

Observatorio de la Ciudad de Alcobendas

SDE 306

SATISFACCIÓN USUARIAS
CASA DE LA MUJER 2017

Mayo 2018



ÍNDICE

| | |
|--|-----------|
| 1. INTRODUCCIÓN | 1 |
| 2. PERFIL DE LA USUARIA..... | 3 |
| 2.1 Perfil de la encuestada | 3 |
| 2.2 Horario de asistencia | 4 |
| 2.3 Tipo de actividad realizada..... | 5 |
| 3. VALORACIONES GENERALES..... | 8 |
| 3.1 Satisfacción Global con el servicio prestado | 8 |
| 3.2 Valoración de las DIMENSIONES de calidad del servicio | 8 |
| 3.3 Valoración de los ATRIBUTOS de calidad del servicio..... | 9 |
| 4. EXPECTATIVAS..... | 13 |
| 4.1 Valoración del servicio prestado respecto a lo esperado | 13 |
| 4.2 Expectativas..... | 14 |
| 5. VALORACIONES DE LAS CAMPAÑAS | 16 |
| 5.1. Conocimiento, participación y valoración de las Campañas..... | 16 |
| 6. SUGERENCIAS Y NECESIDADES | 18 |
| 7. FICHA TÉCNICA | 20 |

1. INTRODUCCIÓN

La Casa de la Mujer 'Clara Campoamor' es un servicio público de la Concejalía de Integración e Igualdad de Oportunidades del Ayuntamiento de Alcobendas que tiene como principales objetivos:

- Ofrecer alternativas a las demandas, intereses y necesidades de las mujeres a través de la información, el asesoramiento, la formación y el fomento de la participación social.
- Sensibilizar a la opinión pública para conseguir una sociedad que rechace todo tipo de discriminación hacia las mujeres.
- Impulsar y potenciar el principio de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en todos los ámbitos.
- Información y asesoramiento general.
- Servicio de documentación y biblioteca.

Los servicios que puedes encontrar en la Casa de la Mujer son:

- Asesoría jurídica.
- Atención psicológica.
- Servicio de atención integral a mujeres víctimas de violencia de género.

La Casa de la Mujer también organiza jornadas, seminarios, exposiciones y actividades de ocio y tiempo libre (salidas, excursiones, viajes, etc.) y conmemoraciones de días especialmente emblemáticos para las mujeres, como son el Día Internacional contra la Violencia de Género (25 de noviembre) y el Día Internacional de la Mujer (8 de marzo).

Es importante medir el grado de satisfacción de los usuarios para entender en qué punto se encuentra el Servicio, dado que anteriores estudios calificaban dicho servicio

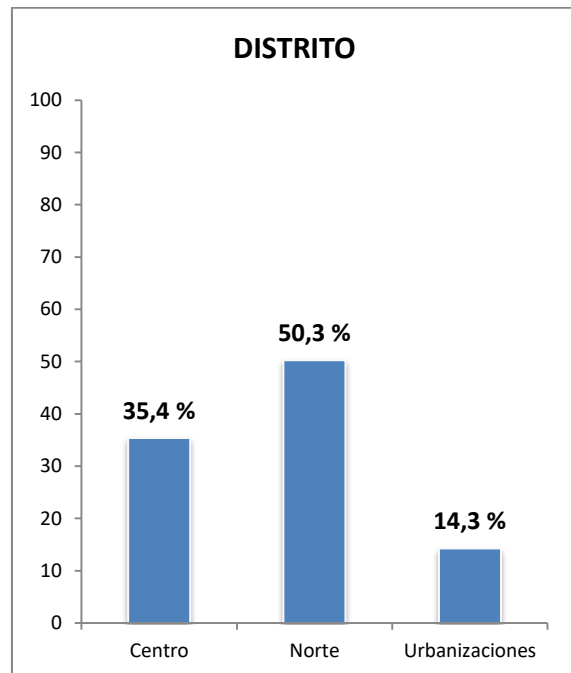
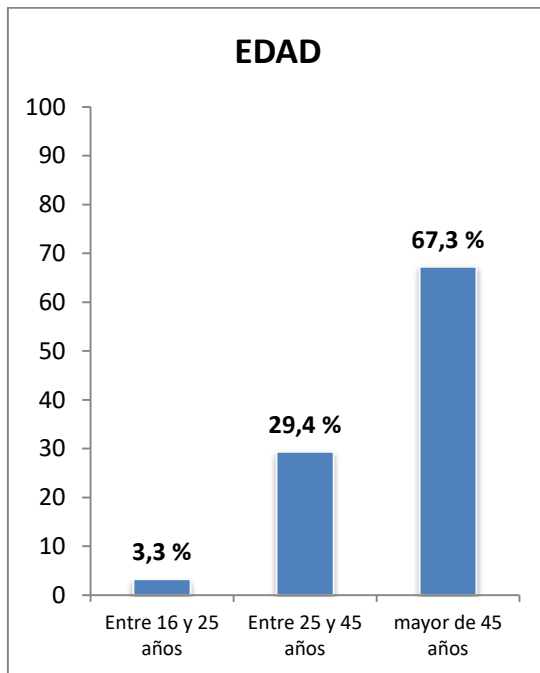
con un notable, es interesante volver a medirlo con el afán de encontrar posibles mejoras hacia la excelencia.

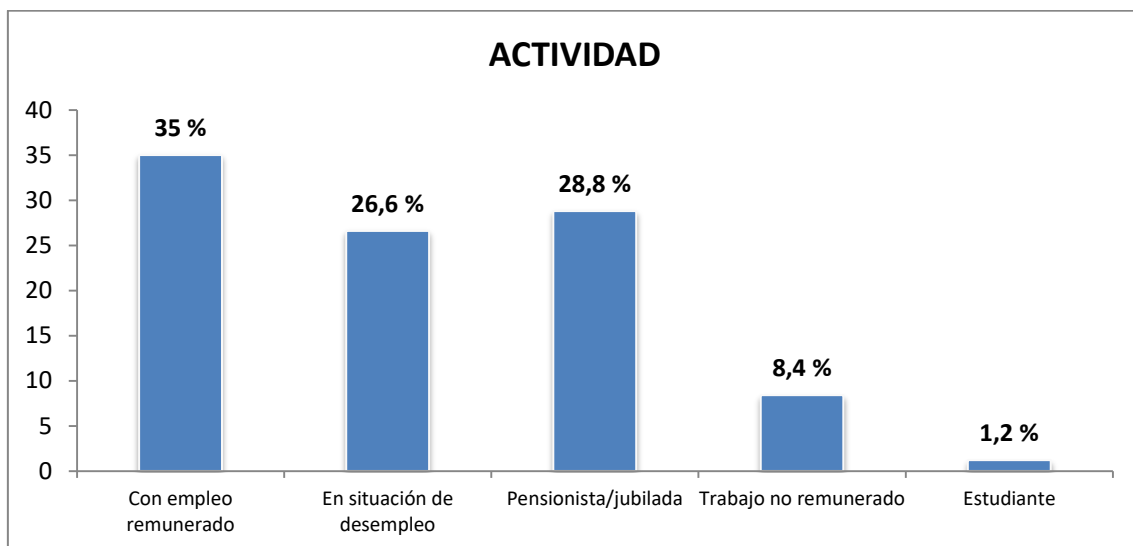
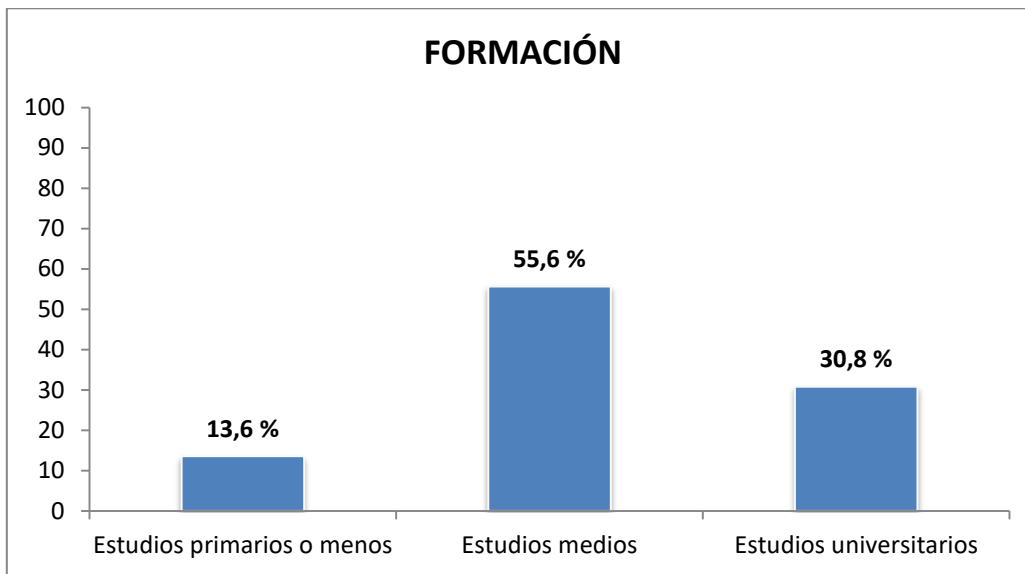
2. PERFIL DE LA USUARIA

2.1 Perfil de la encuestada.

El perfil de la encuestada más representado entre las usuarias de la Casa de la Mujer responde a las siguientes características:

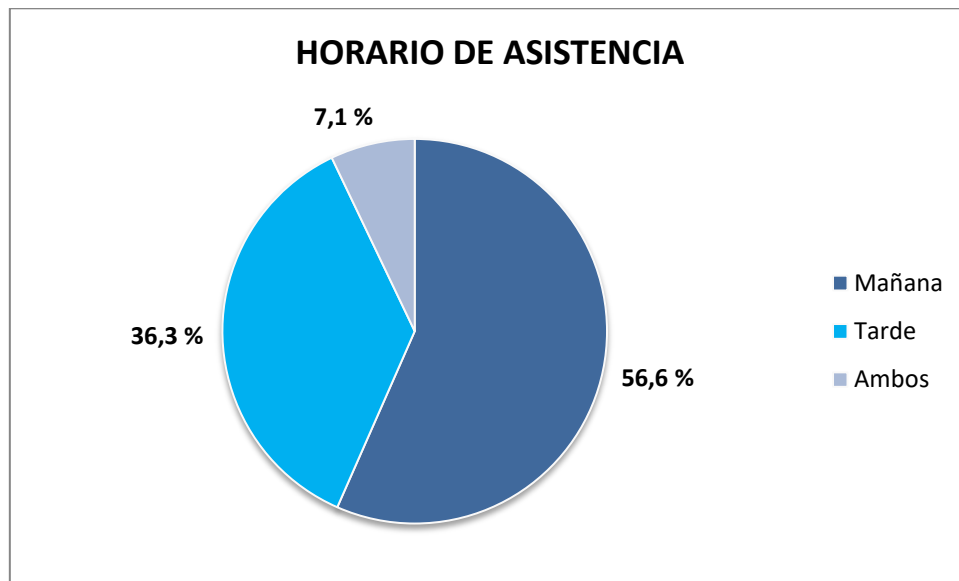
- ✓ Mayor de 45 años
- ✓ De distrito Norte
- ✓ Con estudios medios
- ✓ Con empleo remunerado





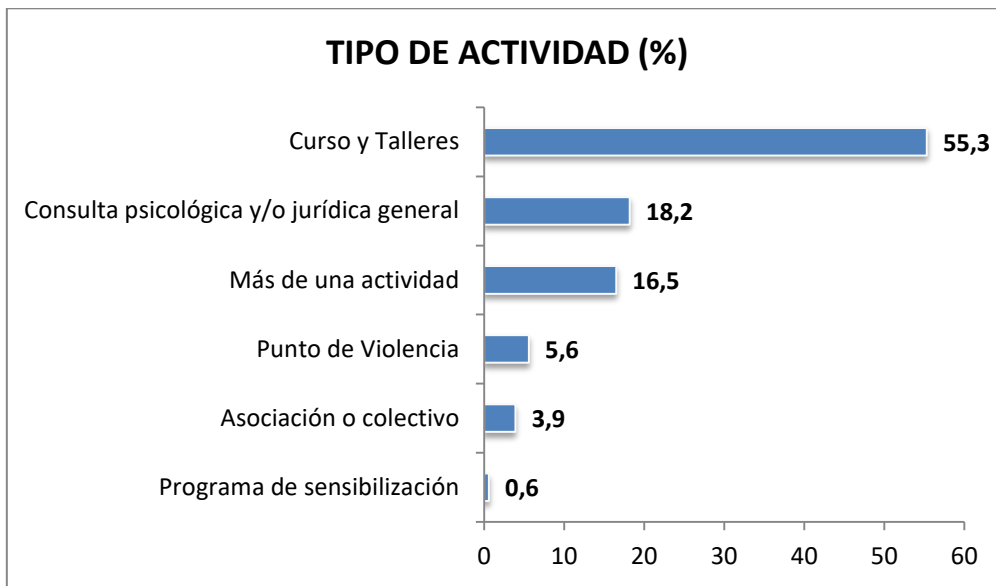
2.2 Horario de asistencia.

- ✓ El volumen de usuarias es notablemente superior en horario de mañana (56,6%) que en horario de tarde (36,3%).
- ✓ En esta ocasión también se ha dado un porcentaje de casuísticas de usuarias que acuden en ambos turnos (7,1%).

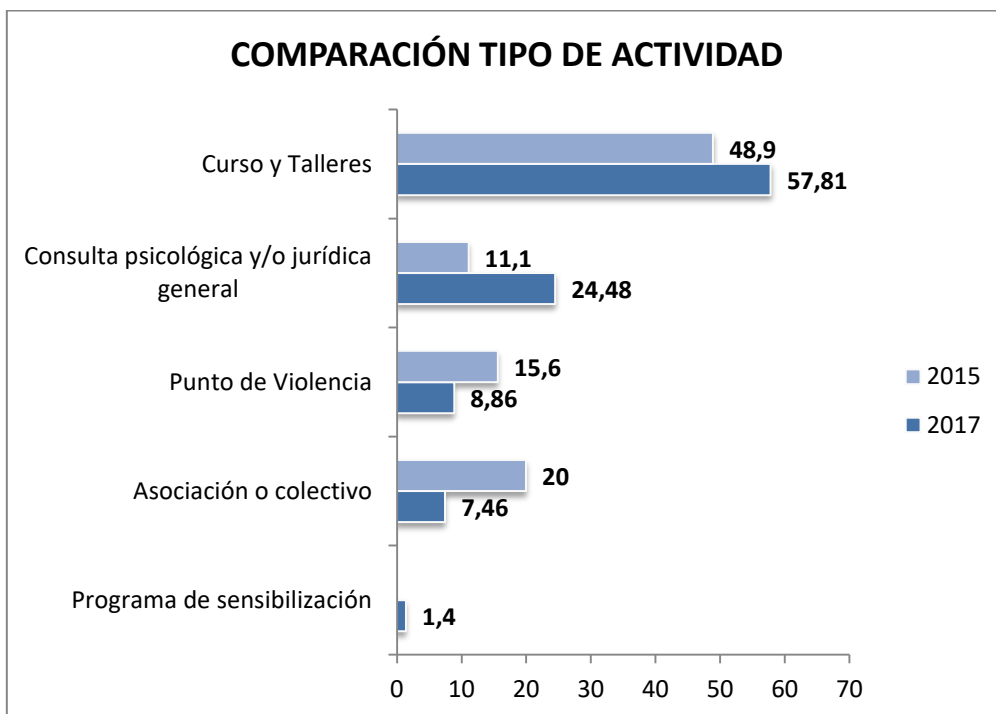


2.3 Tipo de actividad realizada.

- ✓ En esta primera clasificación se mide el porcentaje de respuesta única, encontrando casos en los que la usuaria ha acudido a la Casa de la Mujer por varias actividades. Teniendo en cuenta este dato, los resultados muestran que la mayor proporción de encuestadas declara ser usuaria de los Cursos y/o talleres que organiza el Servicio (55,3%), le sigue en orden de mayor frecuencia la actividad de la Consulta psicológica y/o jurídica general (18,2%), aquellas usuarias que han acudido a más de una actividad (16,5%), la Consulta psicológica, jurídica y social relacionada con la violencia de género (Punto de Violencia) (5,6%), Asociación o colectivo (3,9%), y, en último lugar, el Programa de Sensibilización (0,6%).



- ✓ Si abordamos la pregunta como múltiple respuesta y teniendo en cuenta los datos obtenidos en la anterior edición en 2015 obtenemos los siguientes resultados:

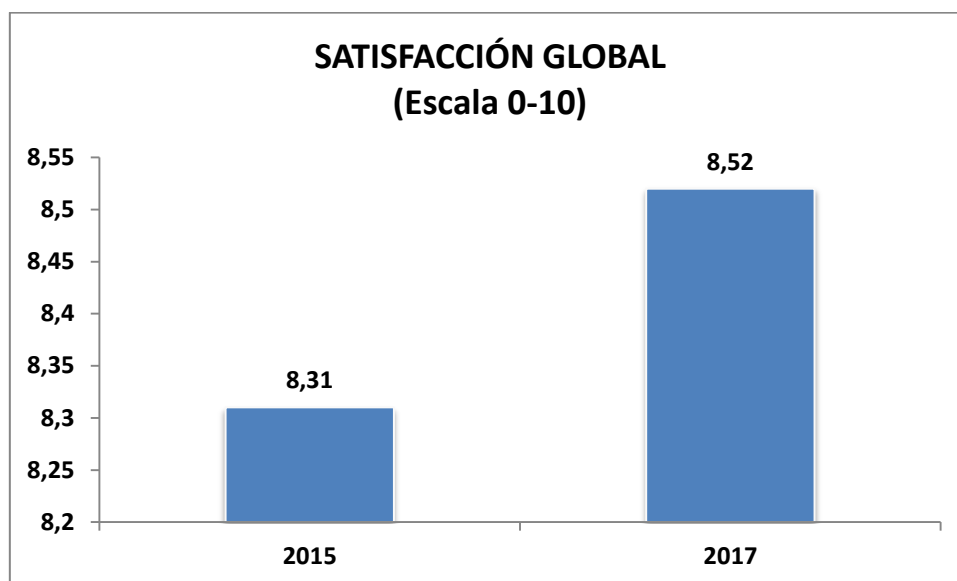


- ✓ El orden en porcentajes de los datos obtenidos en 2017 sigue siendo el mismo que en el anterior apartado, siendo los Cursos y Talleres el que mayor cantidad registra, un 57,81% de usuarias encuestadas ha acudido a la Casa de La Mujer para realizar algún curso y/o taller, mientras que el programa de sensibilización es el que menor porcentaje de usuarias encuestadas ha recogido, con un 1,4%.
- ✓ Comparando los datos con los del 2015 se observa que en ambos años los Cursos y/o talleres es la actividad que más usuarias encuestadas registra sin embargo, en el resto de actividades los datos varían tanto en porcentaje total como en el orden de porcentajes según la frecuencia de uso.

3. VALORACIONES GENERALES

3.1. Satisfacción Global con el servicio prestado.

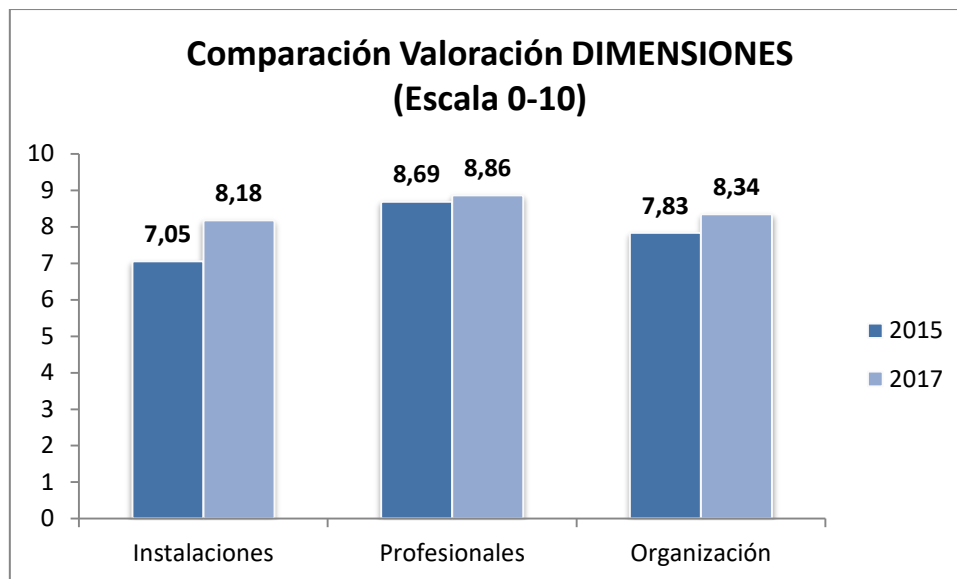
- ✓ A las usuarias de la Casa de la Mujer encuestadas se las ha preguntado acerca de la satisfacción general del servicio, se pide que lo valoren entre 0 y 10, donde 0 es nada satisfecho y 10 la puntuación máxima, la media de los datos obtenido es de 8,52, es decir, un alto grado de valoración.
- ✓ Respecto a los datos obtenidos en el 2015, la satisfacción global del servicio ha aumentado, como se observa en el siguiente gráfico.



3.2. Valoración de las DIMENSIONES de calidad del servicio.

Considerando las dimensiones que configuran la calidad del servicio, las puntuaciones obtenidas evidencian, en conjunto, una valoración muy positiva del servicio.

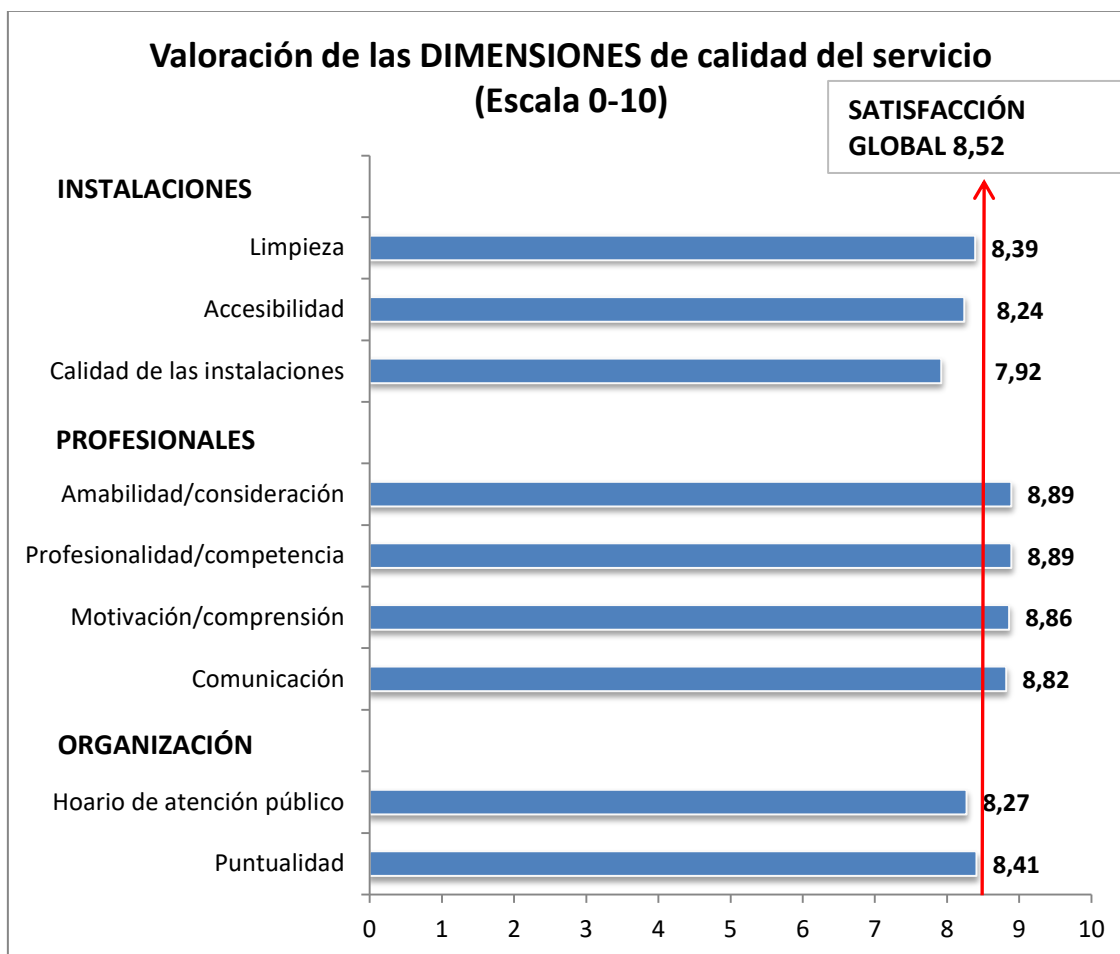
El análisis de la valoración media de la usuaria respecto a las tres DIMENSIONES de calidad analizadas, pone de manifiesto que el bloque mejor valorado es el que se refiere a los Profesionales con un 8,86 de media sobre 10 puntos. A continuación el conjunto de aspectos referidos a la Organización, con una puntuación media de 8,34 y por último, el bloque de Instalaciones con un 8,18.



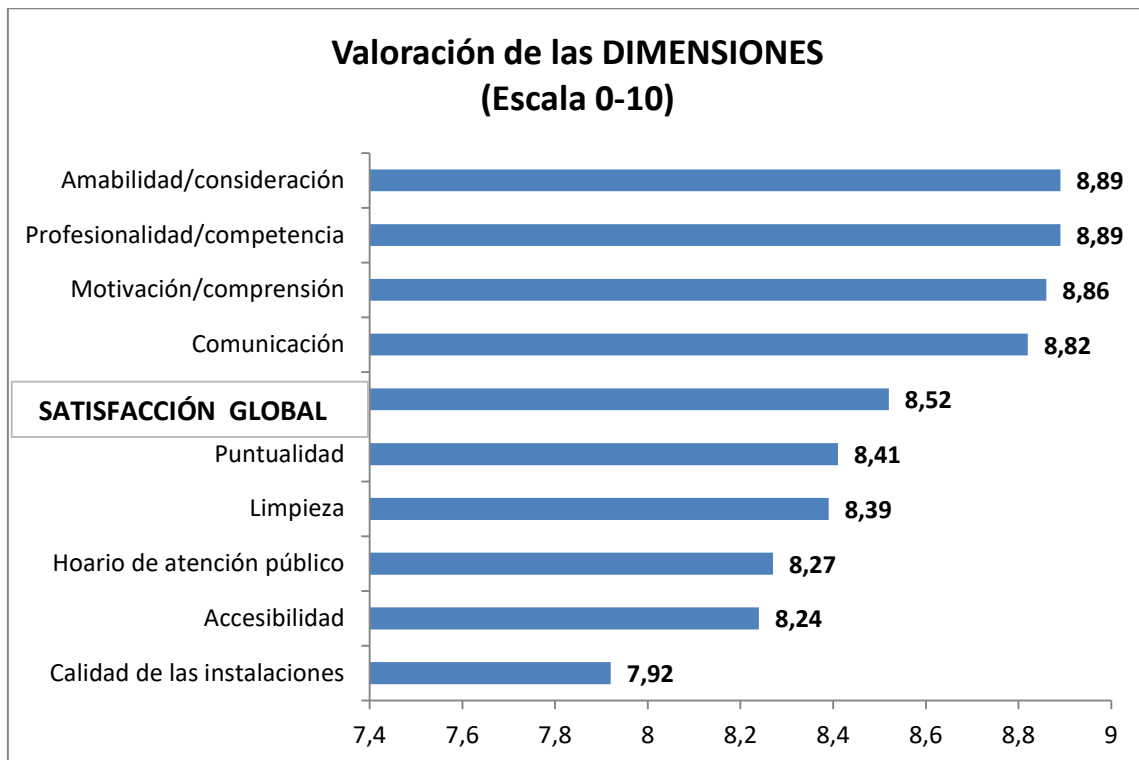
- ✓ Comparando los datos obtenidos con los del 2015, se observa que en ambos años la dimensión mejor valorada es la de los Profesionales, igualmente, en ambos años le sigue la Organización para terminar con las Instalaciones.
- ✓ Los datos obtenidos en el 2017 registran un aumento en la valoración de las tres dimensiones, en más de medio punto en el caso de las Instalaciones.

3.3. Valoración de los ATRIBUTOS de calidad del servicio.

Atendiendo a las valoraciones de los atributos que componen las distintas dimensiones se extraen los siguientes datos:

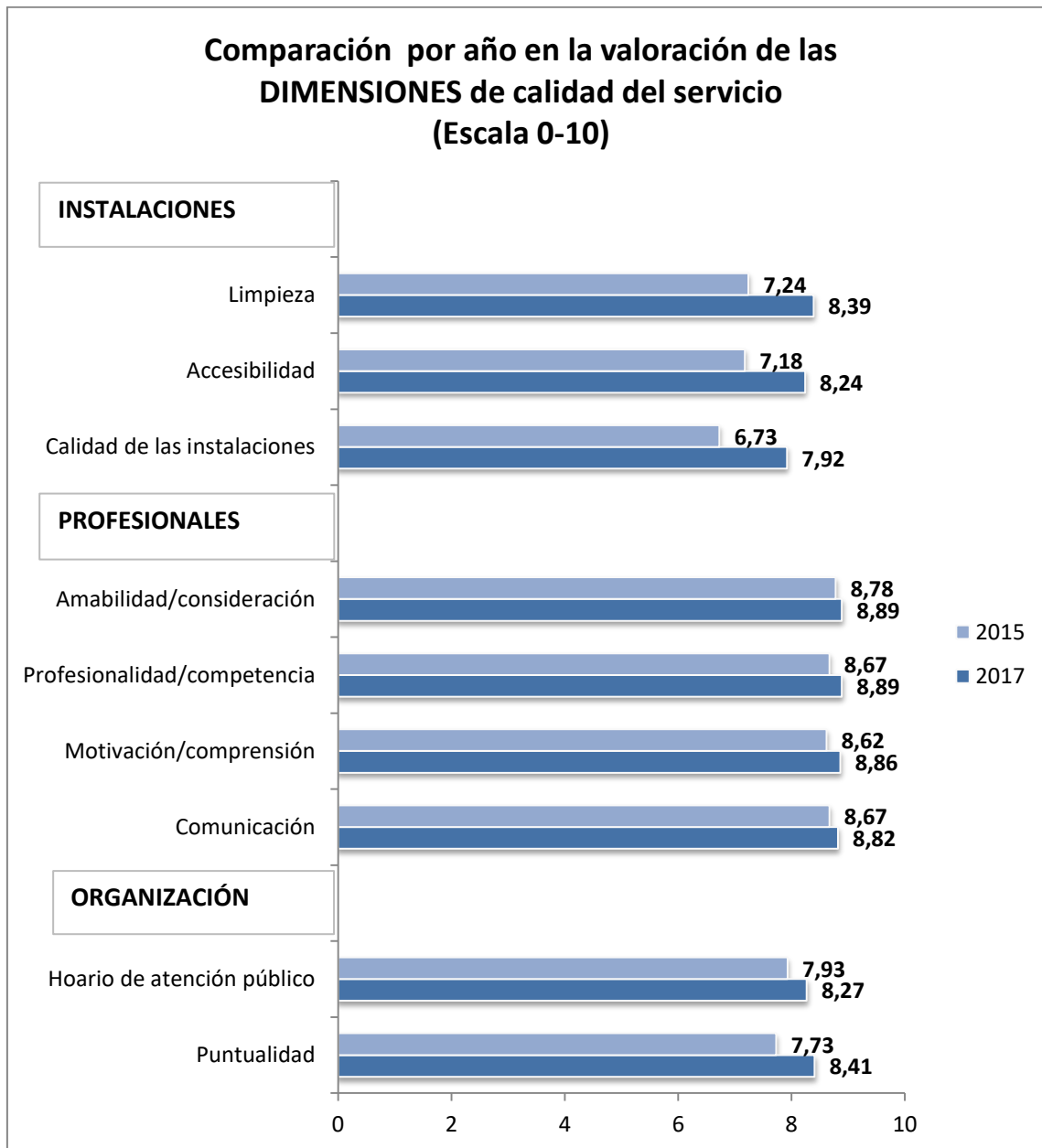


- ✓ Como se observa en el gráfico, 4 de los 9 atributos por los que se pregunta a las usuarias de La Casa de la Mujer están por encima de la satisfacción global.
- ✓ Los atributos que tienen que ver con los Profesionales del servicio marcan la diferencia entre los aspectos que se sitúan por encima y por debajo de la valoración media (8,52). La diferencia entre los aspectos mejor calificados, la “Amabilidad y consideración” y “Profesionalidad y competencia” (ambos con una puntuación media de 8,89) y el menos valorado, “la calidad de las instalaciones” (7,92), es de casi 1 punto.



En este sentido, los atributos mejor valorados (los que recogen las medias más altas) por los usuarios/as son los siguientes:

- ✓ Amabilidad y consideración: le han tratado con simpatía, amabilidad y consideración, de igual a igual (8,89 puntos de media).
- ✓ Profesionalidad y competencia: si el personal ejerce su función satisfactoriamente (8,89 puntos de media).
- ✓ Motivación y comprensión: si el personal muestra interés por su problemática (8,86 puntos de media).
- ✓ Comunicación con la usuaria: han utilizado un lenguaje claro y sencillo en las explicaciones (8,82 puntos de media).

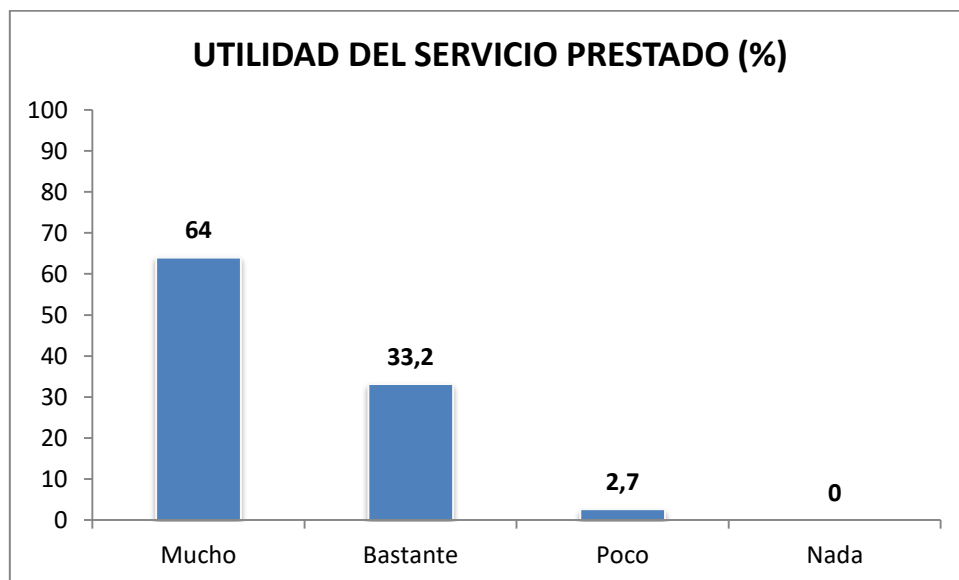


- ✓ Si se compara los datos obtenidos en el 2017 con los del 2015, se observa que en el 2017 absolutamente todos los atributos valorados han superado la puntuación respecto a la obtenida en el año 2015.
- ✓ En concreto cabe destacar el aumento en la media obtenida en la dimensión de las Instalaciones, donde los tres atributos valorados han aumentado respecto del 2015 en más de 1 punto.

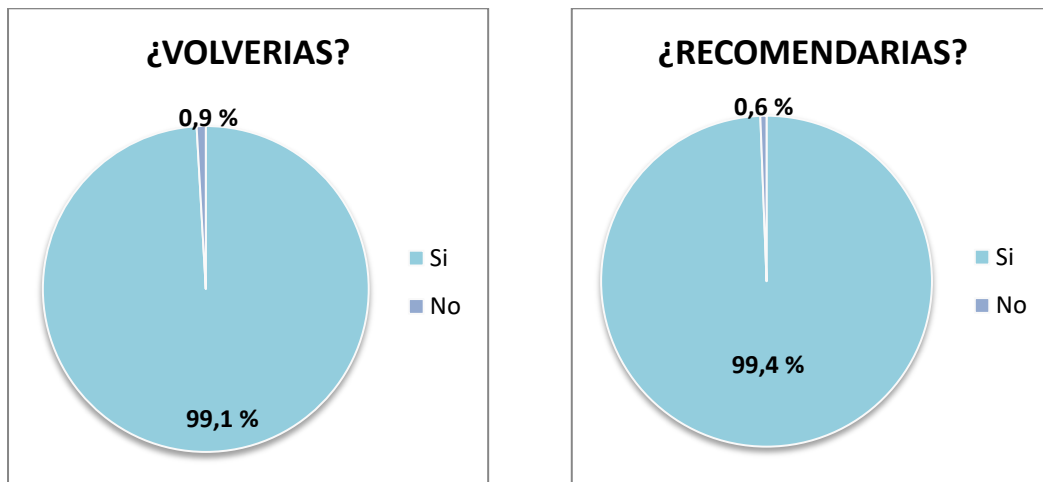
4. EXPECTATIVAS

4.1 Valoración del servicio prestado

- ✓ Cuando se pregunta a las usuarias por la utilidad del servicio prestado, independientemente de la actividad para la que acudió a la Casa de la Mujer, el 64% afirma que ha sido muy útil, seguido de aquellas que lo valoran como bastante útil con un 33,2 % de representación.

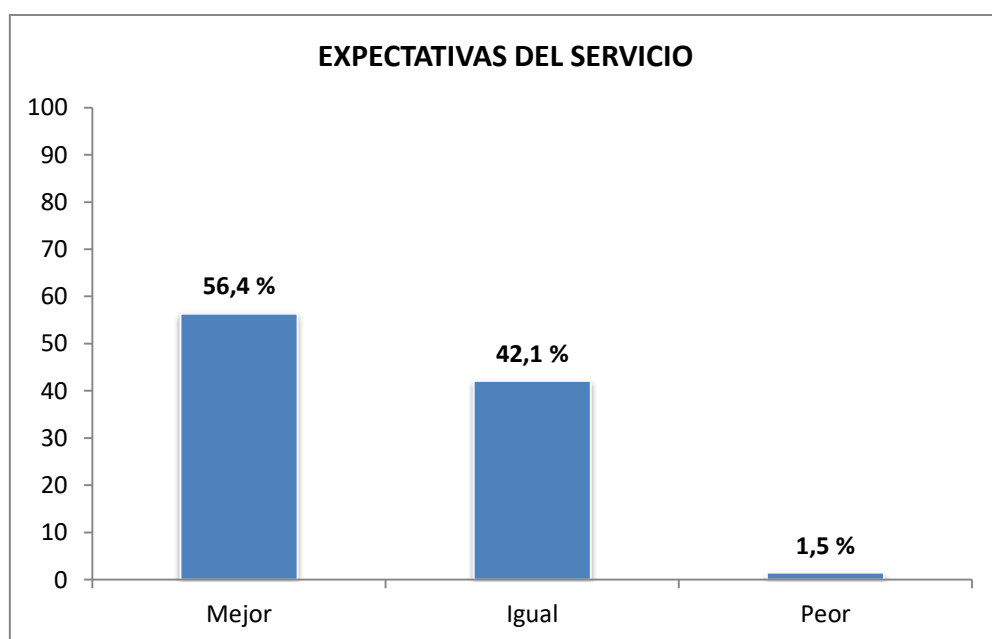


- ✓ Cuando se pregunta que si en caso de una situación similar, por la que acudió al Servicio, volvería, un 99,1% afirma que sí.
- ✓ Por otra parte, se pregunta a las usuarias si recomendarían el Servicio a otras personas con una situación similar, respecto a la cual el 99,4% responden afirmativamente.

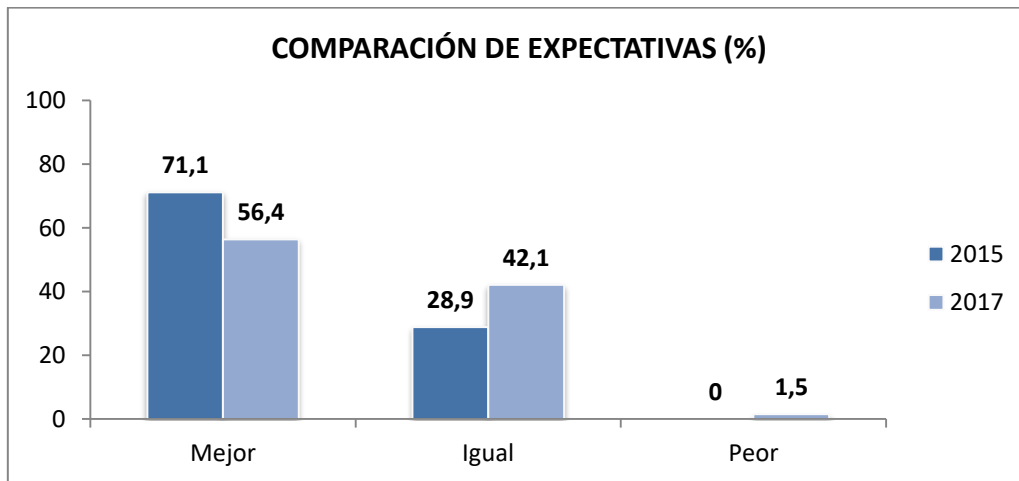


4.2 Expectativas

- ✓ Se incluye una pregunta para medir las expectativas de las usuarias, concretamente se pregunta acerca de la percepción particular del servicio recibido, con las posibles respuestas de *mejor de lo que esperaba, igual o peor*. El mayor porcentaje registrado ha sido, con un 56,4% de las usuarias encuestadas, aquellas que afirman que ha sido mejor de lo esperado.



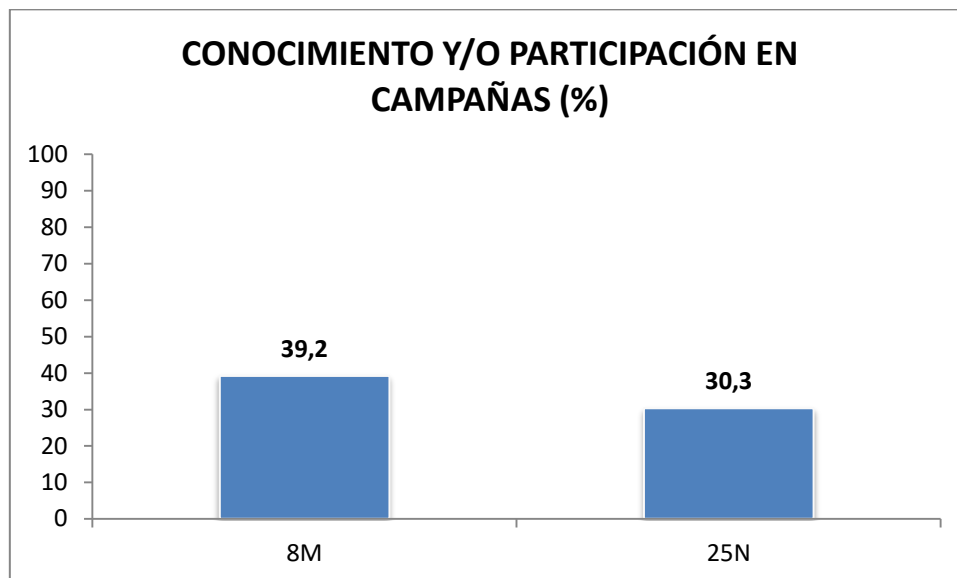
- ✓ Comparando los datos con los obtenidos en el año 2015, si se atiende de manera global, la dinámica de expectativas de usuarias encuestadas, en ambos años es muy positiva. Cabría mencionar, que en esta última edición, ha descendido en misma proporción, las usuarias que han valorado el servicio recibido como mejor de lo que esperaba a favor de aquellas que lo han valorado como igual de lo que esperaba.



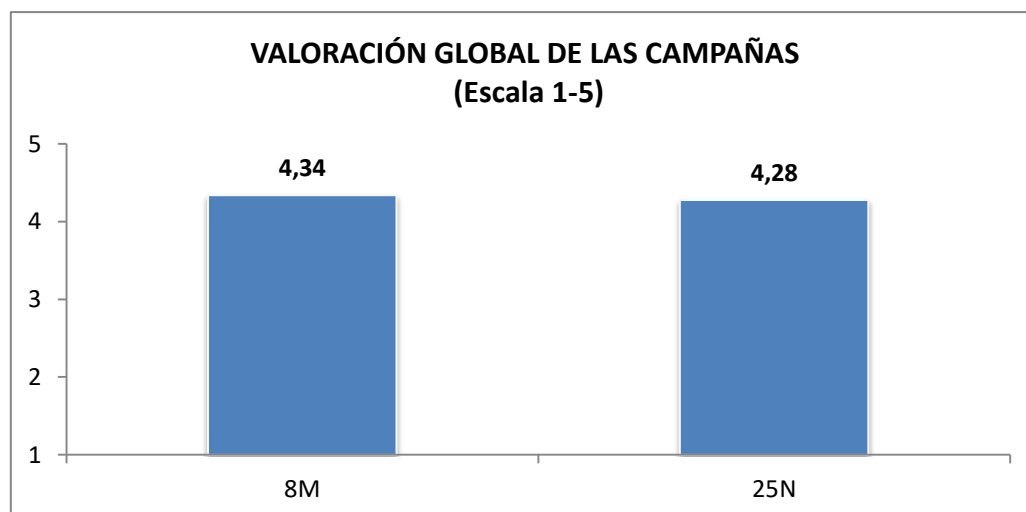
5. VALORACIÓN DE LAS CAMPAÑAS

5.1 Conocimiento, participación y valoración de las Campañas.

- ✓ Entre las usuarias encuestadas un 39,2% afirma conocer y/o participar en la campaña del 8M y un 30,3% en la del 25N.
- ✓ El índice de desconocimiento sigue siendo bastante elevado en ambos casos.



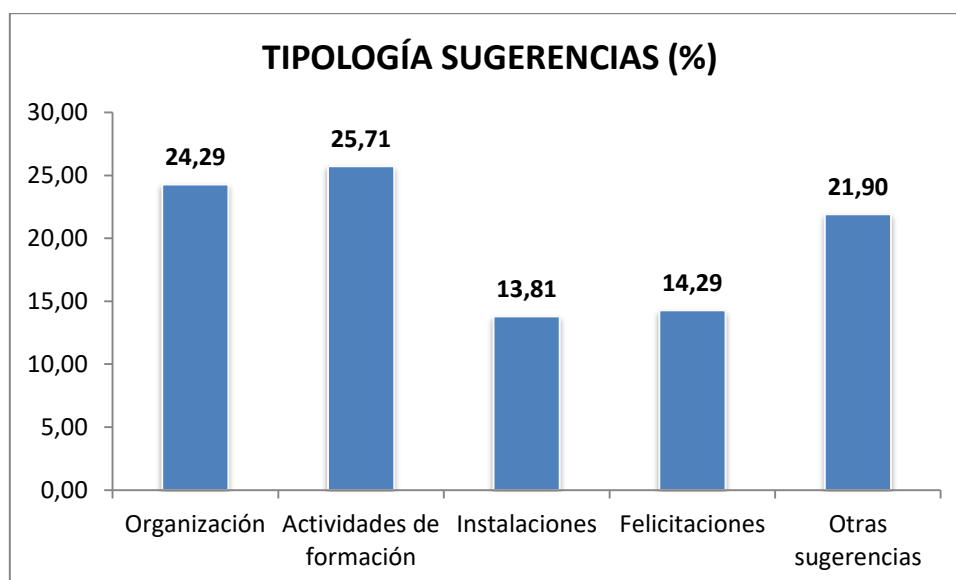
- ✓ Respecto a la valoración global que le asignan a dichas campañas las usuarias encuestadas, se observan unos datos muy positivos, superando los 4 puntos en ambos casos en una escala del 1 al 5.



6. SUGERENCIAS Y NECESIDADES

En el cuestionario de satisfacción de usuarias se ha incluido una pregunta en la que las encuestadas pueden hacer sugerencias para mejorar el funcionamiento general de la Casa de la Mujer.

Se han recogido un total de 210 comentarios, los cuales han sido agrupados según la categoría. La mayor parte de las sugerencias son referentes a las actividades de cursos y/o talleres y a la organización. En el gráfico que sigue a continuación se observará dicho resultado.



Desglosando cada categoría se extraen las siguientes conclusiones:

| SUGERENCIAS PARA UNA MEJORA DE LA CASA DE LA MUJER | | |
|--|----|------|
| | n | % |
| ORGANIZACIÓN | | |
| Ampliar horarios | 11 | 5,24 |
| Mejoras de las citas (frecuencia y puntualidad) | 20 | 9,52 |
| Ampliar número de profesionales | 7 | 3,33 |
| Organización | 6 | 2,86 |
| Otros | 7 | 3,33 |

| ACTIVIDADES DE FORMACIÓN | | |
|---|------------|---------------|
| Mayor duración | 12 | 5,71 |
| Más cursos | 24 | 11,43 |
| Más contenido | 2 | 0,95 |
| Otros | 16 | 7,62 |
| INSTALACIONES | | |
| Mejora de medios audiovisuales | 15 | 7,14 |
| Mejoras general | 12 | 5,71 |
| Distribución espacios | 2 | 0,95 |
| FELICITACIONES | | |
| Personal | 4 | 1,90 |
| Gestión | 4 | 1,90 |
| General | 22 | 10,48 |
| OTRAS SUGERENCIAS | | |
| Referencia a un pasado mejor del servicio | 5 | 2,38 |
| Alternativas | 8 | 3,81 |
| Discriminación hombres | 6 | 2,86 |
| Mayor amabilidad del personal | 6 | 2,86 |
| Otros | 21 | 10,00 |
| TOTAL | 210 | 100,00 |

Detallamos los apartados más genéricos, donde encontramos comentarios tales como:

- ✓ Participar con otros municipios
- ✓ Discreción para víctimas de género
- ✓ Publicar novedades en la biblioteca
- ✓ Excursiones
- ✓ Participar en colegios
- ✓ Más presupuesto
- ✓ Problemas de aparcamiento
- ✓ Menos burocracia
- ✓ No juzgar
- ✓ Que saquen las máquinas dispensadoras de las aulas
- ✓ Volver a los cursos de convenio
- ✓ Mejor comunicación con grupo Luna
- ✓ Servicio de guardería

7. FICHA TÉCNICA

En la Encuesta de Satisfacción la Casa de la Mujer de 2017, se han recogido un total de 370 cuestionarios. El trabajo de campo ha sido realizado en la modalidad de cuestionario autoadministrado, a lo largo del último trimestre de 2017 y primero de 2018.

El margen de error para datos globales, es de $\pm 4,99$ % en las condiciones estadísticas convencionales (casos dicotómicos $p=q=50$ y un intervalo de confianza de dos desviaciones típicas 95 %), por lo tanto habría que considerar los resultados obtenidos como representativos.