

Observatorio de la ciudad

SDE N° 246

**ESTUDIO DE SATISFACCIÓN DE
USUARIOS/AS DE LA CASA DE LA MUJER
Resultados 2015.**

(herramienta Opinator)



Área de Gobierno
Administración Municipal

Departamento
Planificación y Evaluación





Observatorio de la ciudad



Departamento de Planificación y Evaluación

INDICE

1. PERFIL DEL USUARIO/A.....	1
1.1. Perfil del entrevistado/a	1
1.2. Horario de asistencia	2
1.3. Tipo de actividad realizada	3
2. VALORACIONES GENERALES.....	4
2.1. Satisfacción Global con el servicio prestado	4
2.2. Valoración de las DIMENSIONES de calidad del servicio	5
2.3. Valoración de los ATRIBUTOS de calidad del servicio	7
3. CONSULTA PSICOLÓGICA, JURÍDICA Y SOCIAL (PUNTO DE VIOLENCIA).....	9
3.1. Valoración de la Consulta psicológica, jurídica y social (Punto de Violencia)	9
4. EXPECTATIVAS.....	10
4.1. Valoración del servicio prestado respecto a lo esperado.....	10
5. SUGERENCIAS.....	12
6. VALORACIÓN DE CAMPAÑAS.....	13
6.1. Conocimiento, participación y valoración de Campañas	13
FICHA TÉCNICA.....	15

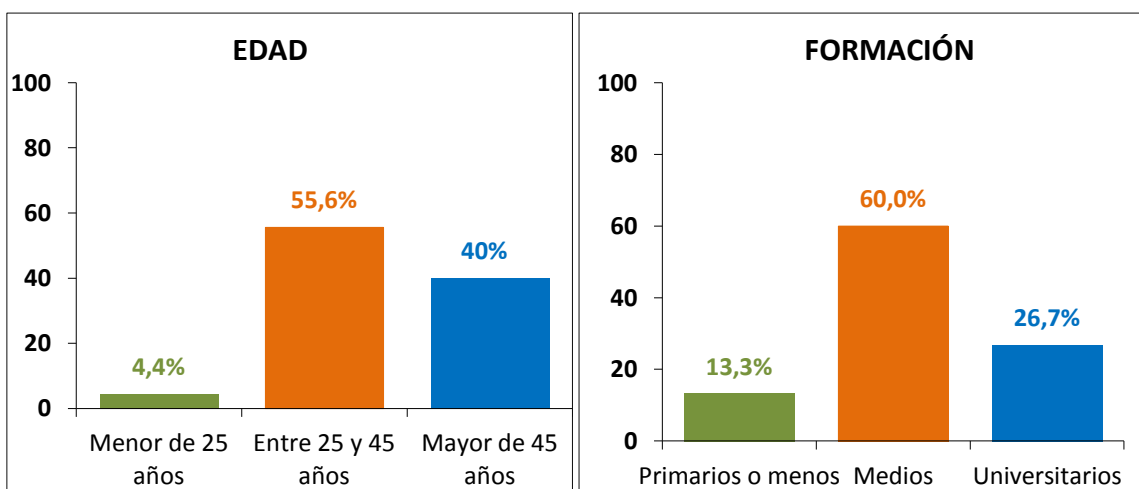


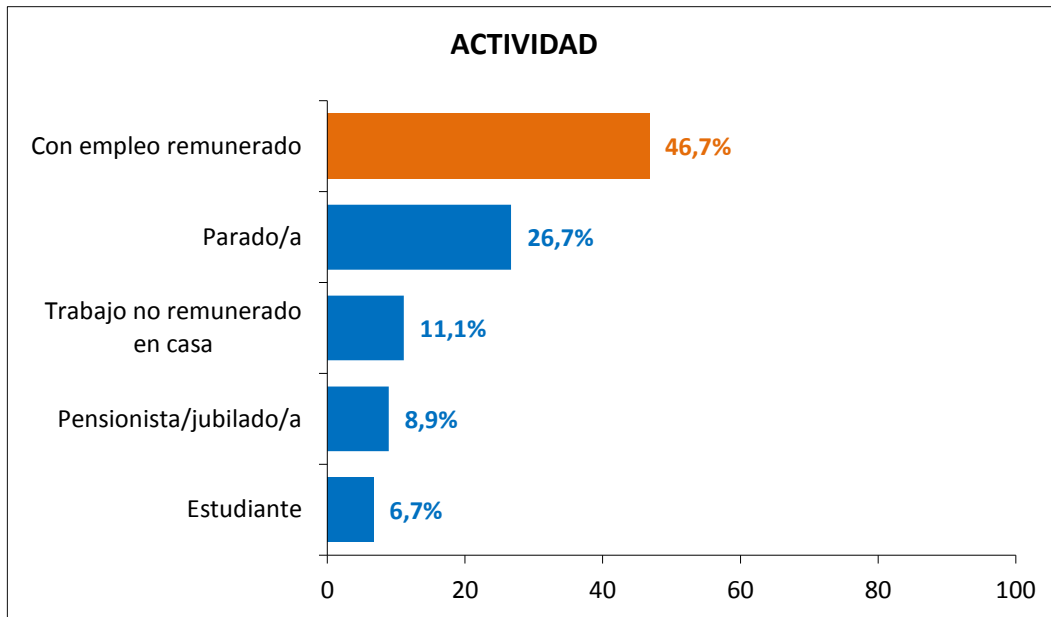
1. Perfil del usuario/a

1.1. Perfil del entrevistado/a

- El perfil del entrevistado/a más representado entre los usuarios/as de la Casa de la Mujer responde a las siguientes características:

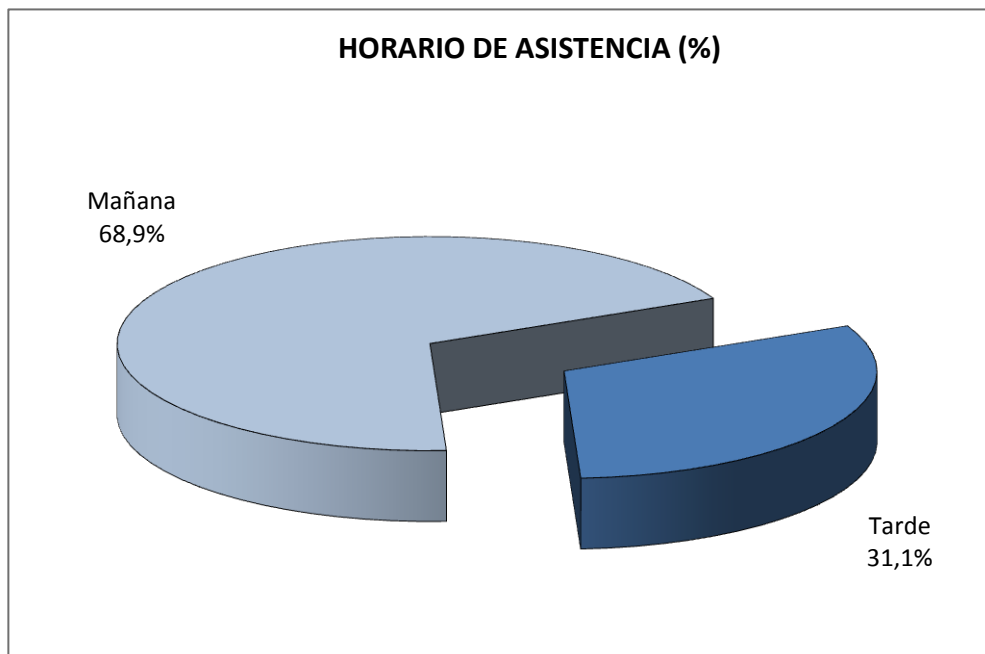
- ✓ Entre 25 y 45 años
- ✓ Estudios Medios
- ✓ Empleo remunerado





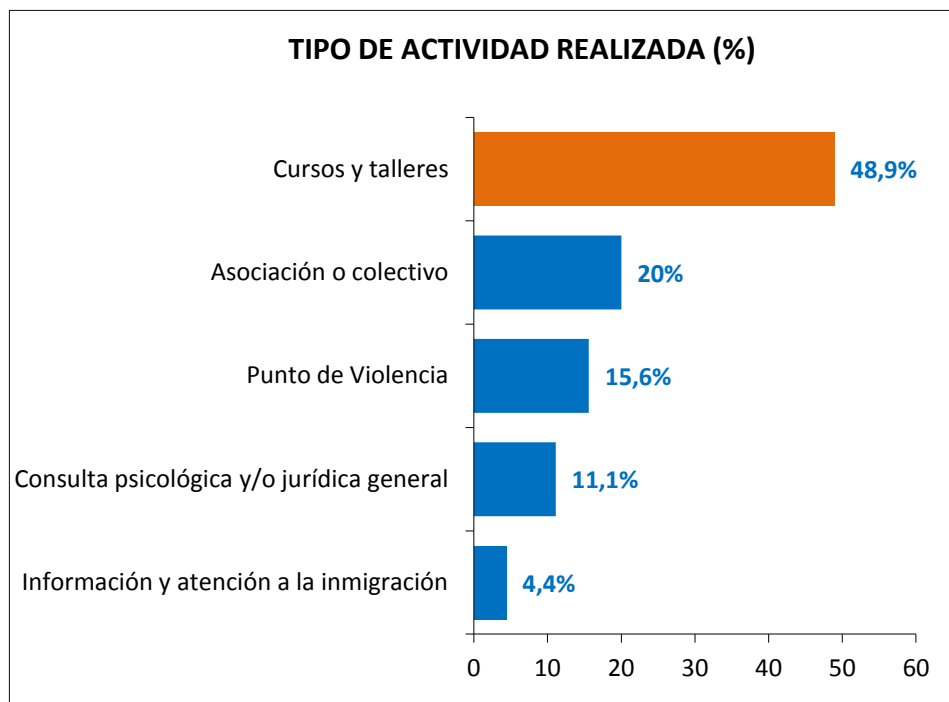
1.2. Horario de asistencia

- El volumen de usuarios/as es notablemente superior en **horario de mañana (68,9%)** que en horario de tarde (31,1%).



1.3. Tipo de actividad realizada

- La mayor proporción (48,9%) de encuestados/as declara ser usuario/a de los *Cursos y/o talleres* que organiza el Servicio; le sigue en orden de importancia la actividad de *Asociación o colectivo* (20%), la *Consulta psicológica, jurídica y social relacionada con la violencia de género (Punto de Violencia)* (15,6%), la *Consulta psicológica y/o jurídica general* (11,1%) y, en último lugar, la *Información y atención a la inmigración* (4,4%).

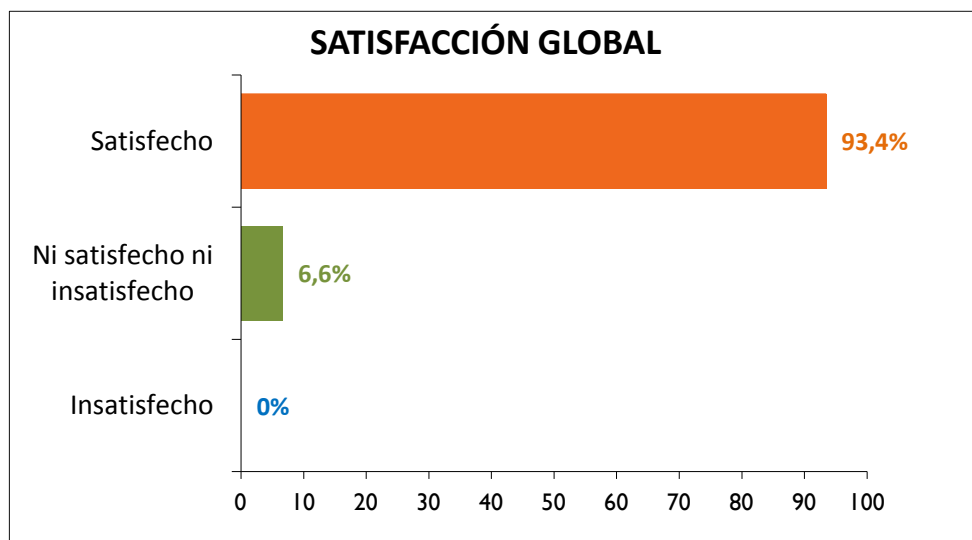


2. Valoraciones generales

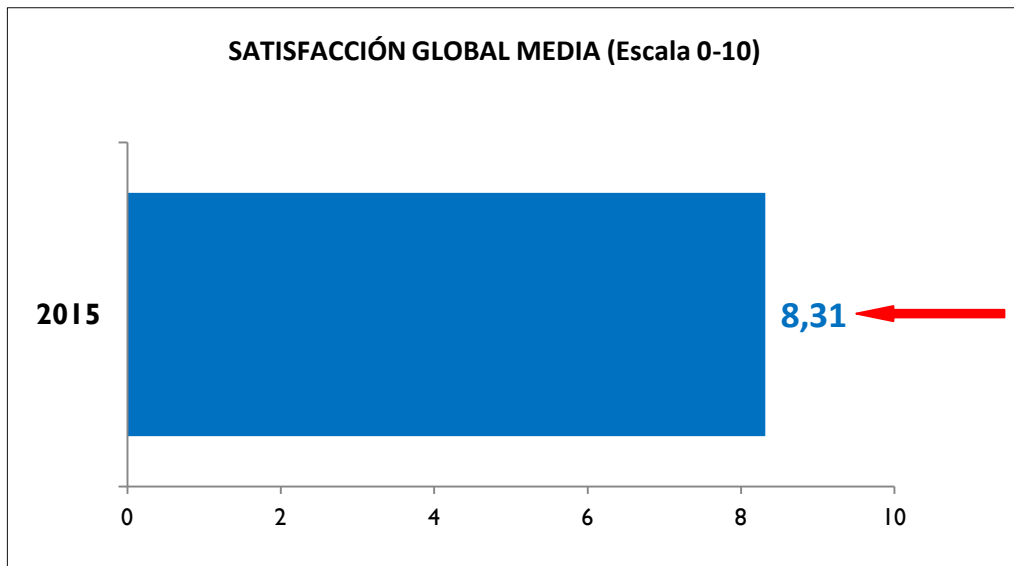
El cuestionario de “Satisfacción de Usuarios/as de la Casa de la Mujer” se puso en funcionamiento el 18 de febrero de 2015, a través de la herramienta *Opinator*, en la que a través de una tableta instalada en las dependencias de la Casa de la Mujer o capturando el código BIDI con el móvil, los usuarios/as cumplimentan el cuestionario. El campo finalizó el 31 de mayo de 2015 y se han cumplimentado **45 cuestionarios**.

2.1. Satisfacción Global con el servicio prestado

- El **93,4%** de los usuarios/as de la Casa de la Mujer se muestran satisfechos/as¹ con este servicio municipal. Un 6,6% dice no estar “ni satisfecho ni insatisfecho” y ningún entrevistado/a se siente insatisfecho/a.
- La Calificación Global del Servicio en la escala 0-10 es de **8,31 puntos de media**, lo que viene a equivaler a un *notable alto* en el nivel de satisfacción.



¹ La valoración en escala 0 a 10 se ha agrupado de la siguiente manera: 0 a 4 “insatisfecho” 5 a 6 “ni satisfecho ni insatisfecho” y 7 a 10 “satisfecho”.



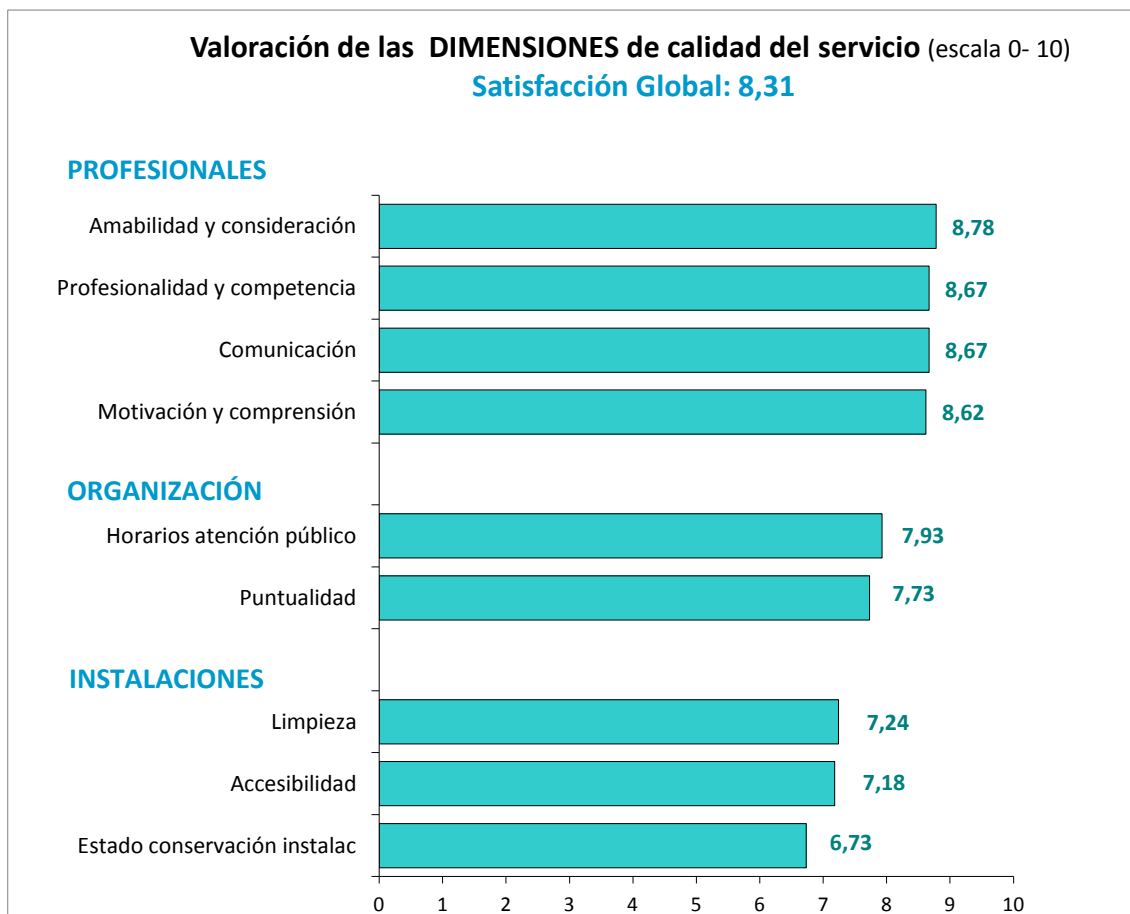
2.2. Valoración de las DIMENSIONES de calidad del servicio

Considerando las dimensiones que configuran la calidad del servicio, las puntuaciones obtenidas evidencian, en conjunto, una valoración muy positiva del servicio, sin diferencias apreciables entre los distintos colectivos de usuarios/as.

- ✓ El análisis de la valoración media del usuario/a respecto a las tres **DIMENSIONES** de calidad analizadas, ponen de manifiesto que el bloque mejor valorado es el que se refiere a los *Profesionales* (8,69). A continuación el conjunto de aspectos referidos a la *Organización* (7,83) y por último, el bloque de *Instalaciones* (7,05).
 - Profesionales: 8,69
 - Organización: 7,83
 - Instalaciones: 7,05

Veámos más en detalle los elementos valorados en cada uno de estos bloques:

- ✓ En primer lugar, por lo que se refiere a los **Profesionales**, dentro de un marco de escasas diferencias en las puntuaciones respectivas de cada uno de los aspectos considerados –todos obtienen puntuaciones muy altas–, destacan especialmente la “Amabilidad y consideración” (8,78), seguido de la “Profesionalidad y competencia” y la “Comunicación” con el usuario/a” (8,67, respectivamente).
- ✓ En lo que se refiere a la **Organización**, el aspecto puntuado más favorablemente son los “Horarios de atención al público” (7,93). La “Puntualidad” en las citas alcanza un 7,73 de media, que aún siendo una valoración positiva, dentro un ranking de notas, está en las últimas posiciones.
- ✓ Por último, en cuanto a los elementos relacionados con las **Instalaciones**, la “Limpieza” (7,24) es lo más valorado. Por el contrario, el “Estado de conservación de las instalaciones” (6,73) se sitúa a la cola de todos los aspectos valorados, con una puntuación por debajo del 7 de media.



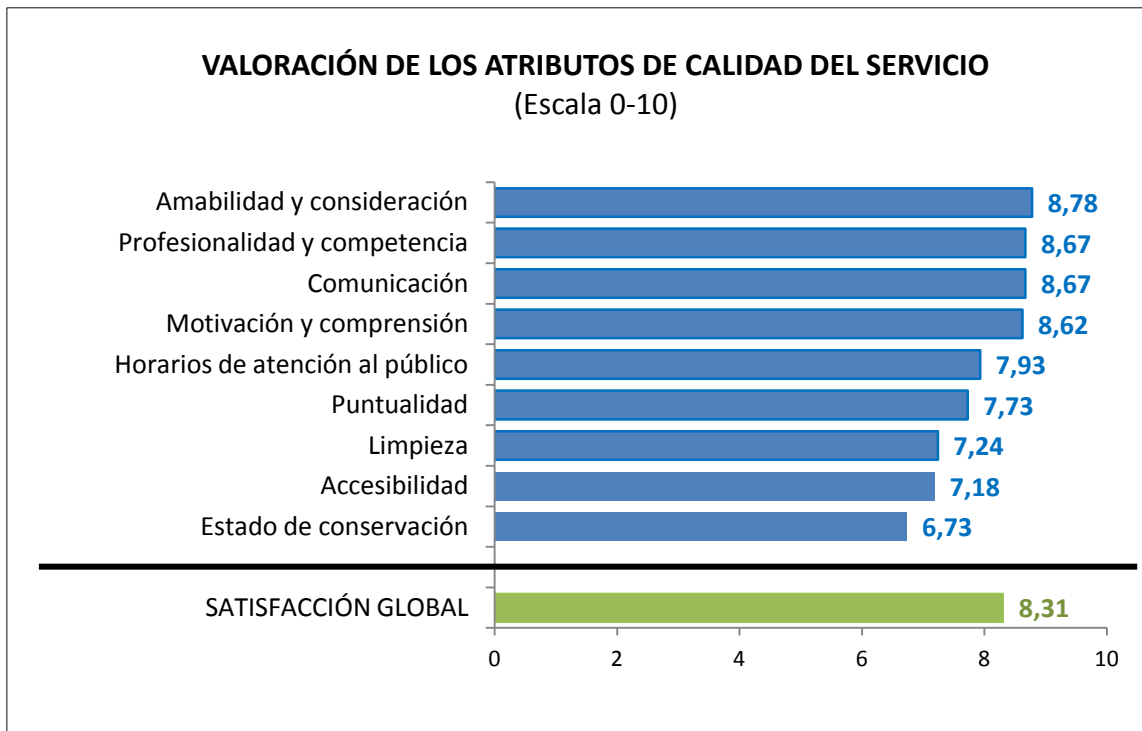
2.3. Valoración de los ATRIBUTOS de calidad del servicio

Considerando los atributos que configuran cada una de las dimensiones de la calidad del servicio, las puntuaciones obtenidas ponen de manifiesto una buena valoración de todos ellos, pero con diferencias claramente marcadas.

- ✓ 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 (8,31). La diferencia entre el aspecto mejor calificado, la “Amabilidad y consideración” (8,78) y el peor valorado, los “Estado de conservación de las instalaciones” (6,73), es de 2 puntos.
- ✓ 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 (8,78 puntos).
 - **Profesionalidad y competencia:** si el personal ejerce su función satisfactoriamente (8,67).
 - **Comunicación** con el usuario/a: han utilizado un lenguaje claro y sencillo en las explicaciones (8,67 puntos de media)
 - **Motivación y comprensión:** si el personal muestra interés por su problemática (8,62).
- ✓ En este sentido, los **atributos con una valoración media** (puntuaciones entre el 7 y el 8) son los siguientes:
 - **Horarios** de atención al público: 7,93 puntos de media.
 - **Puntualidad:** cumplimiento de los horarios preestablecidos en las citas (7,73).
 - **Limpieza:** en el interior de las instalaciones (7,24 puntos).
 - **Accesibilidad:** resulta fácil llegar y localizar las dependencias (7,18 puntos).

✓ Por el contrario, el atributo **“peor” valorado**, es el siguiente:

➤ **Estado de conservación** de las instalaciones: 6,73 puntos.



El **pequeño tamaño muestral** del estudio, no permite hacer un análisis de las variables más influyentes en las puntuaciones otorgadas a todos los aspectos relativos a la Casa de la Mujer, puestos que algunas variables y categorías sociodemográficas no aparecen suficientemente representadas. Hecha esta apreciación, se observa una **tendencia a calificar más positivamente** cuando se dan las siguientes características:

- **Horario de mañana**
- **Edad entre los 25 y 45 años**
- **Estudios universitarios**
- **Usuarios/as que ha visto superadas sus expectativas iniciales**

3. Consulta psicológica, jurídica y social relacionada con la violencia de género (Punto de violencia)

3.1. Valoración de la *Consulta psicológica, jurídica y social relacionada con la violencia de género (Punto de violencia)*

- Las cuestiones relativas al servicio prestado por la Casa de la Mujer de *Consulta psicológica, jurídica y social relacionada con la violencia de género (Punto de violencia)*, han sido respondidas tan sólo por 7 personas, lo que supone un tamaño muestral demasiado pequeño como para poder hacer un análisis de las satisfacciones con este servicio.

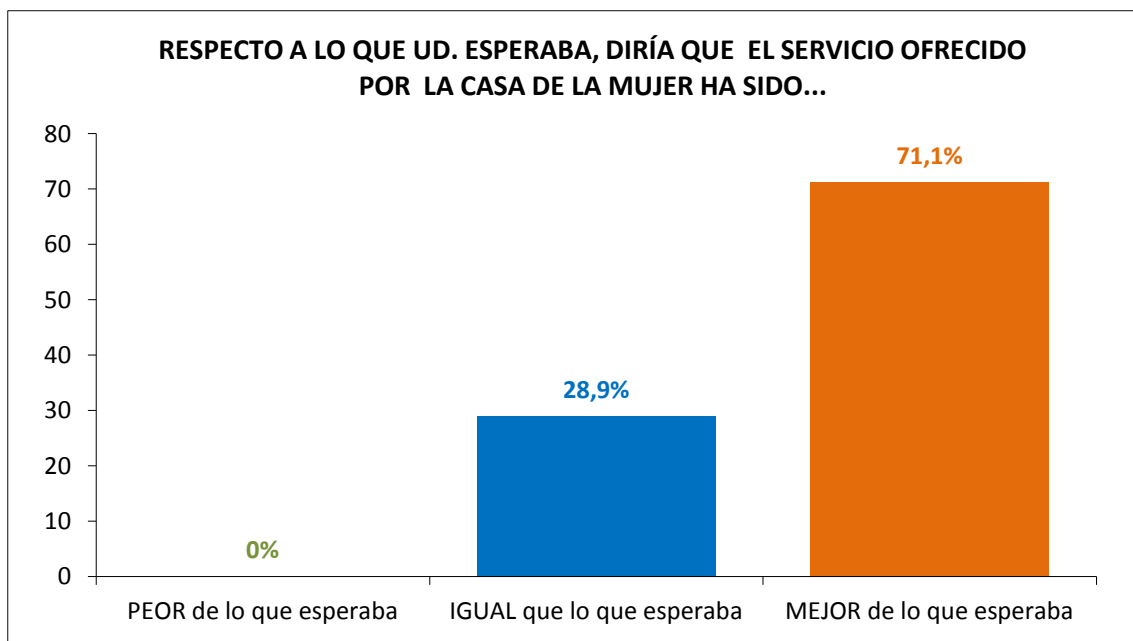
En cualquier caso, se exponen a continuación las valoraciones aportadas por estas siete entrevistadas:

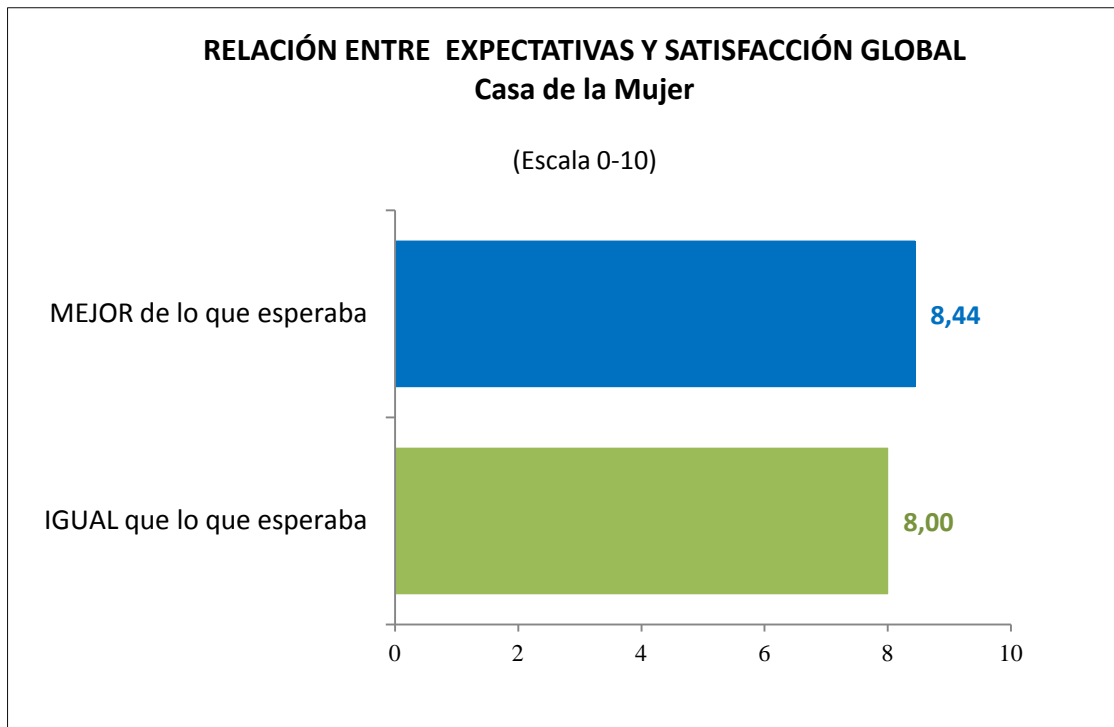
- ✓ Un 16,6% de las usuarias de la Casa de la Mujer ha utilizado este servicio.
- ✓ Para el 85,7% el servicio recibido en esta Consulta ha sido “muy útil” y para el 14,3% restante “bastante útil”.
- ✓ El 100% volvería a utilizar este servicio si tuviera una situación similar.
- ✓ El 100% recomendaría este servicio a otras personas en su misma situación.

4. Expectativas

4.1. Valoración del servicio prestado respecto a lo esperado

- Para el **71,1%** de los usuarios/as la actividad y/o servicio recibido en la Casa de la Mujer ha sido **mejor de lo que esperaban**. Esta superación de la expectativa inicial se refleja en el **8,44** con que valoran su grado de satisfacción global.
- Un 28,9% de las usuarios/as se han encontrado un servicio al **nivel de lo que esperaban**. La expectativa es alta, puesto que el grado de satisfacción se puntúa con un **8** de media.
- No hay **ningún usuario/a** que haya tenido una experiencia peor de lo que esperaba.





5. Sugerencias

En el cuestionario de satisfacción de usuarios/as se ha incluido una pregunta en la que las entrevistados/as puede hacer sugerencias para mejorar el funcionamiento general de la Casa de la Mujer.

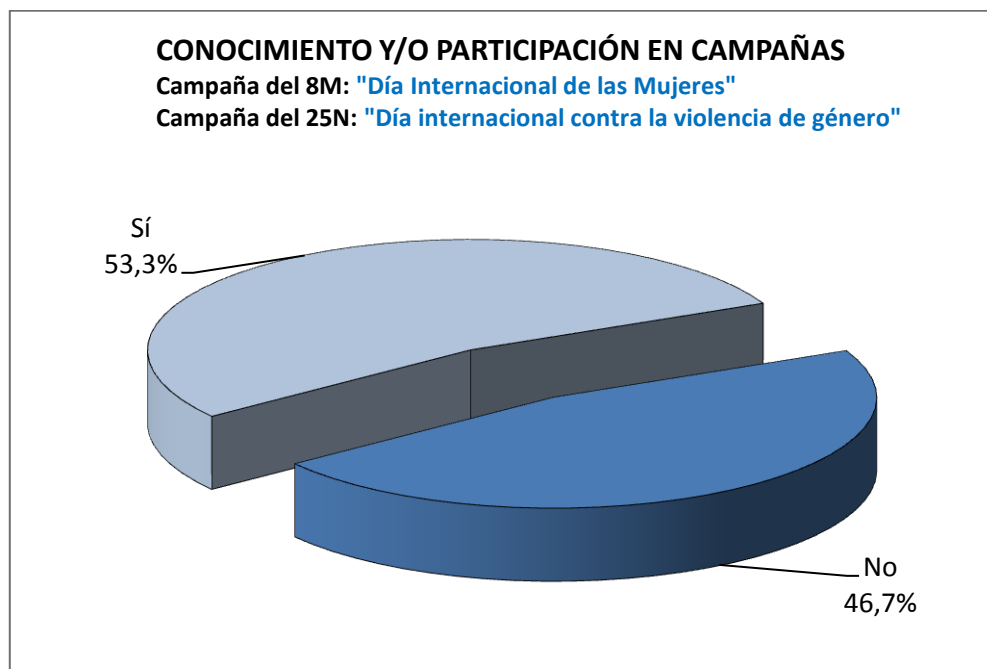
En la tabla que sigue a continuación se recogen, agrupadas en categorías, las **catorce sugerencias** aportadas por lo/as usuarios/as en relación a este Servicio, siendo las más citadas las relativas a **aspectos organizativos**, destacando especialmente en este bloque, la *Ampliación del número de profesionales (Psicólogos/as, Abogados/as...)*.

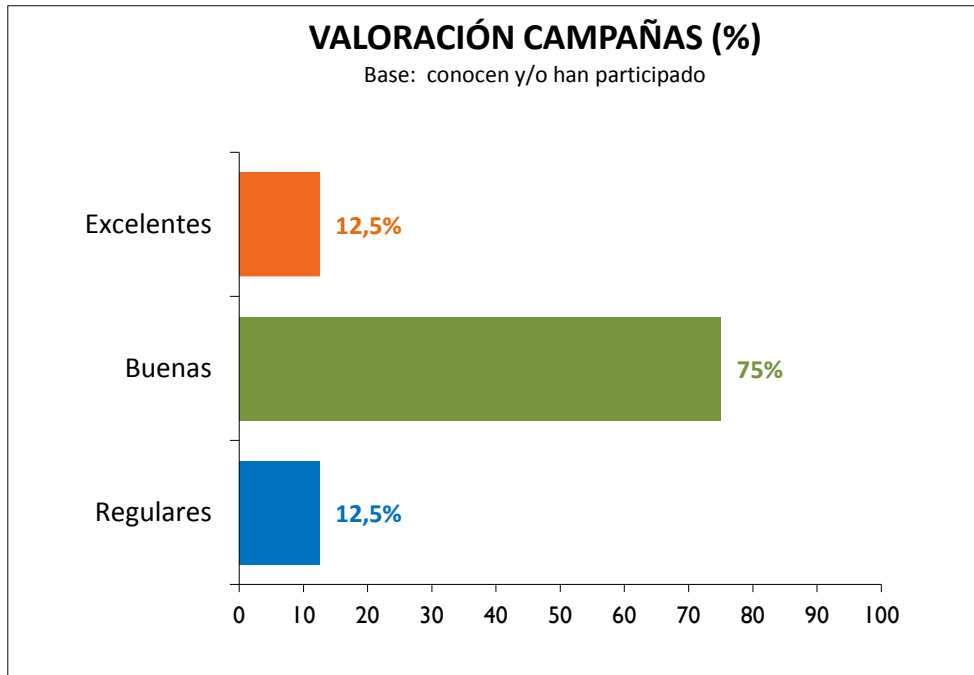
SUGERENCIAS EN RELACIÓN AL FUNCIONAMIENTO GENERAL DE LA CASA DE LA MUJER		
	n	%
ORGANIZACIÓN		
Ampliar número de profesionales	2	14,3
Simplificar documentación convocatoria subvenciones	1	7,1
Atención telefónica (dificultad para contactar)	1	7,1
Ampliar los horarios de citas	1	7,1
ACTIVIDADES DE FORMACIÓN		
Actualización de equipos informáticos, velocidad de conexión	2	14,3
INSTALACIONES		
Mejorar el estado de conservación edificio/nuevo edificio	1	7,1
OTRAS SUGERENCIAS		
Que todos los servicios de la Casa de la Mujer sean prestados por "mujeres"	1	7,1
FELICITACIONES		
No cambiaría nada, está muy bien como está	3	21,4
Felicitación al profesorado de los talleres y cursos	2	14,3
TOTAL	14	100,0

6. Valoración de Campañas

6.1. Conocimiento, participación y valoración de Campañas

- En cuanto al conocimiento de las diferentes campañas que desde la Casa de la Mujer se llevan a cabo, **son más las entrevistados/as que conocen y/o han participado en alguna de estas campañas (53,3%)**, que las que no lo han hecho. No obstante, **el índice de desconocimiento es bastante elevado (46,7%)**.
- De entre las encuestados/as que sí que conocen o han participado en alguna de las Campañas desarrolladas, la inmensa mayoría tienen una visión muy positiva de ellas, así para el 75% de ellos/as estas **campañas son “excepcionales”**.





FICHA TÉCNICA

El cuestionario de *“Satisfacción de Usuarios/as de la Casa de la Mujer”* se puso en funcionamiento el 18 de febrero de 2015, a través de la herramienta *Opinator*, en la que a través de una tableta instalada en las dependencias de la Casa de la Mujer o capturando el código BIDI con el móvil, los usuarios/as cumplimentan el cuestionario. El campo finalizó el 31 de mayo de 2015 y se han recogido un total de **45 cuestionarios**.

El volumen de entrevistados/as que componen la muestra no llega al mínimo necesario para considerar los resultados representativos del conjunto de las usuarias de la Casa de la Mujer, por tanto, **los resultados hay que considerarlos tan sólo orientativos**.