



LA CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE ORIENTACIÓN UNIVERSITARIOS. UN ESTUDIO DE NECESIDADES SOBRE EL SERVICIO DE ASESORAMIENTO Y PROMOCIÓN DEL ESTUDIANTE (S.A.P.E.)

Juan Carlos PÉREZ CUERVO¹
Amaya VILLAYANDRE CORELLANO²
Universidade da Coruña

RESUMEN

En la presente comunicación intentaremos ofrecer de forma breve una visión de la orientación universitaria y los servicios que lo ofertan, pasando posteriormente a revisar el término de calidad, centrándonos en las instituciones que prestan servicios, para finalmente proponer tres sistemas para estimar la calidad en los servicios en general, como son la Norma ISO 9000 (ISO 9004-2, para las empresas de servicios), el modelo SERVQUAL y el modelo EFQM, con el propósito de que sirva de ayuda para evaluar la calidad en los servicios de orientación universitarios.

Incluido en este marco, expondremos parte de las conclusiones obtenidas en el trabajo de Tesis de Licenciatura referido a las necesidades percibidas por los alumnos universitarios sobre el Servicio de Asesoramiento y Promoción del Estudiante (S.A.P.E.) de la Universidad de La Coruña. En concreto, realizaremos una reflexión sobre los datos conseguidos en cuestiones relacionadas con la Información General que se ofrece a los alumnos que ingresan en la universidad analizando, el grado de importancia otorgada, el nivel de satisfacción y las diferencias entre ambos, lo que nos permite observar la cota de necesidad perciba por los alumnos.

1. INTRODUCCIÓN.

En el ámbito de la Orientación Educativa, en la que desde nuestro punto de vista se circunscribe la Orientación en la Universidad, en los últimos tiempos, y como consecuencia de la promulgación de la LOGSE (Ley Orgánica de Ordenación General del Sistema Educativo) se ha producido una revalorización de la misma, reconociendo que se trata de un factor de calidad del sistema educativo. Este proceso, desgraciadamente, sólo se ha reducido a los niveles no universitarios, en los que se ha dotado, en mayor o menor medida, de un marco legal y de las infraestructuras necesarias para poner en marcha servicios de orientación dirigidos por profesionales de la temática. En el ámbito universitario, por el contrario, la LRU (Ley de Reforma Universitaria) no establece ningún

1. E-Mail: juancu@mail2.udc.es
2. E-Mail: amavilla@mail2.udc.es

mecanismo para atender a esta necesidad, teniéndonos que remontar para encontrar un documento legal en el que se regule la orientación universitaria a la LGE (Ley General de Educación) de 1970, que en sus artículos 125 y 127 se afirma el derecho por parte de los alumnos universitarios a una orientación educativa y profesional.

Con todo ello, las distintas universidades españolas han puesto en marcha servicios de orientación amparados en la autonomía con la que cuentan dichas instituciones. Llegados a este punto en el que nos encontramos, en el que los servicios se encuentran en un proceso de consolidación (Echeverría, 1996), se estima imprescindible no sólo ofertar diversos servicios de orientación sino controlar, valorar y buscar la calidad en los mismos. Siendo así, vamos a ofrecer en la presente comunicación tres métodos (E.F.Q.M, SERVQUAL y ISO 9004-2) extraídos del ámbito de las instituciones empresariales y que permiten estimar la calidad en los servicios, advirtiendo que su validez se encuentra en su adaptación a la idiosincrasia de dichos servicios y no a una mera implementación al pie de la letra.

Como podremos comprobar los tres métodos tienen un nexo en común, que comprenden que los servicios son de calidad en la medida que éstos satisfagan las necesidades de los usuarios y por lo tanto se hace indispensable el conocimiento inicial de las mismas, de este modo también expon-dremos cuáles han sido los resultados de un estudio de necesidades realizado sobre el Servicio de Asesoramiento y Promoción del Estudiante (S.A.P.E.) de la Universidade da Coruña.

2. LA CALIDAD EN LAS INSTITUCIONES

Evolución histórica del concepto de calidad en las organizaciones.

La acepción de calidad en las organizaciones ha sufrido una evolución desde la concepción del control centrado en los productos terminados, hasta el control total de la calidad, pasando por el control estadístico de procesos (Gento Palacios, 1996). Durante la primera etapa, iniciada en la revolución industrial, se centraba la atención en la inspección de los productos terminados, intentando preveer defectos clasificándolos en aprobados o rechazados, siendo el autor más destacado Taylor. En una segunda fase, en la primera mitad de este siglo, se produjo un desarrollo y aplicación de las técnicas estadísticas en el control de la calidad conocido como Control Estadístico de la Calidad (CEC) y desarrollado por Shewhart y Deming (Peiró y González Romá, 1993), extendiendo el concepto a todo el proceso de producción, alcanzándose mejoras significativas. En la década de los 50, en Estados Unidos, nace la concepción de Calidad Total, aunque es en Japón donde se desarrolla, restando importancia al CEC debido a que, en palabras del Dr. Juran, se necesitaba un amplio conjunto de instrumentos para el control de la calidad y los métodos estadísticos era uno de ellos. Se introdujo el término de Círculos de Calidad (años 50-70) basado en la participación de los trabajadores, obteniéndose importantes resultados. A partir de los 70 el criterio fundamental de calidad es la satisfacción del cliente.

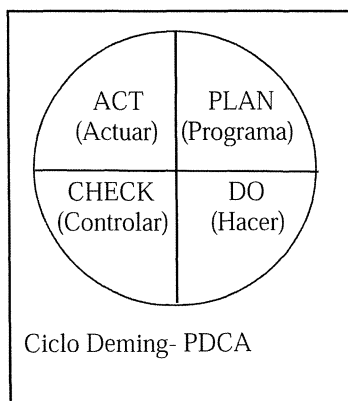
El concepto de calidad en las organizaciones.

El término calidad abarca concepciones múltiples, dependiendo de la perspectiva desde la que se esté situado. De modo genérico se ha entendido la calidad (Gento Palacios, 1996) como el rasgo atribuible a entidades individuales o colectivas cuyos componentes estructurales y funcionales responden a los criterios de idoneidad máxima que cabe esperar de las mismas, produciendo como consecuen-

cia aportaciones o resultados valorables en grado máximo, de acuerdo con su naturaleza. Tradicionalmente ha sido relacionado con la calidad en el producto, identificándose actualmente como aplicable a toda la actividad y tipo de organización. Para Hutchins(1985) y Mohr y Mohr(1993), la calidad significa básicamente aquello que satisface al cliente. Juran(1993), apunta que además de satisfacer las necesidades de los usuarios se debe atender a las normas del proceso de producción. El Organismo Internacional de Normalización(ISO), en su norma 8402, ha definido la calidad como la totalidad de características de una entidad que le confiere la capacidad para satisfacer las necesidades explícitas e implícitas. Las necesidades explícitas vienen definidas por la relación contractual entre los clientes y los proveedores, mientras que las necesidades implícitas se ven determinadas por las condiciones del mercado, señalando como necesidades la seguridad, disponibilidad, mantenibilidad, confiabilidad, facilidad de uso, economía(precio) y el ambiente. Según Gryna (1993) y Main (1993), la calidad significa aptitud para el uso, más seguridad y un precio comerciable.

Deming define en su ciclo de calidad clásico los cuatro procesos que lo configuran(Galgano, 1993):

- Planificar: identificación del problema y planificación, observaciones y análisis, aislar las causas reales, definir las acciones correctivas.
- Hacer: preparación, aplicación y verificación de la aplicación
- Controlar: comparación con objetivo y verificación de los resultados de las acciones realizadas
- Actuar: preparación de la siguiente etapa del plan y estandarización y consolidación.



Harvey y Green(1993), presenta una clasificación de las diferentes acepciones de calidad:

- Calidad como Fenómeno Excepcional: relacionado con la distinción, exclusividad, elitismo.
- Calidad como Perfeccionamiento o Coherencia, asociado a la idea de fiabilidad (“cero defectos”).
- Calidad como ajuste al Propósito, en el sentido en el que el servicio o producto se ajusta a las exigencias para las que fue concebido.
- Calidad como relación costo-beneficio, vinculada con la eficiencia del servicio.
- Calidad como Transformación, enraizada en la concepción de cambio cualitativo, variando la concepción en la que el proveedor hace algo para el cliente, por la de hace algo al cliente, le transforma.

El concepto de Calidad Total, es una noción de la calidad que se define como un proceso de gestión integral de todas las actividades de una empresa al objeto de satisfacer con eficiencia económica las expectativas del cliente, sea éste interno o externo (Roure, 1992).

Para Crosby (1989) la calidad total es la suma parcial de la calidad del producto (en el caso de los servicios, adaptación del mismo a las necesidades de los clientes), calidad en la gestión tanto interna (en la producción, calidad, los recursos humanos y el estilo de dirección) como externa (prestación del servicio), calidad de servicio interno (clientes internos) y externo (relación proveedor-cliente) y calidad de vida interna (buen clima en el trabajo y comunicación) y externa (proporcionar una mejor calidad de vida y salvaguardar el medioambiente).

Las características básicas de la Calidad Total son las siguientes (Gento Palacios, 1996):

- la calidad significa satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente, averiguando quiénes son, lo que quieren y esperan del servicio. El Dr. Juran señala que inicialmente se debe Identificar a los clientes tanto internos como externos, Determinar sus necesidades, Desarrollar las características del servicio o producto en función de dichas necesidades, Establecer las metas del servicio y el proceso para alcanzarlas y Comprobar que el proceso funciona.
- se diferencia entre clientes externos e internos, entendiendo por cliente interno al propio personal de la organización.
- la responsabilidad de la dirección en la calidad.
- la calidad no sólo debe buscarse en el producto sino en todas las funciones de la organización.
- la participación del personal en el mejoramiento permanente de la calidad.
- la aplicación de principios y herramientas para el mejoramiento continuo de los productos y servicios.

3. LA CALIDAD EN LAS INSTITUCIONES QUE PRESTAN SERVICIOS

Los servicios en su primera etapa fueron considerados como algo anexo a las empresas de producción. Es a partir de los años 50 cuando van adquiriendo entidad propia, hasta alcanzar en la actualidad un lugar preponderante dentro de las propias empresas o como servicios puros (se estima que en la actualidad representan un 70% aproximadamente del PIB en los países más desarrollados).

Si examinamos la concepción de calidad en los servicios, Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993) lo entienden como la amplitud de la discrepancia o deferencia que exista entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones. Los factores que influyen en estas expectativas son, por orden de importancia, en primer lugar lo que denominan los autores como *comunicación boca a oído*, en la que los usuarios comentan a otras personas sus percepciones, en segundo lugar las *necesidades personales*, la *extensión* de otras experiencias en otros servicios y por último la *comunicación externa* por parte de los proveedores del servicio.

Pero los servicios cuentan con diversos problemas que no tienen las empresas de producción a la hora de medir la calidad (Zeithaml, V. A., Parasuraman, A. y Berry, LL., 1993):

- los servicios son casi intangibles, se trata de prestaciones y experiencias más que objetos.
- la heterogeneidad de los servicios.

- la producción y el consumo en muchos servicios son inseparables y por lo tanto la calidad de los servicios se produce durante la entrega o prestación.
- para los propios usuarios o clientes la calidad en los servicios es más difícil evaluarla que la calidad de los productos tangibles.
- los clientes no sólo evalúan los resultados del final del servicio, sino también el proceso de recepción del mismo.
- los criterios de evaluación de los servicios lo establecen fundamentalmente los clientes.

Los servicios de *orientación universitarios*, como servicios educativos que son, tienen una serie de características relacionadas con la calidad que son de relevancia (Lacunza, 1996):

- la formación es un servicio que se produce y se consume al mismo tiempo.
- no es algo concreto.
- es un proceso.
- los clientes forman parte del proceso de prestación del mismo.
- el servicio no puede almacenarse.

En el siguiente punto indicaremos tres métodos para estimar la calidad en los servicios.

4. SISTEMAS PARA ESTIMAR LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS.

El Aseguramiento de la Calidad en los servicios son un conjunto de acciones planificadas y sistemáticas, implantadas dentro de un sistema de calidad, que han de ser demostrables y deben proporcionar la confianza adecuada (tanto a la propia organización como a sus clientes) y una mejora continua. La medida de la calidad puede adoptar formas diversas (Senlle, 1996):

- Estadísticamente.
- Cuantificadamente.
- Por los efectos que produce.
- Por las actitudes de los proveedores.
- Comparativamente con el resto del mercado.
- Tiempo necesario para realizar la prestación.
- Por el grado de satisfacción de los clientes.
- Por el costo.
- Por los usuarios que se mantienen.
- Por las quejas.

Para la implantación de sistemas de aseguramiento de la calidad se pueden utilizar diferentes modelos como guías (también es usado el término de norma en vez de modelo en el caso ISO, entendiéndose por tal un documento accesible al público, consensuado entre todas las partes interesadas, que contiene especificaciones técnicas u otros criterios para que se usen como reglas, guías o definiciones de características, para asegurar que materiales, procesos, productos o servicios cumplen los requisitos especificados).

Comenzaremos por la Norma ISO 9004-2 por ser una de las que cuenta con una mayor tradición y uso.

Las Normas ISO-9000

Su origen está en las normas británicas BS 5750, de aplicación en el campo nuclear , aunque ya existían normas similares en el terreno militar como la MOD 05/25 y la AQAP 149. Es en 1985 cuando se realiza el primer borrador de las normas ISO 9001, 9002 y 9003, publicándose por primera vez en 1987.

El organismo encargado de la elaboración de dichas normas es el International Standard Organization (de ahí el nombre que recibe la propia norma), Federación Mundial de Organismos Nacionales de Normalización, creada en 1947 y con sede en Ginebra.

La norma ISO 9001 hace referencia a “ Sistemas de la calidad. Modelo para el aseguramiento de la calidad en el Diseño, el Desarrollo, la Producción, la Instalación y el Servicio Postventa”. En los casos en el que las organizaciones no realicen ni diseño, ni desarrollo del producto se aplicaría la norma ISO 9002; y la norma ISO 9003, que es la menos utilizada, está relacionada con la inspección y los ensayos.

Vinculadas con las normas básicas, existen otras que en realidad son guías para la aplicación de las anteriores a diferentes campos. La norma que nos interesa en nuestro caso es la ISO 9004-2 para la “ Gestión de la calidad y elementos del sistema de la calidad. Guía para los servicios”.

Seguidamente presentaremos de forma esquemática los diferentes principios organizativos con los que cuenta la Norma(Senlle y Vilar, 1996; Gento Palacios, 1996):

Principios del Sistema de Calidad:

1- Responsabilidad de la Dirección, con el compromiso de establecer la política de calidad y comprometerse con ella.

1A. Política de calidad, referida al servicio a prestar, imagen de la empresa relacionada con la calidad, objetivos de la calidad en el servicio, forma de lograr los objetivos e implicación del personal.

1B. Objetivos de la calidad: satisfacción de los clientes, cuidado del medio ambiente, eficacia del servicio.

1C. Autoridad y responsabilidad en materia de calidad: si bien es la dirección la encargada de establecer la política de calidad, todos los sectores de la organización se han de responsabilizar en su área de delegación. Este aspecto, de gran importancia, es puesto ya de manifiesto por profesores como Deming y su concepción de los Círculos de Calidad implementados en las empresas japonesas.

1D. Revisiones de la gestión, estableciendo controles(por ejemplo auditorías internas) para asegurar la mejora continuada.

2- Recursos Humanos y Materiales:

2A. Personal. La norma explica literalmente que “ el recurso más importante, en cualquier organización, es el conjunto de las personas que la componen”. Para fomentar un buen clima,

motivación, rendimiento y eficacia, se debe poner énfasis: en una adecuada selección del personal, un programa de desarrollo humano, formación, integración de la plantilla en los objetivos, sistemas de reconocimientos, premios, un plan de carrera, etc...

2B. Comunicación: el personal de la organización tiene que estar adecuadamente informado y coordinado con el resto de la plantilla por medio de reuniones.

2C. Recursos Materiales, necesarios para que el sistema de calidad funcione con eficacia.

3- Sistema de Calidad Estructurado:

3A. Organización del servicio, como un bucle en el que partimos del análisis de las necesidades para realizar un diseño adecuado contando con procedimientos por escrito de las diferentes actividades que se efectúan, prestando el servicio y evaluando los resultados y la satisfacción de los clientes.

3B. Documentos y registros de la calidad, mediante un manual de calidad, plan de calidad, procedimientos que especifiquen todas las acciones y actividades

3C. Auditorías internas de la calidad, realizadas con periodicidad.

3D. Interacción con los clientes: un aspecto vital en la calidad de los servicios son las INTER-FACES establecidas entre los clientes y los suministradores del mismo, debido a que existen productos intangibles como la confianza y la seguridad que la relación despierta.

Elementos Operativos del Sistema de Calidad:

1- Proceso de Comercialización o Marketing:

1A. Calidad en la investigación y análisis de mercado: incluye el análisis de las expectativas y necesidades de los clientes o usuarios, actividades de la competencia, estadísticas de uso.

1B. Obligaciones del sumistrador, tanto explícitas(contrato), como implícitas.

1C. Informe del servicio.

1D. Organización del servicio.

1E. Calidad en la publicidad, con claridad, transparencia y oferta real.

2- Proceso de Diseño:

2A. Responsabilidad en el diseño: el diseño puede ser cometido de los propios directivos con la ayuda de consultores y técnicos, incluyendo acciones como la planificación general del servicio, revisiones del diseño, anticipación a los defectos,...

2B. Especificación de la prestación del servicio: contiene los procedimientos que describen los métodos y formas de prestarlos, indicando qué se hará, cuándo se hará, cómo se hará y quiénes son los responsables

2C. Especificación del control de calidad, utilizando técnicas estadísticas, analizando el grado de satisfacción de los clientes, el costo,...

2D. Revisión del diseño: la norma indica que al finalizar cada una de las fases del diseño de un servicio debería llevarse a cabo una revisión formal y documentada de los resultados del diseño.

2E. Validación de las especificaciones servicio, prestación del servicio y control de la calidad, realizando pruebas piloto y analizando los resultados.

2F. Control de los cambios de diseño, a través del análisis, planificación, aprobación y documentación de los mismos.

3- Proceso de Prestación del Servicio.

3A. Evaluación de la calidad del servicio por parte del suministrador, formando parte del propio servicio y realizada por todos los miembros.

3B. Evaluación de la calidad del servicio por parte del cliente.

3C. Estado del servicio, por medio de registros de cada una de las fases del trabajo realizado.

3D. Acciones correctivas de los posibles fallos de forma rápida y analizando el origen del problema.

3E. Control del sistema de medida.

4- Análisis y Mejora de la realización del servicio, mediante la recogida de información tanto de los clientes internos como externos.

EL SERVQUAL

Un segundo modelo para estimar la calidad en los servicios es el SERVQUAL (Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. y Berry, LL., 1993) que es entendido como la calidad percibida por los clientes o usuarios y que está compuesto por las siguientes dimensiones:

1- Elementos Tangibles: apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

2- Fiabilidad: ejecución del servicio de forma fiable y rigurosa.

3- Capacidad de Respuesta: para proveer a los clientes en una situación fuera de lo normal.

4- Seguridad:

4.1. Profesionalidad: posesión de las destrezas requeridas y conocimiento de la ejecución del servicio.

4.2. Cortesía: atención, consideración, respeto y amabilidad.

4.3. Credibilidad: creencia en el servicio que se provee, veracidad y honestidad.

4.4. Seguridad: inexistencia de peligros, riesgos o dudas.

5- Empatía:

5.1. Accesibilidad: accesible, fácil de contactar.

5.2. Comunicación: mantener a los clientes informados utilizando un lenguaje inteligible.

5.3. Comprensión del cliente: hacer un esfuerzo por conocer a los clientes y sus necesidades.

E.F.Q.M.

Este último modelo es el utilizado como referente por la Fundación Europea para la Gestión de la Calidad para otorgar el EQA (The European Quality Award), que es el premio europeo a la calidad empresarial.

El modelo es una ordenación sistemática de los factores más críticos para el buen funcionamiento de toda organización, recogiendo las reflexiones y experiencias habidas en el mundo de la dirección de las organizaciones

El proceso clave para la mejora se sitúa en la autoevaluación, que es definida por la Fundación como "un examen global, sistemático y regular de las actividades y resultados de una organización comparados con el modelo de excelencia", cuyo objetivo es ofrecer no solo una imagen de la realidad de la organización en un momento dado, sino que también irá mostrando la evolución y mejoras que se vayan introduciendo a lo largo del tiempo.

El concepto de calidad presentado por el Modelo y adaptado a los servicios universitarios sería el siguiente:

"La satisfacción de los usuarios del servicio público se consigue mediante un liderazgo que impulse la planificación y la estrategia del servicio, la gestión de su personal, de sus recursos y sus procesos hacia la consecución de la mejora permanente de sus resultados".

La definición anterior queda operativizada en lo que se puede considerar el Modelo propiamente dicho, configurado por dos grandes categorías evaluativas que contienen a su vez nueve elementos que se presentan a continuación:

- Agentes de la calidad: este bloque hace referencia a las preguntas de ¿ Qué hay que hacer? y ¿ Cómo hay que hacerlo para conseguir los resultados?. Dentro de esta categoría se encuentran incluidos cinco subcriterios:

Liderazgo(10%): grado de compromiso visible de los dirigentes de la institución con el desarrollo de una gestión de calidad, cultura coherente con los valores de la calidad total, reconocimiento de los esfuerzos de las personas y equipos de trabajo, aportación de recursos para el apoyo a la calidad total, compromiso con clientes y proveedores, promoción activa de la cultura de la calidad fuera de la organización.

Política y estrategia(8%): se refiere a la Misión, Visión, Valores y Dirección estratégica del servicio, así como la forman en que éstos se implantan en los Proyectos Institucionales. Se ha de analizar cómo el servicio define y formula su política y estrategia traduciéndolas en planes y acciones concretas que incorporan los conceptos de calidad. Asume premisas como: el cliente tanto externo como interno es lo primero, importancia al trabajo en equipo y la colaboración, búsqueda de la satisfacción del cliente, mejora continuada y a largo plazo mejor que soluciones rápidas y puntuales.

Entendemos por Misión la razón de ser del servicio, la Visión es la imagen deseada y al alcance de un futuro servicio y los Valores son las ideas fundamentales que configuran el comportamiento del personal del servicio y determina sus relaciones.

En todos los estudios de calidad total, se plantea la Planificación Estratégica como uno de los criterios claves de la calidad. La planificación estratégica tiene sus orígenes en el terreno militar, aunque se ha desarrollado en el mundo de la empresa a partir de los cuarenta con sistemas como el PPBS(planning-programming-budgeting-systems) o el MBO(management by objectives). Su definición podría ser aquella técnica para planificar la evolución futura de las organizaciones. Para Arguin y Caron(1993), consiste en establecer, a partir de la Misión y de las grandes orientaciones de la organización, los objetivos generales y los medios de acción que deben priorizarse para atender a los objetivos fijados.

Gestión del personal(9%):este criterio está vinculado con la optimización del servicio por medio de los recursos humanos con los que cuenta.

Recursos(9%): se refiere a la gestión, utilización y conservación de los recursos, entendiéndose por este, toda aportación material que pueda llegar al servicio para el cumplimiento de unas funciones.

Procesos(14%): cómo se identifican aquellos procesos que resultan críticos para el desarrollo del servicio, su gestión y evaluación y , si es necesario, su corrección para asegurar la mejora continua.

- Resultados: en este apartado se plantean las cuestiones de Qué hemos conseguido, analizando las tendencias y su comparación con los objetivos y otros servicios, operativizándose en cuatro elementos:

Satisfacción del cliente(20%): qué consigue el servicio respecto a la satisfacción de los usuarios/clientes

Satisfacción del personal(9%): qué consigue el servicio respecto a la satisfacción de su personal.

Impacto Social (6%): analizar las actividades que producen consecuencias directas e inmediatas para la comunidad del entorno local y regional y para la sociedad en general.

Resultados (15%): se refiere a lo que consigue el servicio en relación con la planificación y estrategia, los procesos y respecto a la satisfacción de los clientes.

Una vez realizado este repaso por tres modelos diferentes que pueden ser utilizados como guías a la hora de evaluar la calidad en un servicio, pasaremos a ofrecer los resultados obtenidos en un estudio de las necesidades percibidas por los estudiantes sobre el Servicio de Asesoramiento y Promoción del Estudiante (S.A.P.E.) de la Universidade da Coruña. Debido a la limitación lógica de una comunicación únicamente presentaremos parte de dichos resultados pertenecientes a cuestiones referidas al *Ingreso en la Universidad*.

En primer lugar, señalar que se encuestó a 483 estudiantes sobre una población de 19056 estudiantes de ambos sexos matriculados en el curso 1998/99 en cursos extremos, es decir, primero y último curso.

En la dimensión mencionada anteriormente se pretende recoger aquellas actividades habituales que deben realizar los alumnos en el acceso a la universidad y en sus primeros momentos dentro de la institución, encontrándose con un nuevo entorno y por lo tanto con ciertas necesidades de orientación.

La dimensión se halla configurada por dos categorías:

- *Acceso*: se plantean dos cuestiones referidas a los tramites de tipo burocrático-administrativo a las que tienen que enfrentarse los alumnos (**ITEM 01**) y por otra parte a la información con la que deben contar a cerca de la estructura de los planes de estudio (**ITEM 02**).
- *Información General*: formada por doce ítems, en los que se plantean preguntas sobre información de la estructura y organización de la universidad y sobre aquellos servicios que se ofertan y su funcionamiento. Otro aspecto abordado es la participación de los alumnos en la institución.

A. Categoría Acceso:

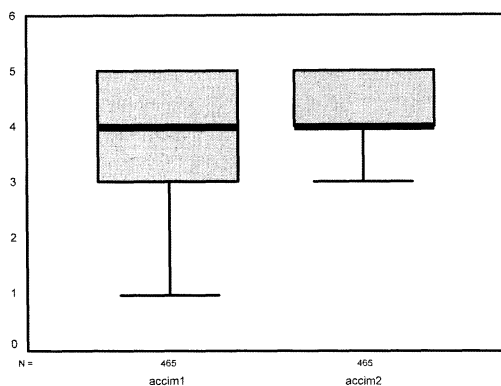
A1. Importancia Otorgada en la categoría "Acceso".

En las diferentes categorías, analizaremos de forma ordinal, por medio de la Mediana y la Amplitud Intercuartílica, los diferentes ítems. Estos dos datos nos informan sobre el valor de tendencia central que deja por debajo y por encima de sí el 50% de los casos, en la Mediana, y aquel intervalo en el que se encuentran el 50% de los casos de tendencia central, en la Amplitud Intercuartílica.

En la categoría Acceso, se obtiene como mediana para el ítem 1 y el 2 un cuatro, o lo que es lo mismo que cuatro es aquella puntuación que deja por debajo de sí el 50% de las puntuaciones. Tanto a la información sobre trámites burocráticos propios de los estudiantes, como a la información a cerca de los planes de estudio, los alumnos de la Universidade da Coruña le otorgan una importancia alta teniendo en cuenta que la puntuación máxima es 5.

Por otro lado, la variación en las puntuaciones es mayor en el ítem uno, dándose una amplitud intercuartílica de dos puntos, entre 3 y 5, frente al ítem dos, donde los casos se distribuyen en su 50% central entre 4 y 5, por lo tanto se podría comprender, que aunque de forma ligera, se le otorga una mayor importancia a la información sobre la estructura de los estudios.

A continuación, como en las siguientes categorías, presentaremos los Diagramas de Caja en los que se presenta la información correspondiente a la mediana (raya gruesa en el Diagrama) y a la amplitud intercuartílica (área gris). La nomenclatura que se incluyen en las mismas, hacen referencia a la categoría que se está analizando y a aquel aspecto sobre el que se analiza, seguido de los dígitos correspondientes al número de ítem, como por ejemplo Accim 01, se refiere a la Importancia Otorgada en la categoría Acceso y en el ítem 01.



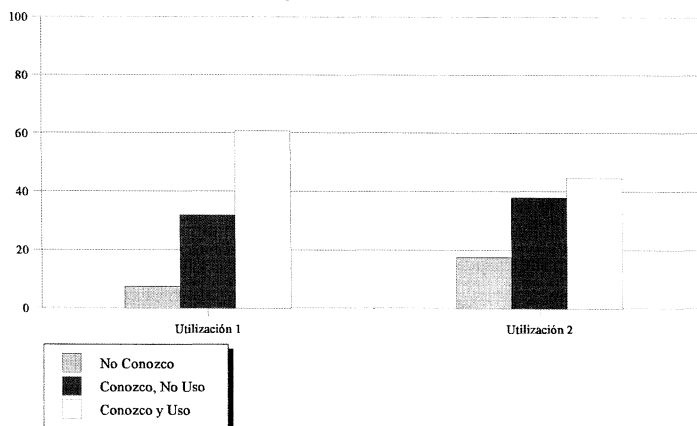
A2. Utilización del servicio en la categoría de “Acceso”

En el análisis de la Utilización del Servicio, se pretende estudiar cuál es la distribución de las frecuencias y el porcentaje de uso en cada una de las funciones que tiene el SAPE. La variable tiene tres categorías: No lo Conozco el servicio o función, lo Conozco pero No lo Uso y lo Conozco y lo Uso, y tiene una función de filtro de la variable Grado de Satisfacción. Algunas de las cuestiones que se les planteaba a los estudiantes no contaba con esta variable, debido a que el Servicio de Asesoramiento y Promoción del Estudiante no ofrecía esa función en el momento de pasar el cuestionario, preguntándose en ese caso únicamente por la importancia que se le ofrecía.

El Uso efectuado en esta categoría es el más alto dentro de las diferentes categorías, suscitado porque quizá sean de las actividades más comunes de los servicios de orientación universitarios.

La información sobre los trámites administrativos, es una actividad menos desconocida que la información ofrecida sobre los planes de estudio, sin embargo ésta supera a la primera en el no uso con conocimiento con 38%, posiblemente ocasionado porque existen diversas fuentes que ofrecen esa información antes de acceder a la universidad. El nivel de uso alcanza el 60,7% en la información administrativa y un 44,6% en la información sobre la estructura de los planes de estudio. A continuación se presenta de forma más detallada esta información en el siguiente diagrama.

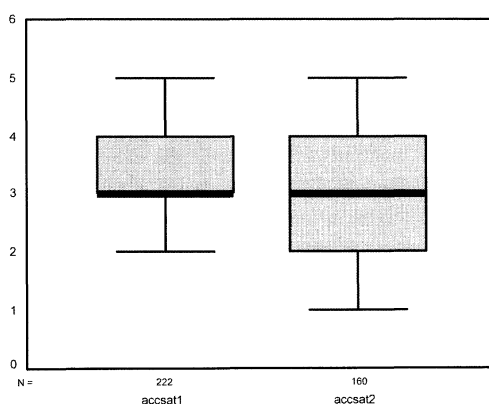
Diagrama: Acceso-Utilización



A3. Grado de Satisfacción en la categoría “Acceso”

El grado de satisfacción nos permite conocer la percepción que han tenido los usuarios del servicio, y si ésta supera o iguala, o por el contrario no supera las expectativas con las que partía el estudiante.

En cuanto al Grado de Satisfacción de los usuarios en la categoría Acceso, se observa que la Mediana encontrada en ambas variables es de 3, con una Amplitud Intercuartílica de 1, en la primera de ellas, con valores extremos 3 y 4, y en la segunda con Amplitud de 2 y valores extremos entre 2 y 4.



B Categoría Información General

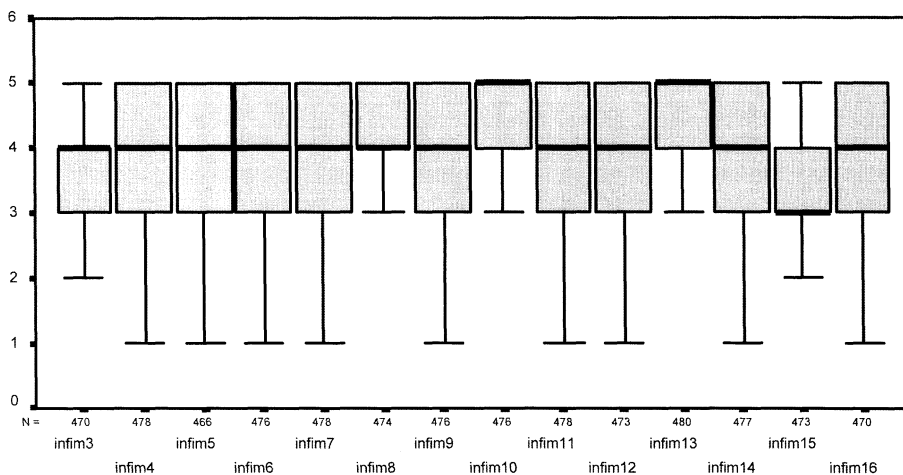
La categoría Información General, como ya se señalaba, plantea cuestiones sobre información de la estructura y organización de la universidad y sobre los servicios que ésta oferta y su funcionamiento, además de la participación de los alumnos en la institución. Se encuentra formada por 12 preguntas referidas a la organización y funcionamiento de la Universidad (**ITEM 03**), los ser-

vicios ofertados en general y su localización (**ITEM 04 e ITEM 05**), programas de acogida para los alumnos de nuevo acceso(**ITEM 06**), información sobre la ciudad para los alumnos foráneos (**ITEM 07**), información sobre el funcionamiento de las bibliotecas y salas de informática (**ITEM 08**), servicios de alojamiento y comedor (**ITEM 09**), información sobre los derechos de los alumnos (**ITEM 10**), información acerca de la participación en los órganos de gestión (**ITEM 11**), de actividades culturales, deportivas, etc.,..., ofertadas (**ITEM 12**), información sobre ayudas estatales, autonómicas , de la propia universidad y privadas (**ITEMS 13, 14 y 16**), y por último información sobre premios y concursos (**ITEM 15**). Esta información debería facilitarse con carácter general a todo el alumnado de la universidad para un mejor funcionamiento de ésta y una mayor satisfacción de sus usuarios.

Los resultados obtenidos los siguientes:

B1. Importancia Otorgada en la “Información General”.

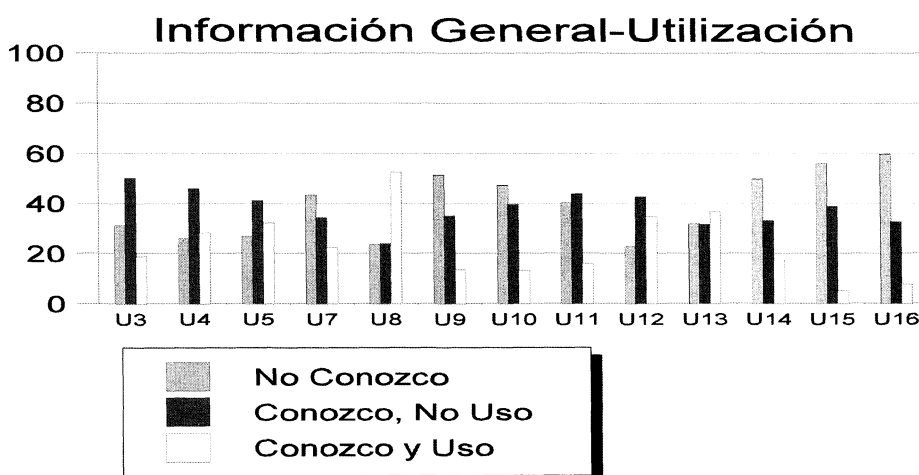
La importancia otorgada en esta categoría es elevada, con una mediana en la mayoría de las variables estudiadas de 4, con excepción de la información acerca de los derechos de los alumnos y sobre las ayudas estatales y autonómicas donde ésta se eleva hasta 5, y la información referida a los premios y concursos que alcanza una mediana de 3. El 50% de los casos centrales se encuentran en la mayor parte de las variables entre 3 y 5, salvo los ítems relacionados con la información acerca del funcionamiento de las bibliotecas, los derechos de los alumnos y las ayudas estatales y autonómicas que se encuentran entre 4 y 5, y la información sobre la organización y funcionamiento de la Universidad que se halla entre 4 y 3.



B2. Utilización del servicio en la categoría de “Información General”

En la categoría Información General, el nivel de desconocimiento y de no uso es más elevado en la categoría de Acceso, debido en parte a que se señalan actividades no han sido desarrolladas en gran medida por los servicios de orientación. Como se puede observar en los resultados, destacan ciertas funciones que los alumnos conocen pero no usan, como la información sobre temas relacionados con la organización y funcionamiento de la universidad, que se trata bajo nuestro punto de vista como un aspecto básico, información sobre los servicios ofertados, la información sobre la

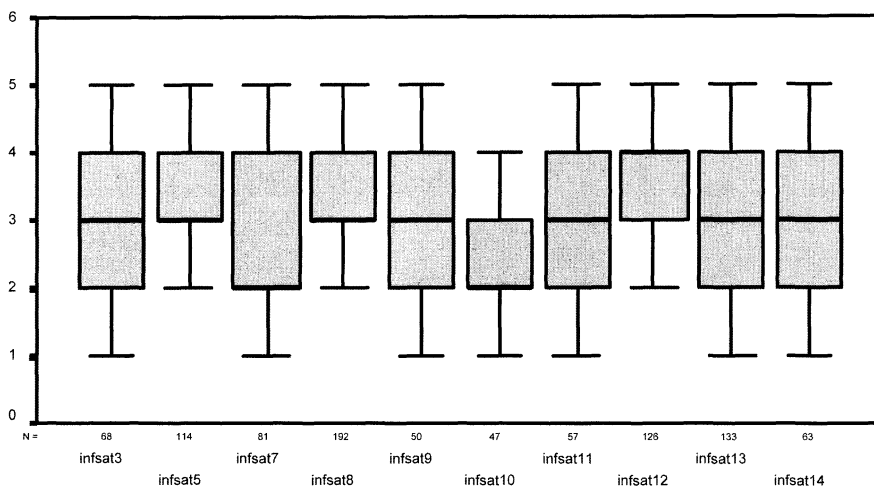
situación de los distintos centros, la información acerca de la participación en los órganos de gestión y la información referida a actividades culturales, deportivas, etc..., todas con un porcentaje de conocimiento pero no uso superior al 40%. Por otra parte, se observa que la actividad más utilizada son los programas sobre el funcionamiento y el uso de la biblioteca con un 52,5%, seguida de la información sobre las ayudas estatales y autonómicas, la información acerca de actividades culturales y la información sobre la situación de los diferentes servicios de la universidad, todas con un porcentaje superior al 30%. Por otra banda las funciones o servicios mayormente desconocidos son la información sobre ayudas al estudio promocionadas por instituciones privadas, la información sobre premios y concursos, información sobre los derechos de los alumnos y la información acerca de los servicios de alojamiento y comedor. A continuación se presenta un diagrama de barras en los que se exponen más detalladamente los resultados.



B3. Grado de Satisfacción en la categoría “Información General”

En el grado de satisfacción en la categoría Información General, la mediana adopta un valor común de 3 en casi todas las variables estudiadas. Se distingue, dentro de la información que nos ofrece el análisis ordinal, la información sobre las actividades culturales, deportivas, etc..., con una mediana que alcanza el 4, como valor más alto, frente a la información referida a los derechos de los alumnos que obtiene un valor en la mediana de 2 y en el que se encuentra el 50% de los casos centrales entre los valores de 1 y 3, y la información facilitada para los alumnos de fuera de la ciudad con una mediana de 2 también y una amplitud intercuartílica entre 2 y 4.

No se pudo realizar el análisis ordinal de las variables Sat 15 ni Sat 16 como consecuencia de que fueron muy pocos los alumnos que hicieron uso de estas funciones y por lo tanto no podían contestar al grado de satisfacción.



Para concluir se puede señalar, como se ha podido observar, que en general las expectativas de los estudiantes respecto al Servicio de Asesoramiento y Promoción del Estudiante (S.A.P.E.) superan a las percepciones obtenidas una vez hecho uso del mismo y que por lo tanto esto plantea una necesidad.

BIBLIOGRAFÍA

- CROSBY, P. (1989). *Hablemos de calidad*. México: Mc Graw Hill.
- ECHEVERRÍA, B., FIGUERA, P., GALLEGOS, S. (1996). La orientación universitaria: del sueño a la realidad. En *R.O.P.*, Vol 7, N° 12, 2° Semestre.
- GALGANO, A. (1993). *Calidad total*. Madrid: Díaz Santos.
- GENTO PALACIOS, S. (1996). *Instituciones educativas para la calidad total*. Madrid: La Muralla.
- GRYNA, F. M. (1993). Quality circles-a team approach to problem solving. En PEIRÓ, J.M. Y GONZÁLEZ ROMÁ, V. *Círculos de calidad*. Madrid: EUEDEMA.
- HARVEY, L. Y GREEN, D. (1993). Defining quality. En *Assessment and evaluation in higher education*, 18, (1), 9-34.
- HUTCHINS, D. (1985). *Quality circles handbook*. Londres: Pitman Publishing Inc.
- JURAN, J. M. (1993). Product quality. A prescription for the west. En PEIRÓ, J.M. Y GONZÁLEZ ROMÁ, V. *Círculos de calidad*. Madrid: EUEDEMA.
- LACUZA (1997). Programa de calidad de la Universidad Politécnica de Mondragón. En CANTÓN MAYO, I. *Curso sobre calidad total en educación*. (Inédito)

- MAIN, J. (1993). The battle for quality begins. En PEIRÓ, J.M. Y GONZÁLEZ ROMÁ, V. *Círculos de calidad*. Madrid: EUDEMA.
- MOHR, L.W. y MOHR, H. (1993). Quality circles. Changing images of people at work. En PEIRÓ, J.M. Y GONZÁLEZ ROMÁ, V. *Círculos de calidad*. Madrid: EUDEMA.
- PEIRÓ, J.M. Y GONZÁLEZ ROMÁ, V.(1993). *Círculos de calidad*. Madrid: EUDEMA.
- ROURE, J. (1992). El por qué y el cómo de la gestión de la calidad total. En *Excelencia*, Enero, 8-9.
- SENLE, A. Y VILAR, J.(1996). *ISO 9000 en empresas de servicios*. Barcelona:Ediciones Gestión 2000.
- ZEITHAML, V.A., PARASURAMAN, A. Y BERRY, LL.(1993). *Calidad total en la gestión de servicios*. Madrid: Díaz Santos.