

Observatorio de la ciudad

SDE N° 218

**ENCUESTA DE CALIDAD PERCIBIDA A LOS
USUARIOS DE LOS CLUBES Y LAS VISITAS
GUIADAS DE LAS MEDIATECAS MUNICIPALES
Diciembre 2013**



**Concejalía de Planificación y Calidad,
Organización, Estudios y Evaluación,
Secretaría General, Asesoría Jurídica,
Contratación y Patrimonio
y Servicios Generales**



ÍNDICE

I. RESULTADOS DE LA ENCUESTA EN LOS CLUBES	1
I.1. VALORACIÓN DEL INTERÉS DEL CLUB EN RELACIÓN CON LO ESPERADO	2
I.2. VALORACIÓN DE LOS DISTINTOS ASPECTOS DEL CLUB	4
I.3. VALORACIÓN DE LOS DISTINTOS ASPECTOS DEL SERVICIO SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS ENCUESTADOS	6
I.4. SUGERENCIAS DE LOS ENCUESTADOS	9
I.5. RESUMEN Y CONCLUSIONES	11
II. RESULTADOS DE LA ENCUESTA EN VISITAS GUIADAS	13
II.1. VALORACIÓN DEL INTERÉS DE LA ACTIVIDAD EN RELACIÓN CON LO ESPERADO	14
II.2. VALORACIÓN DE LOS DISTINTOS ASPECTOS DE LA ACTIVIDAD...	17
II.3. VALORACIÓN DE LOS DISTINTOS ASPECTOS DE LA ACTIVIDAD SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS ENCUESTADOS	19
II.4. SUGERENCIAS DE LOS ENCUESTADOS	22
II.5. RESUMEN Y CONCLUSIONES	24
DATOS GENERALES DE LAS ENCUESTAS	26
FICHAS TÉCNICAS DE LAS ENCUESTAS	28

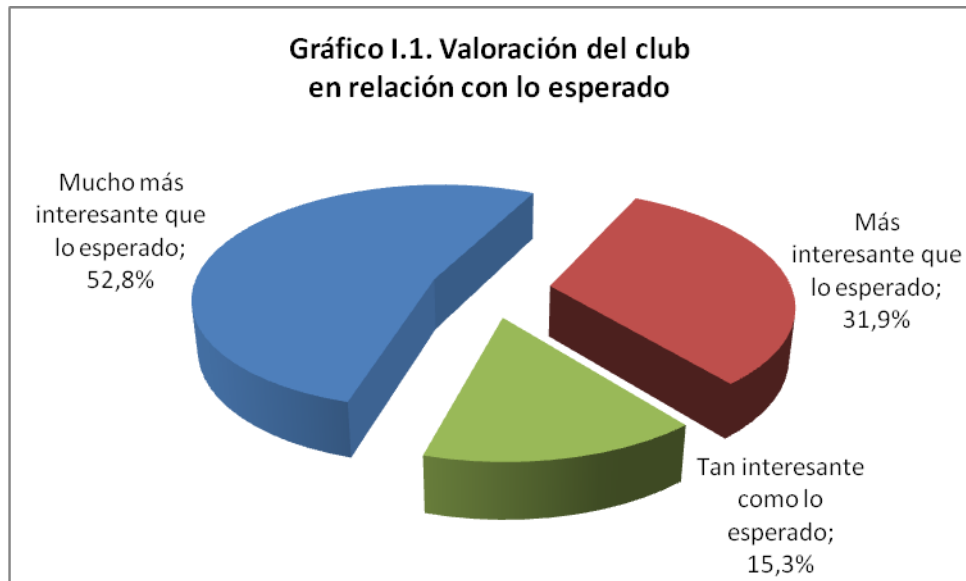
RESULTADOS DE LA ENCUESTA EN LOS CLUBES

I.1. VALORACIÓN DEL INTERÉS DEL CLUB EN RELACIÓN CON LO ESPERADO

Valoración del interés del club	N	%
Mucho más interesante que lo esperado	38	52,8
Más interesante que lo esperado	23	31,9
Tan interesante como lo esperado	11	15,3
Menos interesante que lo esperado	-	-
Mucho menos interesante que lo esperado	-	-
Total	72	100,0

Como vemos, la mayoría de los encuestados valoran el club como más interesante de lo que esperaban (31,9%) o como mucho más interesante de lo que esperaban (52,8%). Un 15,3% de los encuestados han encontrado la actividad tan interesante como esperaban y ninguno lo valora como menos interesante que lo esperado.

No existen diferencias de valoración del interés del club en relación con lo esperado que resulten estadísticamente significativas en función del sexo o la edad de los encuestados, ni en función del club al que se asiste o la mediateca donde se realiza.



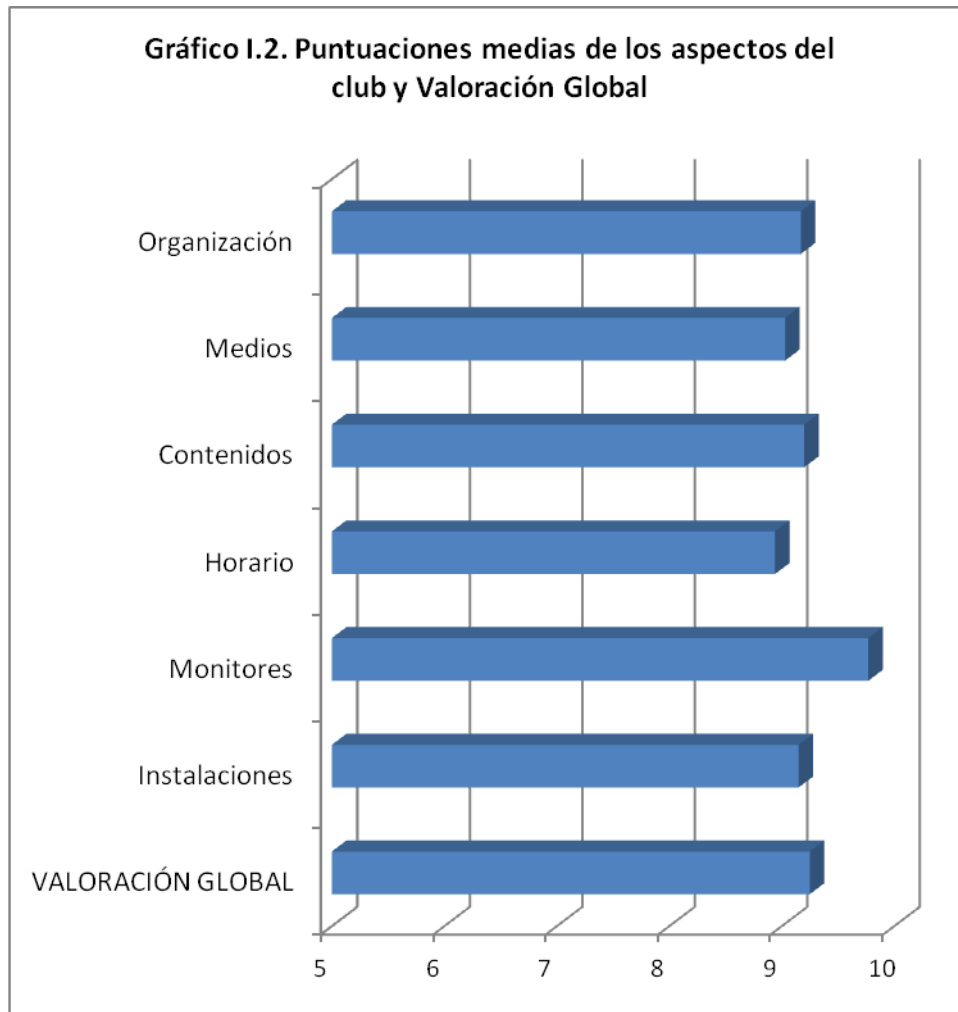
I.2. VALORACIÓN DE LOS DISTINTOS ASPECTOS DEL CLUB

Aspectos del Club (Conjunto de Mediatecas)	Media	Moda	S
Organización	9,17	10	1,03
Medios	9,03	10	1,04
Contenidos	9,20	10	1,11
Horario	8,94	10	1,27
Monitores	9,77	10	0,60
Instalaciones	9,15	10	1,03
Valoración Global	9,25	10	0,85

El aspecto del club que resulta mejor valorado por los usuarios es el relativo a los *Monitores*, que alcanza una puntuación media de 9,77 puntos en una escala 0-10, con una moda (puntuación más frecuente) de 10 puntos y una muy discreta desviación típica $S = 0,60$, que nos indica una acusada coincidencia de las puntuaciones que dan los usuarios a este aspecto.

Por el contrario, el aspecto que resulta peor valorado es el relativo al *Horario* en el que se realiza el club, que ofrece una puntuación media de 8,94 puntos, aunque presenta una moda de 10 puntos y la desviación típica, $S = 1,27$, nos indica una cierta heterogeneidad valorativa.

Finalmente, la *Valoración Global* de la actividad alcanza una puntuación media de 9,25 puntos, con una moda de 10 puntos y una discreta desviación típica, $S = 0,85$, que nos indica una notable coincidencia entre los usuarios a la hora de valorar globalmente el club.



I.3. VALORACIÓN DE LOS DISTINTOS ASPECTOS DEL CLUB SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS ENCUESTADOS

Hemos cruzado, con intención exploratoria, todas las variables de clasificación de los encuestados (sexo y edad del usuario, mediateca a la que acude y club en el que participa) con todas las variables valorativas de los distintos aspectos del club y con la *Valoración Global* de la actividad. Solamente reflejamos a continuación los cruces de variables cuyos resultados son estadísticamente significativos (nivel de significación $\alpha = 0,05$), obviando los restantes.

Relaciones significativas entre las variables	
VARIABLES DE CLASIFICACIÓN	VARIABLES VALORATIVAS
<i>Sexo</i>	Organización del club Medios utilizados Contenidos del club
<i>Club en el que se participa</i>	Valoración Global del club

- El **Sexo** de los usuarios parece influir en la valoración que dan a los aspectos *Organización del club*, *Medios utilizados para desarrollarlo* y *Contenidos del club*. Como puede verse en la tabla siguiente, las mujeres ofrecen puntuaciones medias más altas que los hombres para los tres aspectos.

Aspectos del club	Puntuaciones medias según el sexo del usuario	
	<i>Hombres</i>	<i>Mujeres</i>
Organización	8,76	9,36
Medios	8,67	9,21
Contenidos	8,76	9,45

- El **Club en el que se participa** condiciona asimismo la *Valoración Global* de éste, de tal modo que los encuestados participantes en el club de *Escritura* ofrecen una puntuación más elevada que los que participan en el club de *Lectura* (9,52 vs. 9,19 puntos) y éstos la ofrecen más alta que los que participan en el club de *Manga* (9,19 vs. 8,86 puntos).

	Club de Manga	Club de Lectura	Club de Escritura
Valoración Global del club	8,86	9,19	9,52

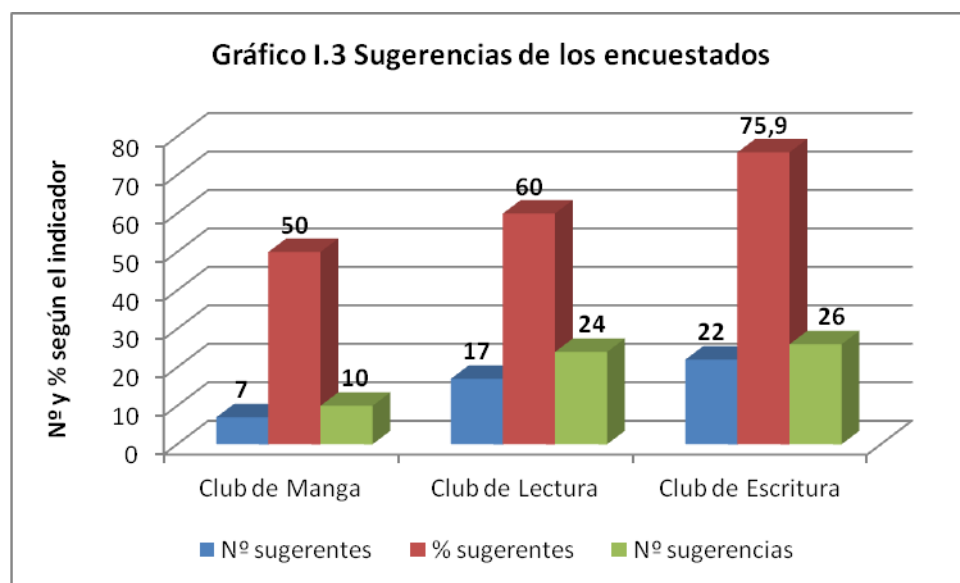
- Por otro lado, si ahora consideramos la **Valoración Global de la actividad en función de las variables valorativas** (organización, monitores, contenidos, etc.), el análisis estadístico pone de manifiesto que bastan las cuatro variables siguientes: *Contenidos* del club, *Medios utilizados* para desarrollar el club, los *Monitores* y las *Instalaciones* donde se realiza el club (por este orden de importancia en la correlación parcial), para explicar por sí solas el 70% de la variabilidad de la *Valoración Global* de la actividad, es decir, que son estas variables las que mejor la predicen.

I.4. SUGERENCIAS DE LOS ENCUESTADOS

En el cuestionario de la Encuesta de Calidad Percibida en los Clubes de las Mediatecas hemos abierto un espacio para que los encuestados expresen sus *sugerencias* para un mejor servicio. Un total de 46 encuestados (el 63,9%) ha hecho uso de ese espacio, anotando un total de 60 sugerencias. Si atendemos a la proporción de usuarios que ha hecho sugerencias en cada uno de los tres clubes, vemos que en el club de *Escritura* es donde esa proporción es mayor (75,9%) mientras que es en el club de *Manga* donde es menor (50%).

	Club de Manga	Club de Lectura	Club de Escritura	Total clubes
Nº encuestados que hacen sugerencias	7 (50,0%)	17 (63,0%)	22 (75,9%)	46 (63,9%)
Nº de observaciones o sugerencias	10	24	26	60

(*) Entre paréntesis, el % de encuestados que hace sugerencias sobre el total de encuestados en cada caso



Existe una cierta homogeneidad en las sugerencias de los tres clubes, especialmente en los de *Lectura* y *Escritura*, pues los encuestados de estos dos últimos sugieren con frecuencia parecida la *continuidad* del club (la sugerencia más frecuente en el club de *Lectura* y la segunda más frecuente en el club de *Escritura*) y los encuestados de los clubes de *Manga* y *Escritura* presentan como sugerencia más frecuente la ampliación de la *duración* del club. Más allá de estas coincidencias, las sugerencias en los tres clubes son muy variopintas y escasamente coincidentes, como puede apreciarse en la tabla que las recoge.

Sugerencias	Club de <i>Manga</i>		Club de <i>Lectura</i>		Club de <i>Escritura</i>	
	N	%	N	%	N	%
Más días de duración	5	62,5	2	8,3	8	32,0
Continuidad del club	-	-	8	33,3	6	24,0
Club más largo para incluir club lectura	-	-	-	-	3	12,0
Mismos monitores para el próximo club	-	-	2	8,3	-	-
Ampliar el horario del club	-	-	-	-	2	8,0
Actividad siempre en el espacio del club	-	-	1	4,2	-	-
Actividades relacionadas con Japón	1	12,5	-	-	-	-
Club con temas de misterio	-	-	1	4,2	-	-
Clubes por niveles de los participantes	-	-	-	-	1	4,0
Dar un pisolabis	1	12,5	-	-	-	-
Duración anual del club	-	-	1	4,2	1	4,0
Encuentros con el monitor cada 3 semanas	-	-	1	4,2	-	-
Espacio más independiente	-	-	1	4,2	-	-
Espacio mayor para el club	-	-	-	-	1	4,0
Hacer club de lectura	-	-	-	-	1	4,0
Lecturas de clásicos	-	-	1	4,2	-	-
Más relatos en español de España	-	-	1	4,2	-	-
Más talleres como el club	-	-	-	-	1	4,0
Más talleres en el club	-	-	1	4,2	-	-
Más tiempo para leer entre libro y libro	-	-	1	4,2	-	-
Menos alumnos por club	-	-	-	-	1	4,0
Salida literaria a Madrid	-	-	1	4,2	-	-
Tratar de escritores de los ss. XX y XXI	-	-	1	4,2	-	-
Tratar de más cosas sobre Corea y su cultura	1	12,5	-	-	-	-
Volver a la novela histórica	-	-	1	4,2	-	-

* El % de las distintas sugerencias lo es sobre el total de las mismas en cada club

I.5. RESUMEN Y CONCLUSIONES

La explotación estadística de los datos de la Encuesta de Calidad Percibida en los Clubes de las Mediatecas de 2013 permite llegar a una serie de **conclusiones** que resumimos seguidamente:

- La **valoración general del club** (*Valoración Global*), para el conjunto de los tres clubes, es **muy alta**, ya que alcanza **9,25 puntos de media en la escala 0-10**, presentando los encuestados una apreciable coincidencia en sus puntuaciones (desviación típica $S = 0,85$ puntos). La *Valoración Global* de la actividad en cada uno de los tres clubes presenta ciertas diferencias, que son estadísticamente significativas: **8,86 puntos de media en el club de Manga**, **9,19 puntos en el club de Lectura** y **9,52 puntos en el club de Escritura**.
- El aspecto *Monitores* es el que obtiene **la valoración más alta**, con una puntuación media de 9,77 puntos ($S = 0,60$), mientras que el aspecto que obtiene **la más baja** es el relativo al *Horario* de la actividad, con una puntuación media de 8,94 puntos ($S = 1,27$).
- La **valoración de la actividad en relación con lo esperado** es **muy positiva**, siendo un **84,7% de los encuestados** los que han visto **superadas sus expectativas** en algún grado. Ningún encuestado ha valorado el club como debajo de sus expectativas.
- Al cruzar las **variables clasificatorias** de los encuestados con las **variables valorativas de la actividad**, hemos encontrado que solamente el sexo resulta discriminante en términos de significación estadística de la valoración de algunos aspectos del servicio (*Organización y Contenidos* del club y *Medios* para desarrollarlo), observándose que las mujeres los valoran más alto que los hombres. Sólo se da una diferencia de puntuaciones de la *Valoración Global* de la actividad estadísticamente significativa en función del club en el que se participa, ofreciendo

los encuestados del club de *Escritura* la puntuación media más alta y los del club de *Manga* la más baja.

- Al considerar la **Valoración Global** del Servicio **en función de las variables valorativas**, el análisis estadístico pone de manifiesto que bastan solamente **cuatro variables** (*Contenidos* del club, *Medios utilizados* para desarrollar el club, los *Monitores* y las *Instalaciones* donde se realiza el club (por este orden de importancia en la correlación parcial), para explicar por sí solas el 70% de la variabilidad de la *Valoración Global* de la actividad, es decir, que son estas variables las que mejor la predicen.

- Un total de **46 encuestados** (el 63,9%) ha hecho uso de ese espacio, anotando un total de 60 **sugerencias**. La continuidad del club es la sugerencia más frecuente en el club de *Lectura* y la segunda más frecuente en el club de *Escritura*. Los encuestados de los clubes de *Manga* y *Lectura* presentan como sugerencia más frecuente la ampliación de la duración del club.

RESULTADOS DE LA ENCUESTA EN LAS VISITAS GUIADAS

II.1. VALORACIÓN DEL INTERÉS DE LA ACTIVIDAD EN RELACIÓN CON LO ESPERADO

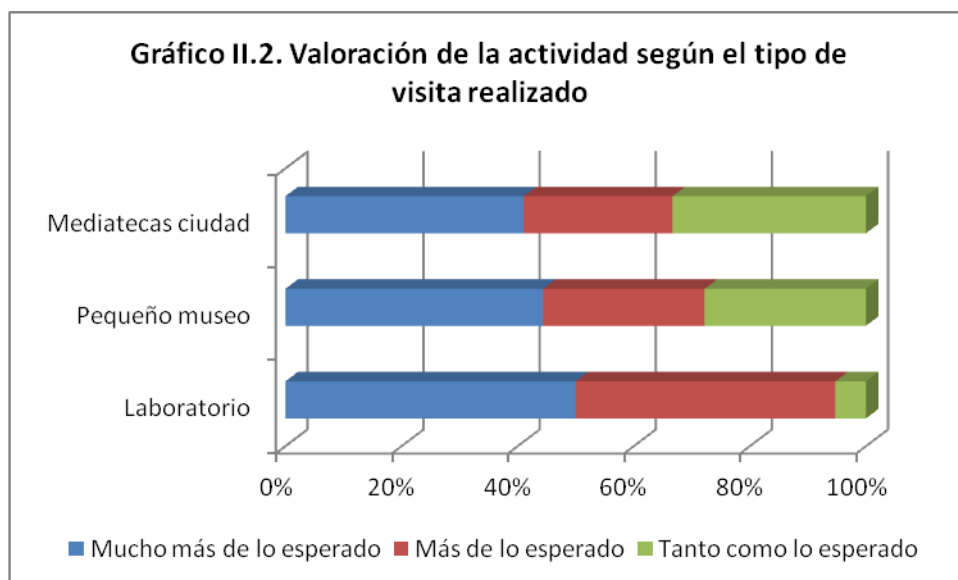
Valoración del interés de la actividad	N	%
Mucho más interesante que lo esperado	51	45,2
Más interesante que lo esperado	37	32,7
Tan interesante como lo esperado	25	22,1
Menos interesante que lo esperado	-	-
Mucho menos interesante que lo esperado	-	-
Total	113	100,0

Como vemos, la mayoría de los encuestados valoran la actividad como más interesante de lo que esperaban (32,7%) o como mucho más interesante de lo que esperaban (45,2%). Un 22,1% de los encuestados han encontrado la actividad tan interesante como esperaban y ninguno la valora como menos interesante que lo esperado.

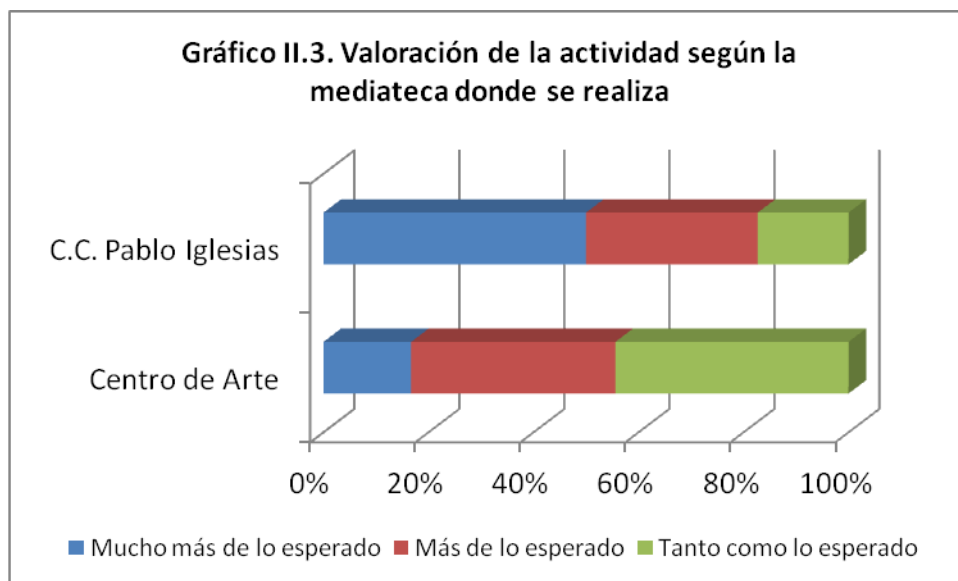


No existen diferencias de valoración del interés de la visita en relación con lo esperado que resulten estadísticamente significativas en función del tipo de visita, de la mediateca donde se realiza o del tipo de centro educativo de quienes asisten a la misma, cuando consideramos solamente “Mediatecas en la ciudad” y “Pequeño museo de los cuentos”, pero sí las hay en función del tipo de visita y en función de la mediateca donde se realiza la visita cuando tenemos en cuenta también el “Laboratorio científico”:

Tipo de visita	Interés de la actividad		
	<i>Mucho más de lo esperado</i>	<i>Más de lo esperado</i>	<i>Tanto como lo esperado</i>
Mediatecas en la ciudad	41,0	25,6	33,3
Pequeño museo de los cuentos	44,4	27,8	27,8
Laboratorio científico	50,0	44,7	5,3



Tipo de visita	Interés de la actividad		
	<i>Mucho más de lo esperado</i>	<i>Más de lo esperado</i>	<i>Tanto como lo esperado</i>
C.C. Pablo Iglesias	50,0	32,7	17,3
Centro de Arte	16,7	38,9	44,4



Como vemos, son los encuestados que han participado en el “Laboratorio científico” y los que han desarrollado la actividad en el Centro Cultural *Pablo Iglesias* quienes han encontrado en mayor medida la actividad mucho más interesante que lo esperado, mientras que son los encuestados que han participado en las “Mediatecas en la ciudad” y los que han desarrollado la actividad en el Centro de Arte los que la juzgan en mayor medida tan interesante como lo esperado.

II.2. VALORACIÓN DE LOS DISTINTOS ASPECTOS DE LA ACTIVIDAD

Aspectos de la Visita (Conjunto de Mediatecas)	Media	Moda	S
Organización	9,60	10	0,82
Medios	9,49	10	0,97
Contenidos	9,57	10	0,76
Horario	9,70	10	0,66
Monitores	9,72	10	0,99
Utilidad	9,61	10	0,80
Valoración Global	9,53	10	0,78

El aspecto de la visita que resulta mejor valorado por los usuarios es el relativo a los *Monitores*, que alcanza una puntuación media de 9,72 puntos en una escala 0-10, con una moda (puntuación más frecuente) de 10 puntos y una discreta desviación típica $S = 0,99$, que nos indica una notable coincidencia de los usuarios cuando valoran este aspecto.

Por el contrario, el aspecto que resulta peor valorado es el relativo a los *Medios* utilizados para desarrollar la visita, aunque también presenta una puntuación media muy alta, de 9,49 puntos, y una moda de 10 puntos, con una desviación típica, $S = 0,97$, que nos indica una considerable homogeneidad valorativa.

La *Utilidad* percibida de estas visitas guiadas es asimismo muy alta, pues alcanza una puntuación media de 9,61 puntos en una escala 0-10, en la que “0” es la utilidad mínima y “10” la utilidad máxima, con una reducida desviación típica, $S = 0,80$, indicativa de elevada coincidencia de los usuarios cuando la valoran.

Finalmente, la *Valoración Global* de la actividad ofrece una puntuación media de 9,53 puntos, con una moda de 10 puntos y una muy discreta desviación típica, $S = 0,78$, que nos indica una notable coincidencia entre los usuarios a la hora de valorar globalmente el servicio.



II.3. VALORACIÓN DE LOS DISTINTOS ASPECTOS DE LA ACTIVIDAD SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS ENCUESTADOS

Hemos cruzado, con intención exploratoria, todas las variables de clasificación de los encuestados (tipo de visita, periodo y mediateca en la que se realiza la visita y tipo de centro educativo de los visitantes) con todas las variables valorativas de los distintos aspectos del club y con la *Utilidad* y la *Valoración Global* de la actividad. Solamente reflejamos a continuación los cruces de variables cuyos resultados son estadísticamente significativos (nivel de significación $\alpha = 0,05$), obviando los restantes.

Relaciones significativas entre las variables	
VARIABLES DE CLASIFICACIÓN	VARIABLES VALORATIVAS
<i>Tipo de visita</i>	Organización de la actividad Utilidad de la actividad
<i>Mediateca</i>	Organización de la actividad Medios para desarrollarla Utilidad de la actividad Valoración Global
<i>Tipo de centro visitante</i>	Utilidad de la actividad

- El **Tipo de actividad** en la que se participa condiciona la valoración por parte de los usuarios de la *Organización* de la actividad, así como la *Utilidad* de la misma, de modo que resulta observable que los encuestados que han participado en la actividad *Pequeño museo de los cuentos*, arrojan puntuaciones medias más altas que los que han participado en las otras actividades.

ASPECTOS	<i>Mediatecas en la ciudad</i>	<i>Pequeño museo de los cuentos</i>	<i>Laboratorio científico</i>
Organización de la actividad	9,33	9,78	9,71
Utilidad de la actividad	9,56	9,86	9,41

- La **Mediateca** en la que se lleva a cabo la visita condiciona la valoración por parte de los usuarios encuestados de tres aspectos de la actividad, así como la *Valoración Global* de la misma, de modo que los usuarios que han realizado la actividad en la mediateca del *Centro Cultural Pablo Iglesias* ofrecen puntuaciones medias más altas en todas esas variables que los que la han realizado en el *Centro de Arte*.

ASPECTOS	<i>Mediateca C.C. Pablo Iglesias</i>	<i>Mediateca Centro de Arte</i>
Organización de la actividad	9,71	9,00
Medios para desarrollarla	9,60	9,00
Horario	9,78	9,44
Valoración Global	9,62	9,06

- El **Tipo del centro visitante** únicamente condiciona la valoración por parte de los usuarios encuestados de la *Utilidad de la actividad* en la que se participa, de modo que los encuestados que pertenecen a un colegio público y a un centro concertado valoran mejor (9,65 puntos en promedio) la utilidad que los que pertenecen a un centro privado (8,71 puntos).

ASPECTOS	<i>Colegio Público</i>	<i>Colegio Concertado</i>	<i>Colegio Privado</i>
Utilidad de la actividad	9,67	9,63	8,71

- Por otro lado, si ahora consideramos la **Valoración Global de la actividad en función de las variables valorativas** (organización, monitores, contenidos, etc.), el análisis estadístico pone de manifiesto que bastan las tres variables siguientes: *Medios*, *Contenidos* y *Organización* de la visita (por este orden de importancia en la correlación parcial), para explicar por sí solas el 75,9%% de la variabilidad de la *Valoración Global* de la actividad, es decir, que son estas variables las que mejor la predicen.

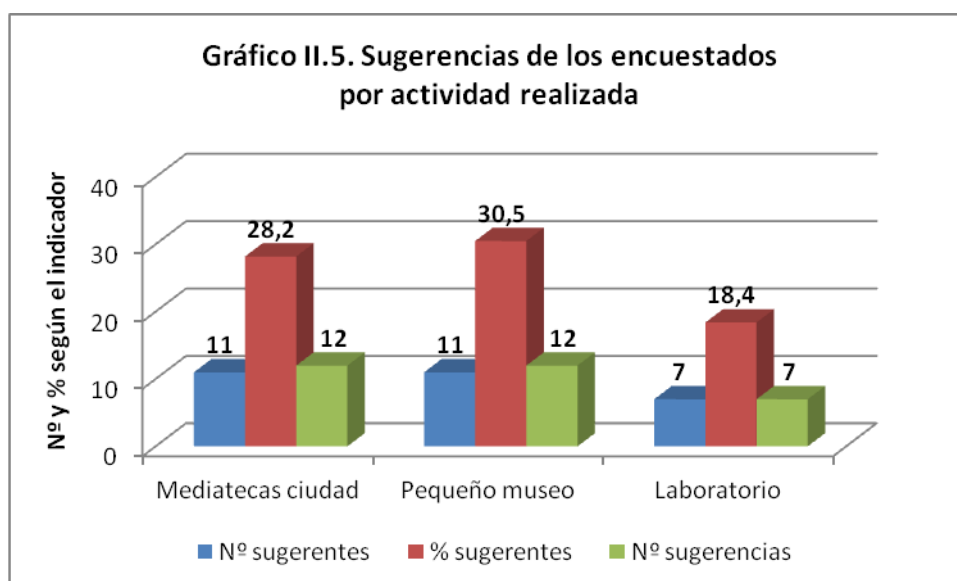
Además, si se considera aisladamente la **utilidad** percibida de la actividad, esta variable explica por sí sola el 44,3% de la variabilidad de la *Valoración Global* de la actividad.

II.4. SUGERENCIAS DE LOS ENCUESTADOS

En el cuestionario de la Encuesta de Calidad Percibida de las Visitas Guiadas en las Mediatecas hemos abierto un espacio para que los encuestados expresen sus *sugerencias* para un mejor servicio. Un total de 30 encuestados (el 25,6%) ha hecho uso de ese espacio, anotando un total de 33 sugerencias. Si atendemos a la proporción de usuarios que ha hecho sugerencias en cada uno de los tres tipos de visitas guiadas identificables, vemos es algo superior entre los participantes en el “Pequeño museo de los cuentos”).

	<i>Mediatecas en la ciudad</i>	<i>Pequeño museo ...</i>	<i>Laboratorio científico</i>	Desconocido	Total actividades
Nº encuestados que hacen sugerencias	11 (28,2)	11 (30,5)	7 (18,4)	1 -	30 (25,6)
Nº de observaciones o sugerencias	12	12	7	2	33

(*) Entre paréntesis, el % de encuestados que hace sugerencias sobre el total de encuestados en cada caso



Como puede verse en la tabla siguiente, las sugerencias más frecuentes tienen que ver con la *duración* de la actividad en el caso de las “Mediatecas en la ciudad”, con la *continuidad* de la actividad en el caso del “Pequeño museo de los cuentos” y con que se realicen más actividades semejantes en el caso del “Laboratorio científico”.

Sugerencias	<i>Mediatecas en la ciudad</i>		<i>Pequeño museo ...</i>		<i>Laboratorio científico</i>	
	N	%	N	%	N	%
Actividad más larga	5	41,7	-	-	1	14,3
Continuidad de la actividad	1		3	25,0	2	28,6
Más actividades semejantes	-	-	-	-	3	42,9
Continuidad anual de la actividad	-	-	2	16,7	-	-
Actividad trimestral	1	8,3	1	8,3	-	-
Disponer de materiales	1	8,3	-	-	-	-
Enseñar actividades para hacer en clase	1	8,3	-	-	-	-
Más énfasis en los puestos de internet	1	8,3	-	-	-	-
Actividad abierta a todo el mundo	1	8,3	-	-	-	-
Más cuentos con gráficos y muñecos	1	8,3	-	-	-	-
Actividad más frecuente	-	-	1	8,3	-	-
Actividad mensual	-	-	1	8,3	-	-
Evitar ruidos en las visitas	-	-	1	8,3	-	-
Variar los cuentos anualmente	-	-	1	8,3	-	-
Usar microaudífonos para la actividad	-	-	1	8,3	-	-
Posibilitar visitas familias por la tarde	-	-	1	8,3	-	-
Reponer los platos	-	-	-	-	1	14,3

* El % de las distintas sugerencias lo es sobre el total de las mismas en cada tipo de visita

II.5. RESUMEN Y CONCLUSIONES

La explotación estadística de los datos de la Encuesta de Calidad Percibida en las *Visitas Guiadas en las Mediatecas* de 2013 permite llegar a una serie de **conclusiones** que resumimos seguidamente:

- La **valoración general del servicio** (*Valoración Global*), para el conjunto de los tres tipos de actividades, **es muy alta, ya que alcanza 9,53 puntos de media en la escala 0-10**, presentando los encuestados una apreciable coincidencia en sus puntuaciones (desviación típica $S = 0,78$ puntos). La *Valoración Global* de la actividad presenta una cierta diferencia en función de su tipo: 9,35 puntos en “Mediatecas en la ciudad”, 9,75 puntos en “Pequeño museo de los cuentos” y 9,51 puntos en “Laboratorio científico”.
- El aspecto *Monitores* es el que obtiene **la valoración más alta**, con una puntuación media de 9,72 puntos ($S = 0,99$), mientras que el aspecto que obtiene **la más baja** es el relativo a los *Medios para desarrollar la actividad*, con una puntuación media de 9,49 puntos ($S = 0,97$).
- La **Utilidad de las visitas guiadas** para la formación de los alumnos se valora como **muy alta**, ya que alcanza una puntuación media de 9,61 puntos ($S = 0,80$), en una escala 0-10 (en la que 0 significa “utilidad mínima” y 10 “utilidad máxima”)
- La **valoración de la actividad en relación con lo esperado** es considerablemente **positiva**, siendo un 77,9% de los encuestados los que han visto superadas sus expectativas en algún grado. Ningún encuestado ha valorado el club como debajo de sus expectativas.

- Al cruzar las **variables clasificatorias** de los encuestados con las **variables valorativas de la actividad**, hemos encontrado que el *tipo de actividad*, la *mediateca* donde se realiza y el *tipo de centro escolar visitante* resultan discriminantes en términos de significación estadística de la valoración de algunos aspectos del servicio (*Organización y Utilidad* en el primer caso, esos dos mismos aspectos y *Medios y Valoración Global* de la actividad en el segundo y solamente la *Utilidad* en el tercero), observándose que cuando la actividad es “Pequeño museo de los cuentos”, cuando se desarrolla en la mediateca del C.C. *Pablo Iglesias* y cuando el centro visitante es un colegio público las puntuaciones de los encuestados son más altas. La fecha de realización de la actividad no resulta discriminante de las valoraciones de los encuestados.

- Al considerar la **Valoración Global** del Servicio **en función de las variables valorativas**, el análisis estadístico pone de manifiesto que **bastan las tres variables siguientes**: *Medios* para desarrollar la actividad, *Contenidos* de la misma y *Organización* de la actividad (por este orden de importancia en la correlación parcial), para **explicar por sí solas el 75,9% de la variabilidad** de la *Valoración Global* de la actividad, es decir, que son estas variables las que mejor la predicen.

- Un total de **30 encuestados** (el 25,6%) ha hecho uso de ese espacio, anotando un total de **33 sugerencias**. La demanda de *continuidad* de la actividad y la de una *mayor duración* de la misma son las dos sugerencias más frecuentes.

DATOS GENERALES DE LA ENCUESTAS

DATOS DE LA ENCUESTA EN LOS CLUBES

Distribución de los encuestados por Mediateca

Mediateca	N	%
C.C. Pablo Iglesias	29	40,3
Centro de Arte	13	18,1
NS/NC	30	41,7
Total	72	100,0

Distribución de los encuestados por Club

Club	N	%
Club de <i>Manga</i>	16	22,2
Club de <i>Lectura</i>	27	37,5
Club de <i>Escritura</i>	29	40,3
Total	72	100,0

Distribución de los encuestados por Sexo

Sexo	N	%
Hombre	23	31,9
Mujer	47	65,3
NC	2	2,8
Total	72	100,0

Distribución de los encuestados por Edad

Grupo de Edad	N	%
Menos de 18 años	25	34,7
De 18 a 30 años	9	12,5
De 31 a 40 años	10	13,9
De 41 a 55 años	12	16,7
56 y más años	11	15,3
NS/NC	5	6,9
Total	72	100,0

DATOS DE LA ENCUESTA EN LAS VISITAS GUIADAS

Distribución de los encuestados por Actividad

Tipo de actividad	N	%
Mediatecas en la ciudad	39	33,3
Pequeño museo de los cuentos	36	30,8
Laboratorio científico	38	32,5
NS/NC	4	3,4
Total	117	100,0

Distribución de los encuestados por Mediateca

Mediateca	N	%
C.C. Pablo Iglesias	98	83,8
Centro de Arte	18	15,4
NS/NC	1	0,9
Total	117	100,0

Distribución de los encuestados por Tipo de Centro Visitante

Tipo de centro visitante	N	%
Colegio Público	87	74,4
Colegio Concertado	16	13,7
Colegio Privado	7	6,0
Otros	4	3,4
NS/NC	3	2,6
Total	117	100,0

FICHAS TÉCNICAS DE LA ENCUESTAS

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA EN LOS CLUBES

En la Encuesta de Calidad Percibida en los Clubes de las Mediatecas de Alcobendas de 2013 se ha encuestado a un total de 72 usuarios en los tres clubes. El trabajo de campo se ha realizado, en la modalidad de cuestionarios autoadministrados, entre los meses de febrero y abril de 2013.

En condiciones estadísticas convencionales ($\sigma = 2$; $p = q = 0,50$), una muestra aleatoria de 72 individuos sobre una población de 118 participantes en los distintos clubes arroja un error de $\pm 7,39\%$, considerado excesivo a efectos de generalización de los resultados de la encuesta. Además, hay que tener en cuenta que los errores muestrales de las submuestras de cada uno de los clubes son muy superiores al antes indicado, de manera que, en todo caso, se aconseja tratar los datos muestrales como si procedieran de una única población (la que constituyen los usuarios de los tres clubes).

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA EN LAS VISITAS GUIADAS

En la Encuesta de Calidad Percibida en las Visitas Guiadas de las Mediatecas de Alcobendas en 2013 se ha encuestado a un total de 117 usuarios en las tres actividades. El trabajo de campo se ha realizado, en la modalidad de cuestionarios autoadministrados, entre los meses de febrero y mayo de 2013 en el caso de las actividades “Mediatecas en la ciudad” y “Pequeño museo de los cuentos” y en noviembre de 2013 en el caso de la actividad “Laboratorio científico”.

En el primer caso, la encuesta se realiza sobre una muestra de 79 usuarios, pero en el segundo caso, la encuesta es censitaria (se realiza sobre el total de usuarios de la actividad “Laboratorios en la ciudad”). En condiciones estadísticas convencionales ($\sigma = 2$; $p = q = 0,50$), una muestra aleatoria de 79 individuos sobre una población de 98 participantes en las dos primeras actividades arroja un error de $\pm 4,98\%$, considerado aceptable a efectos de generalización de los resultados de la encuesta en el primer caso. Los errores muestrales de las submuestras de cada una de las actividades son diferentes al antes indicado, de $\pm 9,55\%$ en el caso de “Mediatecas en la ciudad”, y de $3,87\%$ en el caso de “Pequeño museo de los cuentos, lo que conviene tener en cuenta a la hora de generalizar los resultados de la encuesta realizada sobre la muestra señalada. Los resultados de la encuesta a los usuarios del “Laboratorio científico” son, obviamente, generalizables al 100% de fiabilidad.