

2015

MONITOR DE EMPLEO

Satisfacción y Rendimiento de los Servicios de Empleo, Formación, Orientación para el Empleo y Emprendimiento de la Comunidad de Madrid



UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El Fondo Social Europeo invierte en tu futuro



**Comunidad
de Madrid**

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, EMPLEO Y HACIENDA

Consejera de Economía, Empleo y Hacienda

Excma. Sra. Dña. Engracia Hidalgo Tena

Viceconsejero de Hacienda y Empleo

Ilmo. Sr. D. Miguel Ángel García Martín

Director General del Servicio Público de Empleo

Ilmo. Sr. D. José María Díaz Zabala

.....

COORDINACIÓN

Subdirectora General de Planificación, Cualificación y Evaluación

Cristina Olás de Lima Gete

ÁREA DE ESTUDIOS Y PLANIFICACIÓN

Encarna Abenójar Rodríguez

Lourdes Domínguez Cacho

Mercedes Gigosos Gutiérrez

Aniceto Alfaro Cortés

M. Teresa Nuño Gil

M. Pilar Martín Martín

Raquel García Nicolás

ELABORACIÓN

IDEARA S.L.

La responsabilidad de los trabajos de esta publicación incumben únicamente a sus autores

© Comunidad de Madrid

Edita: Dirección General del Servicio Público de Empleo

de la Consejería de Economía, Empleo y Hacienda

Vía Lusitana, 21. 28025 Madrid.

areaestudios@madrid.org

www.madrid.org

Formato de edición: archivo electrónico

Edición: 2016

Editado en España - Published in Spain



**Biblioteca
virtual**



INDICE

1.	INTRODUCCIÓN	4
2.	OBJETIVOS	5
3.	FICHA TÉCNICA	6
4.	DEMANDANTES	7
4.1	VALORACIÓN DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN	8
4.2	VALORACIÓN DE LOS SERVICIOS DE ORIENTACIÓN	10
4.3	VALORACIÓN DE LOS SERVICIOS DE INTERMEDIACIÓN	11
4.4	VALORACIÓN DE LOS SERVICIOS DE FORMACIÓN	13
5.	EMPRENDEDORES	14
5.1	VALORACIÓN GLOBAL DE LOS SERVICIOS DE ASESORAMIENTO	15
5.2	VALORACIÓN DE LOS SERVICIOS DE SUBVENCIONES	17
5.3	VALORACIÓN DE LOS SERVICIOS DE FORMACIÓN	18
6.	EMPRESAS	20
6.1	VALORACIÓN GLOBAL DE LOS SERVICIOS DE INTERMEDIACIÓN	21
6.2	VALORACIÓN DEL REGISTRO DE SERVICIOS DE CONTRATOS	23
7.	PRINCIPALES RECOMENDACIONES	24

I.-INTRODUCCIÓN

El presente documento, recoge de manera resumida, las principales características, resultados y recomendaciones del estudio elaborado por la empresa IDEARA S.L para la Consejería de Empleo, Turismo y Cultura de la Comunidad de Madrid sobre el **grado de la satisfacción y el rendimiento de los Servicios de Empleo**.

La investigación llevada a cabo entre los meses de Noviembre de 2014 y Febrero de 2015, ha puesto de manifiesto, la opinión de los usuarios de los Servicios de Empleo de la Comunidad de Madrid acerca de los servicios a los que han tenido acceso.

El estudio se estructuró en función de los tres tipos de usuarios que diariamente reciben los Servicios de Empleo de la Comunidad y el tipo de servicio que habían recibido. A continuación, se detallan los usuarios y servicios sometidos a evaluación.

TIPOLOGÍA DE USUARIO	SERVICIOS
Demandantes	Orientación, Información, Formación e Intermediación.
Emprendedores	Información y asesoramiento, subvención a emprendedores y formación para el emprendimiento
Empresas	Información y asesoramiento, gestión ofertas de empleo y registro de contratos.

La recopilación de la información y el análisis de la misma, parte de las encuestas telefónicas realizadas a las personas que han utilizado alguno de estos Servicios de Empleo y Orientación de la Comunidad de Madrid en el último año.

A partir de los resultados obtenidos según la opinión de los usuarios, se han contemplado una serie de recomendaciones de mejora de los Servicios de Empleo, con objeto de incrementar la calidad y eficiencia de los servicios prestados, y por tanto, elevar la satisfacción de los usuarios.

1. OBJETIVOS

El objetivo principal del estudio es **conocer y medir el grado de satisfacción de las personas usuarias respecto a las prestaciones o servicios que reciben**, así como el **rendimiento de dichos servicios a juicio de los propios usuarios** de las oficinas de empleo de la Comunidad de Madrid.

De manera más **específica**, se trata de conocer la valoración que los diferentes **usuarios atribuyen a los servicios prestados**.

En concreto:

Demandantes: valoración tanto de manera presencial como telemática, de la información proporcionada, la orientación, la intermediación y la formación recibida en base a una serie de aspectos, como el personal, los recursos empleados o el equipamiento.

Emprendedores: valoración de los servicios de información y asesoramiento, de formación específica para emprendedores, así como de ayudas y subvenciones tanto de manera presencial como on line.

Empresas: valoración del servicio de intermediación para publicar ofertas o conseguir candidatos y registro de contratos, tanto a través de la plataforma Contrat@, como de manera presencial en las oficinas.

2. FICHA TECNICA

Recogida de datos: CATI. Encuesta telefónica asistida por ordenador, realizada entre el 10/12/2014 y el 14/01/2015

Ámbito geográfico: Comunidad de Madrid

Universo: usuarios que utilizaron los Servicios de Empleo de la Comunidad de Madrid en 2014.

Diseño muestral: aleatorio estratificado por cuotas, con un nivel de confianza del 95% y una varianza de $P=Q=50$.

Número de entrevistas realizadas: 1.483 encuestas, desglosadas de la siguiente manera:

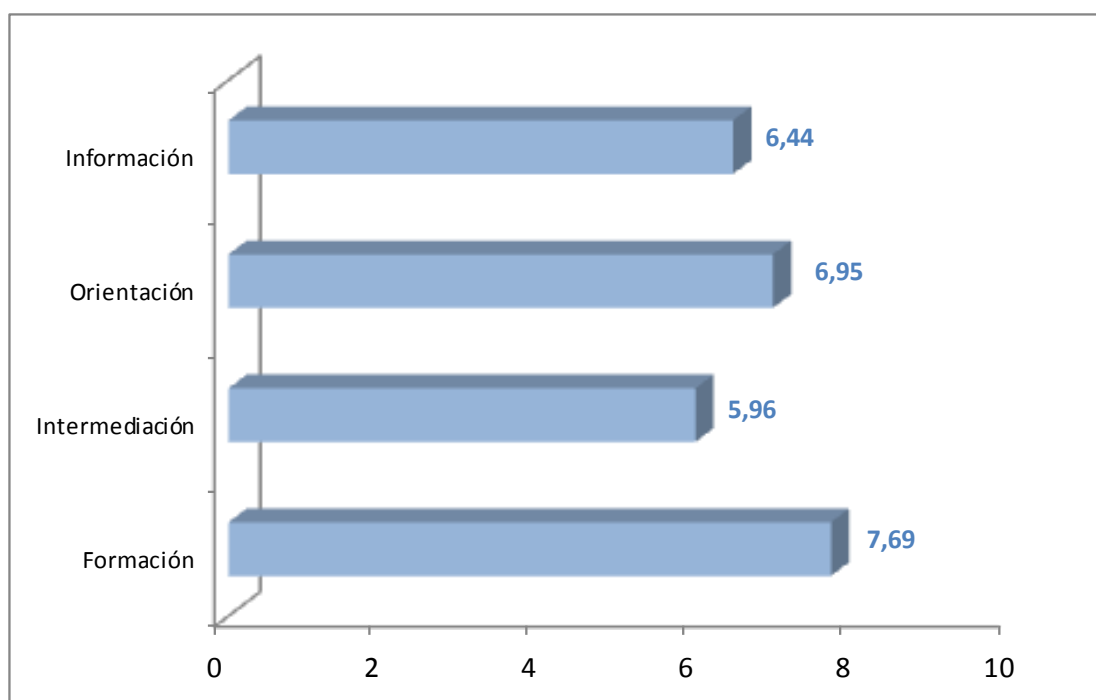
- **Demandantes:** 491 entrevistas. Para las condiciones descritas el margen de error global es $\pm 4,55$.
- **Emprendedores:** 498 entrevistas. Margen de error global: $\pm 4,5\%$.
- **Empresas:** 494 entrevistas. Margen de error global: $\pm 4,33\%$.

3. DEMANDANTES

Valoración global de los servicios.

La **valoración global** de cada uno de los cuatro servicios analizados recibe puntuaciones medias entre los **cinco y los ocho puntos** (en una escala de 0 a 10). Destaca la valoración de los **Servicio de Formación (7,69)**, seguido de los **Servicios de Orientación (6,95) e Información (6,44)**. La puntuación comparativamente más baja corresponde al servicio de **Intermediación (5,96)**.

Gráfico 1. Global de los servicios



Valoración global segmentada.

La **segmentación por sexo** ofrece también una clara tendencia: con la excepción del servicio de formación (que presenta valoraciones muy similares), las **mujeres asignan puntuaciones más altas** que los hombres a los diferentes servicios analizados: información (6,66), orientación (7,26) e intermediación (6,30).

En cuanto al **nivel de estudios**, destacan las valoraciones **más críticas del segmento “estudios primarios”** en los servicios de Información (5,98) y Orientación (6,63), así como las de los segmentos “grado superior” y “estudios superiores” en la valoración del servicio de intermediación (5,54 y 5,89 respectivamente). Si bien las valoraciones del servicio de Formación son las más altas en todos los segmentos, con excepción de “sin estudios”, destaca la alta puntuación atribuida por los usuarios con ESO/Grado medio (8,13).

DEMANDANTES

La **situación laboral del usuario** también pone de manifiesto la tendencia a una valoración más baja (apreciable en todos los servicios analizados) de **aquellos desempleados con más de un año de duración**. Las puntuaciones de los desempleados de más un año son más bajas que en los restantes segmentos contemplados, especialmente en la valoración de los servicios de Intermediación (5,57) e información (6,07).

3.1. VALORACIÓN DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN

Medio de contacto con el Servicio de información.

La principal forma de contacto entre los usuarios y los Servicios de Información se lleva a cabo de forma **presencial en la propia oficina de empleo** (con independencia de que se realicen contactos por vía telefónica o telemática de forma simultánea o sucesiva). Así lo afirman el 96,3% de los entrevistados.

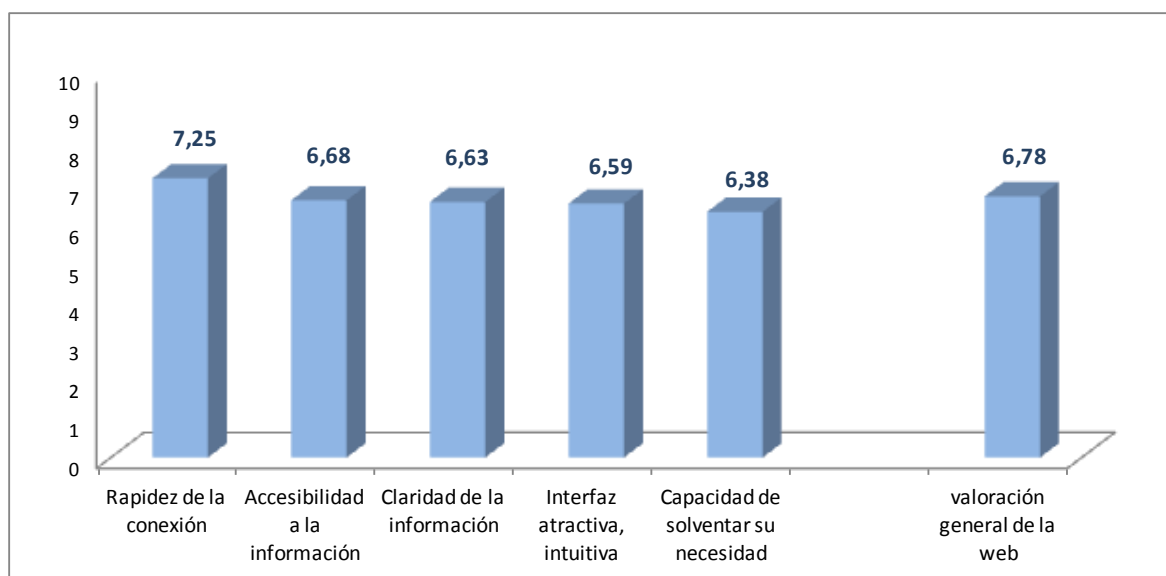
Por su parte, más de la mitad de los usuarios (51,7%) han buscado información a través de la web, porcentaje muy superior al de aquellos que optaron por recurrir al contacto telefónico (15,9%).

La búsqueda de información a través de Agencia de Colocación privada es minoritaria, alcanzando tan sólo al 5,3% de los usuarios.

Valoración global de la web y del servicio telefónico.

La **WEB** obtiene puntuaciones **medias entre seis y ocho** tanto en su **valoración global (6,78)** como en los diferentes los factores analizados. Destacan las puntuaciones más altas relativas a la *“Rapidez de conexión”* y la *“Accesibilidad de la información”*.

Gráfico 2. Valoración de factores de la web



Por su parte, las valoraciones de los tres factores testados respecto a **LA ATENCIÓN TELEFÓNICA superan el “aprobado”**. La mejor puntuación corresponde a la *“Accesibilidad a la información solicitada”* (6,15),

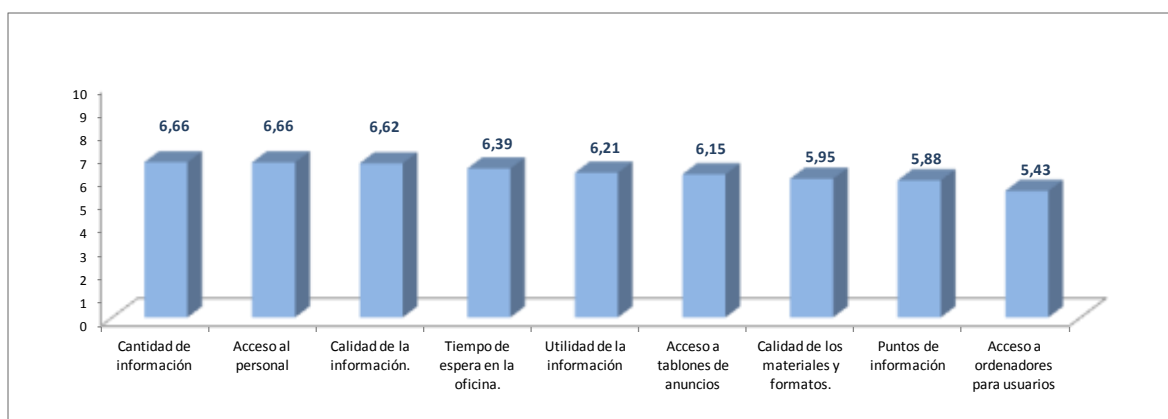
DEMANDANTES

seguido de la “*Capacidad para solventar la gestión*” (6,02). Con una puntuación ligeramente inferior a las anteriores se encuentra la “*Facilidad para establecer contacto con el personal*” (5,02).

Valoración de factores generales.

Los nueve factores generales analizados se encuentran en **valoraciones intermedias**, entre cinco y siete puntos. Los tres mejor valorados son la “*Cantidad de información*” y el “*Acceso al personal*”, (6,66 en ambos casos) y la “*Calidad de la información*” (6,62). Por el contrario, los dos factores con valoraciones más bajas son los “*Puntos de información*” (5,88) y el “*Acceso a ordenadores para usuarios*” (5,43).

Gráfico 3. Grado de satisfacción con los Factores Generales (Serv. Información)



Valoración del personal.

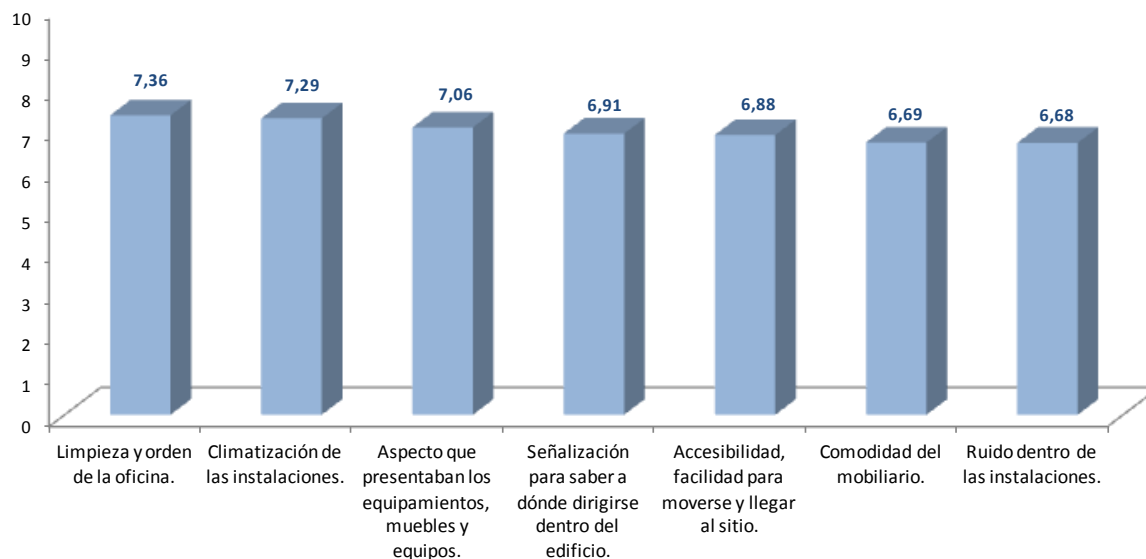
Todos los factores analizados obtienen **puntuaciones entre seis y ocho**. Los dos factores que logran superar la barrera de siete puntos se refieren a la confidencialidad de los datos: la “*Confidencialidad en la gestión de sus datos por el sistema*” (7,80) y la “*Seguridad con la que el personal trata sus datos confidenciales*” (7,73).

Por el contrario, los dos factores que, sin ser carenciales, presentan las valoraciones más bajas se refieren en ambos casos a la percepción del “esfuerzo” realizado por el personal, en concreto “*Esfuerzo dedicado a satisfacer la información solicitada*” (6,16) y “*Esfuerzo dedicado a proporcionarle recursos útiles*” (6,07).

Valoración de aspectos tangibles.

Se observan puntuaciones medias muy homogéneas, para todos los factores analizados entre 6,5 y 7,5. Dos factores superan con claridad la barrera del siete: la “*Limpieza y orden de la oficina*” (7,36) y la “*Climatización de las instalaciones*” (7,29). En el polo opuesto, la menor puntuación se encuentra en el “*Ruido dentro de las instalaciones*” (6,68).

Gráfico 4. Grado de satisfacción con los Aspectos físicos tangibles (Serv. Información)

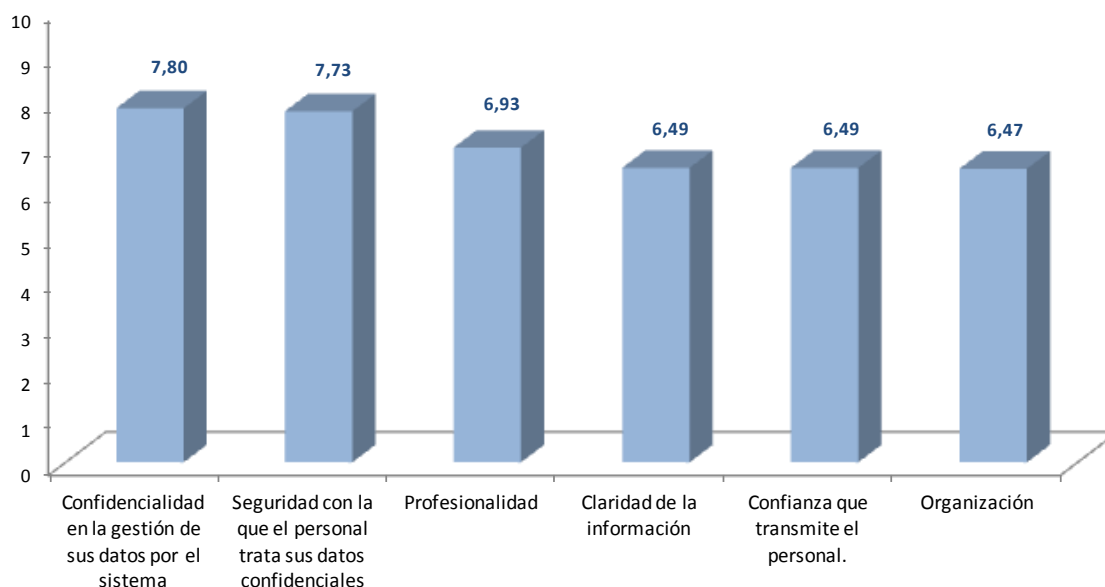


3.2. VALORACIÓN DE LOS SERVICIOS DE ORIENTACIÓN

Valoración de factores generales.

La valoración que hacen los usuarios de los factores generales de los Servicios de Orientación mantiene una tónica positiva con **puntuaciones** medias-altas que oscilan entre **el seis y el siete y medio**. La única excepción se encuentra en el factor “*Seguimiento posterior de su caso*” e “*Interés del personal por su itinerario*” que no alcanza el aprobado (4,47). El aspecto mejor percibido es el “*Ambiente confidencial de la oficina*” (7,07), algo que como ya se pudo observar, es compartido por los Servicios de Información” de las oficinas de empleo. A continuación se encuentran por este orden: el “*Equipamiento, mobiliario, instalaciones, climatización*” (7,02), el “*Tiempo de espera en oficina hasta que le atendieron*” (6,78) y el “*Tiempo de atención del personal*” (6,71).

Gráfico 5. Grado de satisfacción con los Factores generales



Valoración del personal.

Todos los factores relativos a la atención del personal en los Servicios de Orientación obtienen valoraciones altas, **entre seis y ocho puntos**. Los dos mejor valorados son la “Profesionalidad” y la “Confianza que transmite el personal” con respectivamente 7,23 y 7,08 puntos de valoración media. En el polo opuesto, la puntuación más baja corresponde al “Esfuerzo dedicado a satisfacer sus necesidades de orientación” (6,37).

Valoración global segmentada.

La valoración media global correspondiente a los Servicios de Orientación obtiene mayores puntuaciones entre las mujeres (7,26), en los comprendidos entre 31 y 40 años (7,64) y en aquellos que han alcanzado un nivel de máximo de estudios de Bachillerato/Grado superior -FP2, Bachiller superior- (7,73). En cuanto a la variable “situación laboral actual”, al igual que lo observado en otros factores, los desempleados de menos de un año puntúan más alto (7,89) que aquellos que llevan más tiempo desempleados (6,59).

3.3. VALORACIÓN DE LOS SERVICIOS DE INTERMEDIACIÓN

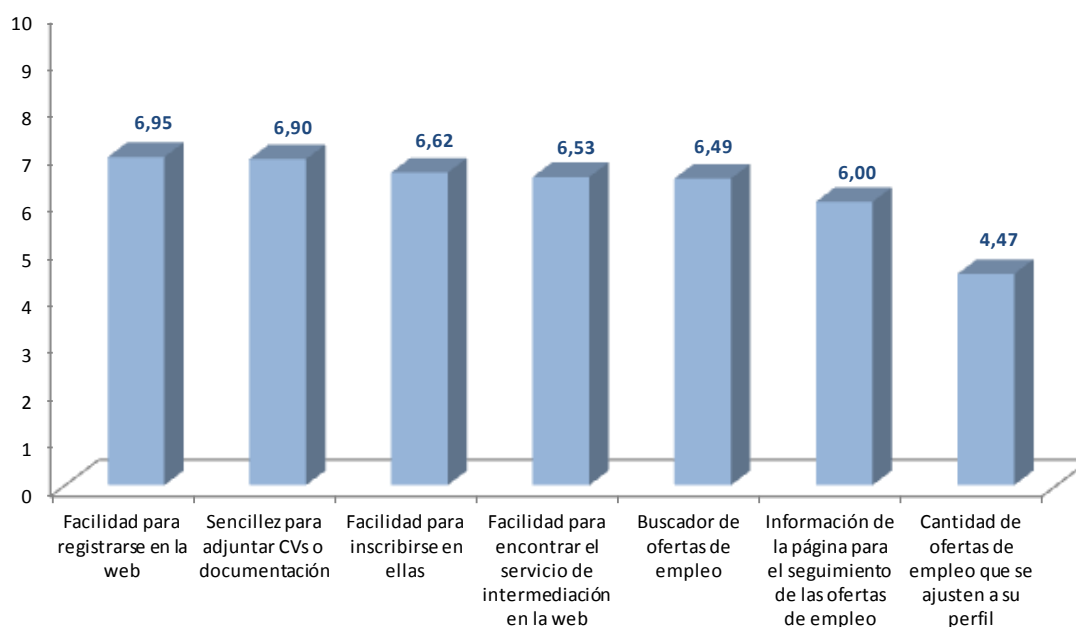
Medios empleados para buscar ofertas de empleo.

La búsqueda de ofertas se ha realizado de forma mayoritaria en las oficinas, de manera presencial (92,5%, en un 60,6% sólo presencialmente y en un 31,9% también por medios telemáticos). Más de un tercio de los usuarios del servicio de intermediación recurrió al uso de medios telemáticos o portal web (36,9%, de los cuales un 5,0% sólo empleo Medios telemáticos, sin recurrir a la búsqueda presencial en la oficina).

Valoración global de la web intermediación.

De los siete factores testados en relación al grado de satisfacción con el uso de la web en los Servicios de Intermediación, seis de ellos se mantienen en puntuaciones medias por encima del seis. Destacan la “Facilidad para registrarse en la web” (6,95) y la “Sencillez para adjuntar CVs o documentación” (6,90). El factor disonante por su más baja valoración, en tanto que ni siquiera supera el cinco, es el relativo a la “Cantidad de ofertas de empleo que se ajusten a su perfil” (4,47).

Gráfico 6. Satisfacción con Portal web



Valoración atención presencial.

Las puntuaciones asignadas son las más polarizadas de cuantas se han observado hasta el momento. De los siete factores sometidos a valoración, dos superan una puntuación de siete: “Instalaciones de las oficinas (mobiliario equipos, limpieza)” (7,45) y “Amabilidad y cortesía del personal” (7,34). Otros tres factores se mantienen entre cinco y seis puntos “Facilidad en la gestión del trámite” (6,80); “Tiempo de espera previo” (6,65) y “Solvencia del personal para gestionar su búsqueda” (6,44). En relación a los anteriores se ponen de manifiesto dos factores en mayor medida carenciales: el “Seguimiento de su caso por parte del personal” (4,20) y, especialmente, la “Cantidad de ofertas proporcionadas que se ajustan a su perfil” (3,44).

Valoración global segmentada.

La valoración media es más alta entre las mujeres (6,30) que entre los hombres (5,73), en los tramos de edad más jóvenes, de 18 a 30 (6,95) y de 31 a 40 (6,11), así como entre aquellos que cuentan con estudios primarios (6,31) y los desempleados de menos de un año de duración (6,82).

3.4. VALORACIÓN DE LOS SERVICIOS DE FORMACIÓN

Valoración global.

Los aspectos mejor valorados de la **formación presencial** recibida son los relativos al “*Personal formador*”, con puntuaciones en torno a ocho o superiores. Así el factor mejor valorado es la “*Educación y cortesía del personal formador*” (8,30); la “*Facilidad en el trato, cercanía*” (8,28) y la “*Profesionalidad del personal formador*” (8,24).

Los factores relacionados con los recursos e instalaciones también obtienen una puntuación alta, siempre por encima de siete, destacando la “*Localización de las instalaciones*” (7,66) y el “*Equipamiento*” (7,42).

Aquellos aspectos agrupados bajo el epígrafe “*Diseño de la formación y adecuación de los cursos*” mantienen valoraciones en torno a esos mismos dígitos. Destaca la “*Metodología de impartición*” (7,53) y la “*Adecuación del temario*” (7,50). No obstante, dos factores de este grupo bajan en su puntuación media de siete. Se trata de la “*utilidad del curso*” (6,91) y su “*duración*” (6,58).

En los relativos a la “*Inscripción y gestión*”, se observan igualmente puntuaciones entre seis y siete, con la excepción del factor “*Disponibilidad de cursos ajustados a su perfil profesional o personal*”, que con una valoración media de 5,60 es el que obtiene la puntuación más baja de todos los testados, y es el aspecto más susceptible de mejora en base a la opinión de los usuarios.

Valoración global segmentada.

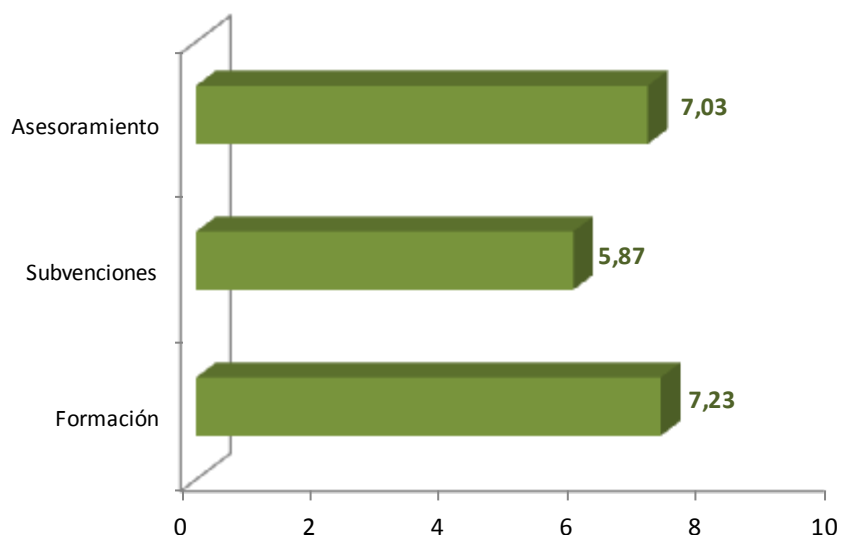
La valoración global de los Servicios de Formación obtiene una puntuación media de **7,69**. Los segmentos sociodemográficos y laborales que valoran por encima de esta puntuación de conjunto son: mujeres (7,61), menores de 30 años (8,13) entre 31 y 40 años (7,85). En cuanto a nivel de estudios destacan: ESO/Grado Medio (8,13) y Bachillerato/Grado superior (7,90).

4. EMPRENDEDORES

Valoración global de los servicios.

En cuanto a la valoración global dos de los tres servicios analizados reciben puntuaciones superiores a siete: “Formación” (7,23) e “Información y Asesoramiento” (7,03), mientras que “Subvenciones” recibe una valoración sensiblemente más baja (5,87).

Gráfico 7. Valoración global de los servicios



Valoración segmentada.

Según el sexo de los entrevistados, las emprendedoras valoran más alto los Servicios de Subvenciones (6,05 frente al 5,71 que otorgan los hombres). Sin embargo en los otros dos factores, las puntuaciones más altas corresponden a los hombres: Asesoramiento (7,21) y Formación (7,27).

Si bien la tónica es una relativa homogeneidad en las valoraciones según el nivel de estudios, destaca la alta puntuación asignada a los tres servicios en el caso del segmento “estudios primarios”, así como la alta valoración de usuarios con estudios superiores para los Servicios de Formación.

4.1. VALORACIÓN GLOBAL DE LOS SERVICIOS DE ASESORAMIENTO

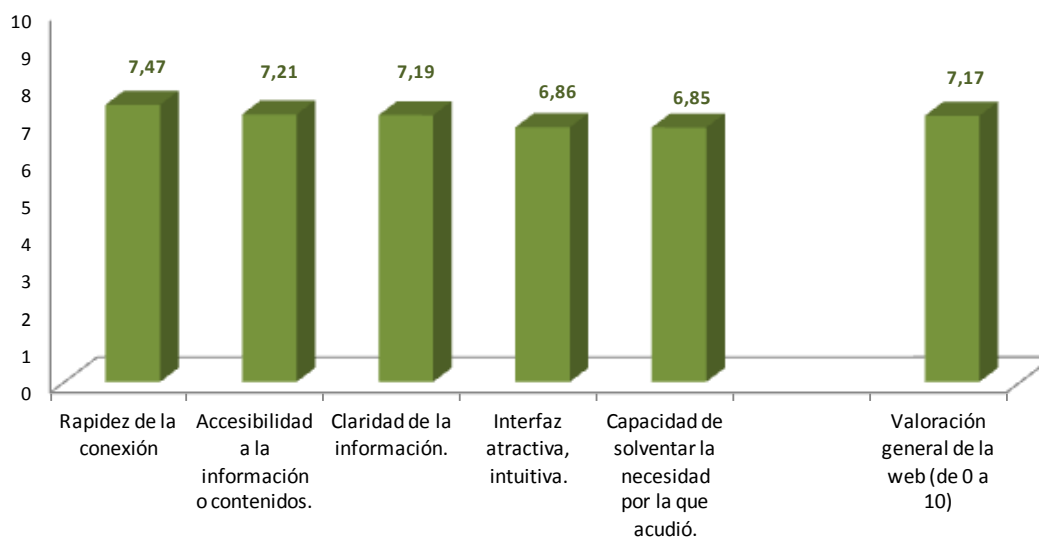
Medio de contacto.

Casi nueve de cada diez usuarios (87,5%) han elegido como medio de contacto con los Servicios de Asesoramiento la presencia física en las Oficinas de Empleo. No obstante, la web obtiene también un alto porcentaje como medio de contacto: dos tercios de los usuarios (69,3%) lo han utilizado. Por su parte, el recurso minoritario, vuelve a ser el contacto telefónico que lo emplea tan sólo el 10,9% de los usuarios.

Valoración global de la web y del servicio telefónico.

La valoración global de la **WEB** obtiene una puntuación media de 7,17. Los cinco factores testados relativos a la percepción de la web por los usuarios consiguen puntuaciones **medias entre seis y medio y siete y medio**. Destaca la “Rapidez de conexión” (7,47), la “Accesibilidad de la información” (7,21) y la “Claridad de la información” (7,19).

Gráfico 8. Valoración de factores de la web



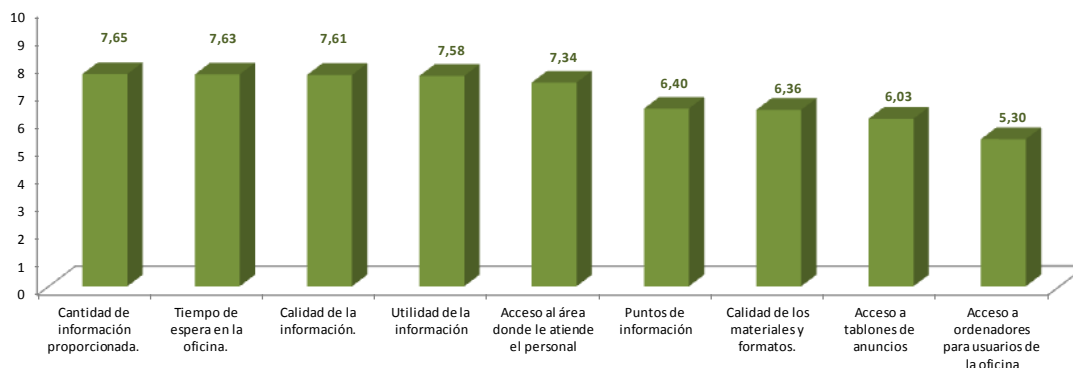
Las puntuaciones relativas a la **valoración del servicio telefónico** oscilan entre el 6,82 asignado a la “Facilidad de contacto con el personal”, y el 6,24 que obtiene la “Capacidad de solventar la gestión”. “Accesibilidad a la información solicitada” consigue una puntuación media de 6,71.

Valoración factores generales.

Destacan las puntuaciones más altas obtenidas en “Cantidad de información proporcionada” (7,65), “Tiempo de espera en oficina” (7,63) y “Calidad de la información” (7,61). En el polo contrario, la puntuación más baja corresponde a “Acceso a ordenadores” (5,30).

EMPRENDEDORES

Gráfico 9. Grado de satisfacción con los Factores Generales (Serv. Asesoramiento)



Valoración atención presencial.

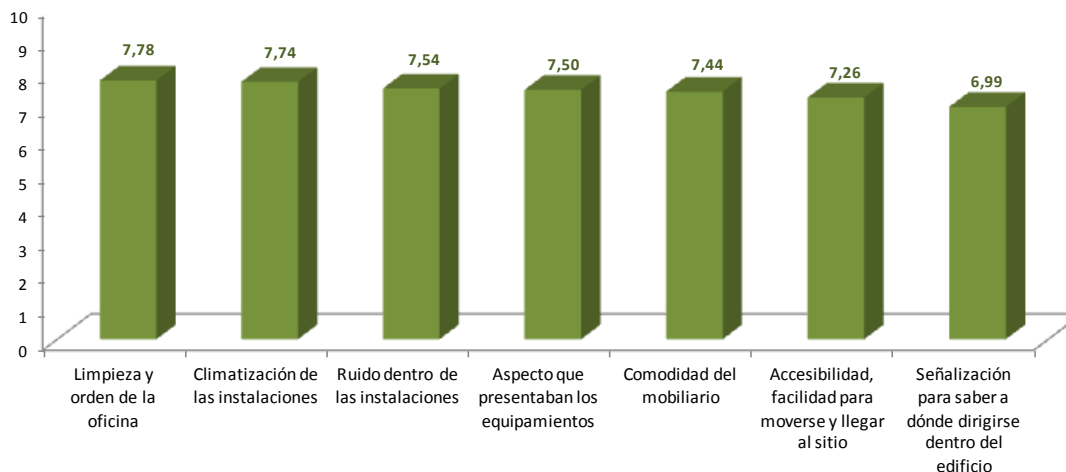
La valoración de los doce factores que constituyen el apartado “Atención personal en el servicio de asesoramiento” obtiene puntuaciones comprendidas **entre siete y ocho**. Los dos mejor valorados son los relativos a la confidencialidad de la información: “*Confidencialidad por el sistema*” (7,99) y “*Confidencialidad del personal*” (7,96).

Por el contrario, los tres factores que obtienen una valoración comparativamente más baja son: “*Esfuerzo dedicado a satisfacer sus necesidades de información*” (7,21), la “*Adecuación de la información a sus necesidades*” (7,18) y el “*Esfuerzo dedicado a proporcionarle recursos útiles*” (7,16).

Valoración de aspectos tangibles.

Su valoración oscila entre el 7,78 asignado a la “*Limpieza y orden en la oficina*” y el 6,99 que obtiene la “*Señalización dentro del edificio*”.

Gráfico 10. Grado de satisfacción con los Aspectos Físicos Tangibles



Valoración global segmentada.

La valoración global del servicio de Asesoramiento obtiene una puntuación media de 7,03. Esta puntuación es ligeramente más alta entre las mujeres (7,21), los comprendidos entre 18 y 30 años (7,41), aquellos con titulaciones de ESO/Grado medio (7,94) y los desempleados con intención de autoemplearse (8,33).

4.2. VALORACIÓN DE LOS SERVICIOS DE SUBVENCIONES

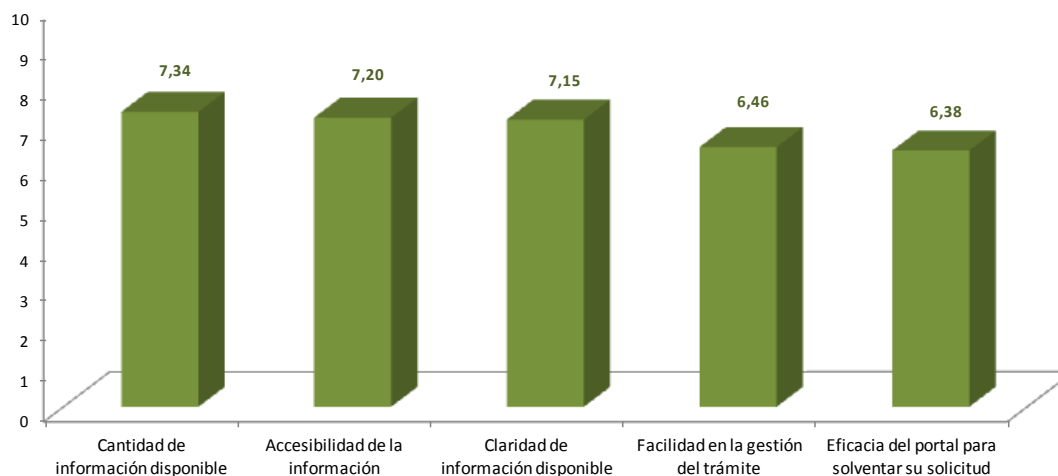
Medios empleados para la solicitud de la subvención.

Casi dos tercios de los emprendedores utilizaron medios presenciales en la solicitud de la subvención (64,5%). Un 12,4% utilizó Medios telemáticos, mientras que un 22,3% solicitó subvenciones por ambos canales.

Valoración plataforma Portal del Emprendedor.

Obtiene puntuaciones comprendidas entre **seis y siete y medio**. La mejor valoración corresponde a la “Cantidad de información disponible” (7,34), mientras que los aspectos comparativamente valorados con puntuaciones más bajas son: la “Facilidad en la gestión del trámite” (6,46) y la “Eficacia del portal para solventar la solicitud” (6,38).

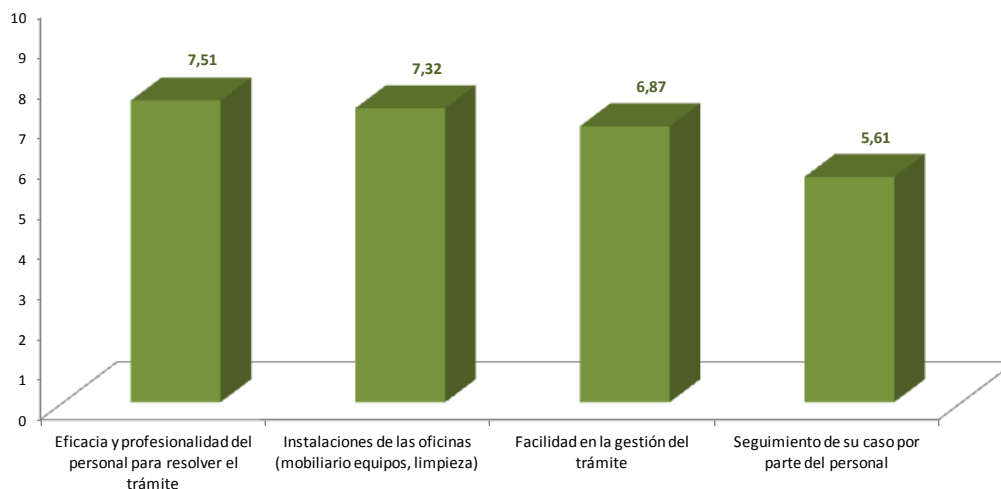
Gráfico 11. Grado de satisfacción con los Medios Telemáticos (Serv. Subvenciones)



Valoración atención presencial.

Los dos aspectos que presentan mejor valoración son: la “Eficacia y profesionalidad del personal para resolver el trámite” (7,51) y las “Instalaciones” (7,32). En el polo opuesto es de nuevo el factor “Seguimiento de su caso por el personal” (5,61) el que obtiene una valoración comparativamente más baja.

Gráfico 12. Grado de satisfacción con los Medios Presenciales (Serv. Subvenciones)



Valoración global segmentada.

Obtiene una valoración global de **5,87** puntos. Puntúan por encima los siguientes segmentos: mujeres (6,05), los menores de 30 años (6,42), aquellos con estudios primarios (7,50) y los empresarios (6,06). La puntuación global es más alta en el segmento al que se le concedió la subvención (6,10) que entre aquellos a los que les fue denegada o se encuentra aún en trámite (4,68). Según el tipo de subvención solicitada también se observan variaciones reseñables. Los Servicios obtienen mejor valoración global cuando la subvención solicitada estaba encaminada a las Ayudas para el fomento del empleo y mejora de la competitividad en cooperativas y sociedades laborales (6,20) y la Compensación de cuotas a la seguridad social para contratos de trabajadores (6,14).

4.3. VALORACIÓN DE LOS SERVICIOS DE FORMACIÓN

Tipo de formación realizada.

Más de nueve de cada diez usuarios del servicio (94,6%), recibió formación de forma presencial, mientras que un 9,0% recurrió a la teleformación.

Valoración de la formación presencial recibida.

Los factores de la formación presencial mejor valorados son aquellos relativos al personal formador, todos ellos con puntuaciones superiores a ocho. Destacan la “Facilidad en el trato, cercanía” (8,52) y la “Educación y cortesía” (8,50).

EMPRENDEDORES

Al margen de los relativos al personal, el resto de factores se mantiene en valoraciones medias entre seis y ocho. Los usuarios han asignado las puntuaciones más altas a: *“Equipamiento”* (7,49), *“Metodología utilizada para la impartición de la formación”* (7,45), *“Comunicación de las instalaciones”* (7,43), *“Cantidad y calidad de contenidos”* (7,41) y *“Utilidad del curso”* (7,32).

Los factores del apartado *“Inscripción y gestión”* consiguen unas puntuaciones ligeramente más moderadas, destacando el *“Tiempo de espera entre inscripción y realización”* (7,23).

Valoración de la teleformación recibida.

En las puntuaciones asignadas a la teleformación son de nuevo los aspectos relativos al personal formador los que obtienen valoraciones más altas, destacando la *“Profesionalidad del personal formador”* (8,11).

El resto de factores analizados se mantiene también en dígitos entre **seis y ocho**, con la única excepción del *“Catálogo de cursos disponibles”* (5,86), la puntuación más baja del apartado.

Destacan por sus valoraciones más altas los relativos a la *“Facilidad de inscripción”* (8,60), la *“Plataforma empleada en la teleformación”* (8,00), los *“Canales de comunicación del curso”* (7,85) y la *“Metodología utilizada para la impartición”* (7,36).

Valoración global segmentada.

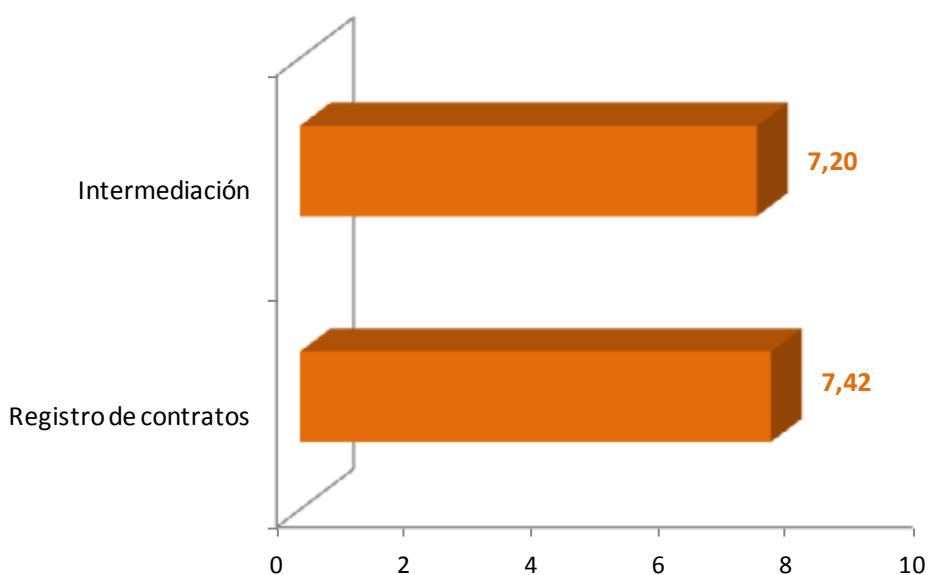
Obtiene una de forma global una puntuación de **7,23**. Por encima de esa valoración se encuentran los siguientes segmentos: hombres (7,27), usuarios comprendidos entre 31 y 40 años (7,41), y aquellos con estudios primarios (7,86) o superiores (7,29). Según la situación laboral las puntuaciones más altas son asignadas por los empresarios (7,78) y los desempleados con intención de autoemplearse (7,24). Los que recibieron Teleformación asignan puntuaciones más altas que los que asistieron a formación presencial (respectivamente 7,46 frente a 7,23).

5. EMPRESAS

Valoración global de los servicios.

Los dos servicios analizados, “Intermediación” y “Registro de contratos”, obtienen una **valoración global** por encima de siete puntos, 7,20 y 7,42 respectivamente.

Gráfico 13. Valoración global de los servicios



Valoración segmentada.

Como viene siendo la tónica observada a lo largo del presente informe, las mujeres valoran con puntuaciones ligeramente más altas que los hombres. En este caso, las puntuaciones otorgadas a ambos servicios se concretan en: “Intermediación” (7,36) y “Registro de contratos” (7,66)

Según el **nivel de estudios**, las puntuaciones más altas han sido otorgadas en ambos servicios por aquellos usuarios con estudios primarios. Por el contrario, las puntuaciones más bajas para el servicio de intermediación corresponden a los usuarios con “Bachillerato/Grado sup.” (7,10), mientras que la valoración más baja en “Registro de contratos” ha sido asignada por los usuarios con “ESO/ Grado Medio” (6,40).

5.1. VALORACIÓN GLOBAL DE LOS SERVICIOS DE INTERMEDIACIÓN

Medio empleado para realizar la publicación de oferta o búsqueda de trabajadores.

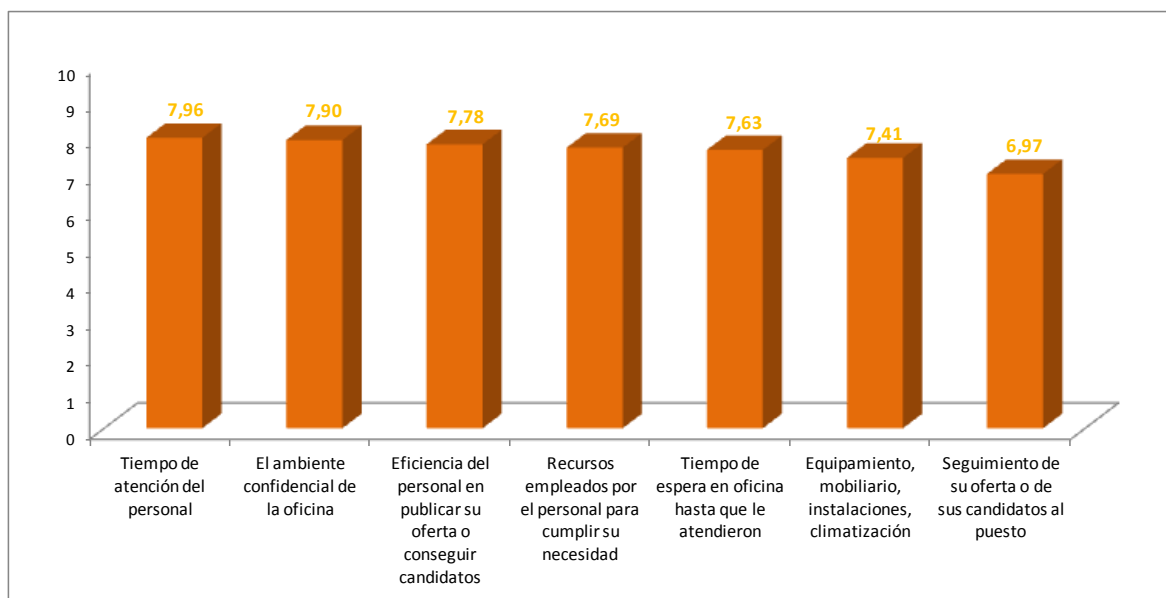
Mayoritariamente, el medio empleado para publicar una oferta o buscar trabajadores es la presencia física en la oficina o bien el teléfono. Este ha sido el caso en el 72,9% de los casos (un 69,1% exclusivamente de forma presencial o telefónica y un 3,8% también a través de web).

Por su parte, un 29,2% de los usuarios utilizó el recurso a la plataforma de intermediación del portal de empleo (un 25,4% exclusivamente web y un 3,8% también de forma presencial).

Valoración global de la atención presencial.

Obtiene una valoración media **entre seis y medio y ocho** en todos los factores analizados. Los que mayor puntuación alcanzan son: el *“Tiempo de atención del personal”* (7,96) y el *“Ambiente confidencial de la oficina”* (7,90). En el polo opuesto se encuentra el *“Seguimiento de la oferta o los candidatos al puesto”* (6,97) que supone la valoración más baja de la serie.

Gráfico 14. Satisfacción con la Atención presencial en la oficina (Serv. Intermediación)



Valoración plataforma web de Intermediación.

La valoración se mantiene en un alto grado de homogeneidad, sin factores disonantes, todos ellos con puntuaciones que oscilan entre la más alta, *“Confianza en la confidencialidad de la web”* (7,75) y la más baja, *“Acceso a las instrucciones de uso del servicio”* (7,53).

Valoración global segmentada.

La valoración de los Servicios alcanza 7,20 de puntuación media. Atendiendo a diversas variables de cruce, se observa que esta valoración media se incrementa en el caso de las mujeres (7,36), en el tramo de edad entre 51 y 65 años (7,38) y en aquellos con estudios primarios (7,39). Respecto al medio empleado en la gestión, la valoración es más favorable entre los usuarios que recibieron trato personal o telefónico (7,24) que en aquellos que recurrieron al portal web (7,08).

5.2. VALORACIÓN DEL REGISTRO DE SERVICIOS DE CONTRATOS

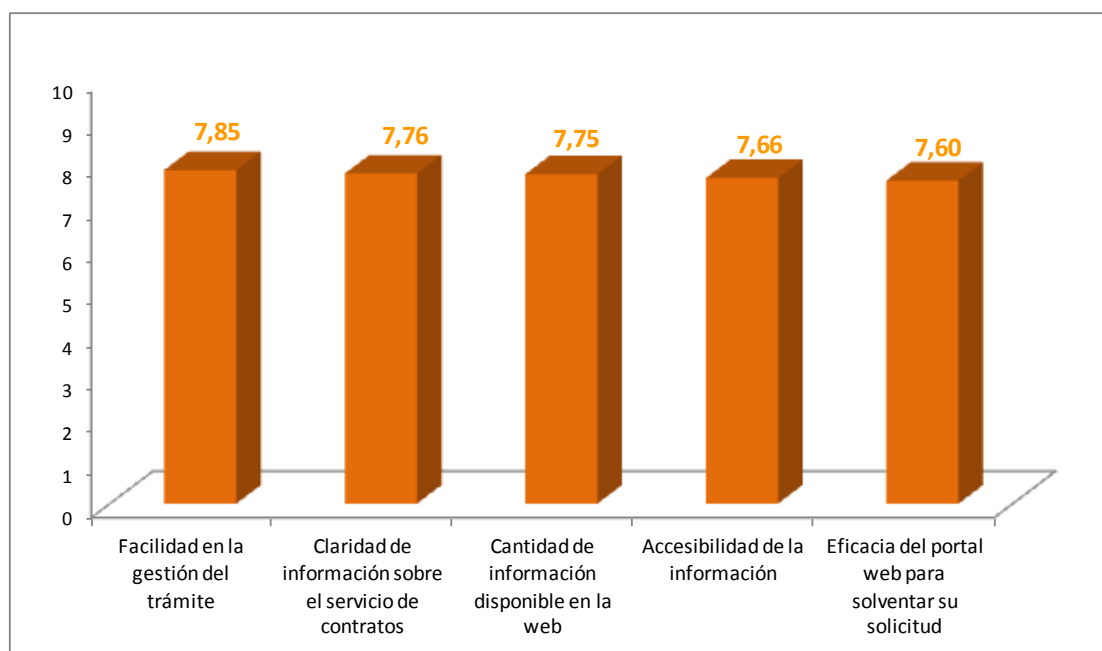
Medio empleado para el Registro de contratos.

El medio más utilizado para el registro de contratos fue CONTRAT@ WEB del SEPE. Más de dos tercios de los usuarios se decantaron por esta opción (67,4%, un 52,6% exclusivamente a través de web más un 14,8% a través de web y también de forma presencial). Por su parte, el registro personal en la oficina fue llevado a cabo por un 45,2% de los usuarios (un 30,4% exclusivamente de forma presencial).

Valoración de CONTRAT@ WEB DEL SEPE.

La alta satisfacción con los diferentes factores analizados de CONTRAT@ WEB se muestra en una puntuaciones medias de valoración muy homogéneas, que oscilan entre el 7,85 asignado a la “Facilidad en la gestión del trámite” y el 7,60 que obtiene la “Eficacia del portal web para solventar su solicitud”.

Gráfico 15. Satisfacción con CONTRAT@WEB del SEPE (Serv. Registro)



Valoración atención presencial.

Igualmente alta es la satisfacción con la atención presencial en oficina a tenor de las valoraciones medias obtenidas. Destacan la “Solvencia del personal para resolver el registro del contrato” (7,86), la “Facilidad en la gestión del trámite” (7,78) y la valoración de las “Instalaciones” (7,70). La puntuación comparativamente más baja corresponde al “Seguimiento del caso por parte del personal” (7,25).

6. PRINCIPALES RECOMENDACIONES

SERVICIOS DE INFORMACIÓN Y ASESORAMIENTO

Dentro de los **factores generales** de los Servicios, hay uno que puntúa especialmente bajo en ambos tipos de usuarios, y es el “Acceso a ordenadores”, con algo más de 5 puntos de satisfacción media. El “Acceso a puntos de información” y el “Acceso a tabloneros de información”, en el caso de los emprendedores, son también indicadores que obtienen baja valoración. Una medida que podría favorecer la satisfacción media de los usuarios en este sentido es incrementar, en general, todos aquellos recursos que sirvan para mejorar la visibilidad de la información en la oficina, sin que medie el personal.

Algunas **propuestas de mejoras** en este sentido son:

- ✓ *Incrementar el número de tabloneros de información* con las ayudas disponibles de todo tipo (becas, prácticas, subvenciones etc.).
- ✓ *Mayor señalización de los tabloneros* de información de cursos disponibles.
- ✓ *Mayor número de ordenadores* disponibles, sobre todo, en aquellas oficinas que por el número de inscritos puedan estar más masificadas.
- ✓ *Proporcionar a los usuarios material informativo breve y gráfico*, referido a los distintos servicios de consulta en cuestión (como catálogos de cursos disponibles, procedimientos, como inscripción en el desempleo, en algún curso, o procedimiento para registrarse como demandante a través de la página web).
- ✓ *Establecer pautas para no ofrecer una información excesivamente estandarizada*, en la medida de lo posible. Hay procedimientos que por su naturaleza (como una renovación de demanda, por ejemplo), son mecánicos y no procede su personalización, pero otro tipo de información (acerca de formación, recursos de cualquier tipo etc.), si debería ir más enfocado a las características del usuario que demanda esa información.

SERVICIOS DE ORIENTACIÓN

Los servicios de orientación obtienen una **valoración baja en los indicadores seleccionados para medir el rendimiento**, es junto a la intermediación el servicio peor considerado, ya que en opinión de los usuarios demandantes no facilita encontrar un empleo y no incrementa la empleabilidad. Los usuarios valoran peor, dentro de los diferentes aspectos medidos, el “Seguimiento posterior por parte del personal de su caso”, la “Eficiencia por proporcionar un itinerario personalizado a su perfil” y el “Esfuerzo de dedicar a satisfacer las necesidades de orientación”. Otro factor destacable, no tanto por la valoración (6,78) que de él hacen los

PRINCIPALES RECOMENDACIONES

usuarios, sino por la importancia relativa en las variaciones de la satisfacción global, es el “*Tiempo de espera hasta ser atendidos*”

En base a esta información se proponen algunas **medidas** que sirvan para corregir estas bajas puntuaciones:

- ✓ *Mayores acciones* (encuentros, jornadas etc.), encaminadas a *incrementar la red de contactos* entre demandantes, emprendedores y empresas.
- ✓ *Incrementar el seguimiento de demandantes* que están en búsqueda activa de empleo, tutorización de usuarios, con citas periódicas para actualizar cada caso.
- ✓ *Estudio personalizado de cada caso previo a la cita con el personal orientador*, con objeto de poder proporcionar posteriormente recursos más adaptados al perfil de cada usuario.
- ✓ *Recursos de búsqueda más actualizados*: En este sentido, muchos de los recursos online o links, ofrecidos por los orientadores, están desfasados, encontrándose que incluso algunos de ellos, ya no existen.
- ✓ *Acortar tiempos de espera, hasta ser atendidos*. A través del análisis de regresión se manifiesta como un **factor que incide de manera relativamente importante sobre la valoración global** del servicio. Concretamente, la relación en este caso es de 0,41 puntos de incremento de la satisfacción global por cada punto de media que se incremente este factor.

SERVICIOS DE INTERMEDIACIÓN

Los Servicios de Intermediación se realizan mayoritariamente de manera presencial y se caracterizan por **dos aspectos**: por un lado, la **diferencia entre la valoración que dan demandantes y empresarios** al servicio (estos últimos mucho más satisfechos de manera global con el servicio), y por otro, la **baja puntuación que obtiene el rendimiento** entre los demandantes.

En el caso de la **intermediación WEB**, lo más destacable está en relación a los demandantes, y es la percepción que tienen sobre la **escasez de oferta de empleos que registra el portal de intermediación**. Además valoran negativamente el aspecto de “*Seguimiento posterior de la oferta*”.

En relación a estos aspectos, se propone:

- ✓ *Establecer un protocolo de seguimiento de la oferta a través de la web*, de modo que aquellos demandantes interesados, puedan realizar un seguimiento y actualización diario de dicha oferta y de su propia candidatura: si está el proceso de selección abierto, si se ha iniciado el proceso de selección, qué número de aspirantes queda en el proceso, si la vacante se cubrió etc.

PRINCIPALES RECOMENDACIONES

La **valoración presencial** del servicio destaca porque ambos usuarios (demandantes y empresas), realizan **una valoración escasa del seguimiento** por parte del personal de cada caso concreto. En el caso de los demandantes la puntuación es bastante menor que en el caso de las empresas, no obstante, ambos coinciden en que el seguimiento posterior por parte de la administración es deficiente. Este aspecto, es **importante además porque influye de manera directa en la valoración global, concretamente, por cada punto que logremos incrementar el seguimiento, la valoración global aumentará en 0,28, en el caso de los demandantes, y 0,25 en el de las empresas**. Otro de los aspectos que destacan de manera negativa y que es necesario resaltar, es el **escaso número de ofertas de empleo que registran las oficinas**, ambos aspectos, destacados también en el servicio web. En base a estas conclusiones se proponen:

- ✓ *Implantar un protocolo de seguimiento presencial*, donde, a petición del demandante interesado o de la empresa que lo solicite, se lleve a cabo una serie de acciones que potencien la tutorización de la plaza vacante hasta cubrirse, en el caso de las empresas, y se logre la inserción efectiva, en el caso de los demandantes, y en el caso de que esto no sea posible, contemplar medidas de derivación al dispositivo de orientación o formación con objeto de incrementar la empleabilidad y al mismo tiempo, de generar una percepción de seguimiento y tutorización por parte de la administración en la persona demandante.
- ✓ *Incrementar la captación activa de empresas* por parte del personal del servicio de intermediación, tanto para ofrecer un mayor número de ofertas de empleo como para diversificar los perfiles de las ofertas.
- ✓ *Incremento en acuerdos de colaboraciones* con grandes empresas con alta demanda de personal en determinados perfiles (Adecco etc.)

SERVICIOS DE FORMACIÓN

El servicio de formación es sin duda el **mejor valorado por los usuarios** demandantes y emprendedores. Evalúan los cursos recibidos en todos los aspectos con una alta satisfacción y alto rendimiento. Mayoritariamente los **cursos demandados lo son en modalidad presencial**. El aspecto a mejorar es el *“Catálogo de cursos disponibles”* y en el caso de la presencial además, *“Cursos más ajustados a el perfil del demandante”*.

En relación a lo anteriormente expuesto se detallan **algunas medidas** de acción:

- ✓ *Catalogo de cursos debe estar más ajustado a las demandas de las empresas.*
- ✓ *Incrementar la oferta de cursos.*
- ✓ *Reducir los tiempos de espera para la realización de los cursos.*
- ✓ *Mejora de los canales de comunicación para la información de los cursos: Chats, Tablones con información virtual etc.*

PRINCIPALES RECOMENDACIONES

SERVICIOS DE SUBVENCIONES

Las subvenciones son mayoritariamente solicitadas de manera presencial en las oficinas, aunque también es relevante el porcentaje de **solicitudes telemáticas**. En este canal, las peores valoraciones se dan en las **subvenciones de alta como autónomos**, que consideran que el portal de ayudas **no es eficaz a la hora de solicitar la subvención**. Otro de los aspectos **peor valorados** es la *“Facilidad en la gestión del trámite”* por parte de los solicitantes telemáticos de las ayudas de comercio electrónico.

En este sentido, se deberían realizar mejoras en:

- ✓ *Agilización y simplificación de los trámites para la solicitud de las ayudas telemáticas.*

En el caso de las **subvenciones solicitadas a través de las oficinas**, lo que **menor valoración** obtiene y es en ese sentido, por tanto, donde se deben contemplar medidas de acción es en el *“Seguimiento de su caso por parte del personal”*.

- ✓ Implantación de un protocolo de seguimiento de la concesión o no de la solicitud a los solicitantes, así como de la disponibilidad de la información, para que este accesible, tanto en la web como en las oficinas. accesible de dichas subvenciones.

Las subvenciones que **menor rendimiento** consiguen en opinión de los solicitantes son:

- ✓ Comercio electrónico.
- ✓ Alta de autónomo.

En estas dos líneas de subvenciones, es donde se deberían centrar los esfuerzos, (mejoras en la difusión, acortar plazos, mayor dotación económica etc.).

SERVICIO DE REGISTROS DE CONTRATOS

El medio más usado por las empresas (una de cada dos) para registrar contratos es el telemático a través de la web Contrat@. Una de cada tres registra contratos de manera presencial en oficinas. En general es un servicio muy bien valorado por las empresas y altamente recomendado, y las mejoras propuestas en este sentido se recogen directamente de las mejoras aportadas por los encuestados:

Este servicio usado por las empresas

- ✓ *Mayor visibilidad y accesibilidad de la información de la web Contrat@.*
- ✓ *Mejorar los tiempos de espera previa en la oficina para registrar un contrato.*
- ✓ *Incrementar horarios de atención al público.*

El **Proyecto Monitor de Empleo** se plantea como una investigación rigurosa, sistemática y global del mercado de trabajo de la Comunidad de Madrid. La utilización de técnicas, tanto cualitativas como cuantitativas, y el análisis de diversas fuentes secundarias y primarias que informan el mercado laboral de la Región, permitirán mejorar la toma de decisiones de políticas activas, adaptándolas a las necesidades reales del mercado laboral.

El presente estudio se enmarca en dicho Proyecto y tiene como objetivo principal **conocer y medir el grado de satisfacción de las personas usuarias respecto a las prestaciones o servicios que reciben**, así como el **rendimiento de dichos servicios a juicio de los propios usuarios**. De manera más **específica**, se trata de conocer la valoración que los diferentes **usuarios atribuyen a los servicios prestados**. A tal fin, se realizaron 1.483 encuestas telefónicas a tres segmentos de población: **demandantes, emprendedores y empresas**.