-Wallis, por los técnicos y técnicas de orientación profesional. Variable de análisis: Satisfacción General. El círculo amarillo representa el rango promedio más alto y, el rojo, el personal técnico donde se ha encontrado diferencias significativas en los pares contrastados. El espacio superior de la línea discontinua identifica el estándar de calidad.



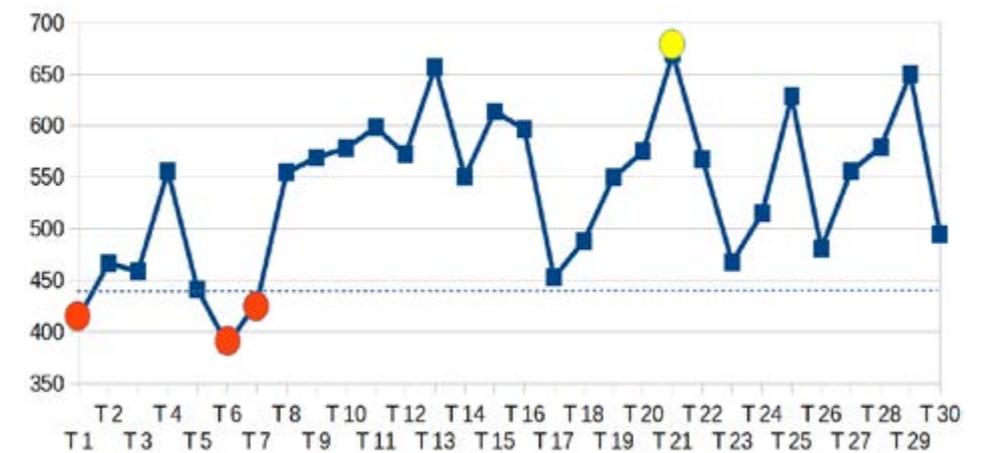
Fuente: Elaboración propia

En relación ahora con el constructo de Calidad Percibida, donde también su distribución es diferente entre las categorías establecidas ( $H= 61,729$ ;  $p<0.001$ ) el personal técnico número 21 se sitúa en el rango promedio más alto (669,76). (Ver gráfico 63). En el lado opuesto, es decir, en los rangos promedios más bajos se sitúa el personal técnico identificado con los números: 1 (414,03); 2 (466,46); 3 (459,03); 5 (441,27); 6 (387,84); 7 (428,36), 17 (452,92) y 23 (468,07). La comparación por parejas de estos rangos indica que, las diferencias significativas ( $p<.05$ ), se encuentran con el personal técnico 1, 6, y 7; no existiendo significación estadística con el resto y tampoco con los de rango superior. Para aclarar, aún más, las diferentes

distribuciones de las muestras, se realizan tablas de contingencia que ponen de manifiesto que el 74,1% de las personas desempleadas atendidas por el personal técnico número 21, valoran con la máxima puntuación (5) la variable objeto de análisis, frente a unos porcentajes del 32,6%; 18,8% y 35,7% que obtiene el personal técnico 1 ( $r=0.40$ ), 6 ( $r=0.50$ ) y 7 ( $r=0.37$ ), respectivamente. En todos ellos, la magnitud de las diferencias es media, salvo, en el personal técnico 6, que es grande.

Por consiguiente, podemos concluir que es, este personal técnico, el que debe mejorar su valoración en relación con la escala general de Calidad Percibida, con prioridad de intervención sobre el personal técnico número 6. Debe tenerse en cuenta, además, que el personal técnico 1 y 7 ya figuran, con una menor valoración, en la anterior dimensión analizada. Por último, indicar que, el estándar de calidad provincial en esta variable, queda establecido por el resto de personal técnico entre los que no se han encontrado diferencias significativas en relación con el número 21.

Gráfico 63. Rangos promedios obtenidos, mediante la prueba de Kruskal-Wallis, por los técnicos y técnicas de orientación profesional. Variable de análisis: Calidad Percibida. El círculo amarillo representa el rango promedio más alto y, el rojo, el personal técnico donde se ha encontrado diferencias significativas en los pares contrastados. El espacio superior de la línea discontinua identifica el estándar de calidad.



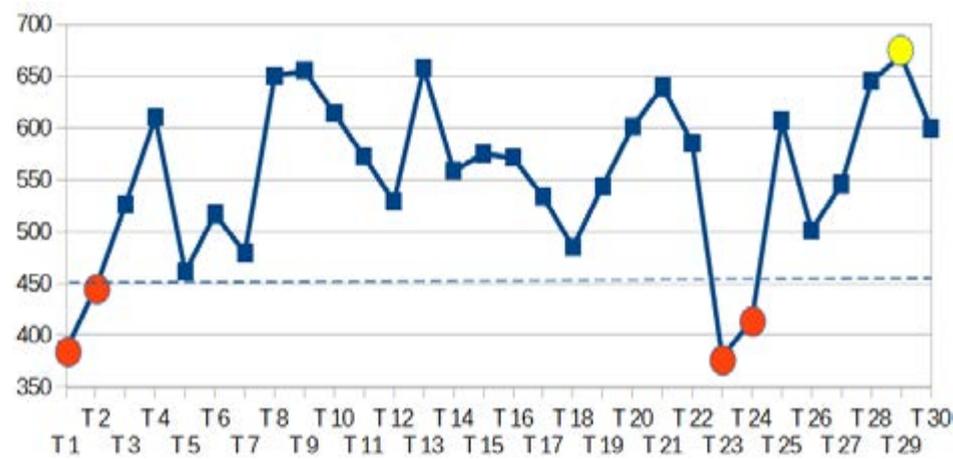
Fuente: Elaboración propia

Analizados los dos constructos generales de la Calidad, pasamos, ahora, a exponer las diferencias significativas encontradas entre las categorías que componen las dos dimensiones de la escala general de Calidad Percibida: Calidad Objetiva y Subjetiva. En relación con la primera, (ver gráfico 64), calificada por Parasuraman et al. (1988) como **Tangibilidad** ( $H=99,393$ ;  $p<.001$ ). En las pruebas post hoc, dichas diferencias significativas ( $p<0.05$ ) se aprecian al comparar el rango

promedio del personal técnico de orientación número 29 (669,73), con los del personal técnico 1 (385,7); 2 (445,96); 23 (379,08) y 24 (415,1); no existiendo significación estadística en el resto de categorías. Todo ello, para un  $p$  valor  $< 0.05$ ; una vez ajustada su significación, mediante la corrección de Bonferroni; esto es, multiplicando el valor de «p» por el número de pares, contrastados. Para una lectura más correcta de las diferencias encontradas, se realizan tablas cruzadas que ponen de manifiesto que, el personal técnico número 29, obtiene la máxima puntuación de las personas desempleadas (5), en un porcentaje que se sitúa en el 84,6%, frente al 38,6% del personal técnico 1 ( $r=0.46$ ); 45,2% del personal técnico 2 ( $r=0.39$ ), 28% del personal técnico 23 ( $r=0.50$ ) y 29,8% del personal técnico 24 ( $r=0.47$ ).

En conclusión, los elementos tangibles que deben ser mejorados, para la correcta prestación del servicio de orientación profesional, son aquellos relacionados con estos últimos técnicos y técnicas y, con una especial prioridad, los referidos al personal técnico 23, al ser la magnitud del efecto grande. Lógicamente, este personal técnico tiene una correlación con aquellas unidades de orientación que obtuvieron valoraciones más bajas en esta variable y de las que depende su subsanación o, mejor dicho, de las entidades que promovieron la subvención pública. Si bien, en todos los casos, las entidades cumplían los requisitos mínimos que exige la normativa de aplicación.

Gráfico 64. Rangos promedios obtenidos, mediante la prueba de Kruskal-Wallis, por los técnicos y técnicas de orientación profesional. Variable de análisis: Calidad Objetiva. El círculo amarillo representa el rango promedio más alto y, el rojo, el personal técnico donde se ha encontrado diferencias significativas en los pares contrastados. El espacio superior de la línea discontinua identifica el estándar de calidad.

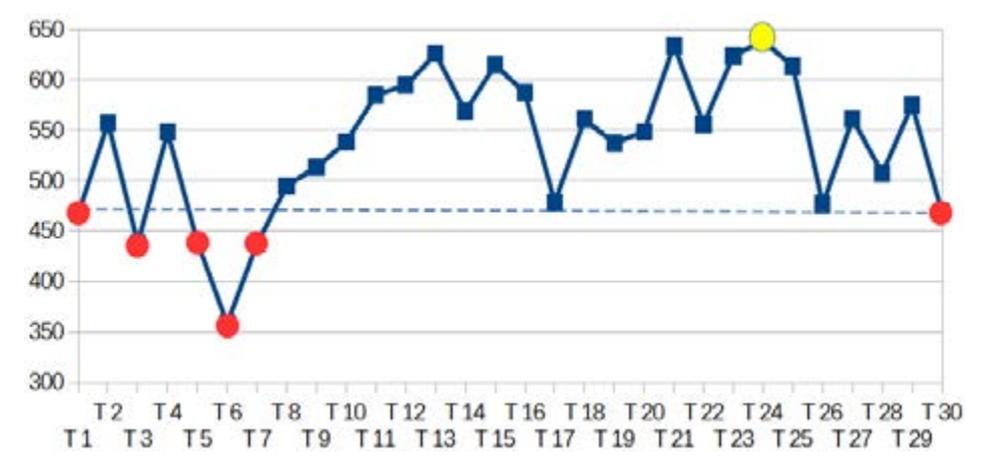


Fuente: Elaboración propia

Pasando ahora a analizar las diferencias significativas encontradas entre las categorías de la dimensión **Calidad Subjetiva** ( $H=68,115$ ;  $p<.001$ ); como puede observarse en el gráfico 65, el personal técnico que obtiene el mayor rango promedio es el identificado con el número 24 (638,7) y en relación con dicho rango, las diferencias significativas se encuentran al compararlo con los rangos obtenidos por el personal técnico 1 (467,14); 3 (437,99); 5 (439,27); 6 (358,42); 7 (467,14) y 30 (468,94); para un valor de  $p<0.05$ ; con el resto de las categorías no se hallan diferencias.

Para describir las contribuciones de cada personal técnico a las diferencias halladas, realizamos nuevamente tablas de contingencia que ponen de manifiesto, como el personal técnico 24 recibe, de las personas usuarias atendidas, la puntuación máxima (5) en un porcentaje del 85,1%; frente a unos porcentajes del 53,5%; 54,3%; 50%; 27,8%; 52,4% y 51,4%, correspondientes al personal técnico 1 ( $r=0.34$ ), 3 ( $r=0.36$ ), 5 ( $r=0.38$ ), 6 ( $r=0.54$ ), 7 ( $r=0.37$ ) y 30 ( $r=0.36$ ), respectivamente. En relación al tamaño de las diferencias, como ya se ha indicado, es en todas las categorías medio, salvo, en el personal técnico número 6, donde es grande. Por consiguiente, debe mejorar su valoración, en esta importante dimensión de calidad, el personal técnico 1, 3, 5, 6, 7 y 30, con prioridad de intervención dirigida al personal técnico número 6.

Gráfico 65. Rangos promedios obtenidos, mediante la prueba de Kruskal-Wallis, por los técnicos y técnicas de orientación profesional. Variable de análisis: Calidad Subjetiva. El círculo amarillo representa el rango promedio más alto y, el rojo, el personal técnico donde se ha encontrado diferencias significativas en los pares contrastados. El espacio superior de la línea discontinua identifica el estándar de calidad.



Fuente: Elaboración propia

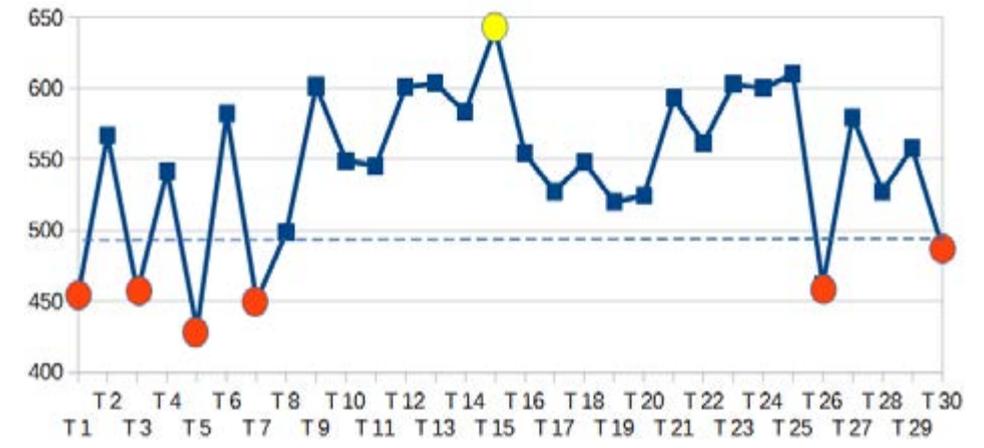
Presentados los resultados comparativos del personal de orientación profesional que componen los equipos de trabajo que se subvencionan, en relación con la escala general de Calidad Percibida y sus dos dimensiones y la variable Satisfacción Global con el servicio recibido, de igual forma que ya se hizo en la exposición de la comparativa de unidades de orientación, se presentarán también para su valoración, las dimensiones del factor general de Calidad Subjetiva (Parasuraman et al., 1988), cuyo análisis puede aportar interesantes conclusiones a la mejora de la calidad del servicio de orientación profesional, aunque los resultados de nuestro estudio indican que conforman una única dimensión.

Por tanto, las dimensiones que se analizarán son; (i) **Fiabilidad** (Capacidad para realizar el servicio de forma fiable y cuidadosa). (ii) **Capacidad de respuesta** (Disposición del personal de la organización para ayudar a las personas usuarias y prestar un servicio con rapidez) (iii) **Seguridad** (Conocimientos y cualificación del personal que presta el servicio y que conllevan, para la clientela, credibilidad, confianza y seguridad).

En relación con la **Empatía** (Accesibilidad y comprensión de los problemas de las personas usuarias), su distribución es idéntica entre las categorías establecidas, por lo que **no podemos rechazar la Hipótesis nula**. ( $H=42,465$ ;  $p=0.051$ ).

Comenzando nuestro análisis por la dimensión de **Fiabilidad**, (considerada la más importante), resalta el hecho de que sean numerosos los técnicos y técnicas en los que se encuentran diferencias significativas en esta relevante variable ( $p=0.05$ ), mediante la comparación de pares con el rango promedio obtenido por el personal técnico 15 (641,78). (Ver gráfico 66). En este sentido, es el personal técnico identificado con los números 1, 3, 5, 7, 26 y 30, el que obtiene las valoraciones más bajas. Para describir con más precisión estas diferencias, mediante tablas cruzadas se observa que este personal técnico obtiene la máxima puntuación de las personas desempleadas (5), en unos porcentajes que se sitúan en el 62,8%; 65,7%; 58,3%; 64,3%; 65,7% y 68,6%, respectivamente, frente al 97,2 % que obtiene el personal técnico número 15. En relación con el tamaño de los efectos, en todas las categorías, con significación, son medios, excepto en el personal técnico 5, donde es grande ( $r=0.50$ ). Por tanto, se deriva una prioridad de intervención hacia este/a profesional de la orientación.

Gráfico 66. Rangos promedios obtenidos, mediante la prueba de Kruskal-Wallis, por los técnicos y técnicas de orientación profesional. Variable de análisis: Fiabilidad. El círculo amarillo representa el rango promedio más alto y, el rojo, el personal técnico donde se ha encontrado diferencias significativas en los pares contrastados. El espacio superior de la línea discontinua identifica el estándar de calidad.



Fuente: Elaboración propia

En relación, con la dimensión **Capacidad de respuesta**, es el personal técnico número 24 el que obtiene un mayor rango (643,5). (Ver gráfico 67). En las pruebas post hoc, las diferencias entre las categorías se hallan en relación con los rangos promedios obtenidos por el personal técnico 3 (419,39), 5 (466,39), 6 (404,29) y 9 (474,27), por lo que existe una concordancia entre los dos primeros y los de la dimensión anterior. Para una mejor comprensión de estas diferentes distribuciones de la variable capacidad de respuesta entre sus categorías, las tablas de contingencia nos informan que los porcentajes de la máxima puntuación otorgada a este personal técnico (5), se sitúa en el 55,6%; 61,5%; 50% y 62,5%; respectivamente, frente al 93,6% que obtiene el personal técnico número 24. Entre el resto, no aparece significación estadística y, por tanto, son estos los que establecen el estándar de calidad provincial en esta variable. La magnitud de las diferencias encontrada es media, salvo; en el personal técnico número 6 que es grande ( $r=0.51$ ); por tanto, deberán implementarse medidas de mejora dirigidas hacia el personal técnico con inferior valoración, priorizando este último.

Gráfico 67. Rangos promedios obtenidos, mediante la prueba de Kruskal-Wallis, por los técnicos y técnicas de orientación profesional. Variable de análisis: Capacidad de Respuesta. El círculo amarillo representa el rango promedio más alto y, el rojo, el personal técnico donde se ha encontrado diferencias significativas en los pares contrastados. El espacio superior de la línea discontinua identifica el estándar de calidad.



Fuente: Elaboración propia

En relación con la dimensión Seguridad, no se encuentran diferencias significativas, entre sus categorías, al ajustar su significación mediante la corrección de Bonferroni, que si bien, como sabemos, es la más exigente, otorga una considerable validez a las diferencias encontradas en este estudio.

Finalmente, y de la misma manera que ya se hizo en la comparativa de las unidades de orientación, se expone la tabla 59, que sintetiza las comparaciones del personal técnico realizadas, salvo las dimensiones ya analizadas en la Calidad Subjetiva, especificándose aquel personal que debe mejorar su valoración en alguna de las dimensiones de la calidad, priorizando las intervenciones en función del tamaño de las diferencias encontradas y, aquel otro, que ha obtenido, en comparación con el anterior, los rangos promedios más altos y por tanto, mejores valoraciones de las personas usuarias atendidas.

Tabla 59. Resultados de la comparativa entre el personal técnico de las unidades de orientación profesional

PERSONAL TÉCNICO	CALIDAD OBJETIVA		CALIDAD SUBJETIVA		CALIDAD PERCIBIDA		SATISFACCIÓN GENERAL	
	Debe mejorar su valoración	Rango más alto en la dimensión	Debe mejorar su valoración	Rango más alto en la dimensión	Debe mejorar su valoración	Rango más alto en la dimensión	Debe mejorar su valoración	Rango más alto en la dimensión
Técnico/a 1	X		X		X		X	
Técnico/a 2	X							
Técnico/a 3			X					
Técnico/a 5			X				X	
Técnico/a 6			X*		X*			
Técnico/a 7			X		X		X*	
Técnico/a 21						X		
Técnico/a 22							X	
Técnico/a 23	X*							
Técnico/a 24	X			X				
Técnico/a 25								X
Técnico/a 29		X						
Técnico/a 30			X				X	

(\*) Prioridad de intervención

Fuente: Elaboración propia

### 3.2.4. Análisis cualitativo

Los resultados cualitativos se importan y analizan a través del último apartado del cuestionario donde se plantea la siguiente pregunta abierta:

¿Qué sugiere para prestar un mejor servicio?

Las respuestas de las personas encuestadas se pueden dividir en las cinco dimensiones que componen la calidad percibida, teniendo en cuenta que, en estas, no se incluyen un alto porcentaje de personas que respondieron: "No tengo nada que sugerir, estoy muy contento/a con el servicio de orientación".

#### 1) Capacidad de Respuesta

Los aspectos a mejorar en esta dimensión se centran en la gestión de las citas, la falta de disponibilidad, la inestabilidad y falta de continuidad del servicio:

"Me gustaría que el orientador tuviese más disponibilidad".

"Más tiempo para que nos atiendan."

“Mejorar el tiempo de espera en las citas. Mucho tiempo esperando para entrar.”  
 “No me han informado de que hayan vuelto”.  
 “Que las citas sean más cercanas y que no cambien a la orientadora.”  
 “Últimamente están saturados y tengo que esperar mucho para cita.”  
 “En el verano hay más lista de espera.”  
 “Que amplíen las horas de atención, se necesita más personal”  
 “Está muy saturado de trabajo, me gustaría que me atendiera más despacio.  
 “Que cuando pidas cita, tengas comunicación con ella”.  
 “Que las citas sean más seguidas y de más de 1 hora”.  
 “Que haya más orientadores, no dura el servicio todo el año, que no se corte el servicio”.  
 “Más días en la localidad”.  
 “Hay veces que la necesitas y no te coge el teléfono”.  
 “Más orientadoras, para coger cita tuve que esperar al menos dos semanas.”  
 “Que no deje a las personas usuarias a mitad del proceso”.  
 “Que las citas no se limiten a 1 hora, quizás recibir las sesiones más amplias para economizar el tiempo”.  
 “Que se haga un seguimiento, en menos tiempo, de la búsqueda de empleo y cómo están las personas atendidas. Un seguimiento más frecuente.”  
 “Ampliar el horario.”  
 “Mayor disponibilidad de la orientadora. Que las citas fueran menos espaciadas”.  
 “Que la orientadora tuviera un ratio menor. Tienen muchas personas para atender y en consecuencia poca disponibilidad para dedicar a sus usuarias”.

## 2) Seguridad

En esta dimensión se puede destacar la falta de información actualizada, haciendo especial hincapié en las ocupaciones:

“No me supo responder a algunas de mis demandas”.  
 “Falta especialización en algunas ocupaciones”  
 “Informar de más cosas de las que informa. Hace unos años iba al servicio de orientación y me informaba de más cosas, ahora estoy decepcionada.”  
 “Información de más empresas y más prácticas.”  
 “Que tenga información más actualizada, que se involucre más con las personas usuarias”.  
 “Que ofrezca información de ofertas de empleo”.  
 “Que tenga en cuenta la ocupación solicitada para ofrecer información”.

## 3) Empatía.

En esta dimensión sólo hay comentarios positivos:

”Se preocupa por mí, me manda ofertas”  
 “Me atendió correctamente y muy rápido”  
 “Nada que sugerir, me ayudó mucho, siempre dispuesta a resolverme dudas, incluso tardes, sábados...”  
 “Adaptaba su agenda para atenderme y siempre me atendía bien”.

## 4) Elementos tangibles.

En esta dimensión destacan, fundamentalmente, la antigüedad de algunas instalaciones, mobiliario y equipos informáticos o la falta de privacidad de los espacios de atención individual:

“Las instalaciones son antiguas y se pueden mejorar”  
 “Equipos informáticos antiguos y lentos”  
 “Que tengan más equipos informáticos.”  
 “Mobiliario antiguo”  
 “No llega bien Internet.”  
 “Algunas veces le falla la conexión de Internet.”  
 “Que tengan mejor conexión a Internet.”  
 “Que funcione mejor la impresora.”  
 “Podrían mejorar los ordenadores “  
 “El sitio es lejano y hay que cruzar la carretera ”  
 “Que mejoren el espacio de trabajo de la orientadora”  
 “Renovar el mobiliario.”  
 “Algunas instalaciones que cede el ayuntamiento no permiten mucha privacidad y los despachos son pequeños.”  
 ”Mayor privacidad, mucho ruido ”  
 ”Instalaciones deben mejorarse, y con más privacidad ”  
 ”Instalaciones mejores, con más privacidad y más accesibles .”

## 5) Fiabilidad del servicio.

En esta dimensión hay un desajuste entre el objetivo real del servicio Andalucía Orienta, que se centra en el aumento de la empleabilidad y autonomía de las personas desempleadas, con la demanda de las personas usuarias que es la obtención directa de un empleo o información sobre ofertas de trabajo:

“El servicio es el adecuado aunque entiendo que ahora es complicado encontrar trabajo en Jaén.”

“Que te ayuden un poco más a encontrar trabajo.”

“Todo muy bien, pero yo lo que quiero es que me den trabajo.”

“La atención es adecuada pero que informen más de ofertas.”

“No me informaron de ofertas.”

“Menos cursos y más ofertas.”

“Menos orientación y más trabajo.”

“Que me salga trabajo.”

“Llevo mucho tiempo y no consigo empleo. Está enfocado a cursos y prácticas pero no a buscar trabajo que es lo que necesito.”

“Ella hace lo que puede pero debería haber más oportunidades de empleo para mi edad (59 años).”

“No me dieron trabajo.”

“Quiero trabajar y llevo años esperando que el SAE me ofrezca un trabajo.”

“Que me llamen para algún trabajo aunque ya no esté en orientación.”

“Más recursos para la localidad y la comarca.”

“Uso del Whatsapp para difusión de ofertas e información, por parte de la Administración y la orientadora.”

“Que la orientación se pueda complementar con información de ofertas de cada perfil.”

“Que hicieran seguimiento de las acciones, pero revisándolas con la persona, no telefónicamente.”

“Adaptar la orientación y recursos al colectivo de personas jóvenes menores de 30 años.”

“Más recursos para personas mayores. Más recursos para colectivos de 45, 50 o más años.”

“Que las orientadoras puedan atender a personas ocupadas autónomas que estén empezando un negocio.”

“Atender a personas que estén trabajando.”

“Puntuo todo 1, porque no me ha dado la orientadora un trabajo, aunque me ha atendido muy bien.”

“Que no cambien tanto a las orientadoras.”

“Pocas orientadoras para tanta gente en desempleo.”

“Más cursos formativos.”

“Que informen mejor del programa EPES.”

“Más ayudas a la inserción laboral.”

### 3.2.5. Análisis de las variables socio-demográficas

#### 3.2.5.1. Análisis comparativo

En relación con las variables socio-demográficas recogidas en el cuestionario y que han sido descritas en el capítulo 2, se pretende ahora determinar si existen diferencias significativas entre las categorías establecidas y que pudieran intervenir modulando la calidad percibida y sus dimensiones. En este sentido y teniendo en cuenta que las muestras, nuevamente, no siguen una distribución normal (Kolmogorov-Smirnov:  $p < 0.05$ ); así como, que todas las variables son ordinales, el análisis de los datos se realizará, también, mediante las pruebas no paramétricas: *U de Mann-Whitney* y *H de Kruskal-Wallis*, teniéndose en cuenta, además, el sentido de las correlaciones entre las variables de estudio y los resultados, en porcentajes, de tablas cruzadas para interpretar las aportaciones de los grupos a las diferencias identificadas.

En las comparaciones múltiples, se controla la probabilidad de cometer un error de tipo I en  $\alpha = 0.05$ , de la misma manera realizada para las unidades de orientación y su personal técnico; esto es, ajustando los valores de significación mediante la corrección Bonferroni. Y, finalmente, el tamaño del efecto, nuevamente, se calcula mediante la *r* de Rosenthal; con los mismo puntos de corte: Trivial =  $< 0.10$ . Pequeño = entre 0.10 y 0.29. Medio = entre 0.30 y 0.49. Grande = Mayor o igual 0.50.

Las variables socio-demográficas donde se han encontrado diferencias significativas entre sus categorías, en relación con las dimensiones de la calidad y el constructo general de satisfacción son: EDAD, NIVEL DE ESTUDIOS y TIPO DE POBLACIÓN. (Ver Tablas 60, 61 y 62) Por tanto, **debe rechazarse la hipótesis nula** y concluir que la distribución de las dimensiones de la calidad es distinta entre las categorías establecidas para la edad, nivel de estudios y tipo de población.

Tabla 60. Resultados prueba H de Kruskal-Wallis, variable de agrupación EDAD.

	Fiabilidad	Respuesta	Seguridad	Empatía	Tangibilidad	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
H de K-W	25,575	13,406	11,062	3,670	2,259	32,631	21,307	22,416
gl	2	2	2	2	2	2	2	2
Sig. asin.	<b>&lt;.001</b>	<b>.001</b>	<b>.004</b>	.160	.323	<b>&lt;.001</b>	<b>&lt;.001</b>	<b>&lt;.001</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 61. Resultados prueba H de Kruskal-Wallis, variable de agrupación NIVEL DE ESTUDIOS.

	Fiabilidad	Respuesta	Seguridad	Empatía	Tangibilidad	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
H de K-W	44,595	29,132	31,700	14,315	39,956	52,297	58,905	54,345
gl	6	6	6	6	6	6	6	6
Sig. asin.	<b>&lt;.001</b>	<b>&lt;.001</b>	<b>&lt;.001</b>	<b>.026</b>	<b>&lt;.001</b>	<b>&lt;.001</b>	<b>&lt;.001</b>	<b>&lt;.001</b>

Fuente: Elaboración propia

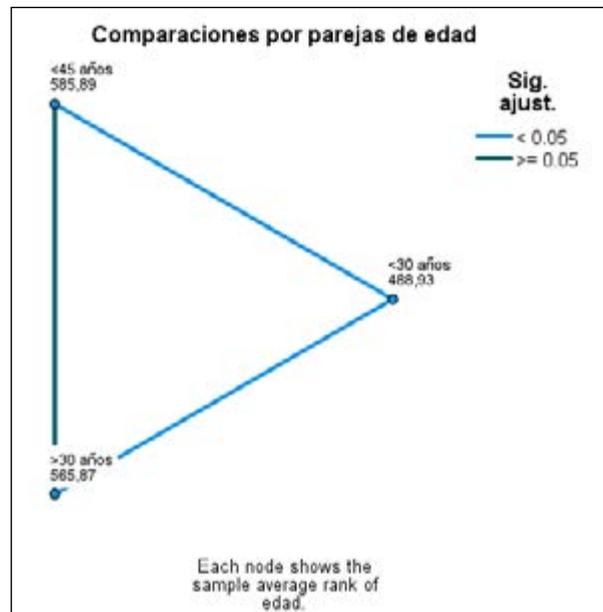
**Tabla 62. Resultados prueba U de Mann-Whitney, variable de agrupación POBLACIÓN.**

	Fiabilidad	Respuesta	Seguridad	Empatía	Tangibilidad	C. Subjetiva	C. Percibida	Satisfacción
U de M-W	136656,50	144528,50	140934,50	149040,50	146539,00	135139,50	138418,50	142707,00
W de Wilcoxon	302256,50	312438,50	308844,50	316950,50	279409,00	300739,50	301724,50	311778,00
Z	3,067	1,629	2,942	,439	,447	2,440	,797	1,858
Sig. asin. (bilateral)	<b>.002</b>	.103	<b>.003</b>	.661	.665	<b>.015</b>	.426	.063

Fuente: Elaboración propia

En relación con la primera de estas variables de agrupación, la **EDAD**, todas las dimensiones de la Calidad, salvo Empatía y Calidad Objetiva, aparecen moduladas por la edad de las personas desempleadas, si bien y con la finalidad de no hacer una descripción tediosa para los y las lectoras, sólo se analizarán los constructos generales de Calidad Percibida y Satisfacción General. Las diferencias significativas ( $p < 0.05$ ), entre los grupos de edad y en relación con la variable Satisfacción, (ver Figura 6), se encuentran entre los menores de 30 años y las otras dos categorías establecidas, no existiendo entre las personas mayores de 30 y 45 años.

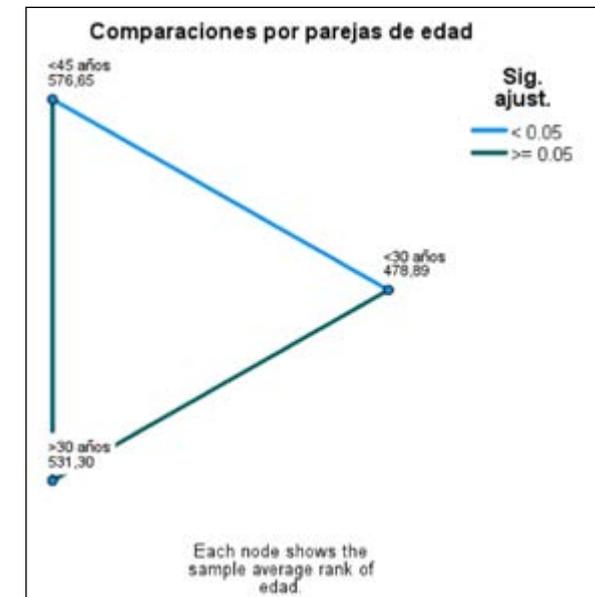
**Figura 6. Significación grupos de edad en relación con la variable Satisfacción General**



Fuente: Elaboración propia

Y en el caso de la Calidad Percibida, como puede observarse en la Figura 7, la distribución es distinta sólo entre los grupos extremos de edad.

**Figura 7. Significación grupos de edad en relación con la Variable Calidad Percibida**



Fuente: Elaboración propia

Atendiendo a los resultados obtenidos mediante tablas cruzadas, se pone de manifiesto que el 40,1% de las personas menores de 30 años, otorgan la puntuación máxima a la Calidad Percibida del servicio de orientación y, en el caso de las mayores de 45 años, este porcentaje sube al 55,4%, y en relación con la Satisfacción General, los porcentajes son del 42,5% y 60,5%, respectivamente; siendo el tamaño de las diferencias pequeño, en ambas variables ( $r=0.16$ ); aunque hay que tener en cuenta, que se trata de muestras grandes.

Por tanto, podemos concluir que las personas desempleadas menores de 30 años, valoran en menor grado la calidad del servicio de orientación profesional recibido (RP= 478,89), en relación con el grupo de edad de mayores de 45 años, (RP=576,65;  $p < 0.05$ ) y también expresan una menor satisfacción con el mismo (RP=488.93), en relación con los grupos de edad de mayores de 30 años (RP= 565,87) y de mayores de 45 años (RP= 585,89;  $p < 0.05$ ).

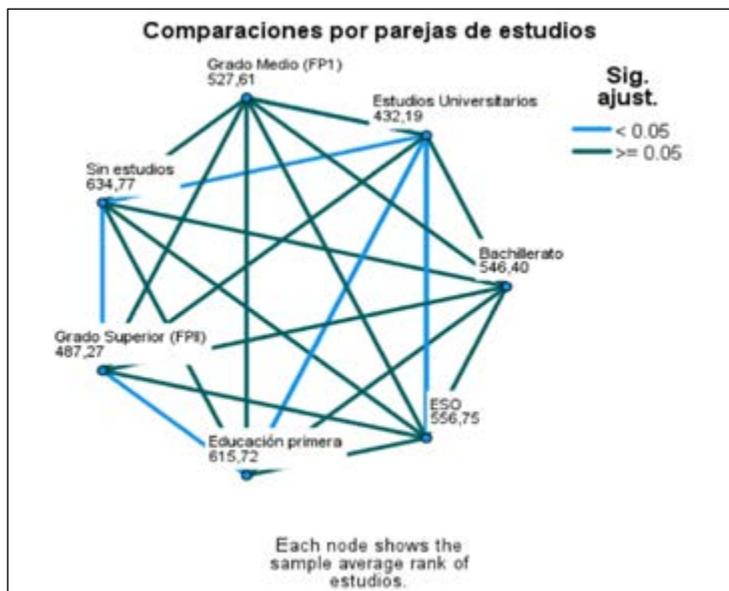
Otro de los aspectos a mejorar en el servicio Andalucía Orienta de Jaén y que se pone de manifiesto mediante la comparación de muestras que estamos realizando,

es en relación con la variable de agrupación **NIVEL DE ESTUDIOS** de las personas desempleadas, donde se constata también la existencia de diferencias significativas entre sus categorías y en todas las dimensiones de la calidad, especialmente representativas en la escala de Calidad Percibida ( $H=58,905$ ;  $p=>.001$ ) y en la Satisfacción General con el servicio recibido ( $H=54,345$ ;  $p=>.001$ ). Además, existe, una asociación, negativa, entre la variable edad y las variables antes citadas: CP ( $R= -.228$ ;  $p=<.001$ ) SG ( $R= -.216$ ;  $p=<.001$ ), indicando que a mayor nivel de estudios menor será la Calidad Percibida y la Satisfacción con el servicio recibido.

Con la finalidad de identificar con más exactitud las contribuciones a las diferencias establecidas, se realizan tablas cruzadas, donde se señala, comparando los grupos extremos, que el 31,3% del grupo de personas desempleadas universitarias otorgan la puntuación máxima a la calidad del servicio y, en el caso de las personas desempleadas sin estudios, el porcentaje sube al 62%. En Satisfacción general, los porcentajes son del 36,1% y 66,7%, respectivamente.

En las pruebas post hoc (Ver Figura 8), las diferencias significativas, en relación con la variable **Satisfacción**, aparecen entre el grupo de Estudios Universitarios y los grupos: Sin Estudios, Educación Primaria y ESO. Y entre el grupo de Grado Superior (FPPI) y los grupos: Sin Estudios y Educación Primaria.

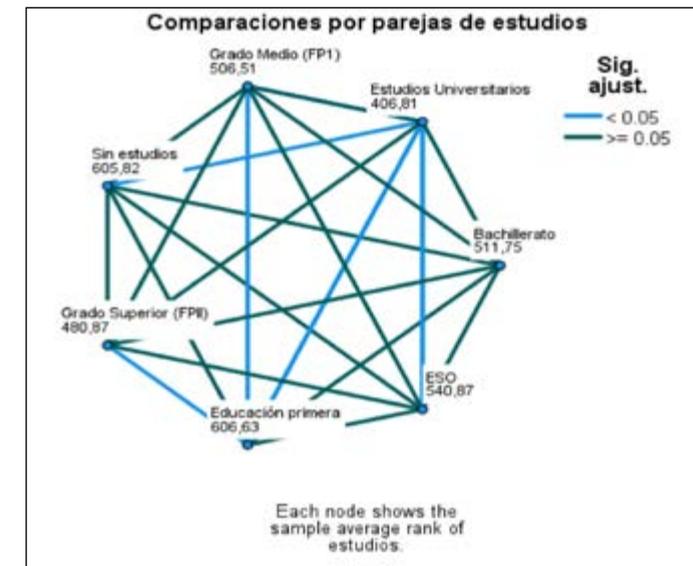
Figura 8. Significación grupos nivel de estudios en relación con la variable Satisfacción General



Fuente: Elaboración propia

Y, en relación con la variable **Calidad Percibida**, las significaciones se encuentran entre el grupo de Estudios Universitarios y los mismos grupos anteriores; entre el grupo Grado Superior (FPPI) y Educación Primaria y entre el grupo de Grado Medio (FP1) y el grupo de Educación Primaria. (Ver Figura 9). Analizando la magnitud del efecto, entre los grupos extremos, en la variable Satisfacción es pequeño ( $r=0.26$ ) y en la variable Calidad Percibida medio ( $r=0.31$ ).

Figura 9. Significación grupos nivel de estudios en relación con la variable Calidad Percibida



Fuente: Elaboración propia

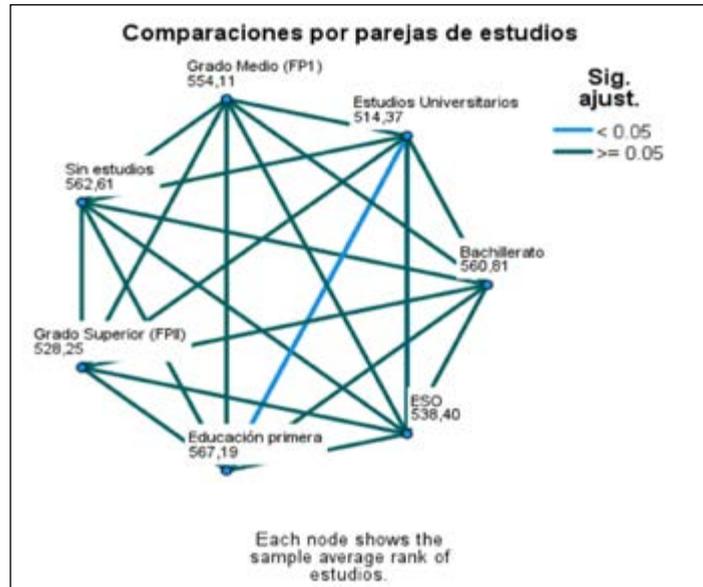
Por tanto, las poblaciones con mayor nivel de estudios puntúan significativamente más bajo la Calidad Percibida y la Satisfacción General con el programa, especialmente resaltable en los grupos universitarios.

Por otra parte, es destacable también la significación encontrada en las variables Empatía ( $H=14,315$ ;  $p=.026$ ) y Calidad Objetiva ( $H=38,956$ ;  $P=<.001$ ), sobre todo, comparándolas con la variable anteriormente analizada, donde la distribución de dichas dimensiones era la misma entre las categorías establecidas para la edad. La significación entre grupos y, en relación con la primera de estas variables (**Empatía**), se hallan sólo entre las personas universitarias y el grupo de educación primaria ( $r=0.14$ ), entre el resto de los grupos no existen diferencias significativas (Ver Figura 10).

Así pues, las personas desempleadas, con mayor nivel de estudios (personas universitarias), parecen encontrar niveles algo inferiores de comprensión a sus

problemas, por parte del personal técnico de orientación (RP=514,37), que las personas desempleadas con menos estudios (RP=567,19;  $p < 0.05$ ). Recordemos que el tamaño del efecto es pequeño. En este sentido, el 83,7% del colectivo de personas universitarias otorga la máxima puntuación en la dimensión, frente al 93,3% de los personas desempleadas con educación primaria.

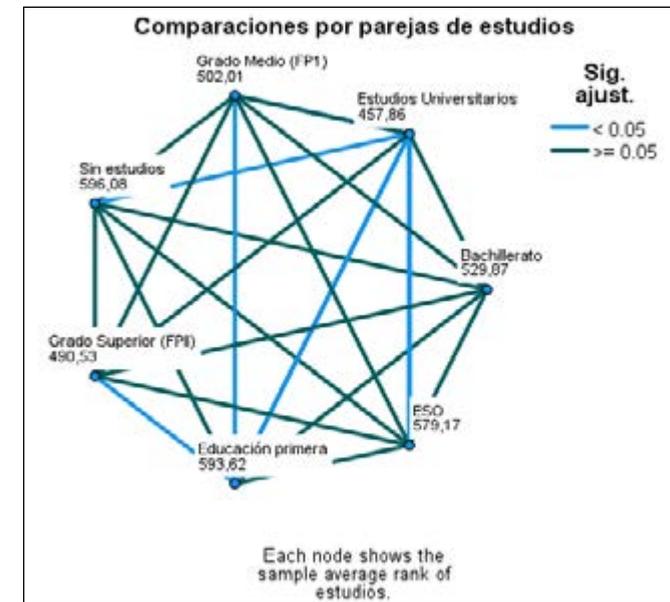
Figura 10. Significación grupos de estudios en relación con la dimensión Empatía



Fuente: Elaboración propia

En relación con el factor Tangibilidad (**Calidad Objetiva**), como puede observarse en la Figura 11, los colectivos con mayor nivel de estudios: Estudios Universitarios (RP=457,86); Grado Superior FP II (RP=490,53) y Grado Medio FP I (RP=502,01), son algo más exigentes a la hora de valorar las instalaciones o recursos materiales que hacen posible el desarrollo de la actividad; en comparación con los grupos que poseen un menor nivel educativo: ESO (RP=579,17); Educación Primaria (RP=593,62) y Sin Estudios (RP=596,08); observándose rangos promedios progresivos, por nivel académico, en los grupos clasificados ( $p < 0.05$ ). Por último, indicar que, el tamaño de la diferencia, es pequeño ( $r=0.22$ ) entre los grupos extremos.

Figura 11. Significación grupos de estudios en relación con la dimensión Calidad Objetiva



Fuente: Elaboración propia

Finalmente, se encuentran también diferencias significativas entre las dos muestras de **POBLACIÓN** analizadas (rural y urbana) en relación con el factor de Calidad Subjetiva ( $U= 135139,500$ ;  $p=.015$ ) y sus dimensiones de Fiabilidad ( $U= 136656,500$ ;  $p=.002$ ) y Seguridad ( $U= 140934,500$ ;  $p=.003$ ). **Analizando la primera de las dimensiones**, las personas desempleadas de poblaciones urbanas puntúan, significativamente, un poco más alto, la capacidad del personal técnico de orientación para realizar un servicio de forma fiable y cuidadosa (RP=566,63.  $M=4,89$ ), que las personas desempleadas de zonas rurales (RP=525,66), otorgando, las primeras, la máxima puntuación en un porcentaje del 83,7%, frente al 76,5% de los segundas. Sin embargo, la magnitud de la diferencia es irrelevante ( $r=0,09$ ); por lo que se debe obviar esta diferencia.

Y en relación con la dimensión de **Seguridad**, las personas desempleadas de poblaciones rurales obtienen un rango promedio más bajo (533,41), que las personas desempleadas de poblaciones urbanas (567,45), con significación estadística, existiendo también en todos los ítems que componen la dimensión ( $p < 0.05$ ). A mayor abundamiento y mediante tablas cruzadas, se pone de manifiesto que, los primeras, otorgan la máxima puntuación en un porcentaje del 83,1%, frente al 89,2% de las segundas. Sin embargo y de igual forma que ocurría en la variable anterior, el tamaño del efecto es trivial ( $r=0.08$ ); por lo que no debe rechazarse la

hipótesis nula y concluir que la distribución de las dimensión Seguridad es igual entre las categorías establecidas para la población.

Por último, como ya se dijo, en las variables de agrupación **GÉNERO** y **TIEMPO EN DESEMPLEO**, no aparecen diferencias significativas entre sus categorías ( $p \geq 0.05$ ). Este hecho y referido especialmente al tiempo en desempleo, es importante al indicar que el programa Andalucía Orienta de Jaén, se adecua bien a un colectivo, especialmente vulnerable, como son las personas desempleadas de larga duración, en comparación con otras personas desempleadas cuyas inscripciones en el Servicio Andaluz de Empleo son más recientes<sup>9</sup>.

Así pues, la calidad del servicio prestado y la satisfacción con el mismo es idéntica en ambos colectivos.

<sup>9</sup> Ver, entre otros, Montilla (2005) y Piqueras, Rodríguez y Rueda (2008), en relación con la incidencia que el tiempo en desempleo tiene sobre determinados constructos motivaciones relacionados, directamente, con el desarrollo de conductas de búsqueda y la inserción laboral.

## **CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES, IMPLICACIONES PRÁCTICAS Y PROPUESTAS DE MEJORA DEL PROGRAMA DE ORIENTACIÓN PROFESIONAL**

### **4.1. EN RELACIÓN CON LOS RESULTADOS OBTENIDOS AL ANALIZAR EL INSTRUMENTO DE MEDIDA**

La solución factorial encontrada expone solamente dos componentes de la calidad percibida: un componente objetivo, relacionado con los aspectos externos que ayudan al desarrollo del servicio que se presta (recursos materiales) y un componente subjetivo, que explica la mayor parte de la varianza, relacionado con aquello que piensa la persona usuaria sobre el servicio recibido. En este último se aglutinan, como una única dimensión, aspectos tales como la Fiabilidad, la Seguridad, la Empatía y la Capacidad de Respuesta; esto es, los atributos del servicio que se presta.

Estos resultados coinciden con los encontrados, entre otros, por Mira et al., (1997, 1998), al validar el cuestionario SERVQHOS que basado en el SERVQUAL se diseñó para los hospitales públicos de nuestro país, y por Mehta et al., (2000) en un estudio para supermercados.

Así pues, podemos concluir que la escala SERVQUAL, adaptada al servicio de orientación profesional, tiende hacia la unidimensionalidad cuando se mide la calidad percibida o, en todo caso, existe un factor principal que explica el mayor porcentaje de varianza.<sup>10</sup>

<sup>10</sup> En Moreno (2015, pp. 202-211); se recogen los distintos estudios que han confirmado la unidimensionalidad de la escala SERVQUAL; así como, también, su multidimensionalidad.

Esta conclusión no confirma la estructura factorial de 5 dimensiones informada en el cuestionario SERVQUAL o, dicho de otra forma, dichas dimensiones no pueden ser generalizadas para medir la calidad de un servicio (Carman, 1990; Buttle, 1995; Mira et al., 1997; etc.). Las dimensiones, en función de los resultados obtenidos en este estudio, dependerán del tipo de servicio que se preste, en la línea defendida, entre otros, por García y Díaz (2008). No obstante, comprobar el resultado de las cinco dimensiones originales es eficaz para determinar posibles áreas de mejora en el servicio que se presta.

Por otra parte, se ha presentado una escala de medida, como se ha dicho, basada en el cuestionario SERVQUAL y adaptada, específicamente, al contexto de la orientación profesional para el empleo, cuya base teórica se sustenta en los postulados formulados por Cronin y Tabor (1992); razón por la cual, se obvió la medición de las expectativas, basándonos, únicamente, en el desempeño.

El modelo propuesto para medir la calidad percibida en los servicios de orientación profesional presenta una buena bondad de ajuste; así como unos correctos índices de fiabilidad y validez, con 15 ítems, resultando un cuestionario sencillo y muy fácil de administrar. En este sentido, se considera un instrumento de medida muy adecuado para evaluar la calidad de los servicios de orientación profesional y que discrimina, perfectamente, a la hora de analizar los diferentes atributos que la componen.

#### 4.2. EN RELACIÓN CON LOS RESULTADOS OBTENIDOS A NIVEL PROVINCIAL.

Lo primero que se observa, en relación con la calidad del servicio recibido en los resultados de ámbito provincial, es que las puntuaciones otorgadas por las personas desempleadas son muy altas en todas las dimensiones, con una media de 4,75 sobre una puntuación máxima de 5.

Por tanto, se puede concluir que el servicio de orientación profesional que se presta a las personas demandantes en la provincia de Jaén presenta una alta calidad en relación con:

- 1) La apariencia de sus instalaciones y recursos materiales.
- 2) Su capacidad para ser desarrollado de forma fiable y cuidadosa.
- 3) La disposición, por parte de su personal, para ayudar a las personas y prestar un servicio con rapidez.
- 4) Los conocimientos y cualificación de su personal técnico que generan confianza y seguridad.
- 5) La accesibilidad y comprensión hacia los problemas que plantean las personas usuarias.

Y en relación con la variable Satisfacción, las personas desempleadas de la provincia de Jaén están altamente satisfechas con el servicio de orientación profesional, alcanzando una puntuación media de 9,10 sobre 10.

Estas conclusiones, no difieren, en general, de las presentadas por los Servicios Centrales del SAE tras realizar las encuestas de satisfacción a las personas usuarias de la orientación de la provincia de Jaén, manteniéndose, dichas puntuaciones estables a lo largo de las últimas convocatorias y ejercicios presupuestarios.

Los resultados de la encuesta del Call Center de los Servicios Centrales del SAE recogen las siguientes puntuaciones en la Satisfacción General de las personas encuestadas en la provincia de Jaén, sobre una puntuación máxima de 10:

- Ejercicio 2016= 8,78. - Ejercicio 2017= 8,97.
- Ejercicio 2018= 8,81. - Ejercicio 2019= 8,96.
- Ejercicio 2020= 9,08.

Y en relación con el estudio realizado por la Consejería de Economía, Empleo y Hacienda de la Comunidad de Madrid, (2008), la Satisfacción General con el servicio recibido es algo inferior a la obtenida en nuestra investigación, recibiendo una puntuación media de 7,92 sobre 10, aunque se concluye: «*que los distintos aspectos relacionados con el personal del Servicio de Orientación son muy buenas.*»

A nuestro juicio, en la alta calidad que perciben las personas usuarias respecto al servicio de orientación profesional puede influir, en gran medida, la propia naturaleza del servicio que se presta: espacio de escucha y atención personalizada, proceso centrado en sus necesidades, servicio que se prolonga en el tiempo (al menos 4 horas); todo ello acaba generando un consolidado vínculo profesional donde el personal orientador es *referente y apoyo* para la persona en todo su proceso de búsqueda de empleo. Así mismo, y referido a la red provincial de Jaén, está conformada por profesionales de amplio bagaje profesional con una alta competencia de orientación al cliente, como así lo expresan en sus valoraciones. Por lo que podemos concluir, que las puntuaciones referidas a la calidad de un servicio de orientación, tenderán a ser altas y estables a lo largo de las convocatorias.

No obstante, tal y como decíamos al plantear los objetivos de esta investigación, unas puntuaciones altas y obtenidas en relación con todas las unidades y el personal de orientación profesional (análisis provincial), podría estar modulando, en este caso, positivamente, diferencias significativas entre dichas categorías (unidades y personal técnico) y, por consiguiente, quedarnos en este nivel general de análisis dificultaría la posibilidad de implementar acciones de mejora de la calidad en el

servicio de orientación profesional; que es, precisamente, lo que se ha puesto de manifiesto al realizar las comparativas desarrolladas y que pasamos a continuación a interpretar y definir sus implicaciones prácticas.

#### 4.3. EN RELACIÓN CON LOS RESULTADOS OBTENIDOS AL REALIZAR LOS ANÁLISIS COMPARATIVOS ENTRE LAS UNIDADES DE ORIENTACIÓN PROFESIONAL Y EL PERSONAL TÉCNICO QUE DESARROLLA LOS PROYECTOS.

##### 4.3.1. Consideraciones generales

Obviando los resultados de los análisis descriptivos, los resultados obtenidos al realizar las comparativas confirman que debe rechazarse la hipótesis nula, para concluir, que la distribución de las dimensiones de la calidad es distinta entre las categorías establecidas, esto es; entre las unidades de orientación profesional y el personal técnico que desarrolla los proyectos. Por tanto, se confirma la existencia de diferencias estadísticamente significativas; así como, que unos resultados exclusivamente provinciales modulan dichas diferencias.

Comenzando por sus IMPLICACIONES PRÁCTICAS, en un análisis conjunto de estas diferencias en relación con las unidades de orientación sintetizado en la tabla 27, se observa que las valoraciones más bajas y significativas en las diferentes dimensiones de la calidad, se reiteran en las mismas unidades (unidades 1, 3, 4, 9 y 16).

Por el contrario, en cada una de las variables analizadas se sitúan una serie de entidades, sin diferencias significativas entre ellas, que determinan el estándar provincial de calidad que no alcanzan las unidades señaladas; confirmándose, de esta manera, la existencia de una serie de *gaps* o diferencias entre las unidades de orientación comparadas, cuya magnitud indica las prioridades de intervención, por parte de la Dirección Provincial del Servicio Andaluz de Empleo en Jaén. Esto es, que las propuestas de mejora, por ser el tamaño de las diferencias encontradas medio, deben dirigirse hacia las unidades 1, 3 y 12, en la dimensión Calidad Objetiva. Hacia las unidades 3 y 16, en la dimensión Calidad Subjetiva. Hacia la unidad 3, en la dimensión Calidad Percibida y hacia las unidades 4 y 16 en el constructo general de Satisfacción.

En relación con el personal técnico que desarrolla los proyectos, sintetizado en el tabla 58, se observa, de la misma manera que ocurre con las unidades de orientación, que las valoraciones más bajas y significativas aparecen en el mismo personal técnico (números 1, 5, 6, 7 y 30), salvo el personal identificado con los números 3, 23 y 24 que aparecen, exclusivamente, con valoraciones bajas en la variable Calidad Subjetiva, el primero, y Tangibilidad, los dos últimos.

Si se tiene en cuenta que, frente a ellos, figuran otra serie de profesionales entre los que no se han encontrado diferencias significativas y que conforman el estándar de calidad provincial en los diferentes atributos de la Calidad Percibida, el tamaño grande de los *gaps* identificados, señalan las prioridades de intervención. Por consiguiente, deben plantearse actuaciones de mejora en relación con el personal técnico: 23 (dimensión Calidad Objetiva); 6 (dimensión Calidad Subjetiva y Calidad Percibida) y 7 (constructo general de Satisfacción).

Indicar, también, que la magnitud de las diferencias con el resto de profesionales que no han alcanzado el estándar de calidad es media y no pequeña. A saber: 1, 2 y 24 (Calidad Objetiva); 1, 3, 5, 7 y 12 (Calidad Subjetiva); 1 y 7 (Calidad Percibida); 1, 5, 22 y 30 (Satisfacción General); por tanto, también se deben plantear, sobre ellos, actuaciones de mejora de la calidad.

En síntesis, esta investigación ha puesto de manifiesto, en primer lugar, que un análisis genérico y provincializado de la calidad percibida en los servicios de orientación profesional modula las diferencias existentes entre las distintas categorías establecidas para las dimensiones de la calidad (Unidades de Orientación y Personal Técnico), no permitiendo propuestas de mejora de la calidad del servicio.

En segundo lugar, parece evidente la necesidad de realizar comparaciones entre las entidades y el personal técnico que desarrolla los proyectos con la finalidad de establecer un estándar de calidad único a nivel provincial.

En tercer lugar, las diferencias encontradas justifican, no sólo la realización de esta investigación, sino también como PROPUESTA DE MEJORA, la necesidad de realizar este análisis y control de manera permanente en cada una de las convocatorias de orientación que se realizan por parte de la Dirección Gerencia del Servicio Andaluz de Empleo, con la finalidad de conseguir un servicio de orientación profesional que satisfaga, plenamente, a las personas usuarias de los servicios de orientación.

Así mismo, parece conveniente la necesidad de extender estos análisis de Calidad Percibida a todas las unidades y profesionales de orientación del SAE, tanto de unidades externas como de medios propios. Y, finalmente, debe establecerse una metodología que permita la correcta intervención sobre el personal técnico y las unidades de orientación, dirigida a registrar aquellas conductas exitosas realizadas por quienes obtienen las mejores valoraciones e implementarlas en las unidades de orientación que necesitan alcanzar el estándar de calidad provincial. Todo ello, mediante planes individualizados u otras acciones de mejora que, evidentemente, también deben ser diseñadas.

#### 4.3.2. Propuestas de mejora del programa

Uno de los objetivos formulados en esta investigación era la posibilidad de realizar PROPUESTAS DE MEJORA del programa atendiendo a las comparativas realizadas y a los resultados generales encontrados en las distintas dimensiones examinadas, en tanto en cuanto, los específicos, han sido utilizados para formular sus implicaciones prácticas y las propuestas de mejora para implementarlas.

Desde este análisis general y dimensional de la calidad que vamos a desarrollar hay que señalar, en primer lugar, que llama la atención los resultados referidos al factor CALIDAD SUBJETIVA (aquello que piensa la persona usuaria sobre el servicio recibido y que aglutina, en una única dimensión, aspectos tales como la capacidad para realizar el servicio de forma fiable o los conocimientos y cualificación del personal que presta el servicio), al figurar en los análisis realizados un número importante de unidades de orientación que deben mejorar sus valoraciones por no cumplir el estándar de calidad provincial, concretamente el 44% de las unidades analizadas.

Se identifican, en este sentido, las unidades 1, 2, 3, 4, 5, 9 y 16 y, en relación con el personal técnico de orientación, los identificados con los números 1, 3, 5, 6, 7, 9, 26 y 30. Para hacer una correcta interpretación de estos resultados, vamos a analizarlos conjuntamente con los resultados cualitativos.

En relación con esta dimensión las personas demandantes de empleo manifiestan que *no obtuvieron respuestas a sus demandas; que encontraron falta de especialización en algunas ocupaciones, que se tenga una información más actualizada o que se considere la ocupación solicitada para ofrecer información.*

Parece evidente, por tanto, que una parte importante de las unidades de orientación de la provincia de Jaén no tiene suficiente información sobre el mercado de trabajo y de las ocupaciones con mayor contratación; así como, que no se dispone de una información actualizada y adaptada específicamente al perfil profesional de la persona desempleada, afectando, fundamentalmente, a las dimensiones de Fiabilidad y Seguridad dentro del factor general de la Calidad Subjetiva, como se pone de manifiesto a través de los análisis cuantitativos y cualitativos realizados.

A la vista de estos resultados se formula la siguiente **PROPUESTA DE MEJORA**: Se identifica la necesidad de implementar en las unidades de orientación una herramienta de apoyo a los equipos de orientación que les facilite una información actualizada y real del mercado de trabajo, con las ocupaciones con mayor contratación en cada uno de los territorios, el acceso a ofertas de empleo, las características de los perfiles profesionales más solicitados por las empresas, las contrataciones por ocupaciones específicas, etc. En esta línea se está trabajando,

actualmente, por parte el Servicio Andaluz de Empleo a través de un Perfilado Estadístico. Por consiguiente, los resultados obtenidos en este estudio avalarían dicha actuación de mejora.

Otra de las dimensiones que debe ser resaltada dentro del factor general de Calidad Subjetiva, es la dimensión CAPACIDAD DE RESPUESTA (Disposición del personal técnico para ayudar a las personas usuarias y prestar un servicio con rapidez), que como en las anteriores dimensiones analizadas, coinciden los resultados cualitativos y cuantitativos, razón por la cual también serán interpretados conjuntamente. En relación con esta dimensión, la mitad de las unidades de orientación (50%), no está cumpliendo el estándar de calidad fijado por la unidad número 12 y aquellas otras unidades con las que no existe significación estadística, concretamente, no cumple el estándar de calidad las unidades de orientación: 2, 3, 4, 5, 9, 13, 14, y 16.

La disfunción encontrada puede ser explicada por la imposibilidad material que tienen algunas unidades para atender la demanda de orientación profesional existente en sus territorios, o bien, por una simple prioridad de atender a las mismas personas usuarias hasta cumplir el mínimo de cuatro horas de atención impuesto por la normativa de aplicación. Estos hechos también se ponen de manifiesto en los resultados cualitativos, específicamente, sugieren las personas desempleadas para mejorar el servicio de orientación: *más disponibilidad para la atención y mayor duración, mejorar el tiempo de espera para las citas o la saturación del servicio*, entre otros.

A modo de **PROPUESTA DE MEJORA**, entendemos que sería conveniente ajustar en la programación de las convocatorias el número de profesionales a los territorios, teniendo en cuenta, entre otros, los resultados de este estudio y la cuantificación de objetivos cumplidos por las unidades de orientación con medios propios; así como, eliminar las cuatro horas mínimas de atención por persona atendida que establecen las bases reguladoras.

Además, habría que ajustar mejor las itinerancias determinadas en las Comisiones Mixtas de coordinación y seguimiento del programa, ya que en muchos casos los desplazamientos son insuficientes o no se adecuan a una correcta programación en función de la demanda. En este sentido, se debería permitir el desplazamiento de todo el equipo técnico, aún cuando ello suponga no prestar servicio en el lugar donde la unidad tiene su sede legal. Esto es especialmente relevante en unidades constituidas con tan sólo dos profesionales de la orientación, que representa el 90% de las existentes en la provincia de Jaén.

Otra de las dimensiones que debe ser también resaltada, es la CALIDAD OBJETIVA. Siguiendo a Parasumaran et al., (1988); esta dimensión está referida a la apariencia

de las instalaciones, recursos materiales, etc. con los que cuentan las entidades y que permiten el desarrollo correcto del servicio, denominada por los autores del SERVQUAL: Elementos Tangibles y que, como se ha dicho, conforman uno de los dos factores de la calidad percibida dentro del modelo teórico que se ha presentado en este estudio.

Los resultados cuantitativos ponen de manifiesto que tres unidades y cuatro profesionales de orientación deben mejorar sus valoraciones para alcanzar el estándar de calidad provincial, coincidiendo los resultados de ambas categorías, en las unidades 1 y 12. Estos resultados nuevamente concuerdan con los cualitativos, y en este sentido, se sugiere por las personas demandantes de empleo *mejorar el aspecto de las instalaciones, los equipos informáticos y el mobiliario, entendiendo que son antiguos, mejorar la conexión a internet, que es lenta y en ocasiones se corta, mejorar la privacidad de los espacios de atención individual o incluso la ubicación de la propia unidad por situarse lejos del centro y en un polígono industrial.*

**PROPUESTAS DE MEJORA.** Es evidente que su subsanación no depende del equipo técnico que desarrolla los proyectos, sino directamente de las entidades que los promovieron; si bien, en todos los casos, las entidades señaladas cumplían los requisitos mínimos que exige la normativa. Por tanto y, a nuestro juicio, habría que modificar las características técnicas que figuran en el Anexo de la orden de 26 de septiembre de 2014, actualizándolas.

Por otra parte, la Dirección Provincial del SAE de Jaén podría ser más exigente en relación con los espacios de atención individualizados con la finalidad de asegurar, en todo momento, que se cumple la confidencialidad entre personal orientador y persona usuaria, aunque ello signifique un gasto adicional para la entidad promotora. En este mismo sentido, las instalaciones donde las entidades desarrollan su itinerancia deberían cumplir unos requisitos mínimos que también podrían ser contemplados y exigidos en la normativa de aplicación.

Por último, y en relación con los conceptos de CALIDAD PERCIBIDA y SATISFACCIÓN de las personas usuarias, en nuestro estudio, aunque aparecen correlacionados ( $R=0.61$ ;  $p=0.01$ ), no parecen iguales, (la satisfacción recibe siempre, por las personas usuarias de la orientación, puntuaciones más bajas y heterogéneas que la calidad percibida, como puede observarse, tanto en los descriptivos, como en las comparativas realizadas) en la línea que sostienen, entre otros, Cronin y Taylor, (1992) y Anderson et al. (1994).

Y aunque la calidad percibida antecede y predice, en gran medida, a la satisfacción, en este última, figuran una serie de atributos, no definidos, con muchos matices y, algunos de ellos, no relacionados directamente con la calidad del servicio que se

presta (Bustamante et al., 2019). En el caso del servicio de orientación profesional, atendiendo conjuntamente a los resultados cuantitativos y cualitativos obtenidos, las personas desempleadas suelen incluir, cuando valoran la satisfacción, fundamentalmente, la consecución de un empleo y ofertas de trabajo, cuando no son, estas demandas, la finalidad del servicio conforme a la normativa de aplicación; esto es, su finalidad es la mejora de la «Empleabilidad» y en esa dirección se desarrolla el trabajo del personal técnico de orientación y la metodología empleada.

**PROPUESTAS DE MEJORA.** Todo indica, desde el punto de vista de la satisfacción de las personas usuarias, que el servicio de orientación profesional que presta el Servicio Andaluz de Empleo, debería quedar integrado o formar parte de otras políticas activas de empleo, fundamentalmente, con el área de ofertas e intermediación y que, en su conjunto, faciliten información sobre ofertas de trabajo concretas y la consecución de un trabajo a las personas desempleadas. Así como, cambiar el foco de atención, en el programa Andalucía Orienta, de la Empleabilidad hacia la Inserción Laboral, acompañado de un importante cambio teórico, metodológico y técnico en este mismo sentido.

#### 4.4. EN RELACIÓN CON LOS RESULTADOS OBTENIDOS AL REALIZAR EL ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE LAS CATEGORÍAS ESTABLECIDAS PARA LAS VARIABLES SOCIO-DEMOGRÁFICAS RECOGIDAS EN EL INSTRUMENTO DE MEDIDA

El último de los objetivos que nos planteamos al realizar este estudio pretendía, atendiendo a las variables socio-demográficas que se recogen en el cuestionario, comprobar si dichas variables (Edad, nivel de estudios, género, población y tiempo en desempleo) intervienen modulando los atributos de la calidad, con la finalidad de establecer colectivos específicos de atención.

Los resultados obtenidos confirman que la distribución de las dimensiones de la calidad es distinta entre las categorías establecidas para la Edad, Nivel de Estudios y tipo de Población y, la misma, para las categorías de Género y Tiempo en Desempleo. Por tanto, no se encontraron diferencias significativas en las categorías de estas dos últimas variables socio-demográficas y se confirmó la modulación que ejercen las tres primeras sobre las dimensiones de la calidad.

En relación con la EDAD, podemos concluir que el programa Andalucía Orienta debe mejorar en algunos aspectos relacionados con la atención al colectivo de personas jóvenes, con la finalidad de incrementar sus niveles de calidad percibida hacia el servicio de orientación profesional y su satisfacción con el mismo. Todo ello, en relación con el colectivo de personas mayores de 45 años, cuya comparación ha ofrecido las principales diferencias significativas. Por tanto, a

modo de PROPUESTA DE MEJORA, el servicio de orientación profesional debe recuperar la figura del profesional de orientación especialista en la atención al colectivo de personas jóvenes, o bien, crear unidades de orientación específicas.

Atendiendo, ahora, a los resultados obtenidos en relación con la variable NIVEL DE ESTUDIOS, podemos concluir que a mayor nivel de estudios, menor será la calidad percibida y satisfacción con el servicio de orientación profesional recibido. En este sentido, las poblaciones con mayor nivel de estudios puntúan significativamente más bajo en todas las dimensiones de la calidad que los colectivos sin estudios o con educación primaria. Por consiguiente, entendemos, a modo de PROPUESTA DE MEJORA, que el Servicio Andalucía Orienta también debe mejorar adaptando su metodología y recursos de empleo a los colectivos con mayor nivel de estudios o creando unidades de orientación especializada en los colectivos con mayor cualificación académica, especialmente referido al colectivo con estudios universitarios.

En relación a la variable POBLACIÓN, aunque existen distintas distribuciones de las variables Fiabilidad y Seguridad entre sus categorías (urbana y rural), como se dijo en la exposición de los resultados, la magnitud de las diferencias es irrelevante; lo que nos ha conducido a su no consideración.

Finalmente, en las variables de agrupación GÉNERO y TIEMPO EN DESEMPLEO, reiteramos que no existen diferencias significativas entre sus categorías, por lo que puede concluirse, con especial referencia a la segunda de estas variables, la excelente adecuación del programa Andalucía Orienta a un colectivo especialmente vulnerable como es el de personas paradas de larga duración.

Las conclusiones expuestas en relación con la modulación ejercida por determinadas variables socio-demográficas sobre las dimensiones de la Calidad Percibida y la Satisfacción General coinciden con otros trabajos previos presentados en la literatura (Snyder, 1975; Lehtinen y Lehtinen, 1982; Lezcano y Cardona, 2018); si bien, deben hacerse las siguientes puntualizaciones: De igual forma que en el estudio de Lezcano y Cardona (2018), se confirma la no existencia de diferencias significativas en las variables Género y Procedencia (urbana/rural) de las personas desempleadas, aunque sí se determinan, al contrario que los resultados encontrados en este estudio, distribuciones distintas en la variable Edad, salvo en las dimensiones Calidad Objetiva y Empatía, con tamaño de los efectos pequeño y medio. Y en relación con los trabajos presentados por Lehtinen y Lehtinen, (1982) y Ware y Snyder, (1975), que encontraron significación en determinadas dimensiones de la Edad, no lo hacían para la Calidad Global; nuestro estudio, por el contrario, sí confirma diferencias significativas, tanto en la escala de Calidad Percibida, como en la Satisfacción General.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alen, M. E. y Fraiz, J. A. (2006). Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del consumidor. Su evaluación en el ámbito del turismo termal. *Investigaciones Europeas en Dirección y Economía de la Empresa*, 12, (1), 251-272.
- Anderson, E. W., Fornell, C. y Lehmann, D. R. (1994). Customer satisfaction, market share, and profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 58, 53-66.
- Babakus, E. y Boller, G.W. (1992). An empirical assesment of the SERVQUAL scale. *Journal of Business Research*, 24, 253-268.
- Bergkvist, L. y Rossiter, J. (2007). The predictive validity of multipleitem versus singleitem measures of the same construct. *Journal of Marketing Research*, 44, 175-184.
- Bitner, M.J. (1990). Evaluating service encounters: The effects of pshysical surroundings and employee reponse. *Journal of Marketing*, 55, 1-9.
- Bustamante, M.A., Zerda E., Obando F y Tello M. (2019). Fundamentos de la calidad del servicio, el modelo SERVQUAL. *Revista empresarial*, 13 (2), 1-15.
- Buttle, F (1996). SERVQUAL: revisión, crítica, agenda de investigación. *European Journal of Marketing*, 1 (30), 8-32.
- Carman, J.M. (1990). Consumer perception of service quality: an assessment of the SERVQUAL dimensions. *Journal of Retailing*, 65, 491-504.
- Caro, L.M. y García, J.A. (2007). Medición de la calidad de servicio percibida en el servicio de transporte urgente. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 14, 60-72. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2006.04.001>

Casado, A. B., Más, F.J. y Azorín, A. (2004). Atribución, satisfacción, calidad percibida e intención de conducta en encuentros de servicio fracasados. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 13 (1), 45-62.

Consejería de Economía, Empleo y Hacienda (2008). *Satisfacción y Rendimiento de los Servicios de Empleo, Formación y Orientación de la Comunidad de Madrid*. Dirección General del Servicio Público de Empleo. Disponible en: <http://www.madrid.org/bvirtual/BVCM015656.pdf>

Cronin, J. J. y Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56, 55-69.

Cruz Sánchez, A.A., Orduña Carlos, M.D. y Álvarez Hernández, J.G. (2018). Evolución del concepto de calidad y los modelos de medición de calidad del servicio. *Innovaciones de Negocios*, 15 (30), 259-278.

Dabholkar, P. (1995). A contingency framework for predicting causality between customer satisfaction and service quality. En F.R. Kardem y M. Sujan (Ed.). *Advances in consumer research*, 22, 101-108.

Duque Oliva, E.J. (2005). Revisión del concepto de calidad en el servicio y sus modelos de medición. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 25, 64-80.

Duque Oliva, E.J. y Parra Díaz, M.C. (2015). Análisis de los modelos de medición de calidad percibida del servicio aplicados en la industria de hospitalidad. *Perspectiva Empresarial*, 2 (2), 35-54. Disponible en: <http://dxdoi.org/10.16967%2Frpe.v2n2a4>

Fornell, C., y Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18 (1), 39-50. Disponible en: <https://doi.org/10.2307/3151312>

Ganga Contreras, F., Alarcón Henríquez, N. y Pedraja Rejas, L. (2019). Medición de calidad de servicio mediante el modelo SERVQUAL: el caso del Juzgado de Garantía de la ciudad de Puerto Montt – Chile. *Revista chilena de ingeniería*, 4, 668-681.

García Mestanza, J. y Díaz Muñoz, R. (2008). Comparativa entre distintos sistemas de medición de la calidad de servicio. *EsicMarket*, 130, 57-97.

Gené Albasa, J. y Arnavat Carballido, X. (2009). *Análisis de la dimensionalidad de la escala SERVQUAL en establecimientos de venta al detalle.* Comunicación presentada en el XXIII Congreso anual AEDEM (113), Sevilla: ESIC.

Ibarra Morales, L.E y Casas Medina E.V. (2014). Aplicación del modelo SERVPERF en los centros de atención Telcel, Hermosillo: una medición de la calidad en el servicio. *Contaduría y Administración*, 60 (1), 229-260.

Izogo, E.E. y Ogba, I. (2015). Service quality, customer satisfaction and loyalty in automobile repair services sector. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 3, 250-269.

Lehtinen, U. y Lehtinen, J.R. (1982). *Service Quality: A Study of Quality Dimensions*. Unpublished working paper. Service Management Institute, Helsinki.

Liljander, V. (1994). Modeling perceived service quality using different comparison standards. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behaviour*, 7, 126-142.

Lezcano Tobon L.A. y Cardona Arias, J.A. (2018). Evaluación de la calidad de los servicios médicos según las dimensiones del SERVQUAL en un hospital de Colombia. *Archivos de medicina*, V. 14, 4:4, 1-18

Martínez, J. y Martínez, L. (2007). *Medición de la calidad del servicio, desarrollo de escalas frente a medidas de un sólo item, estudio comparativo*. Comunicación presentada en el XX Congreso anual de AEDEM, Mallorca (España).

McAlexander, J.H., Kaldenberg, D.O. y Koenig, H.F. (1994). *Service quality measurement*. *Journal of Health Care Marketing*, 14, 34-39.

Mehta, S., Lalwani, A. y Han, S. (2000). Service quality in retailing: relative efficiency of alternative measurement scales for different productservice environments. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 2, 62-72.

Mira, J.J., Buil, J.A., Rodríguez, J. y Aranaz, J. (1997). Calidad Percibida del cuidado hospitalario. *Gaceta Sanitaria*, 4, 176-189.

Mira J.J., Aranaz J., Rodríguez, J., Buil, J.A., Castell M. y Vitaller J. (1998). SERVQHOS: un cuestionario para evaluar la calidad percibida de la asistencia hospitalaria. *Medicina Preventiva*, IV, 12-18.

Montilla Pérez, S. (2005). Diferencias individuales de los desempleados y constructos motivacionales: una relación de interdependencia predictora del desempleo estructural. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 21 (3), 269-297.

Morales Sánchez, V. y Hernández Mendo, A. (2004). Calidad y satisfacción en los servicios: conceptualización. *Lecturas: Educación física y deportes*, 73, 1514-3465.

Moreno García, F.J. (2015). *Análisis de la calidad del servicio de auditoría desde la perspectiva de los clientes: una aproximación de la escala SERVQUAL*. Tesis doctoral dirigida por Sierra Molina, G.J y Orta Pérez, M. Departamento de Contabilidad y Economía Financiera. Universidad de Sevilla. Sevilla.

- Nuñez Tobías, L.N. y Juárez Mancilla, J. (2018). Análisis comparativo de modelos de calidad en el servicio a partir de sus dimensiones y su relación con la satisfacción del cliente. *3C Empresa, investigación y pensamiento crítico*, 7 (1), 49-59. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.17993/3cemp.2018.070133.4959/>
- Oliver, R. L. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction process in retail settings. *Journal of Retailing*, 57, 25-48.
- Palacios Gómez, J.L. (2014). Revisión crítica del papel de las expectativas en las escalas para medir la calidad percibida del servicio. *Methaodos. Revista de ciencias sociales*, 2 (1), 59-71.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. y Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49 (4), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. y Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multipleitem scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64, 12-40.
- Pascual, M., Pascual, J., Frías, M.D. y Rosel, J. (2006). Calidad de servicio en supermercados: una propuesta de medición. *Psicotema*, 18, 661-667.
- Piqueras, R., Rodríguez Morejón, A., y Rueda, C. (2008). Expectativas y duración del desempleo. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 24 (2), 25-57. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=231316495001>
- Ramírez Carvajal, A.P. (2017). SERVQUAL o SERVPERF: ¿otra alternativa?. *Sinapsis*, 1 (9), 59-63.
- Reboloso Pacheco, E., Salvador Ferrer, C., Fernández Ramírez, B. y Cantón Andrés, P. (2014). Análisis y ampliación del SERVQUAL en los servicios universitarios. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 3, 355-373.
- Saurina Canals, C. (1997). Evaluación de un modelo de medida de la calidad en el sector servicios. Las entidades financieras de la comarca de Girona. *Estadística Española*, 142, 219-248.
- Saurina Canals, C. (2002). Medida de calidad: adaptación de la escala SERVQUAL al ámbito financiero. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 113, 803-831.
- Sierra García, L., Orta Pérez, M. y Moreno García, FJ. (2017). Elaboración y validación de un instrumento de medida de la calidad del servicio de auditoría. *Revista de Contabilidad*, 20 (2), 167-175.
- Torres Samuel, M. y Vásquez Stanesco, C.L. (2015). Modelos de evaluación de la calidad del servicio; caracterización y análisis. *Compendium*, 35, 57-76.

- Vega García, L.F. (2014). Medición de la percepción de la calidad del servicio de educación en las universidades privadas en la ciudad de Tunja: caso Fundación Universitaria Juan de Castellanos. *In Vestigium Irec*, 7, 170-183.
- Ware J. y Snyder M. (1975). Dimensions of patient attitudes regarding doctors and medical care services. *Med Care*, 13, 669-682.
- Zeithaml, V.A.; Berry, L.L. y Parasuraman, A. (1992). *Calidad total en la gestión de servicios*. Díaz de Santos: Madrid.

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Modelo SERVQUAL . . . . .	24
<b>Figura 2.</b> Modelo SERVPERF . . . . .	25
<b>Figura 3.</b> Dimensiones e ítems considerados para medir la calidad percibida en el servicio de orientación profesional. . . . .	34
<b>Figura 4.</b> Descriptivos de las dimensiones . . . . .	35
<b>Figura 5.</b> Modelo de la escala Calidad Percibida en Orientación Profesional . . . . .	41
<b>Figura 6.</b> Significación grupos de edad en relación con la variable Satisfacción General . . . . .	118
<b>Figura 7.</b> Significación grupos de edad en relación con la Variable Calidad Percibida . . . . .	119
<b>Figura 8.</b> Significación grupos nivel de estudios en relación con la variable Satisfacción General . . . . .	120
<b>Figura 9.</b> Significación grupos nivel de estudios en relación con la variable Calidad Percibida. . . . .	121
<b>Figura 10.</b> Significación grupos de estudios en relación con la dimensión Empatía . . . . .	122
<b>Figura 11.</b> Significación grupos de estudios en relación con la dimensión Calidad Objetiva . . . . .	123

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Ítems que componen la escala asociados a las dimensiones originales propuestas por Parasuramam et al. (1988). . . . .	33
<b>Tabla 2.</b> Matriz de componente rotado . . . . .	38
<b>Tabla 3.</b> Consistencia interna y homogeneidad . . . . .	39
<b>Tabla 4.</b> Estimadores generales del modelo de primer orden . . . . .	40
<b>Tabla 5.</b> Validez discriminante. . . . .	40
<b>Tabla 6.</b> Estimadores generales del modelo de segundo orden . . . . .	42
<b>Tabla 7.</b> Matriz de correlaciones Satisfacción / Dimensiones Calidad Percibida . . . . .	42
<b>Tabla 8.</b> Descriptivos ítems . . . . .	44
<b>Tabla 9.</b> Media y desviación típica de las dimensiones de la calidad . . . . .	45
<b>Tabla 10.</b> Unidad 1. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad. . . . .	49
<b>Tabla 11.</b> Unidad 2. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad. . . . .	50
<b>Tabla 12.</b> Unidad 3. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad. . . . .	51

**Tabla 13.** Unidad 4. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . . 52

**Tabla 14.** Unidad 5. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . . 53

**Tabla 15.** Unidad 6. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . . 54

**Tabla 16.** Unidad 7. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . . 55

**Tabla 17.** Unidad 8. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . . 56

**Tabla 18.** Unidad 9. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . . 57

**Tabla 19.** Unidad 10. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . . 58

**Tabla 20.** Unidad 11. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . . 59

**Tabla 21.** Unidad 12. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . . 60

**Tabla 22.** Unidad 13. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . . 61

**Tabla 23.** Unidad 14. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . . 62

**Tabla 24.** Unidad 15. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . . 63

**Tabla 25.** Unidad 16. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . . 64

**Tabla 26.** Estadísticos de prueba H de Kruskal-Wallis. Variable de agrupación: Unidad de orientación. . . . . 65

**Tabla 27.** Resultados de la comparativa entre unidades de orientación profesional . . . . . 74

**Tabla 28.** Personal técnico 1. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . . 74

**Tabla 29.** Personal técnico 2. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . . 75

**Tabla 30.** Personal técnico 3. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . . 76

**Tabla 31.** Personal técnico 4. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . . 77

**Tabla 32.** Personal técnico 5. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . . 78

**Tabla 33.** Personal técnico 6. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . . 79

**Tabla 34.** Personal técnico 7. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . . 80

**Tabla 35.** Personal técnico 8. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . . 81

**Tabla 36.** Personal técnico 9. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . . 82

**Tabla 37.** Personal técnico 10. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . . 83

**Tabla 38.** Personal técnico 11. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . . 84

**Tabla 39.** Personal técnico 12. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . . 85

**Tabla 40.** Personal técnico 13. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . . 86

**Tabla 41.** Personal técnico 14. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . . 87

**Tabla 42.** Personal técnico 15. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . . 88

**Tabla 43.** Personal técnico 16. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . . 89

**Tabla 44.** Personal técnico 17. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . . 90

**Tabla 45.** Personal técnico 18. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . . 91

**Tabla 46.** Personal técnico 19. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . . 92

<b>Tabla 47.</b> Personal técnico 20. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . .	93
<b>Tabla 48.</b> Personal técnico 21. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . .	94
<b>Tabla 49.</b> Personal técnico 22. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . .	95
<b>Tabla 50.</b> Personal técnico 23. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . .	96
<b>Tabla 51.</b> Personal técnico 24. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . .	97
<b>Tabla 52.</b> Personal técnico 25. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . .	98
<b>Tabla 53.</b> Personal técnico 26. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . .	99
<b>Tabla 54.</b> Personal técnico 27. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . .	100
<b>Tabla 55.</b> Personal técnico 28. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . .	101
<b>Tabla 56.</b> Personal técnico 29. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . .	102
<b>Tabla 57.</b> Personal técnico 30. Media y desviación típica por dimensiones de la calidad . . . . .	103
<b>Tabla 58.</b> Estadísticos de prueba H de Kruskal-Wallis. Variable de agrupación: Personal técnico de orientación . . . . .	105
<b>Tabla 59.</b> Resultados de la comparativa entre el personal técnico de las unidades de orientación profesional . . . . .	113
<b>Tabla 60.</b> Resultados prueba H de Kruskal-Wallis, variable de agrupación EDAD . . . . .	117
<b>Tabla 61.</b> Resultados prueba H de Kruskal-Wallis, variable de agrupación NIVEL DE ESTUDIOS . . . . .	117
<b>Tabla 62.</b> Resultados prueba U de Mann-Whitney, variable de agrupación POBLACIÓN . . . . .	118

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1.</b> Variable género . . . . .	30
<b>Gráfico 2.</b> Variable Edad. . . . .	30
<b>Gráfico 3.</b> Variable Población . . . . .	31
<b>Gráfico 4.</b> Variable Nivel de estudios . . . . .	31
<b>Gráfico 5.</b> Medias ítems . . . . .	43
<b>Gráfico 6.</b> Porcentaje satisfacción general. . . . .	48
<b>Gráfico 7.</b> Situación laboral . . . . .	48
<b>Gráfico 8.</b> Porcentaje nivel de satisfacción. Unidad 1 . . . . .	49
<b>Gráfico 9.</b> Porcentaje nivel de satisfacción. Unidad 2 . . . . .	50
<b>Gráfico 10.</b> Porcentaje nivel de satisfacción. Unidad 3 . . . . .	51
<b>Gráfico 11.</b> Porcentaje nivel de satisfacción. Unidad 4 . . . . .	52
<b>Gráfico 12.</b> Porcentaje nivel de satisfacción. Unidad 5 . . . . .	53
<b>Gráfico 13.</b> Porcentaje nivel de satisfacción. Unidad 6 . . . . .	54
<b>Gráfico 14.</b> Porcentaje nivel de satisfacción. Unidad 7 . . . . .	55
<b>Gráfico 15.</b> Porcentaje nivel de satisfacción. Unidad 8 . . . . .	56
<b>Gráfico 16.</b> Porcentaje nivel de satisfacción. Unidad 9 . . . . .	57
<b>Gráfico 17.</b> Porcentaje nivel de satisfacción. Unidad 10 . . . . .	58

**Gráfico 18.** Porcentaje nivel de satisfacción. Unidad 11 . . . . . 59

**Gráfico 19.** Porcentaje nivel de satisfacción. Unidad 12 . . . . . 60

**Gráfico 20.** Porcentaje nivel de satisfacción. Unidad 13 . . . . . 61

**Gráfico 21.** Porcentaje nivel de satisfacción. Unidad 14 . . . . . 62

**Gráfico 22.** Porcentaje nivel de satisfacción. Unidad 15 . . . . . 63

**Gráfico 23.** Porcentaje nivel de satisfacción. Unidad 16 . . . . . 64

**Gráfico 24.** Rangos promedios obtenidos, mediante la prueba de Kruskal-Wallis, por las unidades de orientación profesional. Variable de análisis: Calidad Percibida . . . . . 67

**Gráfico 25.** Rangos promedios obtenidos, mediante la prueba de Kruskal-Wallis, por las unidades de orientación profesional. Variable de análisis: Satisfacción General. . . . . 68

**Gráfico 26.** Rangos promedios obtenidos, mediante la prueba de Kruskal-Wallis, por las unidades de orientación profesional. Variable de análisis: Calidad Objetiva. . . . . 69

**Gráfico 27.** Rangos promedios obtenidos, mediante la prueba de Kruskal-Wallis, por las unidades de orientación profesional. Variable de análisis: Calidad Subjetiva . . . . . 70

**Gráfico 28.** Rangos promedios obtenidos, mediante la prueba de Kruskal-Wallis, por las unidades de orientación profesional. Variable de análisis: Fiabilidad . . . . . 72

**Gráfico 29.** Rangos promedios obtenidos, mediante la prueba de Kruskal-Wallis, por las unidades de orientación profesional. Variable de análisis: Capacidad de Respuesta. . . . . 72

**Gráfico 30.** Rangos promedios obtenidos, mediante la prueba de Kruskal-Wallis, por las unidades de orientación profesional. Variable de análisis: Seguridad . . . . . 73

**Gráfico 31.** Rangos promedios obtenidos, mediante la prueba de Kruskal-Wallis, por las unidades de orientación profesional. Variable de análisis: Empatía . . . . . 73

**Gráfico 32.** Personal Técnico 1. Porcentaje nivel de satisfacción . . . . . 75

**Gráfico 33.** Personal Técnico 2. Porcentaje nivel de satisfacción . . . . . 76

**Gráfico 34.** Personal Técnico 3. Porcentaje nivel de satisfacción . . . . . 77

**Gráfico 35.** Personal Técnico 4. Porcentaje nivel de satisfacción . . . . . 78

**Gráfico 36.** Personal Técnico 5. Porcentaje nivel de satisfacción . . . . . 79

**Gráfico 37.** Personal Técnico 6. Porcentaje nivel de satisfacción . . . . . 80

**Gráfico 38.** Personal Técnico 7. Porcentaje nivel de satisfacción . . . . . 81

**Gráfico 39.** Personal Técnico 8. Porcentaje nivel de satisfacción . . . . . 82

**Gráfico 40.** Personal Técnico 9. Porcentaje nivel de satisfacción . . . . . 83

**Gráfico 41.** Personal Técnico 10. Porcentaje nivel de satisfacción . . . . . 84

**Gráfico 42.** Personal Técnico 11. Porcentaje nivel de satisfacción . . . . . 85

**Gráfico 43.** Personal Técnico 12. Porcentaje nivel de satisfacción . . . . . 86

**Gráfico 44.** Personal Técnico 13. Porcentaje nivel de satisfacción . . . . . 87

**Gráfico 45.** Personal Técnico 14. Porcentaje nivel de satisfacción . . . . . 88

**Gráfico 46.** Personal Técnico 15. Porcentaje nivel de satisfacción . . . . . 89

**Gráfico 47.** Personal Técnico 16. Porcentaje nivel de satisfacción . . . . . 90

**Gráfico 48.** Personal Técnico 17. Porcentaje nivel de satisfacción . . . . . 91

**Gráfico 49.** Personal Técnico 18. Porcentaje nivel de satisfacción . . . . . 92

**Gráfico 50.** Personal Técnico 19. Porcentaje nivel de satisfacción . . . . . 93

**Gráfico 51.** Personal Técnico 20. Porcentaje nivel de satisfacción . . . . . 94

**Gráfico 52.** Personal Técnico 21. Porcentaje nivel de satisfacción . . . . . 95

**Gráfico 53.** Personal Técnico 22. Porcentaje nivel de satisfacción . . . . . 96

**Gráfico 54.** Personal Técnico 23. Porcentaje nivel de satisfacción . . . . . 97

**Gráfico 55.** Personal Técnico 24. Porcentaje nivel de satisfacción . . . . . 98

**Gráfico 56.** Personal Técnico 25. Porcentaje nivel de satisfacción . . . . . 99

**Gráfico 57.** Personal Técnico 26. Porcentaje nivel de satisfacción . . . . . 100

**Gráfico 58.** Personal Técnico 27. Porcentaje nivel de satisfacción . . . . . 101

**Gráfico 59.** Personal Técnico 28. Porcentaje nivel de satisfacción . . . . . 102

**Gráfico 60.** Personal Técnico 29. Porcentaje nivel de satisfacción . . . . . 103

**Gráfico 61.** Personal Técnico 30. Porcentaje nivel de satisfacción . . . . . 104

**Gráfico 62.** Rangos promedios obtenidos, mediante la prueba de Kruskal-Wallis, por los técnicos y técnicas de orientación profesional.  
Variable de análisis: Satisfacción General . . . . .106

**Gráfico 63.** Rangos promedios obtenidos, mediante la prueba de Kruskal-Wallis, por los técnicos y técnicas de orientación profesional.  
Variable de análisis: Calidad Percibida . . . . .107

**Gráfico 64.** Rangos promedios obtenidos, mediante la prueba de Kruskal-Wallis, por los técnicos y técnicas de orientación profesional.  
Variable de análisis: Calidad Objetiva . . . . .108

**Gráfico 65.** Rangos promedios obtenidos, mediante la prueba de Kruskal-Wallis, por los técnicos y técnicas de orientación profesional.  
Variable de análisis: Calidad Subjetiva. . . . .109

**Gráfico 66.** Rangos promedios obtenidos, mediante la prueba de Kruskal-Wallis, por los técnicos y técnicas de orientación profesional.  
Variable de análisis: Fiabilidad. . . . .111

**Gráfico 67.** Rangos promedios obtenidos, mediante la prueba de Kruskal-Wallis, por los técnicos y técnicas de orientación profesional.  
Variable de análisis: Capacidad de Respuesta . . . . .112





ISBN: 978-84-8333-721-9



9 788483 337219