

Observatorio de la Ciudad de Alcobendas

SDE 320

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN
DE USUARIAS DEL SERVICIO
DE ATENCIÓN CASA DE LA
MUJER 2018

Mayo 2019



ÍNDICE

| | |
|--|-----------|
| 1. INTRODUCCIÓN | 1 |
| 2. SERVICIO AL QUE SE ASISTE Y VALORACIÓN DE SU UTILIDAD..... | 2 |
| 3. VALORACIÓN DE LOS PERFILES PROFESIONALES..... | 4 |
| 4. VALORACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN | 9 |
| 5. VICTIMAS DE VIOLENCIA DE GÉNERO | 10 |
| 6. EXPECTATIVAS Y VALORACIÓN GLOBAL | 11 |
| 7. CANAL DE CONOCIMIENTO | 13 |
| 8. SUGERENCIAS Y NECESIDADES | 15 |
| 9. PERFIL DE LA USUARIA..... | 17 |
| FICHA TÉCNICA | 18 |

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.

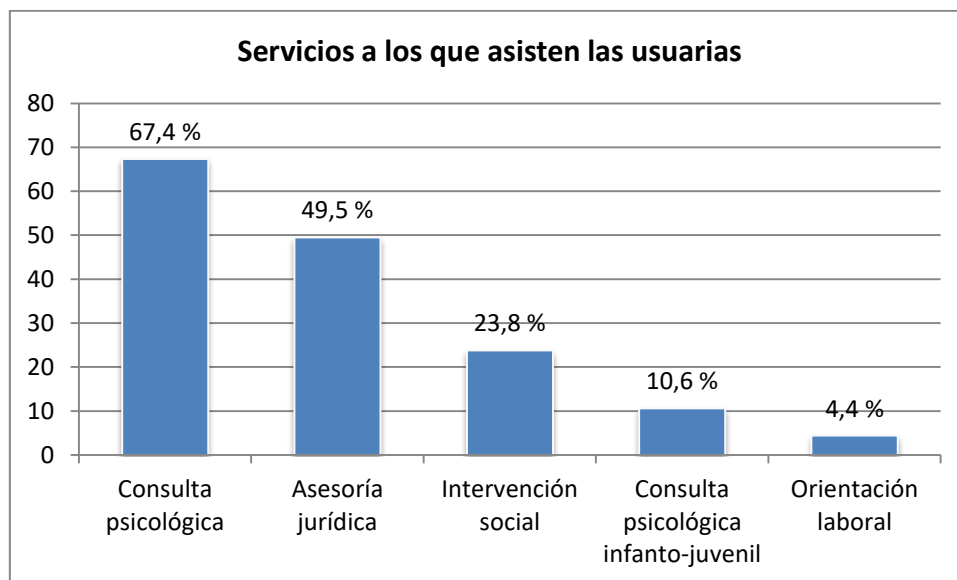
Los servicios que puedes encontrar en la Casa de la Mujer son:

- ✓ 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.) Igualmente 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).

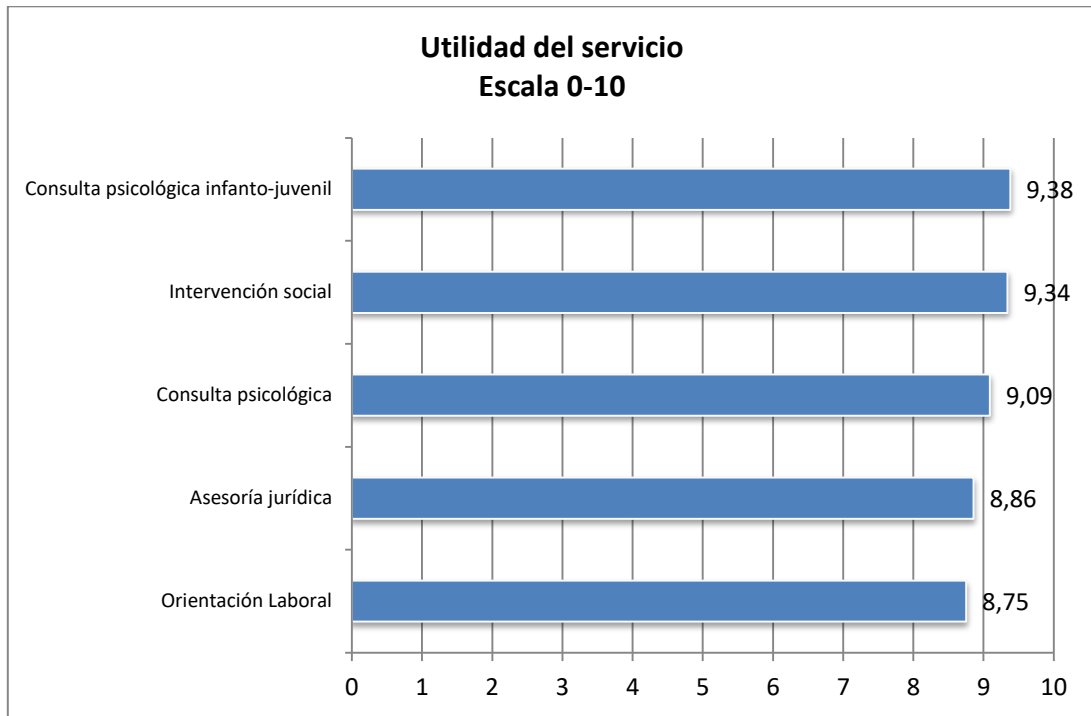
El estudio que se presenta a continuación mide el grado de satisfacción del servicio de Atención a la mujer en todas sus vertientes, psicológica (adulto e infantil), jurídica y social.

2. SERVICIO AL QUE SE ASISTE Y VALORACIÓN DE SU UTILIDAD.

La Casa de la Mujer Clara Campoamor presta diferentes servicios, al preguntar a las encuestadas qué servicio es al que asiste, teniendo en cuenta que las usuarias asisten a más de uno, los resultados muestran que el servicio más frecuentado, con un 67,4% de los casos es el de Consulta psicológica, seguido de Asesoría jurídica, con un 49,5% y del de Intervención social con un 23,8%.



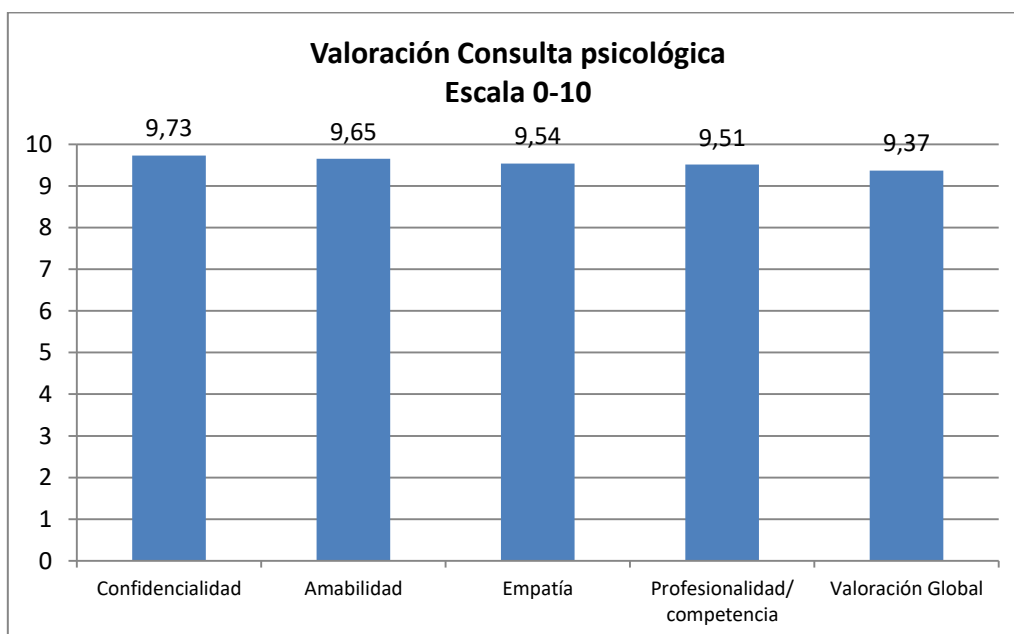
Se pide a las usuarias que valoren la utilidad de los servicios a los que asisten, con una puntuación en una escala 0-10, donde 0 es “nada útil” y 10 “muy útil”. Según la opinión de las usuarias, el servicio más útil es la Consulta psicológica infanto-juvenil (9,38), muy seguida del servicio de Intervención social (9,34). Cabe destacar que todos los servicios que ofrece La Casa de la Mujer han sido valorados con puntuaciones entorno al 9 sobre 10, lo que supone un alto nivel de valoración en su utilidad según la percepción de sus usuarias.



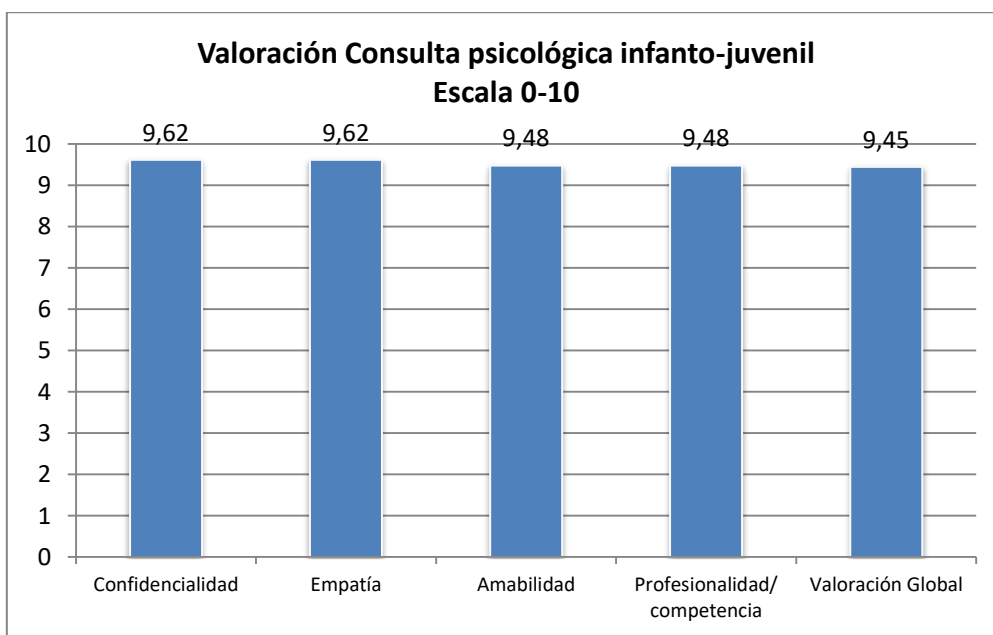
3. VALORACIÓN DE LOS PERFILES PROFESIONALES.

Una vez analizados los servicios más frecuentados y la utilidad que le asignan las usuarias, se pide a las encuestadas que valoren los servicios de manera global así como los distintos aspectos de los mismos.

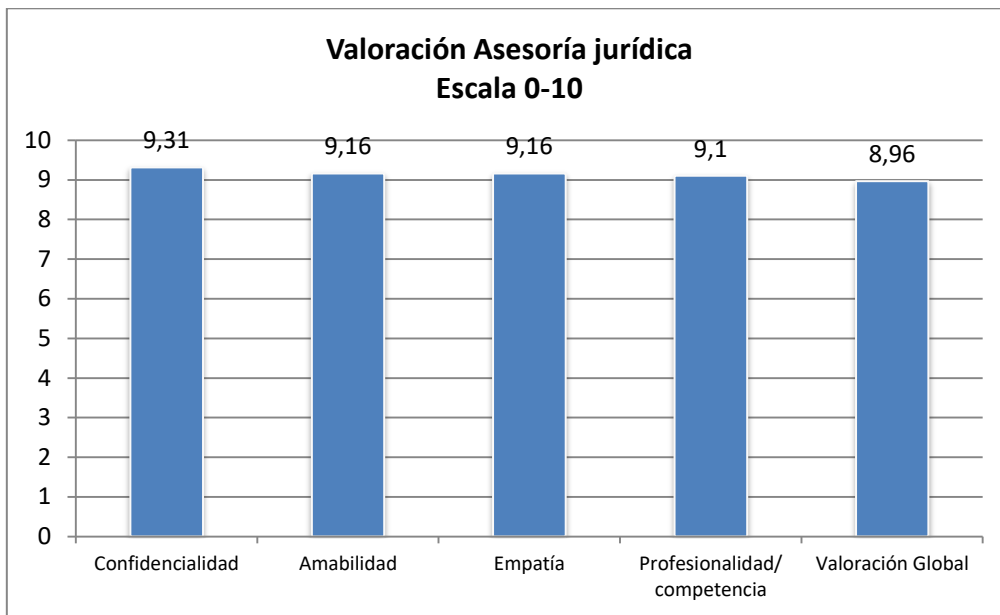
El servicio de **Consulta psicológica**, es valorado por sus usuarias de manera global con 9,37 puntos sobre 10. Respecto a los distintos aspectos por los que se pregunta de dicho servicio, la confidencialidad es lo más valorado, con 9,73 puntos, muy seguido de la amabilidad con 9,65. La empatía y la profesionalidad son igualmente muy valoradas con puntuaciones entorno a los 9,5. Como muestran los datos, este servicio que es el más utilizado por las usuarias de La Casa de la Mujer, es valorado, tanto a nivel global como a nivel particular, con puntuaciones muy positivas, siempre por encima del 9 sobre 10.



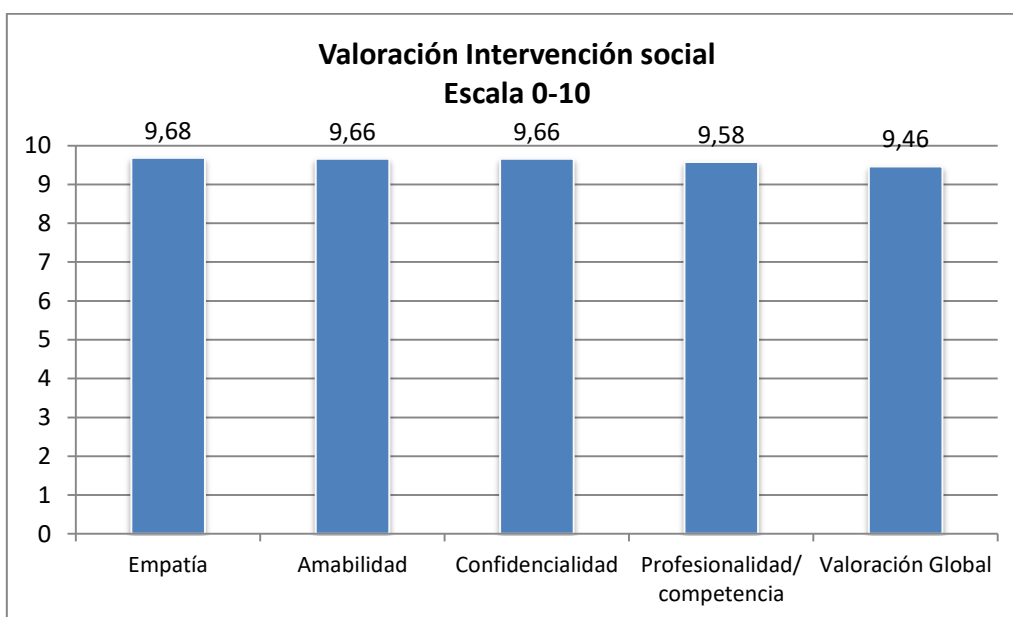
El servicio de **Consulta Psicológica infanto-juvenil**, ha sido valorado por sus usuarias con 9,45 puntos sobre 10. Al igual que en el anterior servicio, el aspecto más valorado ha sido la confidencialidad, con 9,62 puntos, con la misma puntuación las usuarias han valorado el aspecto de la empatía. La amabilidad y la profesionalidad también han resultado altamente valorados con 9,48 puntos en ambos casos. Una vez más, nos encontramos con que todos los aspectos analizados de este servicio han recibido puntuaciones por encima del 9 sobre 10.



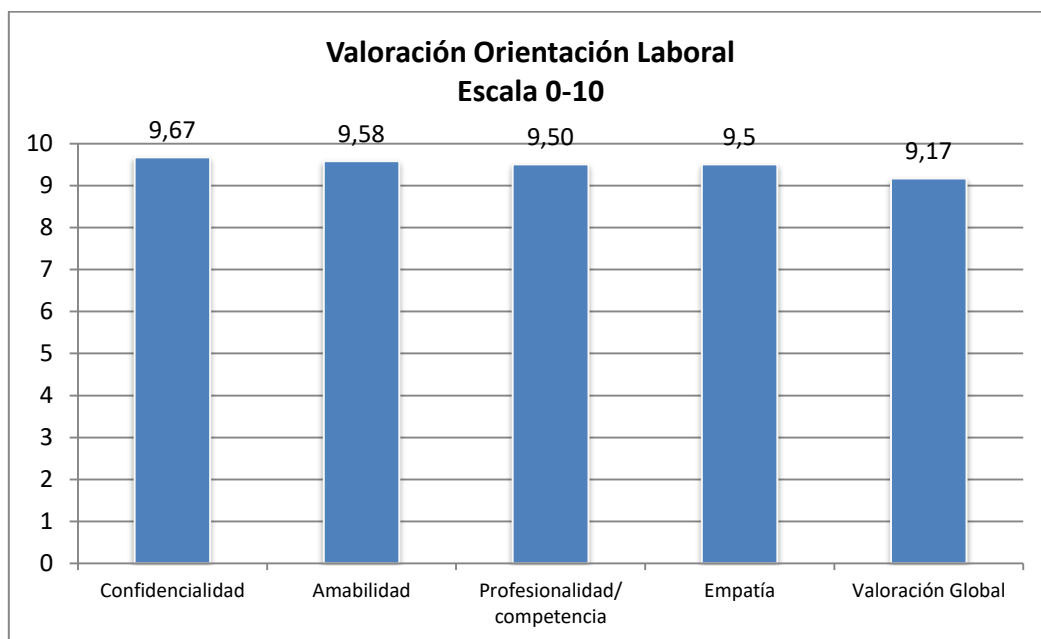
El servicio de **Asesoría jurídica** ha obtenido una valoración global de 8,96 puntos sobre 10. Al igual que el anterior servicio, el aspecto más valorado ha sido la confidencialidad, con 9,31 puntos. La amabilidad y la empatía son los siguientes aspectos mejor valorados por sus usuarias, ambos con 9,16 puntos. Por último, el aspecto de la profesionalidad ha sido puntuado con 9,1. Este servicio sigue la misma dinámica que los anteriormente citados, es decir, todos los aspectos por los que se pregunta a las usuarias han sido valorados con puntuaciones por encima del 9.



Las usuarias del servicio de **Intervención social** de la Casa de la Mujer lo han valorado de forma global con 9,46 puntos sobre 10. En este caso el aspecto más valorado ha sido la empatía con 9,68 puntos. La amabilidad y la confidencialidad son los siguientes aspectos mejor valorados, ambos con 9,66 puntos, por último, la profesionalidad ha sido puntuada con 9,58. Como ha sucedido en todos los servicios mencionados anteriormente, el total de aspectos analizados han obtenido valoraciones por encima de 9 puntos sobre 10.

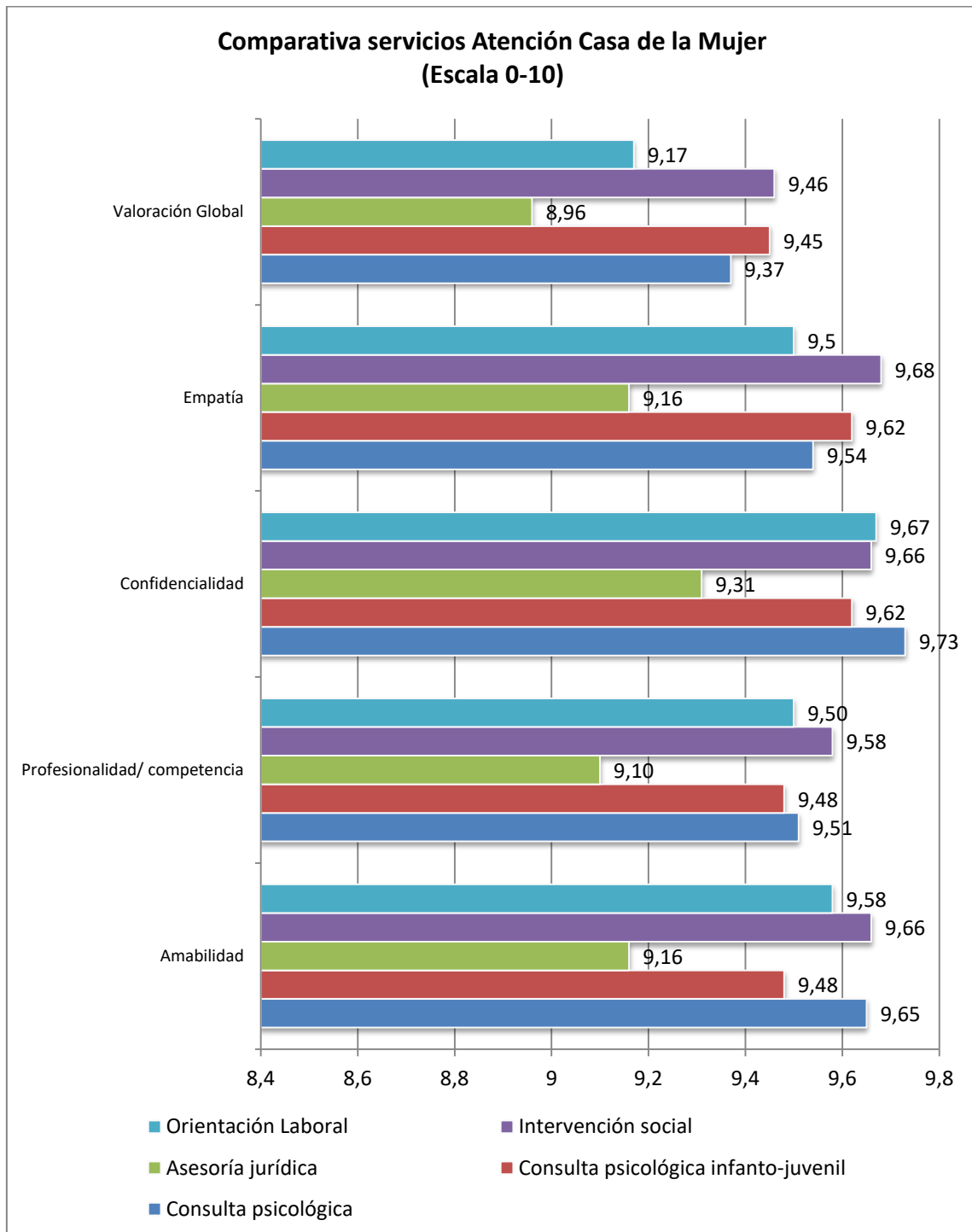


El servicio de **Orientación Laboral** ha sido valorado por sus usuarias con 9,17 puntos. Al igual que en la mayoría de los servicios que se han analizado, la confidencialidad ha sido el aspecto del servicio mejor valorado, con 9,67 puntos, seguido de la amabilidad con 9,58 puntos y por la profesionalidad y la empatía ambos con 9,5 puntos sobre 10. Como muestran los datos obtenidos, este servicio continua la dinámica de valoración, en la que todos los aspectos analizados superan los 9 puntos en una escala de 0-10.



Si observamos todos los servicios en conjunto, podemos concluir que en lo que respecta a la valoración global, el servicio mejor puntuado ha sido el de Intervención social con 9,46, muy seguido del servicio de Consulta Psicológica infanto-juvenil con 9,45. Por el contrario, el servicio menos valorado ha sido el de Asesoría jurídica, con 8,96 puntos, siendo el único servicio que ha obtenido una valoración por debajo de 9. No obstante cabe destacar que observando a rasgos generales las valoraciones globales, los servicios de la Casa de la Mujer han sido puntuados muy positivamente, todos ellos entorno a los 9 puntos sobre 10.

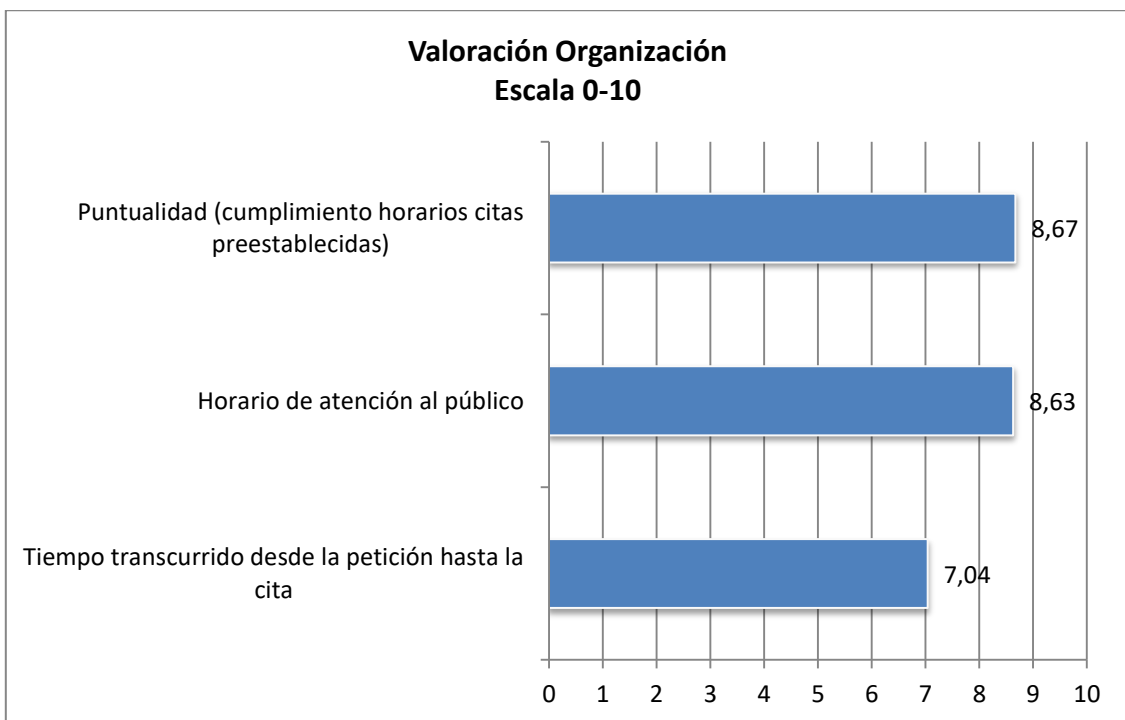
A continuación se muestra un gráfico comparativo con los datos de valoración de los distintos aspectos del servicio de Atención de la Casa de la Mujer.



4. VALORACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.

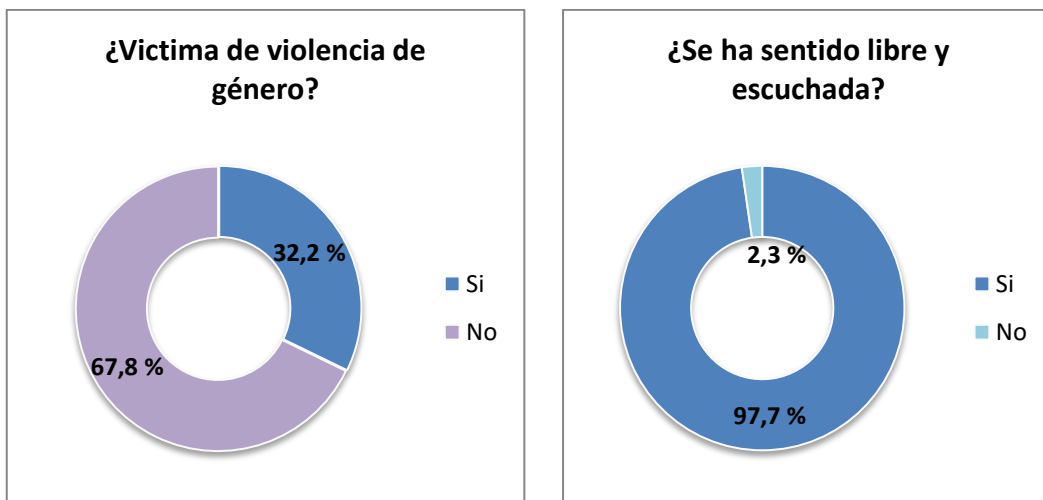
Se pide a las usuarias encuestadas que valoren distintos aspectos de la organización del servicio de Atención de la Casa de la Mujer. Según los datos obtenidos, la puntualidad, es decir, el cumplimiento de horarios de las citas preestablecidas es el aspecto mejor valorado de la organización, con 8,67 puntos sobre 10.

El siguiente aspecto mejor valorado, siguiendo muy de cerca a la puntualidad, es el horario de atención al público, con 8,63 puntos en una escala 0-10, por último, las usuarias valoran el tiempo transcurrido desde la petición de la cita, con un resultado de 7,04 puntos sobre 10.



5. VÍCTIMAS DE VIOLENCIA DE GÉNERO.

La Casa de la Mujer “Clara Campoamor” atiende a usuarias con perfiles diversos, en ocasiones son mujeres víctimas de violencia de género. Para un análisis sobre dicho perfil primero se preguntaba a la usuaria si es víctima de violencia de género, del total de encuestadas, el 32,2% respondió afirmativamente.



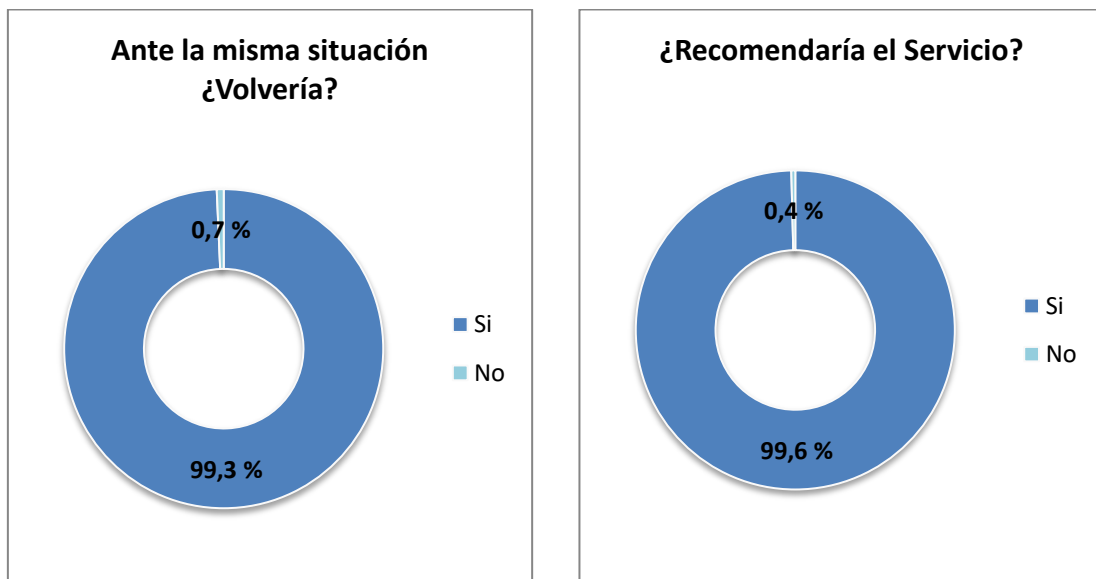
Del 32,2% de las usuarias que manifestaron ser víctimas de violencia de género, el 100% afirmó sentirse atendida en condiciones de su seguridad física y el 97,7% manifestó sentirse libre y escuchada en el servicio de Atención de La Casa de la Mujer. Al preguntar al 2,3% restante el motivo por el que no afirmó sentirse así se obtuvieron los siguientes comentarios (se cita literalmente):

- ✓ *“independientemente de que exista denuncia que no se te condicionen para que la hagas, que se te den otras opciones para atenderte”.*
- ✓ *“según asesoramiento jurídico mi violencia de género era patio de colegio, según psicólogos violencia psicológica”.*

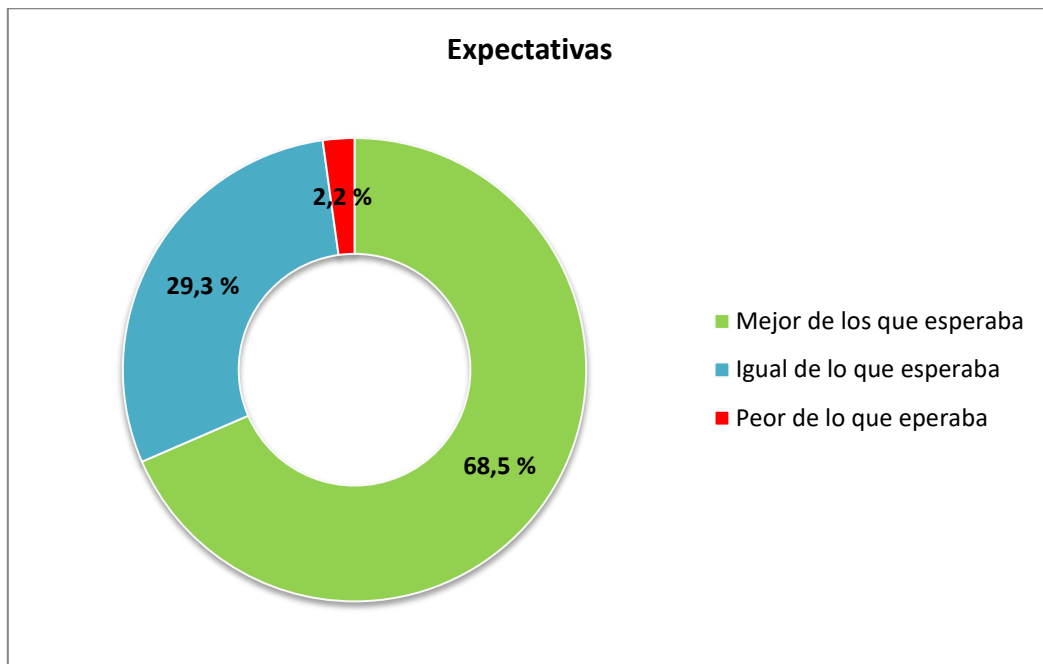
6. EXPECTATIVAS Y VALORACIÓN GLOBAL.

Una parte del cuestionario trata preguntas acerca de la experiencia de las usuarias con el servicio y sus expectativas. Los resultados obtenidos son muy positivos, con altos porcentajes valorativos hacia La Casa de la Mujer y sus diversos servicios.

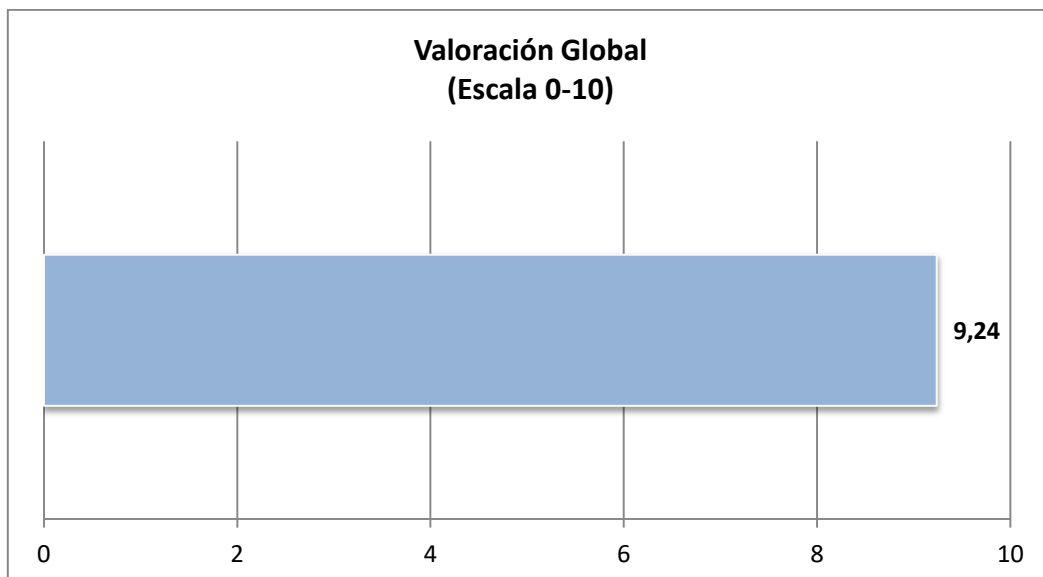
El 99,3% afirma que si se encontrase en la misma situación que le hizo acudir a dicho servicio volvería a utilizarlo de nuevo, el 99,6% afirman que recomendaría el servicio a otra usuaria con la misma situación.



Cuando se pregunta a las usuarias del servicio de Atención a la mujer acerca de sus expectativas, un amplio 68,3% afirma que fue mejor de lo esperado, seguido, con un 29,3% afirma que igual de lo que esperaba. Tan solo un 2,2% responde que sus expectativas fueron peor de lo que esperaban.

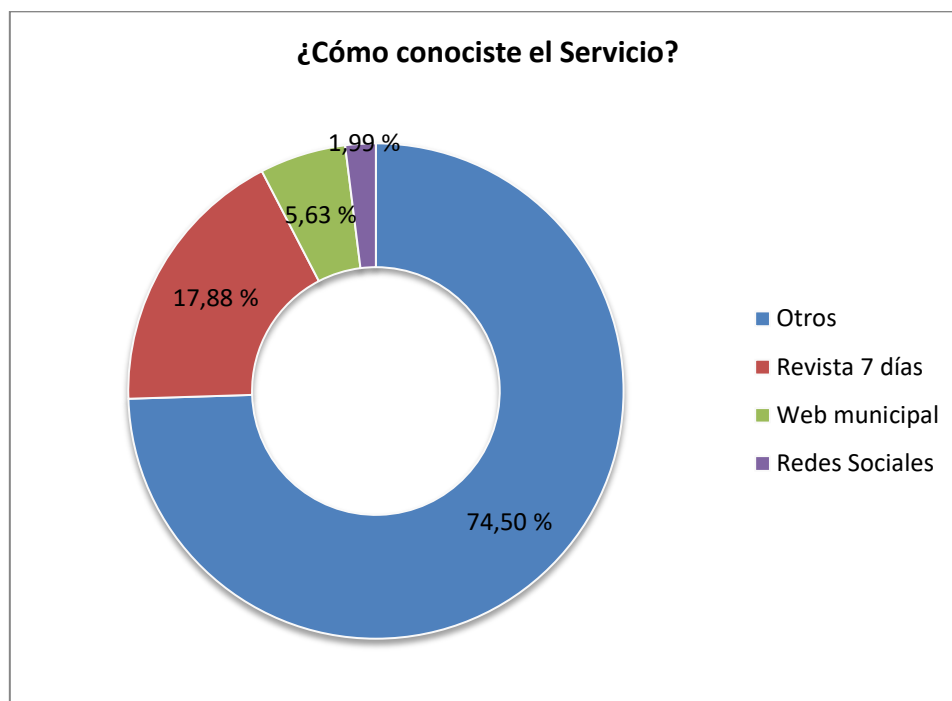


Al preguntar por una valoración global del servicio a todas las usuarias encuestadas, la media obtenida ha sido de un sobresaliente 9,24 puntos sobre 10, lo que supone un dato muy positivo sobre el servicio de Atención a la mujer.

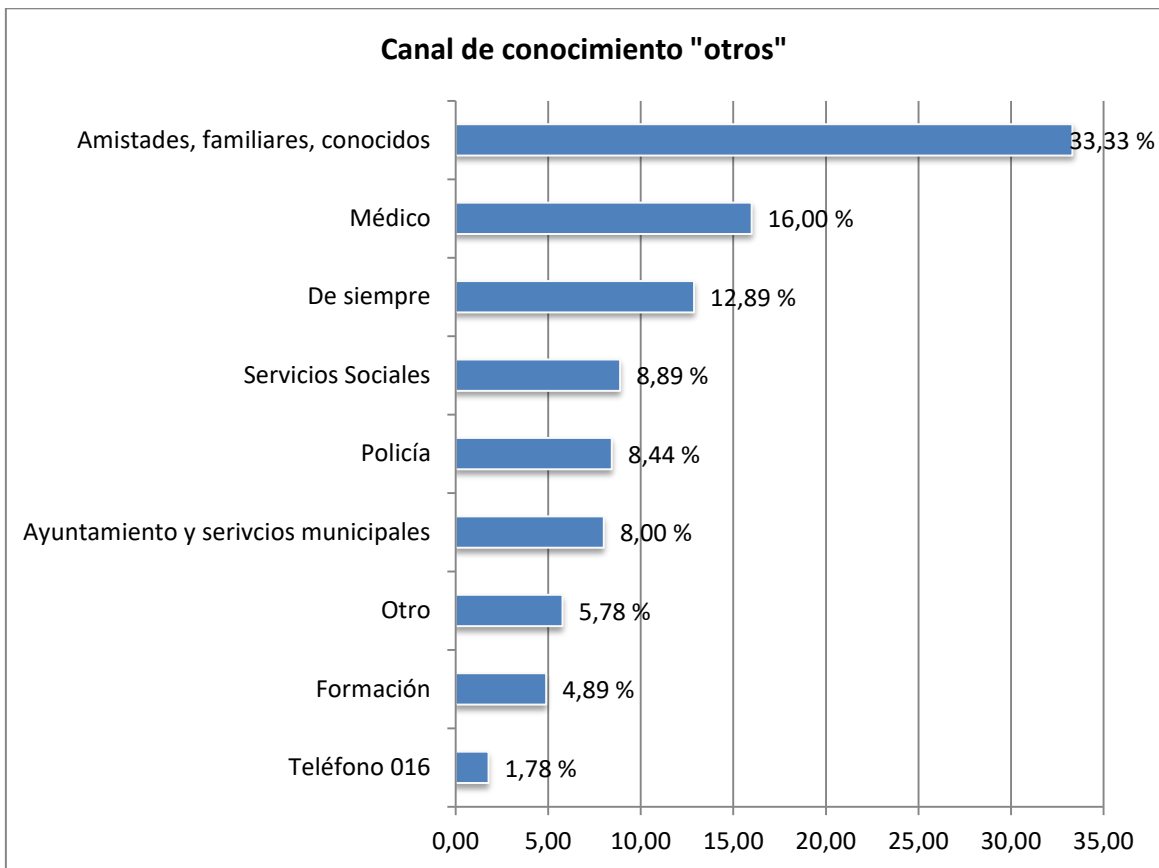


7. CANAL DE CONOCIMIENTO

El principal canal de conocimiento del servicio de Atención a la mujer entre las usuarias encuestadas, con 74,50% de representatividad, está categorizado bajo el concepto “otros” que se desarrolla más adelante. Teniendo en cuenta las opciones planteadas en el cuestionario, el segundo canal más mencionado es la revista Sietedías con un 17,88% de las respuestas, seguido de la web municipal y las redes sociales, estas últimas con porcentajes poco representativos.



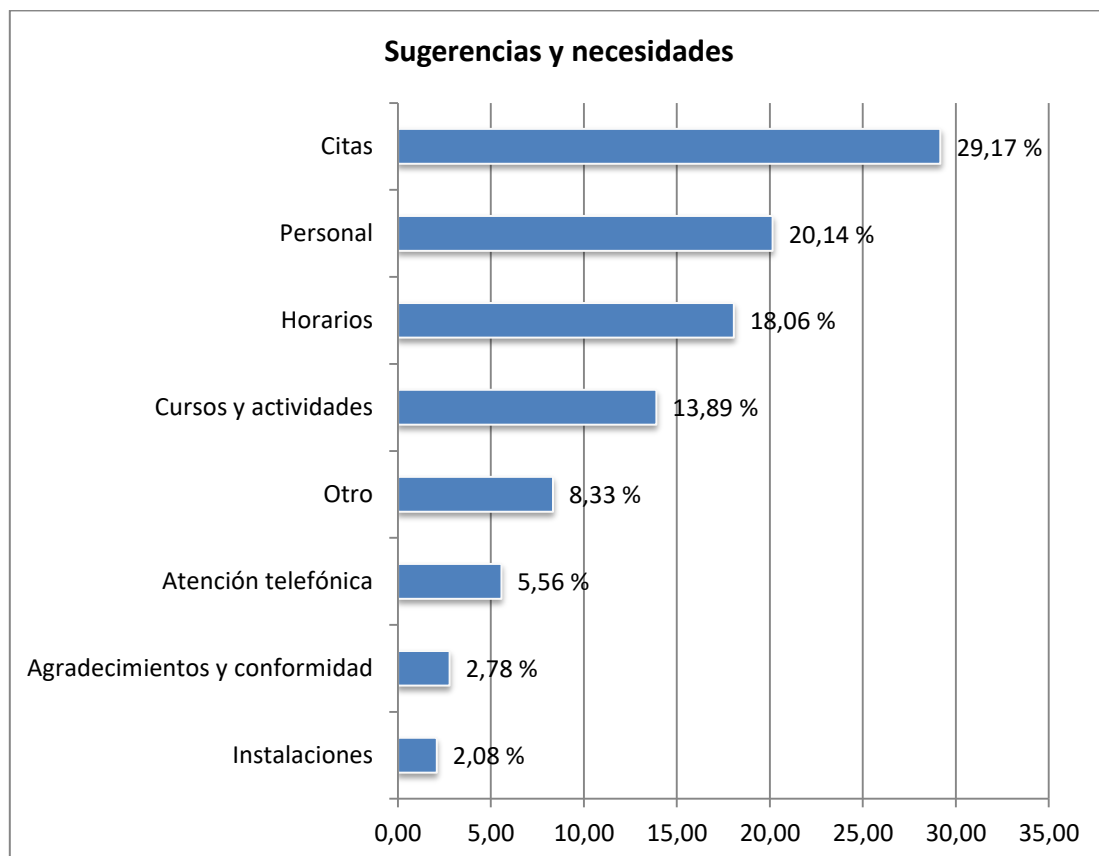
Cuando las usuarias no encontraban el canal de conocimiento sugerido en la encuesta se categorizaba como “otro”, al suponer un porcentaje tan alto, 74,50% de los casos, se ha procedido a desglosarlo obteniendo los siguientes resultados:



Como se observa en el anterior gráfico, la gran mayoría de las usuarias, con 33,33% de representatividad, conocen el servicio a través de familiares, amigos y conocidos, seguido, con un 16%, a través de médicos, hospitales o centros de salud. Otro porcentaje significativo es la respuesta “de siempre”, con el 12,89% de los casos, con esta afirmación se refieren a que son vecinas y recuerdan haber visto siempre este servicio. Los servicios sociales, la policía y el Ayuntamiento o servicios municipales son canales de conocimiento con porcentajes similares.

8. SUGERENCIAS Y NECESIDADES

Se pregunta a las usuarias encuestadas acerca de sugerencias, necesidades o expectativas que pudieran ayudar a la mejora del servicio. En total se han recogido 144 comentarios, los cuales han sido clasificados por temáticas, de esta manera, los resultados muestran que el 29,7% de los comentarios recibidos hacen referencia a las citas, seguido, con el 20,14% de comentarios referentes al personal y en tercer lugar con un 18,06% tratan acerca de los horarios. Los tres primeros temas más mencionados están unidos entre sí como se verá en la siguiente página.

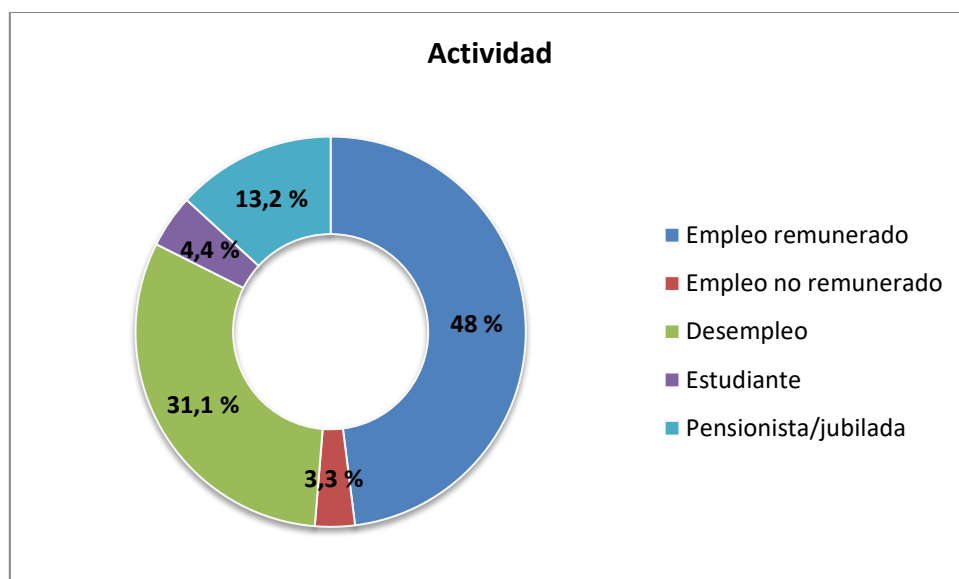
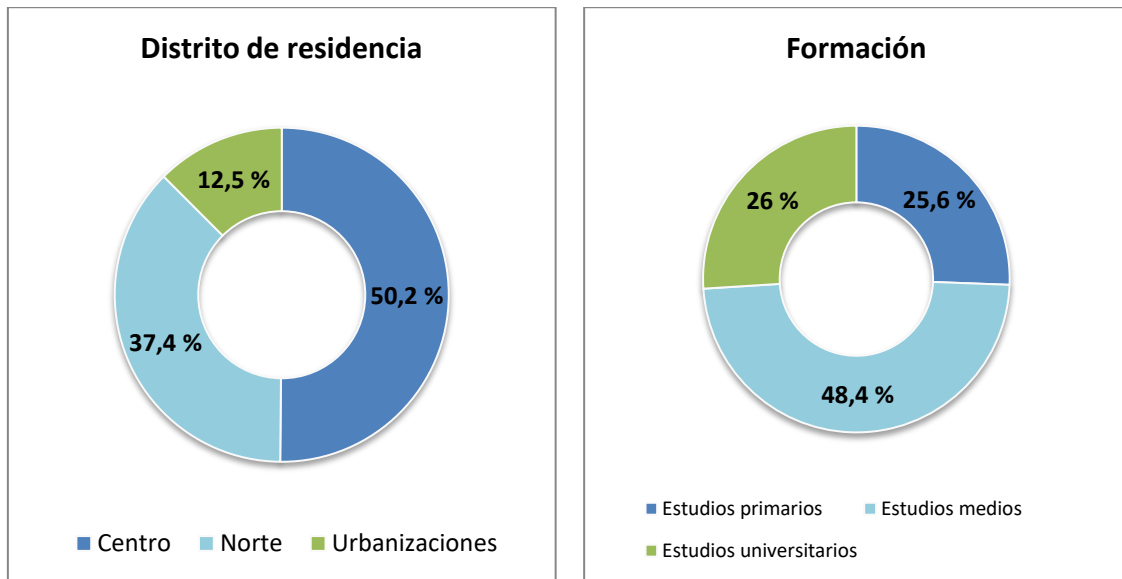


Desglosando estas temáticas los comentarios se centran en:

- ✓ Citas: la mayor parte de los comentarios hacen referencia a la petición de tener citas con mayor frecuencia, más rápidas en caso de urgencia y menor tiempo de espera entre cita y cita.
- ✓ Personal: casi el 100% de los comentarios referentes al personal se centran en pedir más personal para el servicio, con el objetivo de mejorar los tiempos de espera de las citas y para mejorar la atención recibida y el servicio en general.
- ✓ Horarios: Los comentarios bajo esta categoría solicitan ampliar los horarios, mejorar la puntualidad, acortar tiempo entre cita y cita y en las urgencias y mayor flexibilidad para citas y cursos.
- ✓ Cursos y actividades: ampliar la duración de los cursos, ampliar sus horarios, más plazas, actividades para jubiladas, poder matricularse en más de un curso y más cursos en horario de tarde.
- ✓ Atención telefónica: todos los comentarios hacen referencia a la dificultad que tienen para poder contactar con el servicio por vía telefónica.
- ✓ Instalaciones: comentan que el edificio necesita una reforma, como ejemplo comentan que las paredes no están bien aisladas.
- ✓ Agradecimientos y conformidad: Son aquellos comentarios que mencionan la importancia del servicio y lo agradecidas que se sienten de cómo son atendidas.
- ✓ Otros: Mencionan la posible mejoría del servicio de asesoría jurídica, proponen que se realicen terapias de grupo, que se atienda a todo tipo de violencia o que mejoren las urgencias.

9. PERFIL DE LA USUARIA

El perfil de la usuaria del servicio de atención en La Casa de la Mujer mayoritariamente es del distrito Centro (50,2%), con estudios medios (48,4%) y con empleo remunerado (48%).



FICHA TÉCNICA

UNIVERSO: Tomando como referencia el año 2017, año anterior a la realización del estudio de campo, Alcobendas contaba con una población total de 116.329 habitantes, de los cuales 59.658 eran mujeres, es decir, población susceptible de ser usuaria del servicio. En 2017 el número total de usuarias del servicio de Atención de la Casa de la Mujer fueron 1.018, siendo este el universo del estudio a tener en cuenta.

TAMAÑO DE LA MUESTRA: 273 encuestas.

ERROR DE MUESTREO: Para un nivel de confianza del 95% (que es el habitualmente adoptado) y en la hipótesis más desfavorable de máxima indeterminación ($p=q=50$), el margen de error para los datos del total de la muestra es de $\pm 5,08$ puntos.

MÉTODO DE RECOGIDA DE LA INFORMACIÓN: Encuesta autoadministrada.

FECHA DE REALIZACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO: 2018.