

# PROYECTO DE EVALUACIÓN INTEGRAL DE LOS SERVICIOS QUE PRESTA EL CIPAJ

[Ver sumario](#)

## 1. INTRODUCCIÓN

El CIPAJ es una Oficina de Información Joven, dependiente del Servicio de Juventud del Ayuntamiento de Zaragoza, que abrió sus puertas en diciembre de 1982.

Su tarea fundamental es recopilar información de interés para los jóvenes (principalmente de ámbito local, pero también regional, nacional o europea), trabajar documentalmente esa información y difundirla entre los jóvenes de Zaragoza, sus potenciales usuarios, que son unos 135.000 con edades comprendidas entre los 14 y los 29 años.

El CIPAJ experimentó, desde 1995 a 1998 una profunda transformación que afectó a sus instalaciones (cambio de ubicación), a los sistemas de tratamiento documental y de difusión de la información utilizados (nuevas bases de datos; información juvenil en Internet...) y a los servicios ofrecidos a los jóvenes (bancoempleo; acceso a Internet para usuarios; nuevas asesorías... ).

Con los cambios asentados, el equipo de trabajo se plantea en junio de 1998 la necesidad de evaluar de alguna manera la calidad de los distintos servicios que presta el Centro, como primer paso para conseguir mejorarlos, y, en el mes de septiembre de 1998, nos lanzamos a realizar un Proyecto de Evaluación de los servicios que presta el CIPAJ empujados por un hecho casual, como fue la convocatoria por parte del Ayuntamiento de un Concurso de Ideas de Mejora de los Servicios Municipales que incluía una oferta para nosotros determinante: se ofrecía formación para los equipos participantes.

Creamos en ese momento un Grupo de Trabajo, formado gracias a la adhesión voluntaria de la mayor parte de los trabajadores del CIPAJ y de dos compañeros del Servicio de Juventud ajenos al Centro, y con el apoyo de un profesor, Juan Carlos López de Silanes, experto en temas de calidad, abordamos la elaboración de un proyecto que constituyó el inicio de un camino sostenido hacia la mejora continua del CIPAJ.

## 2. FASES DE ELABORACION DEL PROYECTO DE EVALUACIÓN DE LOS SERVICIOS DEL CIPAJ

[Ver diapositiva resumen del proceso de elaboración del proyecto de evaluación](#)

Una vez definido el alcance y los límites del proyecto (determinados por dos retos: medir lo importante e imprescindible y conseguir la información deseada con el menor esfuerzo posible), se abordan las distintas fases del proyecto :

### 2.1. ANÁLISIS DE LOS SERVICIOS QUE PRESTA EL CIPAJ

El primer paso fue la identificación, enumeración y agrupamiento de los diferentes servicios y soportes informativos del CIPAJ. Así se llegó a una lista de nueve servicios o soportes informativos, que luego fueron priorizados en función del número de usuarios a los que cada uno llegaba, de la importancia de la información que circulaba por cada uno de ellos y del coste (en dinero u horas de ocupación) que cada uno suponía para el CIPAJ. Asimismo, se identificaron los clientes-usuarios de cada uno de los servicios.

[Ver diapositiva resumen de los servicios del CIPAJ analizados](#)

### 2.2. IDENTIFICACIÓN DE ATRIBUTOS INFORMATIVOS DE CADA SOPORTE

En esta segunda fase, el grupo confeccionó los atributos que, desde el punto de vista del cliente-usuario, debía poseer la información que se proporcionará a través de cada soporte.

### 2.3. IDENTIFICACIÓN DE INSTRUMENTOS DE MEDIDA

En esta fase se analizaron los instrumentos necesarios y convenientes para medir la calidad percibida por los usuarios al utilizar cada uno de los soportes.

Después de un proceso de reagrupamiento y selección de los instrumentos de medida, el grupo concluyó que los instrumentos de medida necesarios eran: 7 encuestas, 7 informes, 5 medidores y un buzón de sugerencias y quejas.

[Ver diapositiva resumen de los instrumentos de medida](#)

### 2.4. DISEÑO DE LOS INSTRUMENTOS DE MEDIDA

Esta última fase ha comprendido varias actividades simultáneas:

\* Confección de un **encabezamiento común para la identificación del perfil del usuario encuestado**. Este encabezamiento, que preserva el anonimato del encuestado, ha de permitir analizar el nivel de satisfacción de los clientes-usuarios en función de los distintos segmentos de jóvenes a que se dirige el CIPAJ (según edad, ocupación, nivel de estudios, distrito de residencia, etc.).

- \* Redacción de las **preguntas o items** de cada instrumento, en función de los atributos del servicio identificados en el punto B.
- \* Elaboración de la **“ficha técnica”** de cada instrumento de medida, detallando el muestreo a realizar, el modo de aplicación y la significación estadística de cada instrumento.
- \* Codificación de los instrumentos, atribuyendo a cada uno de ellos un **código**, de modo que a la vista de su formato se identifique con facilidad de qué instrumento se trata y cuál es su fecha de edición, al objeto de que cualquier revisión del documento que se haga en el futuro sustituya a las anteriores versiones en vigor hasta entonces.
- \* Diseño y maquetación de un **formato diferenciado** para los documentos que constituyan instrumentos de medida, de forma que no pasen desapercibidos entre el resto de documentos que los miembros del CIPAJ manejan a diario, y se facilite su identificación y procesamiento.

### **3. LOS INSTRUMENTOS DE MEDIDA DISEÑADOS Y DATOS DE SU APLICACIÓN**

Presentamos a continuación los instrumentos elaborados para medir. Incluimos de cada instrumento la posibilidad de consultar el formulario utilizado, la ficha técnica y, en los casos más relevantes, los resultados obtenidos al aplicar el instrumento de medida.

#### **3.1. LAS ENCUESTAS**

La encuesta es el instrumento previsto para preguntar directamente a los usuarios su percepción del nivel de calidad de los diferentes servicios del CIPAJ. Se han confeccionado 7 encuestas diferentes.

- **Encuesta presencial a usuarios del CIPAJ.** Aplicación de febrero de 1999 a febrero de 2000. [Explicación](#) / [Formulario](#) / [Ficha técnica](#) / [Resultados](#).
- **Encuesta Boletín CIPAJ.** Aplicación en marzo de 1999. [Formulario](#) / [Ficha técnica](#) / [Resultados](#)
- **Encuesta a jóvenes de Centros con Antena Informativa del CIPAJ.** Aplicación en mayo de 1999. [Formulario](#) / [Ficha técnica](#)
- **Encuesta a responsables de Centros con Antena Informativa del CIPAJ.** Aplicación en junio de 1999. [Formulario](#) / [Ficha técnica](#)
- **Encuesta a responsables de Cajetines del CIPAJ.** Aplicación en junio de 1999. [Formulario](#) / [Ficha técnica](#)

- **Encuesta a usuarios de Asesorías del CIPAJ.** Aplicación de abril de 1999 a abril de 2000. [Formulario](#) / [Ficha técnica](#)
- **Encuesta a usuarios de la Página web.** Aplicación de abril de 1999 a septiembre de 2000. [Formulario](#) / [Ficha técnica](#)

### 3.2. LOS INFORMES

Los informes son todos aquellos soportes confeccionados para sistematizar la recogida de datos por parte de miembros del CIPAJ o de personas vinculadas al CIPAJ (asesores, informadores juveniles...) sobre las características de los servicios prestados. Los datos recogidos a través de estos informes permiten analizar e interpretar los resultados de las encuestas.

- **Informe para la detección de necesidades.** [Explicación](#). [Formulario](#)
- **Informe del servicio de atención telefónica.** [Formulario](#)
- **Libro de Visitas de las Antenas Informativas.** [Formulario](#)
- **Informe de consultas a los Corresponsales de las Antenas Informativas.** [Formulario](#)
- **Libro de Visitas de los Cajetines.** [Formulario](#)
- **Informe de Asesores del CIPAJ.** [Formulario](#)
- **Informe sobre consultas realizadas por correo electrónico.** [Formulario](#)

### 3.3. LOS MEDIDORES

Instrumentos que permiten medir y cuantificar la afluencia de usuarios a los diferentes servicios de CIPAJ.

- **Cuentapersonas.** [Explicación](#).
- **Registro de solicitudes de consulta en internet.**
- **Registro de solicitudes de consulta en Bancoempleo.**
- **Registro de solicitudes de Asesorías.**
- **Contadores en internet.**
- **Contador de correo electrónico.**

### 3.4. BUZON DE SUGERENCIAS Y QUEJAS

Dirigido a todos los usuarios y a personas vinculadas al CIPAJ, permitiéndoles realizar cualquier tipo de sugerencias o quejas respecto a los servicios del CIPAJ.

Aunque un único buzón, se prevén varias ubicaciones.

[Buzones.](#)

#### **4. CUALIDADES DEL SISTEMA DE EVALUACIÓN INTEGRAL DE LOS SERVICIOS DEL CIPAJ**

- Se trata del desarrollo de un sistema de “SEGUIMIENTO DE LA CALIDAD”, esto es, permite no sólo evaluar puntualmente el nivel de calidad del servicio, sino además efectuar un SEGUIMIENTO CONTINUADO de la evolución de la misma a través del tiempo, permitiendo sacar conclusiones de cara al futuro sobre desarrollo de nuevos servicios en respuesta a nuevas tendencias y/o demandas informativas de los usuarios.
- Se trata del desarrollo de un “SISTEMA GLOBAL”, lo cual significa que abarca TODOS los servicios y canales de comunicación que presta el CIPAJ.
- Se trata del desarrollo de un “SISTEMA INTEGRADO”, lo cual significa que permite relacionar la satisfacción en el servicio percibida por el usuario del CIPAJ, con la eficacia y eficiencia de los medios empleados para prestarlo y con el grado de consecución de los objetivos del propio CIPAJ.
- Se trata del desarrollo de un sistema basado en la “CALIDAD PERCIBIDA” por el usuario del CIPAJ. Por tanto, entraña una clara orientación hacia el ciudadano-cliente, cuya satisfacción ha de constituir la base de referencia de la mejora de los servicios del CIPAJ.

[Ver transparencia resumen de las cualidades del sistema](#)

#### **5. ESTO NO ES MÁS QUE EL INICIO DE UN PROGRAMA MÁS COMPLETO DE MEJORA DE LA CALIDAD**

El Proyecto de Evaluación Integral de los Servicios del CIPAJ aquí descrito recibió el Primer Premio del *II Concurso de Ideas de Mejora* (modalidad de Trabajos en Grupo), convocado por el Ayuntamiento de Zaragoza en 1998.

Pero la elaboración de este proyecto, que fija los instrumentos de medida y las normas de aplicación para que sus resultados sean significativos y representativos, tanto del volumen de utilización de los servicios prestados por el CIPAJ como de la calidad percibida por los usuarios, no es más que la primera fase de un plan más ambicioso de calidad.

El inicio de ese plan de calidad puede consultarse en el apartado [GRUPOS DE MEJORA DE LA CALIDAD EN EL CIPAJ.](#)

# PROYECTO DE EVALUACIÓN INTEGRAL DE LOS SERVICIOS QUE PRESTA EL CIPAJ

## Sumario:

1. Introducción
2. Fases de elaboración del Proyecto de Evaluación
  - Análisis de los servicios que presta el CIPAJ
  - Identificación de atributos informativos de cada soporte
  - Identificación de instrumentos de medida y datos obtenidos de su aplicación:
    - Encuestas
    - Informes
    - Medidores
    - Buzones
3. Cualidades del sistema de mejora de la calidad en el CIPAJ
4. Esto no es más que el inicio de un programa de mejora de la calidad (Premio recibido por la elaboración del proyecto)

[Volver al documento principal](#)

# Proceso de elaboración del proyecto

- **Análisis de servicios del CIPAJ**
- **Identificación de atributos de cada servicio y soporte informativo**
- **Identificación de instrumentos de medida**
- **Diseño de los instrumentos de medida**

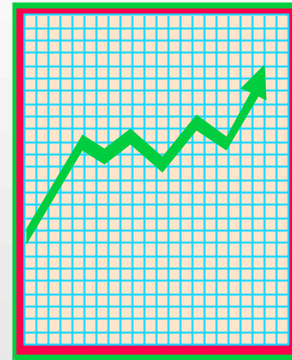
# Servicios y soportes informativos analizados

SOPORTE	ENCUESTAS A ..	INFORMES	MEDIDOR	BUZÓN
Atenc. personal	usuarios presenciales		cuentaper- sonas	sug+quejas en CIPAJ
Autoinformación	usuarios presenciales y usuarios internet		contador web reg. usuarios cont. bancoem	sug+quejas en web
Boletín	usuarios presenciales y lectores boletín			sug+quejas en boletín
Antenas	usuarios presenciales y usuarios antenas	de las antenas	contador consultas	sug+quejas en antenas
Atenc. telefónica	usuarios presenciales	del informador telefónico	contador llamadas	
Asesorías	usuarios presenciales y usuarios asesorías	de los asesores	contador asesorías	
Medios comunic.	usuarios presenciales			
Cajetines	responsables cajetines	¿retirada cajetines?		
Correo el+postal	usuarios presenciales (sólo E-mail)	del informador sólo E-mail	contador E-mail	sug+quejas en CIPAJ



# Instrumentos de medida

- Encuestas
- Informes
- Medidores
- Buzones



## **ENCUESTA A USUARIOS PRESENCIALES EN EL CIPAJ**

Para nosotros la encuesta más importante es la de usuarios presenciales en el CIPAJ. Pasamos un total de 400 encuestas anuales, distribuidas de forma aleatoria entre todos los días y horas que el CIPAJ está abierto. Esta encuesta se pasa durante un año cada dos años y se ha elegido un sistema en el que cuando uno de los ordenadores utilizados por los informadores, con una agenda electrónica, pita, hay que pasar la encuesta al primer usuario que vaya a abandonar la sala del Centro de Información.

Hemos confeccionado también un sistema muy sencillo para introducir los datos en una base de datos en acces, de forma que, mediante un programa estadístico de análisis de datos, nos pueda facilitar datos de forma sencilla y rápida.

[VOLVER AL DOCUMENTO PRINCIPAL](#)

## ENCUESTA PRESENCIAL A USUARIOS DEL CENTRO DE INFORMACIÓN

Pedimos tu colaboración para mejorar nuestros servicios de información en el CIPAJ. Contesta por favor a las siguientes preguntas. En los recuadros como  coloca un aspa  para seleccionar una opción, si más tarde consideras otra opción más válida anúlala con un círculo . En los casos de valorar un aspecto recuerda que la escala es de 1 a 99 considerando 99 lo más satisfactorio y 1 lo menos. La franja vertical de la derecha es para la posterior tabulación de resultados y no se rellena. Gracias por tu colaboración.

1.- Edad: <input type="text"/>	2.- Sexo: <input type="checkbox"/> 1 Hombre: <input type="checkbox"/> 2 Mujer:	fecha: [ ]/[ ]/[ ]
3.- Nivel de estudios terminados: <input type="checkbox"/> 1 Enseñanza Obligatoria <input type="checkbox"/> 2 Bachiller <input type="checkbox"/> 3 Formación profesional <input type="checkbox"/> 4 Estudios Universitarios		hora: [ ]:[ ]
4.- Situación ocupacional: <input type="checkbox"/> 1 Estudiante - Nombre Centro: _____ <input type="checkbox"/> 2 Trabajador <input type="checkbox"/> 3 Parado <input type="checkbox"/> 4 Otros _____		1.[ ] 11,12 2.[ ] 13 3.[ ] 14 4.[ ] 15
5.- Distrito de residencia: <input type="checkbox"/> 13 Fuera de Zaragoza: _____ <input type="checkbox"/> 1 Casco Histórico <input type="checkbox"/> 2 Centro <input type="checkbox"/> 3 Delicias <input type="checkbox"/> 4 Romareda/Universidad <input type="checkbox"/> 5 San José <input type="checkbox"/> 6 Las Fuentes <input type="checkbox"/> 7 Almozara <input type="checkbox"/> 8 Oliver / Valdefierro <input type="checkbox"/> 9 Torrero <input type="checkbox"/> 10 Margen Izquierda <input type="checkbox"/> 11 B. Rurales Este * <input type="checkbox"/> 12 B. Rurales Oeste *		5.[ ] 16,17
6.- ¿Cómo te enteraste de la existencia del CIPAJ?: <input type="checkbox"/> 1 Amigos <input type="checkbox"/> 2 Profes/Compañ. <input type="checkbox"/> 3 Boletín CIPAJ <input type="checkbox"/> 4 Prensa, Radio,TV <input type="checkbox"/> 5 Antenas Informativas <input type="checkbox"/> 6 Familia <input type="checkbox"/> 7 Otros: _____		6.[ ] 18
7.- ¿Cuántas veces acudes al CIPAJ en un año?: <input type="checkbox"/> 1) Es la 1ª vez <input type="checkbox"/> 2) Entre 1 y 6 <input type="checkbox"/> 3) Entre 7 Y 12 <input type="checkbox"/> 4) Más de 12		7.[ ] 19

8.- Si has realizado una consulta a los INFORMADORES en tu visita de hoy al CIPAJ, valórala del 1 al 99:	8
1. Trato ofrecido por el informador ..... → _____	1[ ] 20,21
2. Eficacia en la resolución de tu consulta.. → _____	2[ ] 22,23
3. Escucha y atención que te han prestado → _____	3[ ] 24,25
4. Claridad de la información ofrecida. → _____	4[ ] 26,27
5. Utilidad de la información recibida .. → _____	5[ ] 28,29
6. Satisfacción general ..... → _____	6[ ] 30,31
9.- Si has consultado los TABLONES o sus CARPETAS correspondientes en tu visita de hoy al CIPAJ, dinos tu satisfacción general valorándola de 1 al 99:	
1. Satisfacción general ..... → _____	9[ ] 32,33
10.- Ahora valora del 1 al 99 aspectos algo más concretos sobre los mismos:	
	10 del 34 al 57
	1ª [ ] 1b[ ]
	1c[ ]
	2ª [ ] 2b[ ]
	2c[ ]
	3ª [ ] 3b[ ]
	3c[ ]
	4ª [ ] 4b[ ]
	4c[ ]
	5ª [ ] 5b[ ]
	5c[ ]
	6ª [ ] 6b[ ]
	6c[ ]
	7ª [ ] 7b[ ]
	7c[ ]
	8ª [ ] 8b[ ]
	8c[ ]

Barrios Rurales Este: La Cartuja Baja, Juslibol, Montañana, Movera, Peñaflo, S. Juan de Mozarrifar, S. Gregorio, Sta. Isabel, Torrecilla de Valmadrid y Villamayor, Barrios Rurales Oeste: Alfocea Casablanca, Casetas, Garrapinillos, Miralbueno, Monzalbarba, Venta del Olivar, Villarrapa.

Vuelve la hoja...

✓ **FICHA TÉCNICA ENCUESTA PRESENCIAL USUARIOS CIPAJ**

<b>Universo</b>	Personas usuarias del CIPAJ.
<b>Tamaño de la muestra</b>	n = 397
<b>Unidad de muestreo</b>	Persona usuaria de los servicios del CIPAJ.
<b>Selección de la muestra</b>	Muestreo aleatorio sistemático.
<b>Tipo de entrevista</b>	Cuestionario autoadministrado.
<b>Error</b>	Para un nivel de confianza del 95,5% (2 $\sigma$ ), p = q = 0,5: e = $\pm$ 5%.
<b>Tratamiento estadístico</b>	Programa SPSS v.6.0.1.

[VOLVER AL DOCUMENTO PRINCIPAL](#)

**Aplicación de  
encuesta para medir  
el nivel de  
satisfacción de los  
usuarios presenciales  
del CIPAJ de Zaragoza**

**Octubre 2000**

**Aplicación de encuesta a los usuarios presenciales del CIPAJ de Zaragoza**  
por Carlos Ares (sociólogo)

**SERVICIO DE JUVENTUD**

## SUMARIO

	<b>Página</b>
<b>1. Presentación</b>	<b>3</b>
<b>2. Autores</b>	<b>3</b>
<b>3. Introducción</b>	<b>4</b>
<b>4. Análisis sociodemográfico de los usuarios del CIPAJ</b>	<b>5</b>
<b>5. Resultados más relevantes en la valoración de los servicios utilizados</b>	<b>10</b>
<b>6. Análisis de las consultas informativas por temas</b>	<b>18</b>
<b>7. Uso y valoración de otros servicios y recursos de difusión del CIPAJ</b>	<b>20</b>
<b>8. Aspectos que influyen de forma significativa en la valoración general que los usuarios hacen del CIPAJ</b>	<b>21</b>
<b>9. Conclusiones</b>	<b>27</b>

## 1. PRESENTACION

En octubre de 1998 el CIPAJ (Oficina Municipal de Información Joven de Zaragoza) aborda la elaboración de un "Proyecto de evaluación continua de los servicios que presta el CIPAJ" que, entre otras cosas, le permitirá recabar datos de forma sistemática sobre el volumen de utilización de los servicios prestados por el Centro, así como de la calidad percibida por los usuarios. Este proyecto recibió el Primer Premio del "II Concurso de Ideas de Mejora de los Servicios Municipales", en la modalidad de trabajo en grupo, convocado por el Ayuntamiento de Zaragoza en 1998.

Entre los instrumentos de medida propuestos en el Proyecto figuraba la realización de una encuesta a los usuarios de la propia oficina de información joven, considerado el principal recurso de difusión del CIPAJ.

La encuesta, realizada del 1 de febrero de 1999 al 1 de febrero de 2000, lleva un encabezamiento común al resto de encuestas que se están realizando para medir la calidad percibida por los usuarios de otros servicios del CIPAJ, de forma que permitirá la comparación entre ellas y la definición de los usuarios tipo de cada canal informativo analizado.

La encuesta nos ha permitido, en primer lugar, conocer a los usuarios del CIPAJ, sus hábitos informativos y los temas sobre los que se han interesado. En segundo lugar, hemos analizado el nivel de uso y la calidad percibida por los usuarios al utilizar cada uno de los servicios informativos que se prestan en el centro (información personalizada, tabloneros informativos, carpetas, hemeroteca, biblioteca, viajoteca, bancoempleo y ordenadores con internet). Con la encuesta hemos analizado, por otra parte, el nivel de satisfacción de los usuarios con otros aspectos del centro como el horario y las instalaciones. Por último, hemos podido medir el conocimiento, uso y valoración que los usuarios del centro tienen de otros recursos de difusión del CIPAJ.

En la última parte de este estudio se incluye un novedoso análisis que nos ha permitido detectar aquellos atributos y servicios que tienen una repercusión importante en la valoración general que cada usuario hace del CIPAJ.

Los datos de esta encuesta, junto a los recogidos a través de otras encuestas, informes y medidores, constituyen el primer cimiento sobre el que asentar un proceso continuo de mejora de la calidad percibida por nuestros usuarios que iniciamos en octubre de 1998.

**Grupo de mejora del CIPAJ**

## 2. LOS AUTORES

Determinación de los atributos o elementos a medir y configuración del cuestionario:

Equipo del CIPAJ, con la colaboración de Carlos Ares, Javier Pérez y Juan Carlos López de Silanes.

Diseño técnico del estudio y análisis de los datos:

Carlos Ares, sociólogo.



### 3. INTRODUCCIÓN

Un procedimiento de mejora continua, parte de la **necesidad de conocer** con la mayor precisión posible, las características y condiciones que revelan la naturaleza del servicio o prestación que pretendemos mejorar y que adopta, en su forma final, la configuración de una opinión consolidada entre los usuarios, adecuada para ser medida y analizada.

Para ello, se ponen en liza cuantas técnicas permiten cuantificar, con un grado razonable de fiabilidad y economía de esfuerzos, aquellos elementos susceptibles de control para su seguimiento futuro.

En este contexto, desde el CIPAJ de Zaragoza, un equipo interdisciplinar impulsa un conjunto de acciones para favorecer el conocimiento de la calidad percibida por los usuarios, entre las que destacan un conjunto de encuestas como instrumentos altamente especializados en la captación de información que permita comprobar la evolución en los cambios propuestos y la consecución de los objetivos de mejora.

La primera de ellas, por movilización de recursos personales y situación de análisis, es **la encuesta a los usuarios del CIPAJ**, cuyos principales resultados presentamos aquí.

En su configuración muestral, ha sido diseñada para permitir un grado razonable de significación y suficiente capacidad explicativa, teniendo en cuenta que el universo de estudio, según nuestras estimaciones, se sitúa dentro de los límites de una población “finita” (<100.000) y, por lo tanto, requería de unas condiciones determinadas. En su afijación, la muestra se ha aplicado buscando la representatividad de todos los usuarios y, por lo tanto, se han considerado los momentos en que el centro estaba abierto al público (horario de mañana y tarde). El estudio se ha realizado a lo largo de doce meses para poder captar diferencias según la época del año, ya que parte de nuestras hipótesis se derivan del importante papel jugado por la temporalidad.

En su aplicación el cuestionario era entregado a la primera persona que se disponía a abandonar el centro tras haberlo utilizado, y una vez que el sistema informático avisaba a los informadores, quienes invitaban al usuario a colaborar, dándoles unas indicaciones básicas y agradeciendo su colaboración. Posteriormente, el mismo informador recogía el documento comprobando, de un vistazo, que se habían cumplimentado las variables explicativas: edad, nivel de estudios, situación ocupacional, etc... En aquellos casos, en que por las circunstancias que fuera, no era posible la colaboración del primer usuario que saliera del centro, se pasaba al siguiente usuario dispuesto a salir.

#### **ficha técnica del estudio**

Universo: Usuarios del CIPAJ. N=50.000 usuarios/año  
Tamaño muestra: n= 436. Fecha: De 10/02/99 a 10/02/00  
Selección muestra: Muestreo aleatorio sistemático.  
Tipo de entrevista: Cuestionario autoadministrado.  
Error: Para NC 95,5% (2S), p=q= 0,5: e=±5%

El tratamiento de los datos se ha realizado con el programa SPSS (v.6.0.1) y Excel (parte gráfica).

#### 4. ANÁLISIS SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS USUARIOS

Con este análisis sobre las características sociodemográficas principales de nuestros usuarios se ha querido establecer un patrón con el que poder dirigir nuestro trabajo con más eficacia y, sobretodo, que nos permita ser rigurosos en las finalidades que pretendemos lograr. Por ello, una información real y veraz sobre las cualidades de las personas que acuden a nuestro centro debe considerarse el primer paso para garantizar la excelencia en nuestros resultados.

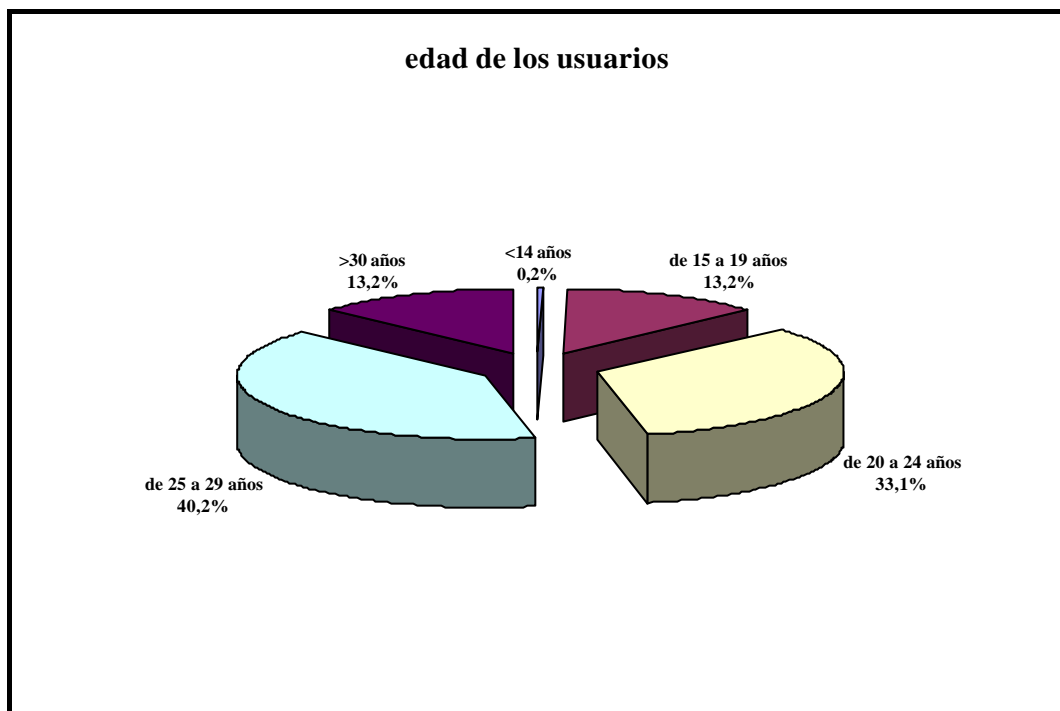


gráfico 1

edad	%
<14 años	0,2
de 15 a 19 años	13,2
de 20 a 24 años	33,1
de 25 a 29 años	40,2
>30 años	13,2

En la edad de nuestros visitantes hemos encontrado que la distribución se produce según pautas de “normalidad” estadística ya que la edad promedio se sitúa en los 25 años. Hemos comprobado que los usuarios se reparten casi por igual entre los mayores de 25 años y los menores de esa edad (54/46 por ciento), aunque en ambos sectores existirían dos subsectores preeminentes, configurando un núcleo donde se concentra el principal volumen de usuarios. Los más jóvenes y los más mayores no alcanzan distribuciones del 15%.

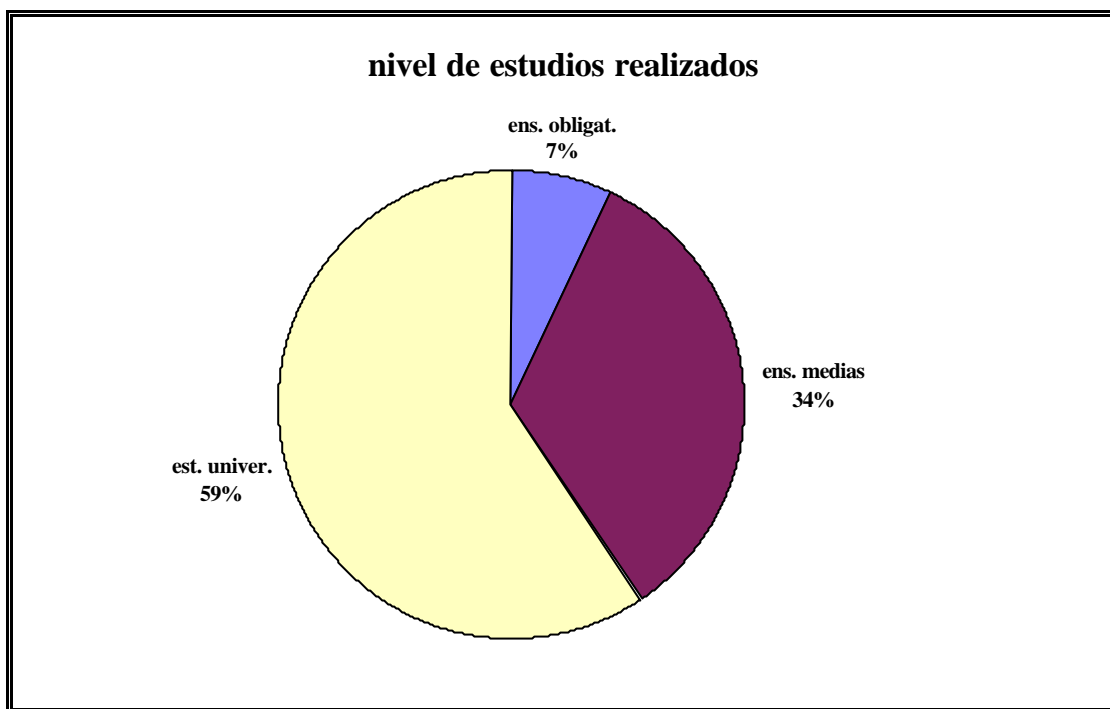


gráfico 2

nivel de estudios terminados	%
enseñanza obligatoria	7
bachilleratos	21,5
formación profesional	12,1
est. universitarios	59,3

Hemos observado que entre los usuarios predominan aquellos que han terminado o están terminando sus estudios universitarios. Prácticamente 6 de cada 10 usuarios son universitarios y 3 han cursado estudios de enseñanzas medias (2 en bachillerato y 1 en formación profesional). No llegan a 1 de cada 10 quienes tan sólo han realizado una formación básica.

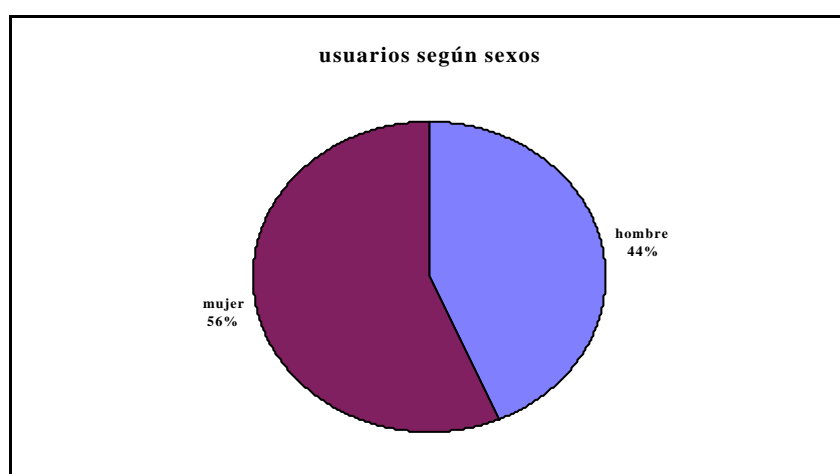


gráfico 3

Por razón de género, la presencia es sobre todo femenina. Acuden al centro 1,29 chicas por cada chico.

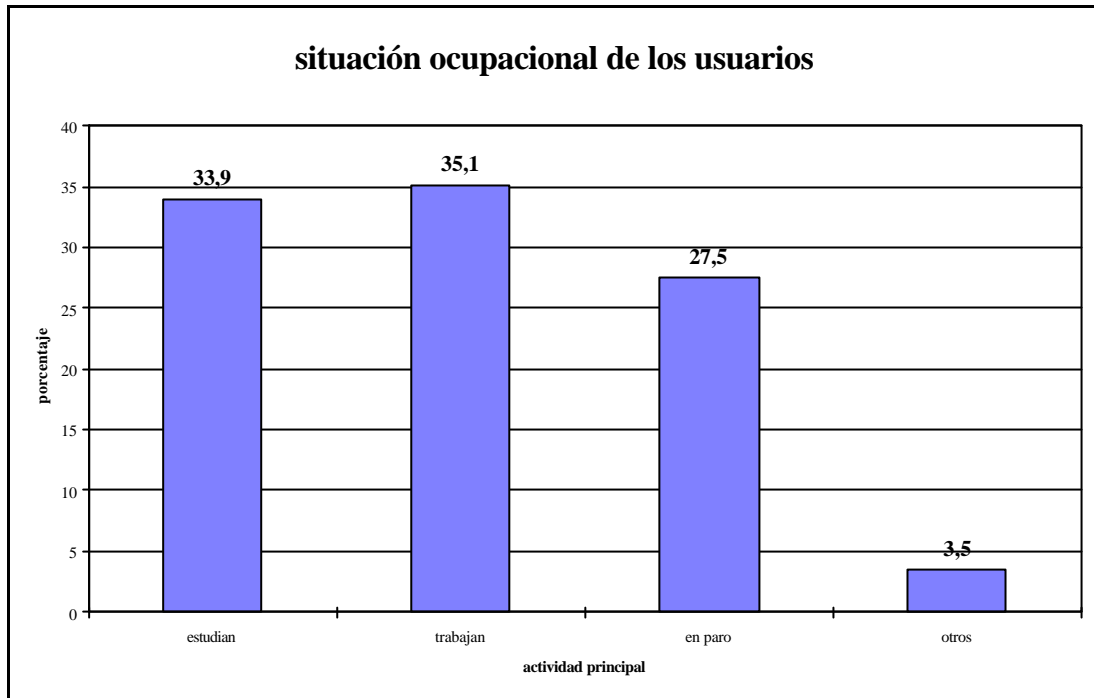


gráfico 4

<i>situación ocupacional</i>	<i>%</i>
<i>trabajan</i>	35,1
<i>estudian</i>	33,9
<i>en paro</i>	27,5
<i>otros</i>	3,5

Este Centro es utilizado por quienes trabajan (35%) y quienes estudian (34%); a cierta distancia se sitúan los jóvenes parados (27,5%). Esta prevalencia en el uso de quienes trabajan sobre los parados no es nueva, estos resultados consolidan tendencias observadas en estudios previos.

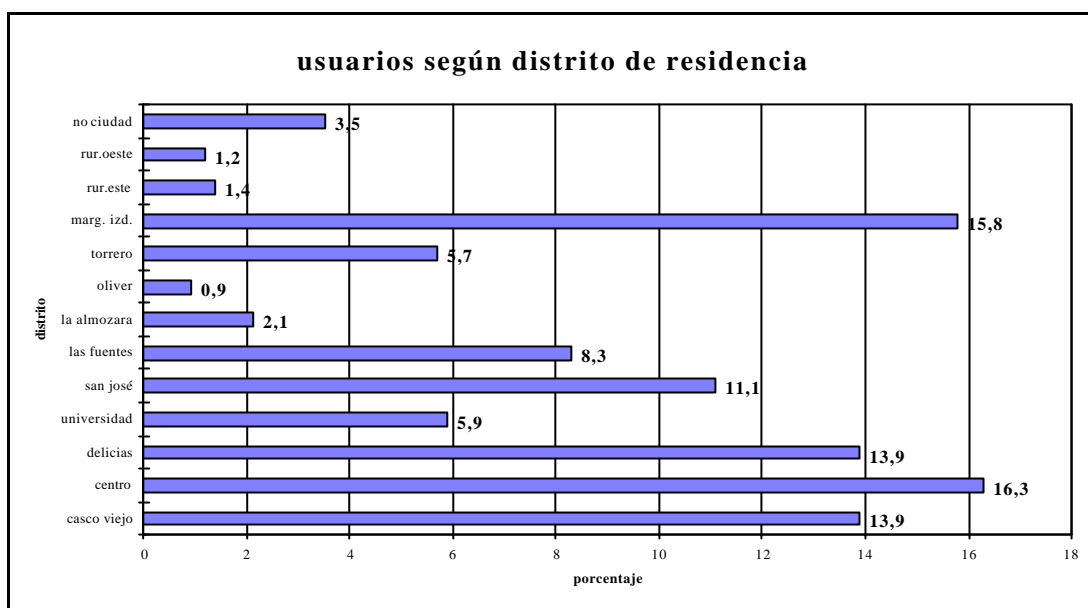


gráfico 5

<i>distrito</i>	<i>%</i>
<i>centro</i>	16,3
<i>marg. izd.</i>	15,8
<i>casco viejo</i>	13,9
<i>delicias</i>	13,9
<i>san josé</i>	11,1
<i>las fuentes</i>	8,3
<i>universidad</i>	5,9
<i>torrero</i>	5,7
<i>no ciudad</i>	3,5
<i>la almozara</i>	2,1
<i>rur.este</i>	1,4
<i>rur.oeste</i>	1,2
<i>oliver</i>	0,9

La comparación de estos datos con la población joven efectiva, censada en Zaragoza a fecha de hoy, nos revela que el efecto proximidad a la residencia de los usuarios viene a ser ambivalente: por un lado, su significación es mínima en cuanto a una previsible mayor afluencia de jóvenes residentes de los distritos más cercanos a la ubicación del centro (zona Casco Viejo y Centro) y, por otro, resulta relevante la escasa presencia de jóvenes visitantes que residen en barrios de la periferia. Podríamos afirmar que existe una relación inversamente proporcional. En todo caso, parece claro que la cercanía del domicilio al centro no es la única causa que influye en su uso.

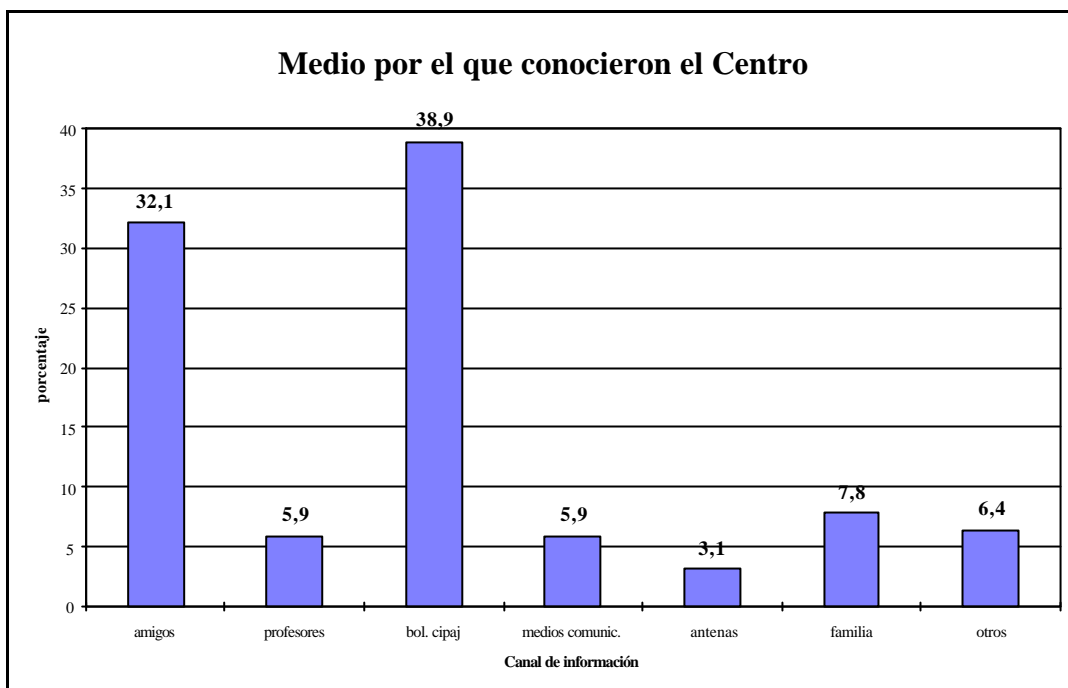


gráfico 6

<i>conocimiento del centro</i>	<i>%</i>
<i>boletín del CIPAJ</i>	38,9
<i>amigos</i>	32,1
<i>familia</i>	7,8
<i>profesores</i>	5,9
<i>medios comunicación</i>	5,9
<i>antenas del CIPAJ</i>	3,1
<i>otros</i>	6,4

Aquí, la propia revista informativa que edita el centro (con 15.000 ejemplares) se muestra como una vía fundamental para el contacto inicial con este Centro; aunque, tomados en su conjunto, predominan los medios basados en la comunicación interpersonal, también llamados sistemas “boca a boca”. Han supuesto el principal canal para la mitad de los usuarios. De éstos, prevalece la relación entre amigos.

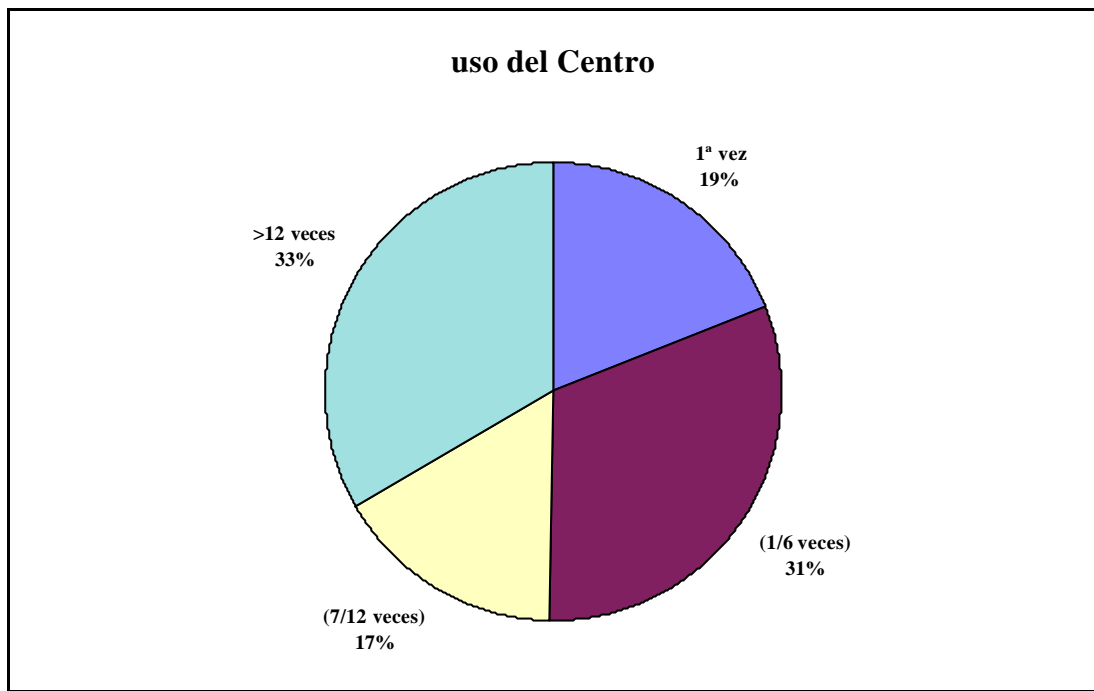


gráfico 7

<i>uso del centro</i>	<i>%</i>
<i>1ª vez</i>	<i>19,0</i>
<i>1/6 veces</i>	<i>31,3</i>
<i>7/12 veces</i>	<i>16,5</i>
<i>&gt;12 veces</i>	<i>33,2</i>

Debemos destacar dos ideas principales: una, que la afluencia de nuevos usuarios será siempre constante, hoy por hoy cifrada en dos de cada 10 visitantes y, otra, que quienes utilizan el recurso terminan convirtiéndose en asiduos; acudiendo, al menos, una vez al mes durante todo el año.

## 5. RESULTADOS MÁS RELEVANTES EN LA VALORACIÓN DE LOS SERVICIOS UTILIZADOS

### Valores promedio sobre los principales indicadores de servicio

Los resultados obtenidos de la encuesta realizada a los usuarios de sala del CIPAJ y de sus distintos servicios, se han elaborado en base al análisis de medias por grupos. Con esta comparación se pretenden observar las diferencias en la valoración media dada para cada atributo, servicio o apartado de la intervención según las características de la población encuestada.

El principal dato proviene del INDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL DEL CIPAJ que hemos medido en **86,26**. Un notable alto, que lo dice todo acerca de la imagen del servicio y la calidad percibida por los usuarios.

Entrando en materia, es decir, concentrando el análisis sobre las distintas posibilidades informativas al alcance de nuestros usuarios, debemos marcar una primera diferenciación: la **consulta específica a los informadores**, por un lado, y los **procesos de autoinformación**, por otro. Esta dicotomía, basada en la autonomía del usuario o en la dificultad técnica de la consulta, nos lleva a valorar por separado los componentes que configuran a uno y otro tipo según sendos indicadores de satisfacción general (aunque en el caso de la autoinformación se ha propuesto un único referente, los tabloneros informativos):

<b>SATISFACCIÓN GENERAL</b>	<b>Uso %</b>	<b>valor</b>
INFORMADORES (consulta personalizada)	<b>73,8</b>	<b>90,02</b>
TABLONES y DOSSIERES (autoinformación)	<b>74,3</b>	<b>78,84</b>

Por lo pronto, el dato más significativo es la puntuación de 9 sobre 10 que se ha obtenido en la SATISFACCIÓN GENERAL sobre los **INFORMADORES**. Dato que contrasta con el 7,8 sobre 10 logrado en la SATISFACCIÓN GENERAL sobre **TABLONES** que, aunque no es bajo, revela una diferencia significativa con respecto al indicador anterior. Esto vendría a recalcar la imagen fiable que los informadores proyectan sobre el público al que atienden y cómo esa imagen se percibe y valora positivamente, traducándose en valores altísimos. Tan llamativo como lo anterior resulta que prácticamente 3 de cada 4 usuarios han utilizado una y otra posibilidad de información.

Además, en la apreciación sobre el papel jugado por los **INFORMADORES**, no sólo interesa el resultado del índice de satisfacción general; en mi opinión, también es importante que consideremos, uno a uno, los aspectos que vienen a configurar una creencia tan favorablemente rotunda. En primer



lugar, conviene adelantar que las puntuaciones han sido muy buenas en todos los atributos y que, en segundo lugar, debemos considerar cómo los encuestados destacan, sobre cualquier otro, aquellos aspectos relativos al componente subjetivo de la interrelación que se establece entre ellos y los INFORMADORES, como son: la ACTITUD DE ESCUCHA y la ATENCIÓN PRESTADA al público (92,2) y el TRATO, se sobreentiende, el BUEN TRATO DISPENSADO por los profesionales (91,1). Como puede apreciarse son puntuaciones ligeramente superiores a las logradas por la vertiente más “objetiva”, o al menos, más objetivable del servicio prestado (en términos de satisfacción operativa), que son: UTILIDAD DE LA INFORMACIÓN RECIBIDA (85,3) y EFICACIA EN LA RESOLUCIÓN DE LA CONSULTA (87,2).

<b>ATRIBUTOS DE LA ATENCIÓN PERSONALIZADA</b>	<b>valor</b>
TRATO DISPENSADO POR EL INFORMADOR	<b>91,10</b>
EFICACIA EN LA RESOLUCIÓN DE LA CONSULTA	<b>87,20</b>
ACTITUD DE ESCUCHA Y ATENCIÓN PRESTADA	<b>92,23</b>
CLARIDAD EN LA INFORMACIÓN OFRECIDA	<b>89,64</b>
UTILIDAD DE LA INFORMACIÓN RECIBIDA	<b>85,39</b>

Como conclusión sobre este tema cabe decir que las puntuaciones obtenidas sobre este apartado son difícilmente superables. Algo que deberá tenerse en cuenta en el futuro.

En la tabla siguiente se analizan los resultados obtenidos para cada uno de los servicios de información que los usuarios pueden encontrar en el CIPAJ. Junto a la frecuencia de uso de cada una de las posibles prestaciones, tenemos la valoración otorgada por los usuarios.

<b>SERVICIOS de AUTOINFORMACION</b>	<b>Uso %</b>	<b>Valor</b>
TABLONES INFORMATIVOS	<b>74,3</b>	<b>78,80</b>
CARPETAS TEMÁTICAS	<b>41,9</b>	<b>80,59</b>
HEMEROTECA	<b>33,0</b>	<b>88,54</b>
VIAJETECA	<b>31,4</b>	<b>85,82</b>
ORDENADORES CON INTERNET	<b>29,3</b>	<b>70,19</b>
BANCOEMPLO	<b>27,2</b>	<b>78,88</b>
BIBLIOTECA	<b>21,3</b>	<b>77,68</b>

Por lo pronto se puede asegurar que no existe correlación entre la frecuencia de uso de cada una de las prestaciones y la valoración que han recibido. Esto quiere decir que quienes han puntuado un determinado servicio lo han hecho sin estar influenciados por el hecho de que fuera más o menos popular. Lo han hecho conociendo perfectamente el servicio que valoraban.

En el tratamiento de estos servicios podríamos establecer que su uso se sitúa siempre por encima del 20%. Varios de estos servicios son utilizados por 3 ó 4 personas de cada 10 que acuden al centro, son los servicios de: CARPETAS TEMÁTICAS, HEMEROTECA y VIAJETECA. En estos tres servicios las valoraciones son excelentes ya que se sitúan todas por encima de 8, casi 9.

Ligeramente por debajo del 30 por ciento en grado de uso estarían el resto de las prestaciones disponibles, de mayor a menor utilización estarían: ORDENADORES PARA CONSULTA DE INTERNET, BANCOEMPLEO y BIBLIOTECA.

Merece una mención aparte, dada su importancia, el sistema de autoinformación basado en los tabloneros temáticos. Aquí hemos observado la siguiente distribución de frecuencias:

TABLON INFORMATIVO	Uso %	valor
empleo	49,3	80,2
viajes	44,9	82,2
anuncios	42,8	81,1
cursos	42,8	81,7
becas	40,8	77,7
actividades culturales	37,3	81,9
actualidad	34,6	81,9
deportes	30,7	79,1

En general, la mayoría de los usuarios (74,3%) utiliza esta posibilidad informativa, la media se encuentra en **3 tabloneros por usuario**, y su valoración de satisfacción general, aun siendo alta (78,8), es superada por la valoración realizada por los tabloneros uno a uno, especialmente por: **viajes, actualidad, actividades culturales, cursos y anuncios**. El resto ha obtenido registros menores, como el **tablonero de becas**. En cuanto al uso, destacan los de **EMPLEO** y **VIAJES** que son utilizados por casi la mitad de los visitantes. El resto muestra una significación menor. Hemos apreciado una coincidencia curiosa: existe un número parecido de usuarios que no utilizan ningún tablonero y de aquellos que los usan todos.

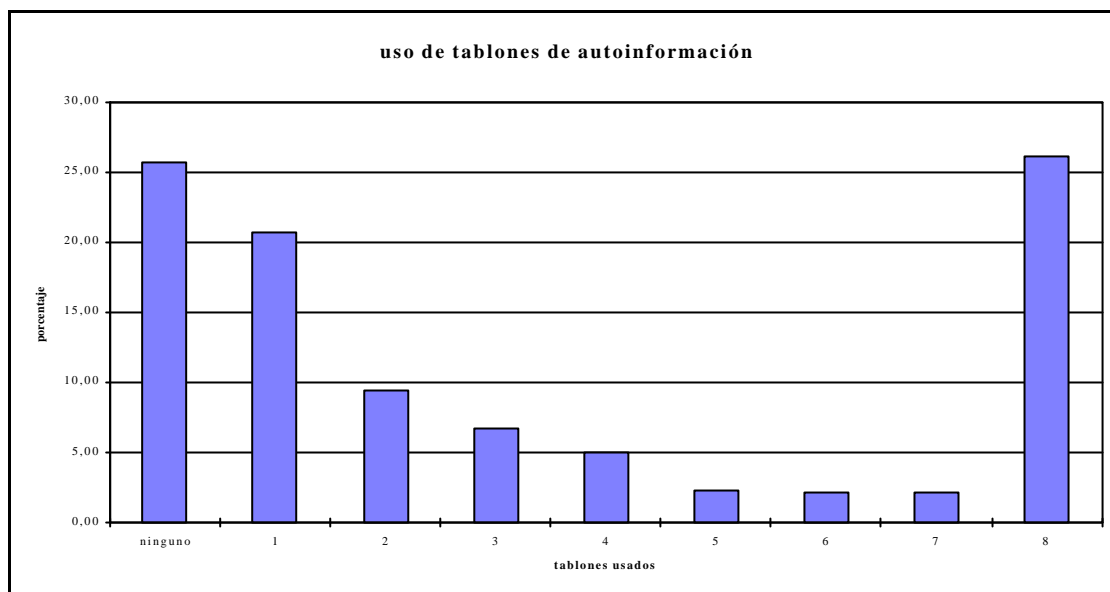


gráfico 8

Una vez analizados los datos, nuestra hipótesis es que a un mayor volumen de uso de tabloneros de autoinformación se corresponde una mayor utilización del CIPAJ y, al contrario, cuanto menos se usa el Centro, el usuario es menos “autónomo” en los procesos informativos y, por lo tanto, usa mucho menos los tabloneros de autoinformación. Como veremos en el gráfico siguiente, los datos apuntan a que, efectivamente, los nuevos usuarios y ocasionales utilizan pocos (1 ó 2) tabloneros o ninguno, siendo una pequeña minoría los que usan más de 5 tabloneros en una sesión. Y, al contrario, los usuarios habituales son grandes consumidores de este recurso (55%) siendo, además, muy pocos quienes no los utilizan o que sólo usan uno ó dos.

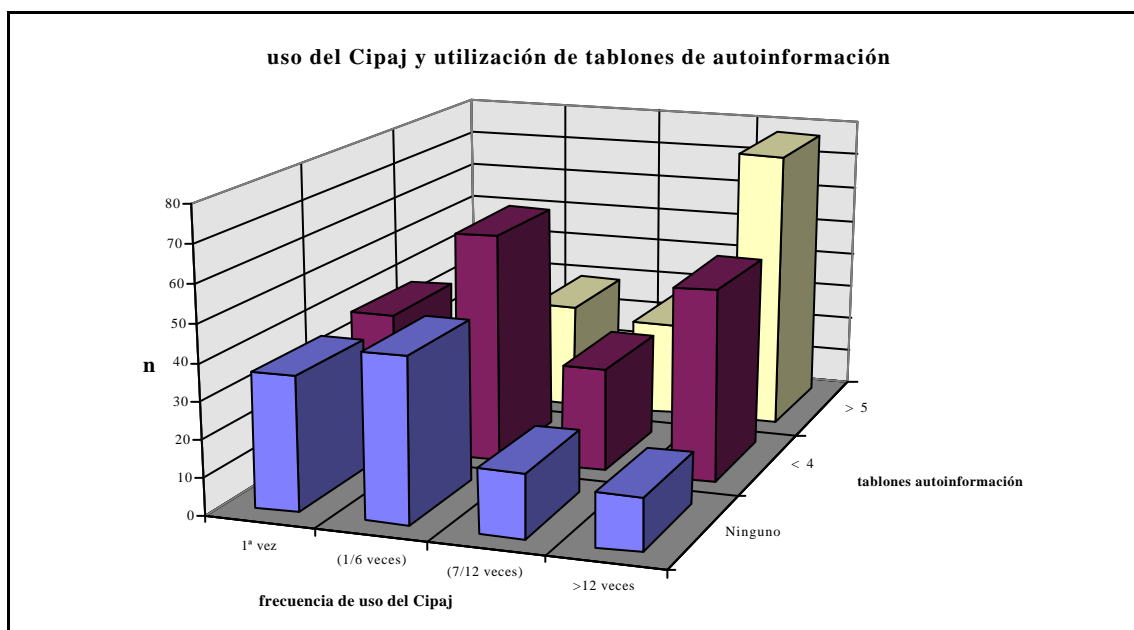


gráfico 9

## **Promedios logrados según variables y categorías.**

Con la finalidad de lograr una explicación suficiente sobre el comportamiento de los principales indicadores y atributos, se ha realizado un análisis basado en las principales variables que permiten la identificación de nuestro universo de estudio: **época del año, horario de atención, edad, sexo, nivel de estudios, situación ocupacional y grado de utilización del CIPAJ.**

A este respecto, consideraremos relevantes aquellos datos que se alejen de forma notoria del valor promedio que hemos obtenido para las variables a explicar:

### **1.- Época del año en que se ha utilizado el servicio**

	<b>invierno</b>	<b>primavera</b>	<b>verano</b>	<b>otoño</b>
Satisfacción sobre los informadores	90,7	88,7	90,4	90,1
Trato dispensado por el informador	91,2	90,5	92,3	89,6
Eficacia en la resolución de la consulta	88,1	86,0	87,6	86,8
Actitud de escucha y atención prestada	92,5	91,7	93,0	91,4
Claridad de la información ofrecida	90,0	89,3	90,9	88,0
Utilidad de la información recibida	86,1	84,8	85,8	84,4
Satisfacción sobre tableros informativos	80,4	77,3	79,5	77,9
Valoración de las carpetas temáticas	79,7	79,3	82,1	81,7
Valoración de Bancoempleo	77,4	79,4	77,3	80,9
Valoración de los ordenadores de consulta de Internet	70,7	68,0	72,4	70,2
Valoración de Hemeroteca	89,1	88,6	88,0	88,2
Valoración de Biblioteca	76,1	71,5	84,9	72,1
Valoración de Viajeteca	87,2	86,9	85,9	81,7
Valoración de Boletín del CIPAJ	85,3	81,0	84,5	85,4
Valoración de la Página en Internet del CIPAJ	76,2	76,0	75,8	82,1
Valoración de Asesorías	74,8	78,2	84,6	82,7
Valoración de Antenas Informativas	67,2	78,5	83,4	69,3
Valoración de las Consultas telefónicas	75,1	71,8	86,8	73,2
Valoración de consultas vía Correo electrónico	76,5	81,8	77,0	66,5

No existen grandes diferencias en las valoraciones realizadas según las distintas épocas del año, aunque sí es cierto que, en la mayoría de los atributos de la consulta personalizada, la puntuación de primavera suele ser un poco más baja y la puntuación de verano un poco más alta. Es posible que esta situación tenga que ver con los ritmos de afluencia de público y, consecuentemente, en relación directa con la calidad de la consulta personalizada. La hipótesis a contrastar debería ser que con la mayor o menor afluencia de público (según los datos aportados por el sistema de cuentapersonas) se corresponde un peor o mejor promedio sobre los atributos de la consulta personalizada. Este efecto de temporalidad podría tener mucha relevancia considerando las diferencias que se han detectado en alguna de las valoraciones de servicio: ordenadores para consulta de Internet, asesorías, antenas o consultas telefónicas.

## 2.- Horario de atención.

	mañana	mediodía	tarde
Satisfacción sobre los informadores	90,5	89,0	89,6
Trato dispensado por el informador	91,3	90,1	93,0
Eficacia en la resolución de la consulta	87,5	86,7	85,8
Actitud de escucha y atención prestada	92,8	90,4	95,0
Claridad de la información ofrecida	90,4	87,8	91,3
Utilidad de la información recibida	85,0	86,4	83,0
Satisfacción sobre tabloneros informativos	79,1	79,3	77,5
Valoración de las carpetas temáticas	81,1	80,9	74,6
Valoración de Bancoempleo	78,6	77,2	83,6
Valoración de los ordenadores de consulta de Internet	71,5	68,4	67,6
Valoración de Hemeroteca	89,5	86,0	87,3
Valoración de Biblioteca	76,1	80,5	73,2
Valoración de Viajeteca	86,0	83,6	88,0
Valoración de Boletín del CIPAJ	84,6	82,7	81,9
Valoración de la Página en Internet del CIPAJ	78,5	76,8	70,0
Valoración de Asesorías	82,3	77,5	77,6
Valoración de Antenas Informativas	77,1	73,0	69,5
Valoración de las Consultas telefónicas	79,3	74,9	72,7
Valoración de peticiones vía Correo electrónico	77,8	75,7	73,4

Las diferencias observadas según el horario tampoco son significativas; sin embargo, es curioso que el **trato dispensado** y la **actitud de escucha** en los informadores, atributos que tienen mucho que ver con el tiempo que se le dedica a una persona, presentan diferencias de puntuación notables, siendo favorables a aquellos usuarios que acudieron en el horario de tarde y de menor puntuación entre quienes acudían al mediodía. En general, resultan mejor puntuados los atributos de las consultas personalizadas y peor los obtenidos por dos servicios concretos en horario de tarde: hemeroteca y página del CIPAJ en Internet.

## 3.- Edad

	15 a 19 añ.	20 a 24 añ.	25 a 29 añ.	> 30 años
Satisfacción sobre los informadores	87,09	89,87	91,31	93,37
Trato dispensado por el informador	89,76	90,72	92,16	92,83
Eficacia en la resolución de la consulta	82,90	87,02	89,30	89,06
Actitud de escucha y atención prestada	90,85	93,10	91,79	92,93
Claridad de la información ofrecida	86,90	89,99	89,89	93,35
Utilidad de la información recibida	82,41	85,48	85,90	89,06
Satisfacción sobre tabloneros informativos	77,08	80,98	80,04	72,78
Valoración de las carpetas temáticas	81,72	78,31	82,12	86,95
Valoración de Bancoempleo	61,94	80,91	80,33	70,58
Valoración de los ordenadores de consulta de Internet	61,28	71,95	70,74	73,44
Valoración de Hemeroteca	85,00	88,97	87,98	92,46
Valoración de Biblioteca	82,00	77,57	74,29	82,25
Valoración de Viajeteca	84,14	87,29	83,71	90,78
Valoración de Boletín del CIPAJ	87,41	83,57	83,02	83,68
Valoración de la Página en Internet del CIPAJ	69,93	76,97	77,34	84,00
Valoración de Asesorías	78,66	82,65	81,71	69,75
Valoración de Antenas Informativas	83,06	75,75	70,81	65,00
Valoración de las Consultas telefónicas	77,87	76,81	75,60	77,71
Valoración de peticiones vía Correo electrónico	81,50	80,62	71,20	67,71

En la variable “edad” se ha observado cierta tendencia a puntuar mejor las características de la consulta personalizada atendida por informador conforme aumenta la edad del usuario o, también, en algunos servicios muy concretos. Sin embargo, esa tendencia es inversa en algunos servicios como las consultas por correo electrónico que está mejor valorado por los más jóvenes.

#### 4.- Sexo

	chicos	chicas
Satisfacción sobre los informadores	88,68	91,03
Trato dispensado por el informador	88,64	92,94
Eficacia en la resolución de la consulta	85,59	88,38
Actitud de escucha y atención prestada	90,42	93,53
Claridad de la información ofrecida	88,33	90,61
Utilidad de la información recibida	84,66	85,92
Satisfacción sobre tableros informativos	75,89	81,07
Valoración de las carpetas temáticas	78,29	82,13
Valoración de Bancoempleo	76,66	80,75
Valoración de los ordenadores de consulta de Internet	67,60	72,46
Valoración de Hemeroteca	87,47	89,46
Valoración de Biblioteca	76,04	78,97
Valoración de Viajoteca	85,45	86,06
Valoración de Boletín del CIPAJ	81,40	85,57
Valoración de la Página en Internet del CIPAJ	74,76	79,77
Valoración de Asesorías	78,39	81,58
Valoración de Antenas Informativas	68,20	78,77
Valoración de las Consultas telefónicas	77,39	76,61
Valoración de peticiones vía Correo electrónico	70,56	78,50

En este caso, lo más destacable es que, excepto en el caso de las consultas telefónicas, las mujeres puntúan mejor todos los servicios del CIPAJ. En algunos casos, llegan a ser diferencias de casi 10 puntos.

#### 5.- Nivel de estudios

	ens.oblig.	ens.medias	est.univer.
Satisfacción sobre los informadores	90,61	88,01	91,39
Trato dispensado por el informador	91,45	89,42	91,91
Eficacia en la resolución de la consulta	84,76	84,48	89,21
Actitud de escucha y atención prestada	94,77	91,48	92,32
Claridad de la información ofrecida	90,90	87,60	90,79
Utilidad de la información recibida	83,60	83,61	65,00
Valoración de Antenas Informativas	73,80	85,83	68,61
Valoración de las Consultas telefónicas	82,66	77,71	75,63
Valoración de peticiones vía correo electrónico	94,50	77,93	73,31

El nivel de estudios que poseen los usuarios del CIPAJ no es determinante en las valoraciones realizadas sobre los distintos aspectos analizados por este estudio. Tal vez se insinúa, de forma no categórica, una cierta tendencia a ser peor puntuados por quienes han finalizado estudios de Enseñanzas Medias, salvo en el caso de Bancoempleo y Antenas Informativas donde dan las mejores puntuaciones.

## 6.- Situación ocupacional

	estudiantes	trabajadores	parados
Satisfacción sobre los informadores	89,01	92,03	88,31
Trato dispensado por el informador	90,21	91,73	91,65
Eficacia en la resolución de la consulta	86,39	88,21	87,11
Actitud de escucha y atención prestada	92,54	91,85	92,70
Claridad de la información ofrecida	88,21	90,93	90,25
Utilidad de la información recibida	84,94	86,82	83,67
Satisfacción sobre tabloneros informativos	78,68	78,40	78,90
Valoración de las carpetas temáticas	79,57	82,26	80,16
Valoración de Bancoempleo	76,41	81,92	80,43
Valoración de los ordenadores de consulta de Internet	68,67	74,81	67,92
Valoración de Hemeroteca	84,76	90,47	92,48
Valoración de Biblioteca	77,20	82,61	70,00
Valoración de Viajeteca	84,62	87,25	84,23
Valoración de Boletín del CIPAJ	84,31	84,07	82,26
Valoración de la Página en Internet del CIPAJ	77,09	78,66	75,59
Valoración de Asesorías	82,66	79,83	82,09
Valoración de Antenas Informativas	77,89	72,26	77,25
Valoración de las Consultas telefónicas	77,36	75,56	82,30
Valoración de peticiones vía Correo electrónico	75,29	76,83	78,85

La situación ocupacional no permite establecer diferencias significativas entre las puntuaciones dadas a los distintos servicios del CIPAJ.

## 7.- Grado de utilización del CIPAJ

	primera vez	de 1 a 6 v.	de 7 a 12 v.	>12 veces
Satisfacción sobre los informadores	88,87	90,93	90,69	89,51
Trato dispensado por el informador	91,53	92,03	91,57	89,51
Eficacia en la resolución de la consulta	83,26	89,22	88,80	87,09
Actitud de escucha y atención prestada	93,19	93,55	92,73	89,81
Claridad de la información ofrecida	90,95	91,14	89,26	87,20
Utilidad de la información recibida	81,44	87,21	87,84	84,79
Satisfacción sobre tabloneros informativos	81,52	78,39	77,74	78,90
Valoración de las carpetas temáticas	80,91	79,31	84,93	80,02
Valoración de Bancoempleo	70,86	76,29	75,28	82,43
Valoración de los ordenadores de consulta de Internet	72,30	70,74	72,01	69,96
Valoración de Hemeroteca	93,00	81,16	90,66	91,18
Valoración de Biblioteca	86,35	75,88	84,31	73,75
Valoración de Viajeteca	86,53	85,32	88,19	84,97
Valoración de Boletín del CIPAJ	81,90	81,25	86,40	85,37
Valoración de la Página en Internet del CIPAJ	77,00	79,15	77,28	76,84
Valoración de Asesorías	89,60	81,13	74,83	81,46
Valoración de Antenas Informativas	84,50	74,14	74,46	75,29
Valoración de las Consultas telefónicas	97,66	66,90	88,22	70,75
Valoración de peticiones vía Correo electrónico	92,66	55,57	76,44	79,19

Según los hábitos de utilización de los recursos informativos que mantienen los usuarios se han encontrado dos pautas interesantes: por un lado, en la valoración sobre los informadores ya que se perciben unas fuertes puntuaciones entre quienes usan ocasionalmente los servicios del CIPAJ y que disminuyen ligeramente cuando los usuarios son habituales y, por otro lado, en esos mismos usuarios asiduos, que dan mejores valoraciones en algunos servicios que tienen que ver con los procesos de autoinformación. Esto podría interpretarse como parte de un mismo proceso. Un proceso que en la fase inicial, probablemente fijada a un cierto grado de dependencia de los informadores, se

caracteriza por unas muy buenas valoraciones y que posteriormente, habituados ya a la calidad en la atención prestada, adquiere unos niveles más sostenidos.



## 6. ANÁLISIS DE LAS CONSULTAS INFORMATIVAS POR TEMAS

Del repertorio de temas que un joven puede encontrar en nuestro centro hemos comprobado que los relacionados con **EMPLEO**, **CURSOS** y **VIAJES** son los más solicitados. Tanto como para decir que una de cada dos personas solicita información relacionada con el mundo del empleo o con la formación no reglada. En un nivel de uso menos importante (una de cada cuatro consultas) tendríamos asuntos como **BECAS**, **EXTRANJERO**, **ACTIVIDADES CULTURALES**... En un último nivel (menos de 1 consulta de cada 5), tendríamos los temas de **OPOSICIONES**, **SUBVENCIONES**, **VOLUNTARIADO**, **TIEMPO LIBRE**, **DEPORTE**, **VIVIENDA** o **EDUCACIÓN**. Por debajo de éstos, las consultas pueden calificarse de anecdóticas.

<i>Temas consultados</i>	<i>%</i>
<b>EMPLEO</b>	51,40
<b>CURSOS</b>	42,20
<b>VIAJES</b>	39,00
<b>EXTRANJERO</b>	26,80
<b>BECAS</b>	26,40
<b>ACTV. CULTURALES</b>	22,50
<b>OPOSICIONES</b>	20,60
<b>SUBVENCIONES</b>	20,20
<b>VOLUNTARIADO</b>	18,10
<b>ACT. AIRE LIBRE</b>	18,10
<b>CONCURSOS</b>	14,90
<b>DEPORTE</b>	14,00
<b>VIVIENDA</b>	13,10
<b>EDUCACIÓN</b>	11,70
<b>MILI/OBJECCIÓN</b>	7,60
<b>ASOCIACIONISMO</b>	7,30
<b>OTROS TEMAS</b>	6,00
<b>SALUD</b>	3,70

Por otra parte, hemos encontrado ciertas relaciones entre los temas consultados y las características de nuestros usuarios:

- 1.- Las consultas relacionadas con **CURSOS** crecen en **PRIMAVERA/INVIERNO/OTOÑO** y decrecen en **VERANO**.
- 2.- Las consultas relacionadas con **ACTIVIDADES CULTURALES** crecen durante el **OTOÑO/INVIERNO** y decrecen en **PRIMAVERA/VERANO**.

- 3.- Las consultas relacionadas con VIAJES crecen en PRIMAVERA/VERANO y descienden en OTOÑO/INVIERNO.
- 4.- Las consultas relacionadas con OPOSICIONES se producen entre quienes tienen entre 20 y 29 años y son nulas en otros grupos de edad.
- 5.- Las consultas relacionadas con EMPLEO alcanzan el 60% para quienes tienen entre 20 y 29 años, mientras que son inferiores al 25% en los menores de 20 años.
- 6.- Los chicos duplican en consultas a las chicas en temas relacionados con el DEPORTE.
- 7.- Ocurre lo mismo en temas de MILI y OBJECCIÓN. Si bien la desproporción, como es lógico, aún es mayor. Aunque un 2% de las consultas fueron hechas por chicas.
- 8.- Las consultas relacionadas con BECAS fueron realizadas principalmente por estudiantes universitarios (31% de las consultas). Quienes tienen estudios más bajos apenas consultan sobre este tema.
- 9.- Ocurre lo mismo con las consultas sobre OPOSICIONES. Prácticamente se concentran en exclusiva entre quienes tienen estudios universitarios.
- 10.- En relación al ámbito del EMPLEO es curioso que comparten el mismo nivel de interés quienes tienen el máximo nivel académico y quienes poseen el más bajo. El menor interés ha sido mostrado por quienes están en la Enseñanza Media (Bachilleratos y Formación Profesional).
- 11.- En el ámbito de las ACTIVIDADES DE AIRE LIBRE el mayor volumen de consultas se concentra entre quienes tienen estudios básicos y enseñanzas medias. Menor interés han demostrado quienes poseen estudios universitarios.
- 12.- Los parados, fundamentalmente, recaban información sobre OPOSICIONES. Los estudiantes y los trabajadores son quienes menos información demandan sobre este tema.
- 13.- Ocurre lo mismo en el área de EMPLEO.
- 14.- En el tema de VIAJES ocurre lo contrario: trabajadores y estudiantes son quienes más usan esa información y los parados quienes menos.
- 15.- Quienes contactaron con el CIPAJ por primera vez gracias a sus profesores, han utilizado con mayor incidencia el ámbito de VOLUNTARIADO.

- 16.- Quienes contactaron con el CIPAJ por primera vez gracias a las antenas informativas han utilizado con mayor incidencia el ámbito de VIVIENDA.
- 17.- Aquellos usuarios que acuden una o más veces al mes (usuarios habituales) tratan todos los ámbitos informativos con mayor profusión que quienes vienen esporádicamente.

## 7. USO Y VALORACIÓN DE OTROS RECURSOS DE DIFUSIÓN DEL CIPAJ

Uno de los principios básico del proyecto de mejora del CIPAJ era el de aprovechar todas las encuestas para conseguir datos de uso y valoración de todos los servicios del CIPAJ que no se estuviesen midiendo en cada una de ellas. “Ya que preguntamos, preguntemos por todo” era el lema. De esa manera, en la encuesta a usuarios del Centro de Información se les preguntaba si habían utilizado otros recursos de difusión del CIPAJ y, en caso positivo, que hiciesen una valoración.

Como puede apreciarse en el cuadro adjunto, todos los servicios posibles muestran promedios de valoración por encima de los 70 puntos, cuestión que corrobora un alto grado de conformidad y unanimidad en la valoración que realizan los usuarios.

OTROS SERVICIOS DE DIFUSIÓN	Uso %	Valor
BOLETIN DEL CIPAJ	70,8	83,82
PÁGINA EN INTERNET CIPAJ	27,7	77,12
ASESORÍAS	21,1	80,28
ANTENAS INFORMATIVAS	14,4	74,81
CONSULTA TELEFÓNICA	12,6	76,93
CORREO ELECTRÓNICO	10,5	75,74

En el análisis del resto de servicios y recursos de difusión del CIPAJ, aparece en un lugar destacado, en clara situación de privilegio y por encima de todos los demás servicios conocidos, el BOLETIN del CIPAJ (7 de cada 10 personas lo utilizan), con un grado de aceptación muy alto, ya que supera el notable alto. A esto se oponen, casi por contraste, todos los demás servicios, con un grado de uso inferior al 30%. En cambio, la valoración siempre es superior a los 75 puntos.

Al margen de los servicios utilizados y valorados, nos interesamos por saber si en opinión de nuestros usuarios sería necesario incluir algún nuevo servicio o propuesta. En ésto hemos descubierto que **uno de cada cinco usuarios** echa algo de menos (incrementar la oferta de servicios: adquirir “prensa salmón”, ampliar el servicio de reprografía, etc...).

## 8. ASPECTOS QUE INFLUYEN DE FORMA SIGNIFICATIVA EN LA VALORACIÓN GENERAL QUE LOS USUARIOS HACEN DEL CENTRO DE INFORMACIÓN

Una de nuestras principales inquietudes era determinar en qué medida influyen cada uno de los aspectos parciales o atributos que configuran una determinada prestación o servicio de información en la valoración general del Centro de Información. Partimos del supuesto de que una vez identificados los atributos más significativos podremos conocer qué elementos influyen en la valoración final que realizan los usuarios de la prestación o servicio recibido. Una vez conocida la dimensión de esa relación, podremos definir en qué sentido conviene intervenir para lograr mejoras en la calidad de esos servicios informativos. Para ello, debe realizarse la identificación de esos elementos y, a partir de esa información, explicitar cuáles de ellos influirían realmente en la valoración global de un determinado servicio y, además, en qué medida.

Por lo tanto, queda definida nuestra línea de trabajo. Con este procedimiento buscamos conocer en qué grado será necesario hacer modificaciones sobre un atributo de forma que pueda interpretarse, en análisis posteriores, como una mejora de la calidad de los servicios percibida por nuestros usuarios. Aquí, la técnica empleada ha sido la correlación bivariante expresada en forma de gráfico de dispersión simple. Para facilitar la interpretación de los siguientes gráficos caben dos datos: uno, el 95,5% de los casos se encuentran entre las dos líneas extremas y dos, que cada “pétalo” del girasol es un ocurrencia o caso (un usuario que ha dado esa puntuación).

En conjunto, se ha observado cierta significación en los siguientes coeficientes de asociación:

- 1.- La satisfacción percibida por los usuarios en la **atención personalizada** influye moderadamente sobre la satisfacción general puntuada sobre el centro. Se ha podido comprobar que cuanto mayor es la satisfacción en la información personalizada recibida de los informadores mejor se valora el centro. Mantener los actuales niveles de satisfacción pasará, necesariamente, por mejorar o, al menos, mantener la actual valoración realizada sobre la labor de los informadores en su relación con el público.

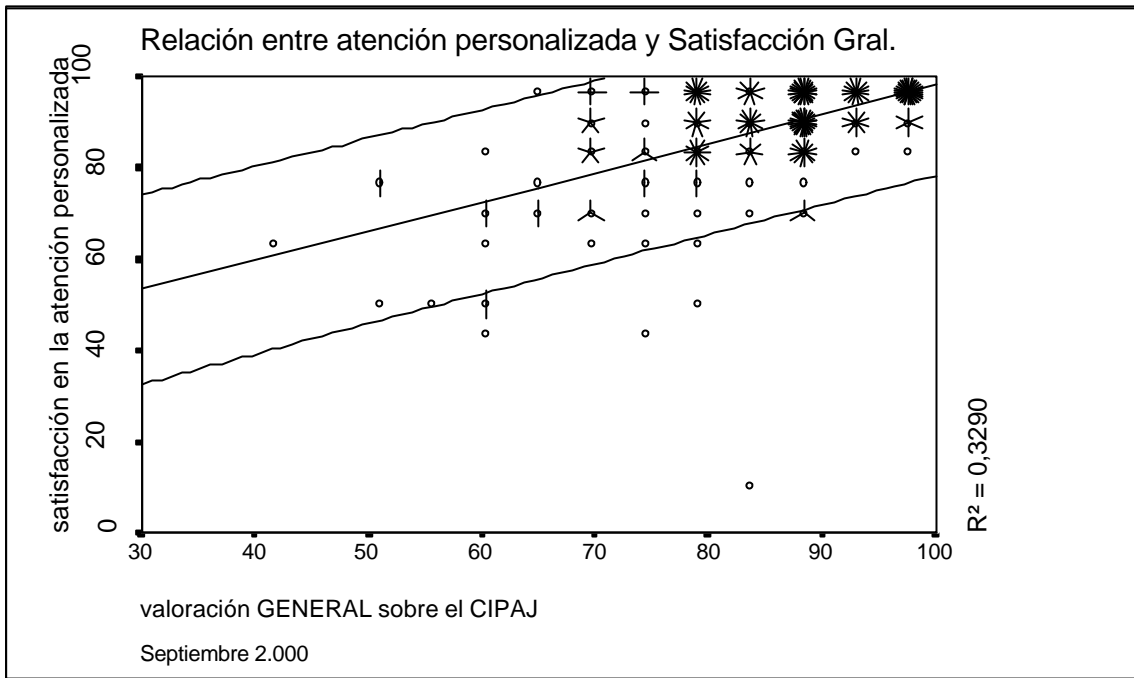


gráfico 10

2.- Sin embargo, en el principal procedimiento de autoinformación, **los tablonc informativos**, se observa que muestran una menor correlación con la satisfacción general sobre el CIPAJ percibida por los usuarios. Este dato revelaría un menor peso específico de este factor sobre la satisfacción general referida a todo el centro. Futuros objetivos de mejora deberían encaminarse hacia la necesidad de lograr una mayor influencia de los procedimientos de autoinformación sobre la satisfacción general percibida por los usuarios.

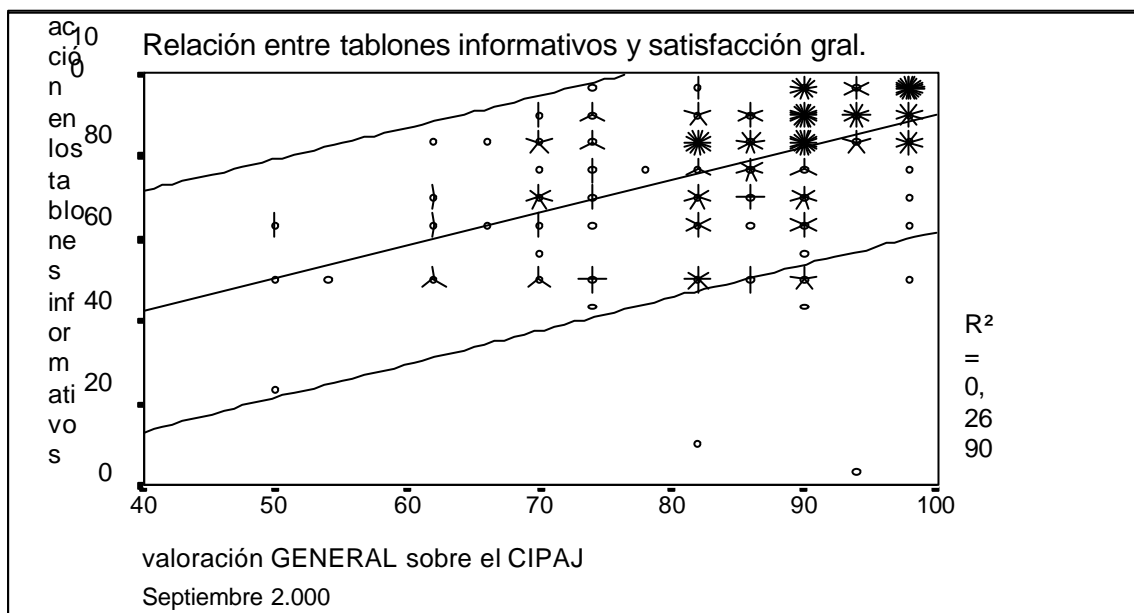


gráfico 11

Hasta aquí hemos visto de qué forma influye la satisfacción percibida en los dos principales servicios informativos sobre la valoración de la satisfacción general, y la observación es concluyente: **la satisfacción en los servicios de información personalizada influye más en la satisfacción general sobre el centro que la satisfacción en los servicios de autoinformación.** Ahora bien, es necesario definir más concretamente qué atributos condicionan con mayor fuerza. Ese será nuestro siguiente paso.

3.- Los atributos de la atención personalizada que se han seleccionado “a priori” son: utilidad de la información recibida, eficacia en la consulta, claridad de la información, trato impartido y atención prestada por los informadores. En conjunto, el análisis correlacional ha revelado las significaciones más potentes de todo el estudio, esto sería indicativo de una adecuada selección de atributos; sin embargo, parece que no lo hacen en el mismo grado.

a) Aquellos elementos que definen el “componente relacional” del servicio de información personalizada influyen moderadamente:

Atributo	R <sup>2</sup>
Trato dispensado por los informadores	0,4925
Atención prestada por los informadores	0,4348

b) Los aspectos que constituyen el componente “objetivo” del servicio de información influyen sustancialmente.

Atributo	R <sup>2</sup>
Utilidad de la información recibida	0,5961
Eficacia en la consulta	0,5855
Claridad de la información	0,5558

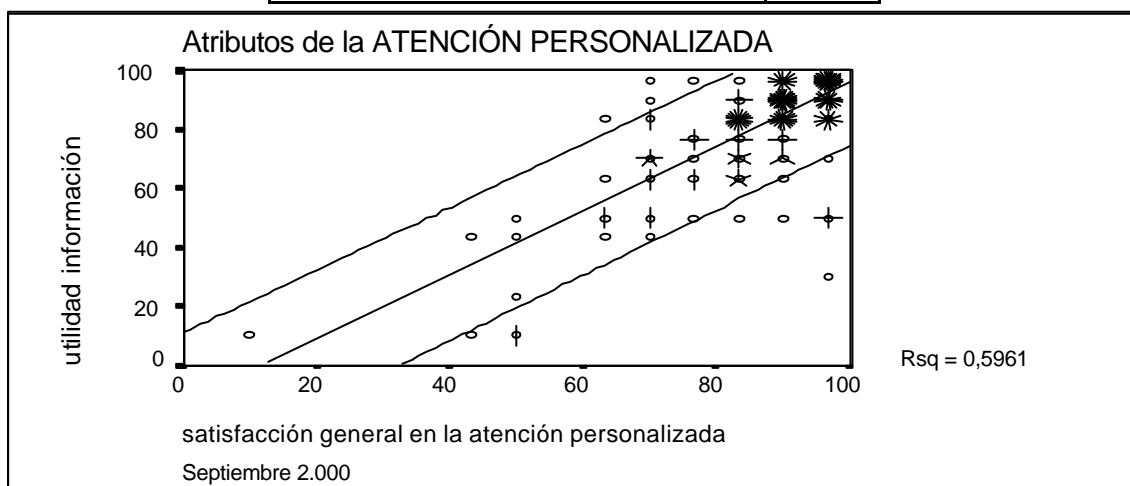


gráfico 12

Por lo tanto, sería relevante el hecho de que a nuestros usuarios parece importarles más en qué términos son informados, que cómo son informados.

- 4.- Los servicios de autoinformación, centrados en **los tabloneros informativos**, fueron definidos por los siguientes componentes:

Atributo	R <sup>2</sup>
Claridad informativa	0,2761
Utilidad de la información	0,2038
Actualidad informativa	0,1311

Apreciamos unos bajos niveles de correlación entre los distintos atributos y la satisfacción general percibida sobre los tabloneros. Esto permite afirmar su irrelevancia como aspectos significativos en la valoración de la satisfacción final que hacen los usuarios.

Otro de los elementos importantes en los procesos de autoinformación en el centro lo constituyen las **carpetas temáticas**, esto es, los dossieres que se entregan a los usuarios cuando desean ampliar algún aspecto de la información recibida inicialmente. En este caso, los atributos identificados inicialmente fueron:

Atributo	R <sup>2</sup>
Utilidad de la información	0,2932
Claridad en la presentación	0,2151
Actualización de las carpetas informat.	0,1935

Como puede apreciarse, siempre en unos bajos niveles de correlación, se aprecian ligeros cambios con respecto a los tabloneros informativos. El principal sería que aquí la significación de los atributos con respecto a la satisfacción global es mayor, y que el atributo “utilidad de la información” en las carpetas temáticas proporciona una mayor relevancia explicativa de la satisfacción global.

- 5.- El análisis de los atributos que configuran los servicios relacionados con la autoinformación en soporte papel: **hemeroteca, biblioteca, viajeteca**, ha revelado la presencia de influencias desiguales en la satisfacción de los usuarios sobre el centro.

Atributo	R <sup>2</sup>
Utilidad de la HEMEROTECA	0,3260
Utilidad de BIBLIOTECA	0,2366
Cobertura geográfica de la VIAJETECA	0,1487
Variedad temática de la BIBLIOTECA	0,1398
Utilidad de la VIAJETECA	0,0651



Como se puede comprobar en la tabla anterior, mientras que la utilidad de la HEMEROTECA muestra una correlación moderada con la satisfacción, el resto de los atributos valorados prácticamente no influyen en la satisfacción percibida.

- 6.- Del resto de servicios de autoinformación, aquellos vinculados a las nuevas tecnologías (bancoempleo y ordenadores para consulta en Internet) tienen una influencia baja en la satisfacción general. Sólo tiene un margen de influencia razonable la UTILIDAD de BANCOEMPLEO. El resto muestran un valor de correlación despreciable.

Atributo	R <sup>2</sup>
Utilidad de BANCOEMPLEO	0,2731
Tiempo disponible BANCOEMPLEO	0,1100
Utilidad de INTERNET	0,0869
Rapidez de acceso a BANCOEMPLEO	0,0692
Tiempo disponible INTERNET	0,0559
Rapidez de acceso a INTERNET	0,0531

- 7.- En cuanto a los demás servicios o proyectos asociados al CIPAJ (el Boletín del CIPAJ, las Antenas Informativas, la página en Internet, la información vía correo electrónico o la consulta telefónica), como era de esperar, no influyen en la satisfacción que los usuarios del CIPAJ perciben del centro. Sin embargo, nos hemos encontrado con una sorpresa, ya que la valoración de las ASESORÍAS sí que se asocia moderadamente a la satisfacción general percibida del Centro de Información.

Atributo	R <sup>2</sup>
Valoración ASESORÍAS	0,3201
Valoración PAGINA EN INTERNET	0,2716
Valoración del BOLETÍN CIPAJ	0,1806
Valoración ANTENAS INFORMATIV.	0,1643
Valoración CONSULTA TELEFÓN.	0,1359
Valoración CORREO ELECTRÓNICO	0,0351

- 8.- Por último, se identificaron dos aspectos que se consideraban cruciales a la hora de valorar la comodidad física de los usuarios, y por lo tanto, determinantes en la búsqueda de información relevante sobre su percepción de la calidad de los servicios prestados en el centro. Estos eran: el **horario de apertura** y ciertas condiciones de **las instalaciones**, según los siguientes atributos...

Atributo	R <sup>2</sup>
Señalética de las INSTALACIONES	0,3121
Comodidad de las INSTALACIONES	0,2736
Luminosidad de las INSTALACIONES	0,2352

Adecuación del HORARIO	0,1342
Amplitud HORARIO DE APERTURA	0,1296

De los datos se deduce que, cualquiera de los atributos relacionados con el horario muestra una significación muy baja respecto a la valoración global que se realiza sobre el centro. Algo que no ocurre con los atributos que configuran las instalaciones donde aparecen niveles de correlación moderada en el caso de la señalética (cartelería interior orientada a facilitar el uso del centro) y baja en el resto.

## 9. CONCLUSIONES

- 1.- El procedimiento global seguido para conocer los aspectos sobre los que cabe iniciar actuaciones de mejora se ha mostrado adecuado y eficaz. Este sistema integrado de encuestas, formularios, medidores e informes dirigido a los ámbitos más relevantes de la gestión del centro ha permitido alcanzar un grado de información razonable, según parámetros de utilidad, accesibilidad y economía.
- 2.- La encuesta, mediante cuestionario autoadministrado, dirigida a una muestra significativa de usuarios del centro ha proporcionado, de forma sistemática, un importante volumen de datos socioestadísticos de la población usuaria del centro, a la par que ha permitido recabar la opinión que merecen los servicios de información.
- 3.- Los datos recogidos, su explotación y tratamiento, no constituyen un fin en sí mismos. Al contrario, forman parte de un conjunto de acciones orientadas a la transformación y mejora cualitativa. Puede definirse como INVESTIGACIÓN EVALUATIVA para la MEJORA de la CALIDAD de los SERVICIOS PÚBLICOS. Su finalidad inmediata es la configuración de líneas de acción concretas que inspiren la programación en base a objetivos. A la largo plazo, deberá permitir la configuración de un entramado de series temporales que permitan la comparación en el tiempo.
- 4.- En cuanto a los usuarios que utilizan el CIPAJ, los datos más relevantes serían:
  - predominan quienes tienen entre 20 y 29 años, con una edad promedio situada en 25 años.
  - Consecuentemente, son universitarios la mayoría de nuestros usuarios.
  - También tiene relación con la edad el hecho de que la mayoría se identifique como población activa (trabajadores o parados). Poco más de un tercio se define como estudiante.
  - Poco más de la mitad de quienes acceden al centro son mujeres.
  - La proximidad del centro al domicilio del usuario no es determinante para que realicen un mayor uso del mismo. Ahora bien, los jóvenes de los barrios más alejados son

quienes hacen un menor uso, aunque es previsible que esto ocurra por factores socioeconómicos más que por problemas de movilidad.

- Predominan los usuarios habituales frente a los ocasionales. Sin embargo, cabe destacar que uno de cada cinco usuarios es nuevo.
- 5.- El servicio de información más empleado son los tabloneros de autoinformación y la realización de una consulta a los informadores. Tres de cada cuatro personas que entran en el centro hacen una u otra cosa; son pocos los que prescindir de los informadores.
- 6.- El índice de satisfacción general del CIPAJ de Zaragoza es muy alto, pero aún es más alta la puntuación alcanzada por los informadores del centro. Esto puede dar idea de cual es, actualmente, el principal activo del CIPAJ.
- 7.- Del conjunto de atributos que configuran la consulta personalizada a los informadores, destacan por la valoración recibida aquellos que tienen que ver con los aspectos relacionales. Sin embargo, estos mismos factores son los que menos influyen en la valoración sobre la satisfacción percibida por los usuarios. Esta aparente paradoja podría significar que, aun valorando altamente su importancia, los usuarios consideran que los aspectos objetivos de la información proporcionada por los informadores debe influir más sobre la satisfacción global. Lo importante, al fin y al cabo, es satisfacer una demanda.
- 8.- El grado de autonomía en los procesos de autoinformación (medido por el número de tabloneros de autoinformación utilizados) correlaciona con la tipología de usuario: cuantas más veces se acude al centro más tabloneros se utilizan y, al contrario, cuanto menos se acude menos tabloneros se emplean.
- 9.- No existen diferencias significativas en las valoraciones realizadas sobre los servicios según las variables: época del año, horario de atención, nivel de estudios, situación ocupacional. Sí existen diferencias a tener en cuenta en las valoraciones realizadas según las variables: edad (los mayores puntúan mejor la atención personalizada), sexo (puntúan más las mujeres) y grado de uso del CIPAJ (los usuarios ocasionales puntúan mejor la atención personalizada).
- 10.- Los ámbitos temáticos más solicitados son: EMPLEO, CURSOS y VIAJES. Sin embargo, la naturaleza y ámbito de las consultas están condicionadas a ciertos factores que hemos podido identificar.

- 11.- El principal servicio de difusión (al margen de la información en la sala) utilizado por los usuarios es el BOLETÍN del CIPAJ y, además, es el mejor valorado. Le sigue en valoración el servicio de ASESORÍAS.
- 12.- De las condiciones de apertura, valoradas en términos de HORARIO e INSTALACIONES hemos comprobado que el horario ha sido lo peor valorado de todo (tanto en adecuación como en amplitud). No ocurre lo mismo con las instalaciones que han merecido un notable alto.
- 13.- En términos de influencia de los distintos atributos sobre la valoración global que los usuarios han manifestado sobre el CIPAJ, se ha comprobado que:
- La satisfacción con los servicios de información personalizada influye más en la satisfacción general realizada sobre el centro que la satisfacción en los servicios de autoinformación.
  - La valoración de los atributos que configuran los servicios de autoinformación en soporte papel muestran una baja influencia sobre la satisfacción general, salvo en HEMEROTECA que influye moderadamente.
  - La valoración de los atributos que configuran los servicios de autoinformación en soporte tecnológico muestran una escasa influencia sobre la satisfacción general, salvo en BANCOEMPLEO que tiene una baja influencia.
  - La valoración en los distintos servicios que presta el CIPAJ muestran una escasa influencia sobre la satisfacción general, salvo las ASESORÍAS que influyen moderadamente.
  - La valoración de los atributos que nos hablan de las características del espacio desde el cual se atiende a los usuarios nos ilustran de una muy baja influencia del factor horario en la satisfacción que proporciona el CIPAJ y una influencia moderada en el caso de la valoración hecha sobre las instalaciones.

**Zaragoza, octubre de 2000**

VOLVER AL DOCUMENTO PRINCIPAL



<p><b>11.- Si has utilizado nuestras CARPETAS TEMÁTICAS (voluntariado, asociacionismo, trabajo en el extranjero, etc.), valora del 1 al 99:</b></p> <p>1. Claridad en la presentación..... → _____      3. Actualización de la información ..... → _____  2. Utilidad de la información..... → _____</p>	<p>11  1[ ][ ] 58,59  2[ ][ ] 60,61  3[ ][ ] 62,63</p>
<p><b>12.- Si has utilizado la Base de datos BANCOEMPLEO, valora del 1 al 99 tu satisfacción en relación a:</b></p> <p>1. La rapidez para disponer del ordenador.. → _____      2. Tiempo disponible para consulta ..... → _____  <i>(no esperar nada = 99)</i>      3. Utilidad ..... → _____</p>	<p>12  1[ ][ ] 64,65  2[ ][ ] 66,67  3[ ][ ] 68,69</p>
<p><b>13.- Si has realizado una consulta en INTERNET, valora del 1 al 99 tu satisfacción en relación a:</b></p> <p>1. La rapidez para disponer del ordenador.. → _____      2. Tiempo disponible para consulta ..... → _____  <i>(no esperar nada = 99)</i>      3. Utilidad ..... → _____</p>	<p>13  1[ ][ ] 70,71  2[ ][ ] 72,73  3[ ][ ] 74,75</p>
<p><b>14.- Si has utilizado nuestra HEMEROTECA (periódicos, boletines oficiales y/o revistas), valora del 1 al 99:</b></p> <p>1. Utilidad----- → _____</p>	<p>14  1[ ][ ] 76,77</p>
<p><b>15.- Si has utilizado nuestra BIBLIOTECA (cualquier libro excepto los de viajes), valora del 1 al 99:</b></p> <p>1. Variedad de temas..... → _____      2. Utilidad ..... → _____</p>	<p>15  1[ ][ ] 78,79  2[ ][ ] 80,81</p>
<p><b>16.- Si has utilizado nuestra VIAJETECA (libros, guías de viajes o carpetas de turismo), valora del 1 al 99:</b></p> <p>1. Cobertura geográfica ..... → _____      2. Utilidad ..... → _____</p>	<p>16  1[ ][ ] 82,83  2[ ][ ] 84,85</p>
<p><b>17.- De los SERVICIOS del CIPAJ que figuran a continuación, dinos cuáles has utilizado en alguna ocasión y valóralos del 1 al 99:</b></p> <p>1. Boletín del CIPAJ ..... → _____      4. Antenas Informativas..... → _____  2. Página WEB del CIPAJ..... → _____      5. Consulta telefónica..... → _____  3. Asesorías ..... → _____      6. Correo Electrónico..... → _____</p>	<p>17  1[ ][ ] 86,87  2[ ][ ] 88,89  3[ ][ ] 90,91  4[ ][ ] 92,93  5[ ][ ] 94,95  6[ ][ ] 96,97</p>
<p><b>18.- ¿Te ha llegado información ofrecida por el CIPAJ a través de algún MEDIO DE COMUNICACIÓN SOCIAL? En caso afirmativo indica por cual y valora su interés del 1 al 99:</b></p> <p>1. Radio..... → _____      3. Televisión..... → _____  2. Prensa..... → _____</p>	<p>18  1[ ][ ] 98,99  2[ ][ ] 100,101  3[ ][ ] 102,103</p>
<p><b>19.- En tu visita al CIPAJ, ¿Que TEMAS de los siguientes has consultado?</b></p> <p>1) <input type="checkbox"/> Becas                              6) <input type="checkbox"/> Empleo                              10) <input type="checkbox"/> Actdes Culturales                              14) <input type="checkbox"/> Extranjero  2) <input type="checkbox"/> Subvenciones                              7) <input type="checkbox"/> Cursos                              11) <input type="checkbox"/> Deporte                              15) <input type="checkbox"/> Salud  3) <input type="checkbox"/> Concursos                              8) <input type="checkbox"/> Actdes. Aire Libre                              12) <input type="checkbox"/> Educación                              16) <input type="checkbox"/> Viajes y turismo  4) <input type="checkbox"/> Oposiciones                              9) <input type="checkbox"/> Asociacionismo                              13) <input type="checkbox"/> Mili y objeción                              17) <input type="checkbox"/> Vivienda  5) <input type="checkbox"/> Voluntariado                              18) <input type="checkbox"/> Otros temas: _____</p>	<p>19 de 104 a 121  1[ ][6][ ][ ]10[ ][ ]14[ ][ ]  2[ ][7][ ][ ]11[ ][ ]15[ ][ ]  3[ ][8][ ][ ]12[ ][ ]16[ ][ ]  4[ ][9][ ][ ]13[ ][ ]17[ ][ ]  5[ ][ ]      18[ ][ ]</p>
<p><b>20.- ¿Te gustaría que el CIPAJ contara con algún tipo de información, publicaciones periódicas o servicio que en este momento NO TIENE? En caso afirmativo indica cuales:</b></p> <p><input type="checkbox"/> NO      <input type="checkbox"/> Sí _____</p>	<p>20.[ ][ ] 122</p>
<p><b>21.- Valora del 1 al 99 el HORARIO DE APERTURA del CIPAJ (de 11 a 14 h. lunes, martes y viernes y, de 11 a 18:30 h los miércoles y jueves):</b></p> <p>1. Adecuación del horario ..... → _____      2. Amplitud del horario ..... → _____</p>	<p>21  1[ ][ ][ ] 123,124  2[ ][ ][ ] 125,126</p>
<p><b>22.- De las INSTALACIONES del CIPAJ valora del 1 al 99 los siguientes aspectos:</b></p> <p>1. Luminosidad..... → _____      3. Comodidad ..... → _____  2. Señalización de la información..... → _____</p>	<p>22  1[ ][ ][ ] 127,128  2[ ][ ][ ] 129,130  3[ ][ ][ ] 131,132</p>
<p><b>23.- En LÍNEAS GENERALES valora del 1 al 99:</b></p> <p>1. Tu grado de satisfacción de los servicios del CIPAJ----- → _____</p>	<p>23  1[ ][ ][ ] 133,134</p>

...GRACIAS

[VOLVER AL DOCUMENTO PRINCIPAL](#)

## ENCUESTA A LOS LECTORES DEL BOLETIN DEL CIPAJ

EL CIPAJ quiere que el Boletín responda con un buen nivel de calidad a los intereses de sus lectores. Te agradeceremos que nos ayudes a conseguirlo enviándonos esta encuesta con tus opiniones. Puedes depositar la encuesta en cualquier buzón de correos, pero si la entregas en el CIPAJ, en cualquiera de sus 53 antenas (Facultades, Institutos de Secundaria y Casas de Juventud), en el CRIDJA o en el Centro de Información Universitario, recibirás en mano un regalo. Contesta por favor a las siguientes preguntas En los recuadros como  coloca un aspa  para seleccionar esa opción, si más tarde consideras otra opción más valida anúlala con un circulo  En los casos de valorar un aspecto recuerda que la escala es de 0 a 99 considerando 99 lo más satisfactorio y 0 lo menos. La franja vertical de la derecha es para la posterior tabulación de resultados y no se rellena. Gracias por tu colaboración:

<b>1.- Edad:</b> <input type="text"/>		<b>2.- Sexo:</b> <input type="checkbox"/> 1 Hombre: <input type="checkbox"/> 2 Mujer:		<b>Fecha:</b> <input type="text"/>		código: [B][ ][ ][ ] fecha: [ ][ ]/[ ][ ]/[ ][ ] 1.[ ][ ] 11,12 2.[ ][ ] 13 3.[ ][ ] 14 4.[ ][ ] 15  5.[ ][ ] 16,17  6.[ ][ ] 18
<b>3.- Nivel de estudios terminados:</b> <input type="checkbox"/> 1 Enseñanza Obligatoria <input type="checkbox"/> 2 Bachiller <input type="checkbox"/> 3 Formación profesional <input type="checkbox"/> 4 Estudios Universitarios						
<b>4.- Situación ocupacional:</b> <input type="checkbox"/> 1 Estudiante - Nombre Centro: _____ <input type="checkbox"/> 2 Trabajador <input type="checkbox"/> 3 Parado <input type="checkbox"/> 4 Otros _____						
<b>5.- Distrito de residencia:</b> <input type="checkbox"/> 0 Fuera de Zaragoza: _____ <input type="checkbox"/> 1 Casco Histórico <input type="checkbox"/> 2 Centro <input type="checkbox"/> 3 Delicias <input type="checkbox"/> 4 Romareda/Universidad <input type="checkbox"/> 5 San José <input type="checkbox"/> 6 Las Fuentes <input type="checkbox"/> 7 Almozara <input type="checkbox"/> 8 Oliver / Valdefierro <input type="checkbox"/> 9 Torrero <input type="checkbox"/> 10 Margen Izquierda <input type="checkbox"/> 11 B. Rurales Este <input type="checkbox"/> 12 B. Rurales Oeste						
<b>6.- ¿Con que frecuencia lees el Boletín del CIPAJ?:</b> <input type="checkbox"/> a) Es la 1ª vez <input type="checkbox"/> b) Ocasionalmente <input type="checkbox"/> c) Todos los meses <input type="checkbox"/> d) Otra frecuencia: _____						
<b>7.- En LÍNEAS GENERALES valora del 0 al 99 tu nivel de satisfacción general con esta publicación:</b>  1. Satisfacción general-----> _____						
<b>8.- Marca con un aspa las dos secciones que consideres más interesantes del boletín y las dos menos interesantes:</b>						
	a) MÁS INTERESANTES	b) MENOS INTERESANTES				8.
1. SUELTOS						1 a[ ][ ] b[ ][ ] 21-22
2. CONVOCATORIAS						2 a[ ][ ] b[ ][ ] 23-24
3. CURSOS Y TALLERES						3 a[ ][ ] b[ ][ ] 25-26
4. PÁGINAS CENTRALES						4 a[ ][ ] b[ ][ ] 27-28
5. ESTE MES						5 a[ ][ ] b[ ][ ] 29-30
6. EN GRUPO						6 a[ ][ ] b[ ][ ] 31-32
7. SIN PROBLEMAS						7 a[ ][ ] b[ ][ ] 33-34
8. PUBLICACIONES						8 a[ ][ ] b[ ][ ] 35-36
9. CASAS DE JUVENTUD						9 a[ ][ ] b[ ][ ] 37-38
10. TRUEQUES						10 a[ ][ ] b[ ][ ] 39-40



✓ **FICHA TÉCNICA ENCUESTA LECTORES BOLETIN CIPAJ**

<b>Universo</b>	Lectores del Boletín del CIPAJ que remitan el cuestionario debidamente cumplimentado.
<b>Tamaño de la muestra</b>	n = <b>385</b>
<b>Unidad de muestreo</b>	Persona lectora del Boletín del CIPAJ.
<b>Selección de la muestra</b>	Muestreo “estratégico” para cuestionarios recibidos.
<b>Tipo de entrevista</b>	Cuestionario publicado y remitido por correo.
<b>Error</b>	Para un nivel de confianza del <b>95,5%</b> (2 $\sigma$ ), p = q = 0,5: e = $\pm$ <b>5%</b> .
<b>Tratamiento estadístico</b>	Programa SPSS v.6.0.1.

**Se propuso para entregar la encuesta:**

- ◆ - Envío por correo concertado al CIPAJ
  - ◆ - Entregar en mano en: CIPAJ, antenas, centro de información universitario y CRIDJA.
1. **INCENTIVO** al entregar la encuesta recibirán un regalo en mano (pin, poster, llavero, camiseta... ).
  2. **Incluir en un boletín al año (preferiblemente en los meses de febrero o marzo) y en el boletín dentro de la página de internet, durante el mismo mes.**

[VOLVER AL DOCUMENTO PRINCIPAL](#)

**EL BOLETÍN DEL CIPAJ**  
**VISTO POR SUS LECTORES**

**Valoración de la revista mensual de información juvenil del  
Ayuntamiento de Zaragoza, editada desde enero de 1983**

## SUMARIO

	<b>Página</b>
<b>1. Presentación</b>	<b>3</b>
<b>2. Autores</b>	<b>3</b>
<b>3. Ficha técnica de la encuesta</b>	<b>4</b>
<b>4. El protagonista: el Boletín del CIPAJ</b>	<b>4</b>
<b>5. Los lectores y lectoras</b>	<b>5</b>
<b>6. Valoración de la publicación por sus lectores</b>	<b>5</b>
<b>7. Para qué ha servido el Boletín a sus lectores</b>	<b>6</b>
<b>8. Fidelidad de los lectores</b>	<b>8</b>
<b>9. Qué secciones gustan más y cuales menos</b>	<b>8</b>
<b>10. Conocimiento, uso y valoración de otros recursos del CIPAJ</b>	<b>10</b>
<b>11. Sugerencias y aportaciones de los lectores</b>	<b>11</b>
<b>12. Epílogo</b>	<b>12</b>
<b>13. Objetivos para los próximos dos años</b>	<b>12</b>

## **1. PRESENTACION**

En octubre de 1998 el CIPAJ aborda la elaboración de un "Proyecto de evaluación de los servicios que presta" que le permita evaluar de forma sistemática tanto el volumen de utilización de los servicios prestados por el Centro, como la calidad percibida por los usuarios. Este proyecto recibió el Primer Premio del "II Concurso de Ideas de Mejora de los Servicios Municipales", en la modalidad de trabajo en grupo, convocado por el Ayuntamiento de Zaragoza en 1998.

Entre los instrumentos de medida propuestos en el Proyecto figuraba la realización de una encuesta a los lectores del Boletín del CIPAJ, uno de los principales recursos de difusión con los que cuenta el Centro de Información, que fue publicada en los 10.000 ejemplares del Boletín del CIPAJ de marzo de 1999.

Recibimos un total de 620 encuestas cumplimentadas, lo que muestra un alto índice de participación de los lectores, algo que agradecemos sinceramente.

Una vez analizados los datos, presentamos los resultados más interesantes, así como las propuestas de futuro que desde el CIPAJ pensamos ir abordando teniendo en cuenta tanto los resultados como las propuestas de los lectores.

Los datos de esta encuesta, junto a los recogidos a través de otras encuestas, informes y medidores, constituyen el primer cimiento sobre el que asentar un proceso continuo de mejora de la calidad percibida por nuestros usuarios que iniciamos en octubre de 1998.

**Grupo de mejora del CIPAJ**

## **2. LOS AUTORES**

### Diseño de la encuesta:

Equipo del CIPAJ, con la colaboración de Carlos Ares, Javier Martínez y Juan Carlos López de Silanes.

### Análisis de los datos:

Equipo del CIPAJ con la ayuda de Eduardo Sisamón, estadístico al que debemos todos los análisis estadísticos, quien contó con el apoyo profesional de Julio César García Herrero.

### 3. FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA

En el estudio a realizar sobre la calidad que aprecian los lectores del Boletín del CIPAJ, el trabajo de campo consistía en la recepción de un número mínimo de cuestionarios, fijado en 385, remitidos por los lectores de los 10.000 ejemplares del mes de marzo de 1999 para su posterior explotación.

<b>Universo</b>	Lectores del Boletín del CIPAJ que remitan el cuestionario debidamente cumplimentado.
<b>Tamaño de la muestra</b>	n = <b>385</b>
<b>Unidad de muestreo</b>	Persona lectora del Boletín del CIPAJ.
<b>Selección de la muestra</b>	Muestreo “estratégico” para cuestionarios recibidos.
<b>Tipo de entrevista</b>	Cuestionario publicado y remitido por correo.
<b>Error</b>	Para un nivel de confianza del <b>95,5%</b> (2s), $p = q = 0,5$ : $e = \pm 5\%$ .
<b>Tratamiento estadístico</b>	Programa SPSS v.6.0.1.

Se recibieron 620 encuestas, de las cuales 482 llegaron a través del correo (lo cual demuestra un alto grado de esfuerzo por parte de los lectores). De las 620 encuestas recibidas, se han utilizado los datos de 567, ya que el resto estaban repetidas o mal cumplimentadas.

### 4. EL PROTAGONISTA: EL BOLETÍN DEL CIPAJ

El Boletín del CIPAJ es una de las revistas de información juvenil más veteranas del país, ya que se editó por primera vez en enero de 1983. Desde entonces, sigue fiel a dos principios fundamentales: el primero es el de dar prioridad a aquellas informaciones generadas por los propios jóvenes y sus colectivos y asociaciones; y el segundo es el esfuerzo permanente por atender informativamente a las distintas tipologías y edades juveniles, algo que significa compaginar los intereses de jóvenes de 15 ó 16 años con los de 25 a 30, y también las dirigidas a jóvenes con diferentes intereses vitales y, por tanto, con distintas necesidades informativas: jóvenes estudiantes, trabajadores, parados, que viven con sus padres, solos o en pareja... etc.

En esta carrera de fondo que empezó en enero de 1983 se han ido produciendo cambios importantes hasta llegar al Boletín del CIPAJ de hoy. Entre los hitos más importantes destacamos:

- **1985:** Primer cambio de formato
- **Octubre 1996:** Se puede consultar íntegro en Internet ([www.cipaj.org](http://www.cipaj.org))
- **Abril 1997:** Línea gráfica y estructura de las secciones actuales.
- **Julio 1998:** El artículo *Quiero ser una Spice Girl o un Backstreet Boys en su defecto*, publicado en la sección Sin Problemas y realizado por las asesoras psicológicas del CIPAJ, gana un

accésit honorífico en la XVI Edición del Premio de Periodismo Colegio Oficial de Psicólogos de Madrid.

- **Septiembre 98:** La sección de Trueques se realiza volcando de forma automática los anuncios de la base de datos de Internet “Anuncios para jóvenes”, lo que supone un importante avance tecnológico y una gran rentabilidad de esfuerzos.

- **Abril 1999:** El Boletín, con la colaboración de Ibercaja, pasa de 10.000 a 15.000 ejemplares mensuales.

- **Diciembre 1999:** La nueva sección “Agenda de actividades” sustituye e incrementa las de “Este mes” y “Cursos y Talleres” y se realiza volcando automáticamente la información de la base de datos de “Actividades para Jóvenes” de Internet. La nueva sección es ya una consecuencia directa de los resultados de la encuesta realizada a los lectores del Boletín, ya que la petición más repetida era la ampliación de información sobre actividades (cursos, cultura, deporte, viajes...) para jóvenes durante el mes correspondiente.

- **Septiembre 2000:** Modificación del Sumario y de algunos detalles de la sección “Agenda de Actividades”.

## 5. LAS LECTORAS Y LECTORES DEL BOLETIN

**Sexo:** 58,9 % chicas, frente al 41,1 % de chicos

**Edad:** Como se aprecia en los gráficos, el 85 % de los lectores tienen entre 14 y 26 años. Las edades más frecuentes son los 17 años (10%), los 16 años (9,9%) y los 23 años (9,3%), y la edad media de todos los lectores es de 21 años.

**Nivel de estudios terminados:** Bachiller (33,9%), enseñanza obligatoria (32,1%), estudios universitarios (20,5%) y formación profesional (11,5%).

**Situación ocupacional:** Estudiantes de Instituto (38,4%), estudiantes de Universidad (31%) (total de estudiantes, 69,5%), trabajadores (16,6%) y parados (12%).

**Distrito de residencia:** El sector más numeroso de jóvenes es el de los que residen en Delicias (18,2%), seguido del de la Margen Izquierda (17,6%), San José (12,7%), Romareda/Universidad (9,2%) y Centro (8,5%).

## 6. VALORACION DE LA PUBLICACION POR SUS LECTORES/AS

Nos interesaba conocer la valoración general que hacen los lectores del Boletín y la valoración parcial sobre algunas características que son las que más inciden en la calidad percibida por los usuarios de una publicación.

La **satisfacción general** manifestada por los lectores es de una media de 76,1 puntos sobre 100 (el valor más repetido es 80), una puntuación idéntica a la que dan a la **utilidad** de la información que aparece en el Boletín. Los valores suben un poco cuando tratamos la **facilidad para conseguir el Boletín cada mes** (77,2 puntos y el valor más repetido el 99) y un poco más al valorar el **interés** y la **claridad** de la información (ambos tienen una puntuación media de 79,3 y el valor más

repetido es 90 puntos). El valor más alto es para la **fiabilidad** que merece la información (media de 81,1 punto y el valor más repetido es 99 puntos). El valor más bajo es para el **formato**, aunque también recibe un notable (71,9 puntos y el valor más repetido es 80 puntos).

El sexo influye a la hora de hacer una valoración general del Boletín y de todas sus características ya que las mujeres lo valoran ligeramente mejor.

También se observa claramente cómo va aumentando de forma significativa la valoración del interés de la información a medida que aumenta el nivel de estudios terminados.

Podemos observar, sin embargo, que, a medida que van aumentando los estudios terminados, la valoración de la utilidad de la información va aumentando de forma significativa

También es estadísticamente significativa la menor valoración de la utilidad que hacen los menores de 18 años frente a una mayor valoración de los de 24 - 30 años.

Por otra parte, podemos afirmar que la edad del encuestado influye de manera significativa cuando se valora el formato, siendo los grupos de edad de los menores de 18 y los mayores de 24 años los que lo valoran más positivamente. El formato gusta menos a los de 18 - 24 años.

### **La facilidad para conseguir el Boletín**

Conscientes de la importancia que tiene la distribución en la balanza de resultados de una publicación, durante los últimos años hemos hecho un importante esfuerzo para acercar cada mes el Boletín a los centros más eficaces de distribución entre jóvenes. Nos interesaba, por tanto, medir el grado de satisfacción de los jóvenes lectores del Boletín en cuanto a la facilidad para encontrarlo cada mes. Los resultados generales son muy buenos, ya que no sólo la valoración media es alta (77,2 puntos), sino que, además, hay un porcentaje muy alto de jóvenes (43,6%) que le da a esta característica la valoración más alta, 99 puntos, siendo éste el valor más repetido.

El centro de enseñanza es el lugar donde el 48,5% de los lectores recoge el Boletín del CIPAJ. El 18,5% lo recoge en una casa de juventud, el 21% en otros lugares y sólo un 11,3% lo recoge en el CIPAJ.

Del 21% que lo recoge en lugares diferentes al centro de enseñanza, casa de juventud o CIPAJ, la mayoría lo hace en una biblioteca (33%), seguido de los que lo recogen en un club o asociación (25,4%).

## **7. PARA QUÉ HA SERVIDO EL BOLETIN A SUS LECTORES/AS**

La utilidad de la información del boletín es una de las variables que consideramos como más importantes en el diseño de la encuesta. Esa es la razón por la que además de la evaluación general que ya hemos visto que recibió una puntuación media de 76,2 puntos, se incluyó un apartado específico con el que se quería medir si la información del Boletín había servido a sus lectores, en alguna ocasión, para algo concreto. En la pregunta se incluyeron 6 posibilidades de respuesta, admitiendo la respuesta múltiple, en las que se recogían diferentes utilidades en función del tipo de información que se incluye en las distintas secciones del Boletín, además de la posibilidad genérica de "para conocer el CIPAJ" que se incluía como primera respuesta.

El análisis de los datos nos habla de un alto nivel de utilización de las informaciones del Boletín, ya que un 51% de los lectores declaran que les han servido para utilizar servicios para jóvenes (informaciones de las secciones de *Sueltos*, *Convocatorias*, *Páginas Centrales*, *Sin Problemas*, *Casas de Juventud*), un 50,8% para conocer el CIPAJ, un 48,9% para participar en actividades culturales y de formación (informaciones de las secciones *Cursos y talleres*, *Este mes* y *Casas de Juventud*), un 16,6% para contactar con gente o asociaciones de jóvenes (informaciones de las secciones *Trueques*, *En grupo*, *Páginas centrales*, *Sueltos*..) y, por último, un 15,3% declaran que les ha servido para encontrar empleo, un piso, comprar o vender algo... (informaciones de la sección *Trueques*).

¿Qué ocurre cuando analizamos los usos que han hecho de la información los distintos colectivos de jóvenes?

### **¿Para qué te ha servido el Boletín? según nivel de estudios terminados**

Nos encontramos, en primer lugar, con que el grupo de jóvenes cuyo nivel de estudios terminado es la enseñanza obligatoria utilizan menos de lo que cabría esperar la información para utilizar servicios para jóvenes

### **¿Para qué te ha servido el Boletín? según ocupación actual**

Si analizamos los grupos de jóvenes según su ocupación, también nos encontramos con diferencias estadísticamente significativas. Por una parte la información del Boletín ha servido menos de lo esperado a los estudiantes de instituto para utilizar servicios para jóvenes. Por otro lado, entre los universitarios encontramos esta respuesta con mayor frecuencia de la esperada.

### **¿Para qué te ha servido el Boletín? según edades**

Por último, al analizar los diferentes grupos de edades juveniles nos encontramos con dos datos estadísticamente significativos. Por una parte, los encuestados con edades entre 12 y 18 años utilizaron poco la información del Boletín para utilizar servicios para jóvenes.

Podemos concluir que los jóvenes de 12 a 18 años forman también el grupo de estudiantes de Instituto y el grupo de los jóvenes cuyo nivel de formación finalizado es la enseñanza obligatoria. En los tres casos, al estudiar al colectivo desde diferentes perspectivas, nos ha dado la misma imagen: ese grupo utiliza menos de lo esperado los servicios para jóvenes. La edad es, con seguridad, el principal condicionante para que esto ocurra, ya que como vimos anteriormente los menores de 18 años no tienen la autonomía mínima exigida para participar y utilizar muchos de los recursos para jóvenes y sus actividades están todavía muy dirigidas por los adultos de su entorno.

La segunda valoración estadísticamente significativa es que los jóvenes de 24 a 30 años utilizaron la información del Boletín más de lo esperado para participar en actividades culturales.

El hecho de que un colectivo con plena capacidad para utilizar los medios de comunicación social haya utilizado más de lo que porcentualmente le corresponde la información del Boletín para participar en actividades culturales, puede significar que les resultan de interés aquellas actividades que prima el Boletín, como son las generadas por las asociaciones y entidades ciudadanas, que rara vez encuentran un hueco en los medios de comunicación social.



## 8. FIDELIDAD DE LOS LECTORES

Llama la atención la alta fidelidad de los lectores del Boletín, ya que un 66,7% declaran leerlo todos los meses, un 25,4% lo hace ocasionalmente y sólo para un 3,5% era la primera vez.

## 9. QUÉ SECCIONES GUSTAN MÁS Y CUALES MENOS

En la encuesta se introduce una pregunta sobre el interés que despiertan las distintas secciones del Boletín (se pedía que eligiesen las dos con mayor interés y las dos con menor interés) con dos objetivos:

\* En primer lugar, para conocer las preferencias mostradas por los lectores de forma que nos ayuden a tomar decisiones futuras de cambios y mejoras a introducir en el Boletín.

\* En segundo lugar y de forma colateral, para detectar el grado de conocimiento que los lectores tienen de la estructura de la publicación.

En este segundo caso vemos que el conocimiento es alto ya que contestan a esta pregunta, por lo tanto tienen opinión hecha sobre las diferentes secciones, el 86,9% de los lectores.

En cuanto a los datos globales que podemos conocer sobre el interés o desinterés que despiertan las distintas secciones entre los lectores nos hemos encontrado con tres bloques diferenciados de secciones:

1. Aquellas secciones que han sido valoradas como muy interesantes por un elevado porcentaje de lectores y que prácticamente no tienen detractores. Es el caso de Cursos y talleres (el 36,9% la ha citado como dos de las más interesantes y sólo un 3,9% la incluye entre las dos menos interesantes), Convocatorias (con un 28,4% de votos positivos y un 12,7% de negativos) y Este mes (19% de votos positivos frente a un 7,4% de negativos). El tipo de información contenida en estas secciones es, sin lugar a dudas, la que despierta un mayor interés entre los lectores del Boletín, un tipo de información que coincide en los tres casos con información puntual sobre actividades y convocatorias en las que poder participar.

2. Nos encontramos un segundo bloque formado por secciones que, por el contrario, han sido elegidas como dos de las menos interesantes por un porcentaje de lectores muy superior a los que las han valorado como de las dos más interesantes. Es el caso de Publicaciones (27,5% de votos negativos frente a 5,3% de positivos), En grupo (13,4% de votos negativos frente a 2,3% positivos) y, en menor medida Sin problemas (8,5 positivos y 15,9% negativos). Son las secciones cuya información despierta menos interés entre los lectores.

3. Y tenemos un tercer bloque formado por secciones que han sido elegidas como dos de las más interesantes y como dos de las menos interesantes por un porcentaje muy similar de lectores. Esta situación se da en Trueques (es el caso más llamativo ya que tiene un porcentaje muy alto de lectores incondicionales, un 27,5%, pero también un porcentaje muy importante de detractores, 20,5%), Casas de Juventud (un 17,6% de votos positivos frente a un 16,8% de negativos), Páginas

centrales (13,4% de positivos y 14,6% de negativos) y Suelos (13,4% positivos y 17,5% negativos).

Vamos a ver ahora cómo influyen el sexo, el nivel de estudios terminados y el resto de las variables en la valoración de las diferentes secciones del Boletín:

Ni el sexo ni la ocupación actual influyen a la hora de valorar ni positiva ni negativamente las distintas secciones del Boletín. Sí que influyen dos variables que, como hemos visto en otros puntos, podría ser la misma:

1. Tanto los jóvenes cuyo nivel de estudios finalizado es la enseñanza obligatoria como los que estudian en Institutos (en su gran mayoría son los mismos) consideran más interesante de lo esperado la sección de Trueques. Los Trueques, los anuncios que facilitan el encuentro y el acuerdo con otros jóvenes, interesan sobre todo a los más jóvenes para quienes seguramente resulta más difícil la utilización de otras vías como los medios de comunicación ... etc.

2. Los jóvenes cuyo nivel de estudios finalizado es la enseñanza obligatoria encuentran menos interesante que el resto las secciones de Suelos y Cursos y talleres.

En el caso de Suelos el menor interés de este colectivo quedó ya patente anteriormente cuando vimos que ese grupo utiliza menos de lo esperado los servicios para jóvenes, justamente el tipo de información que aparece en esta sección.

Por lo que respecta a Cursos y talleres, la mayoría de los jóvenes cuyo nivel de formación es la enseñanza obligatoria está estudiando, por lo que no sienten interés por otros cursos que podrían potenciar su formación. Esa necesidad, sí llegará más adelante.

Una vez hecha esta valoración general, vamos a detenemos a analizar quienes son los jóvenes que valoran positivamente y quienes los que lo hacen de forma negativa, las secciones comprendidas en el tercer bloque señalado más arriba, es decir, aquellas que han sido elegidas como dos de las más interesantes y como dos de las menos interesantes por un porcentaje muy similar de lectores, y que son Trueques, Casas de Juventud, Páginas centrales y Suelos.

Una vez realizados los análisis matemáticos, nos hemos encontrado con que aunque podemos señalar alguna tendencia en Suelos (sección más valorada cuanto mayor es el nivel de formación) y en Casas de Juventud (peor valorada cuando aumenta la edad a partir de 18 y el nivel de formación), en realidad ninguna de las distintas categorías de lectores (según sexo, según edad, ocupación o nivel de estudios) influye de forma estadísticamente significativa a la hora de valorar positiva o negativamente las secciones de Casas de Juventud, Suelos y Páginas centrales.

En la sección de Trueques sí que encontramos variables que influyen de forma significativa en la valoración de la sección.

De hecho, en la elección de esta sección como una de las más interesantes influye significativamente de forma positiva el haber finalizado la enseñanza obligatoria, el ser estudiante de instituto y el tener menos de 18 años. Sin embargo, influye de forma negativa el haber finalizado el bachiller y tener entre 18 y 24 años.

Queda patente que los Trueques es la información que prefieren los más jóvenes pero pierde interés a medida que aumenta la edad, un hecho que también queda patente en el análisis de qué jóvenes

han elegido esta sección entre las menos interesantes. En este caso, el tener más de 18 años resulta la variable que influye de forma significativamente positiva.

## 10. CONOCIMIENTO, USO Y VALORACIÓN DE OTROS RECURSOS DEL CIPAJ POR PARTE DE LOS LECTORES DEL BOLETÍN

Para acercar la información a los jóvenes de Zaragoza el CIPAJ utiliza diferentes soportes de difusión, transmisores de diferentes contenidos y adaptados a distintos públicos y necesidades juveniles.

El proyecto de mejora de la calidad de los servicios del CIPAJ ha diseñado instrumentos de medida adaptados a cada soporte de difusión, pero también ha previsto que tengan puntos de conexión entre ellos.

En primer lugar, todos los sistemas de medida tienen un encabezamiento común para la identificación del usuario encuestado, de forma que permitirá el estudio de las diferentes tipologías de jóvenes que utilizan los distintos servicios del CIPAJ.

En segundo lugar, para evitar una proliferación excesiva de instrumentos de medida, se optó porque todos ellos fueran polivalentes. El lema fue: "de paso que preguntamos a un usuario, preguntémosle por todo lo que queremos saber". Como resultado de esta reflexión se incluyó en cada instrumento de medida un apartado en el que se pregunta al usuario sobre su conocimiento, uso y valoración del resto de los servicios del CIPAJ.

En el caso de la encuesta a los "Lectores del Boletín" queríamos saber el nivel de conocimiento, uso y valoración de el Centro de Información Juvenil (CIPAJ), las antenas informativas del CIPAJ, las asesorías para jóvenes, la página en Internet, la atención telefónica y las informaciones ofrecidas a través de radio, prensa y televisión

<b>OTROS SERVICIOS DEL CIPAJ</b>	<b>Conocimiento %</b>	<b>Uso %</b>	<b>Valoración</b>
CENTRO DE INFORMACIÓN	73,2	42,5	83,4
ANTENAS INFORMATIVAS	57,1	22,8	80,4
ASESORÍAS	40,7	13,6	76,9
PÁGINA EN INTERNET CIPAJ	39,2	19,2	76,5
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	35,6	-----	76,6
CONSULTA TELEFÓNICA	28,7	10,1	78,7

Veamos ahora las diferencias estadísticamente significativas que hemos encontrado al analizar el conocimiento, uso y valoración de cada uno de los servicios del CIPAJ que hacen los distintos colectivos de jóvenes lectores:

En primer lugar, se da un menor conocimiento y utilización del Centro de Información por parte de los jóvenes que han acabado la enseñanza obligatoria, de los que son estudiantes de Instituto y de los que tienen entre 12 y 18 años.

En realidad, como hemos visto en algún punto anterior, los tres grupos son prácticamente el mismo: el de los jóvenes menores de 18 años.

En cambio, tienen un conocimiento superior y utilizan más el Centro de Información los que han acabado la Universidad, los jóvenes trabajadores, los que tienen entre 24 y 30 años y los jóvenes parados.

Esta situación se repite de forma idéntica cuando analizamos el conocimiento, uso y valoración de las Asesorías por parte de los distintos colectivos de jóvenes.

Resulta llamativo el alto porcentaje de lectores que conoce y ha utilizado la página del CIPAJ en Internet. Si profundizamos un poco más en el análisis de los datos, nos encontramos con que se da un menor conocimiento y utilización de la Página de Internet por parte de los jóvenes cuyo nivel formativo finalizado es la enseñanza obligatoria. Nuevamente la edad limita el conocimiento de los recursos de información. En cambio, se da una mayor utilización por parte de los que han acabado el bachiller, debido seguramente a que muchos de ellos son alumnos universitarios y la Universidad facilita la utilización de Internet.

Se da, por último, un mayor conocimiento entre los que han acabado la universidad. Este colectivo es el que aparece como el más interesado por Internet en las encuestas generales sobre la red.

No hemos encontrado diferencias significativas de conocimiento, uso o valoración por parte de ninguno de los colectivos de jóvenes analizados al evaluar las Antenas Informativas, la atención telefónica y las informaciones en medios de comunicación.

## **11. SUGERENCIAS Y APORTACIONES DE LOS LECTORES**

Por último, resulta muy interesante la gran cantidad de lectores que realizan propuestas y sugerencias al Boletín del CIPAJ, algo que, unido a la alta puntuación que han dado a la publicación, demuestra un nivel muy alto de interés y de participación.

En total hemos recibido 321 propuestas realizadas por 245 lectores (el 46,7% de los lectores realizaron, por tanto, aportaciones) y para facilitar su tratamiento las hemos agrupado de la siguiente manera:

### **PROPUESTAS DE LOS LECTORES DEL BOLETIN DEL CIPAJ**

<b>Propuesta</b>	<b>Número</b>
Más información tipo agenda (cursos, actividades, viajes, conciertos...)	70
Sobre la difusión del Boletín	22
Más información sobre empleo	35

Formato (color, página de trueques...)	40
Más información sobre temas juveniles (sexo...)	75
Abrir las páginas a la participación de los lectores	18
Sobre secciones del Boletín (añadir o modificar)	61
<b>Total:</b>	<b>321</b>

## 12. EPÍLOGO

Queremos agradecer sinceramente el esfuerzo realizado por los jóvenes lectores del Boletín del CIPAJ; esfuerzo que intentaremos corresponder asumiendo, en la medida de lo posible, la realización de las propuestas.

De hecho ya se han producido cambios motivados por los resultados de esta encuesta:

1. Hemos creado una nueva sección denominada "**Agenda de Actividades**" que sustituye e incrementa las secciones tradicionales de **Cursos y talleres** y **Este mes**. En ella queremos recoger la oferta de actividades para jóvenes, de la forma más amplia posible, para satisfacer la petición de numerosos lectores que quieren encontrar en el Boletín más información de cursos, viajes, conciertos y todo tipo de actividades juveniles.
2. La sección de **Trueques** ahora se llama "**Anuncios**" y en ella hemos introducido cambios para diferenciar los anuncios de *Oferta y Demanda*, algo que, según se ponía de manifiesto en las propuestas de los lectores no estaba muy claro.

## 13. OBJETIVOS PARA LOS PRÓXIMOS 2 AÑOS

El valor real de las puntuaciones obtenidas lo tendremos por comparación en encuestas sucesivas. El objetivo que nos hemos marcado para contrastar dentro de 2 años cuando repitamos la encuesta es elevar hasta un mínimo de 78 puntos la satisfacción general de la publicación, fundamentalmente intentando nivelar la valoración entre sexos y esforzándonos más por incluir información de interés y utilidad para los más jóvenes (15 – 19 años).





15.- Del listado de temas que figuran a continuación, señala aquellos sobre los que has buscado información a través de la antena del CIPAJ (tablón o corresponsal).

Si has contestado que NO en la pregunta nº 8, señala los temas que te interesarían:

- |  |   |  |   |
|--|---|--|---|
| 1) <input type="checkbox"/> Becas        | 6) <input type="checkbox"/> Empleo              | 10) <input type="checkbox"/> Actdes Culturales | 14) <input type="checkbox"/> Extranjero       |
| 2) <input type="checkbox"/> Subvenciones | 7) <input type="checkbox"/> Cursos              | 11) <input type="checkbox"/> Deporte           | 15) <input type="checkbox"/> Salud            |
| 3) <input type="checkbox"/> Concursos    | 8) <input type="checkbox"/> Actdes. Aire Libre  | 12) <input type="checkbox"/> Educación         | 16) <input type="checkbox"/> Viajes y turismo |
| 4) <input type="checkbox"/> Oposiciones  | 9) <input type="checkbox"/> Asociacionismo      | 13) <input type="checkbox"/> Mili y objeción   | 17) <input type="checkbox"/> Vivienda         |
| 5) <input type="checkbox"/> Voluntariado | 18) <input type="checkbox"/> Otros tipos: _____ |  |   |

15 de 49 a 66

1[ ]6[ ]10[ ]14[ ]  
 2[ ]7[ ]11[ ]15[ ]  
 3[ ]8[ ]12[ ]16[ ]  
 4[ ]9[ ]13[ ]17[ ]  
 5[ ] 18[ ]

16.- De los servicios del CIPAJ que figuran a continuación, señala cuales conoces, cuales has utilizado y, los que hayas utilizado, valóralos de 1 a 99:

	a) ¿Lo conoces?	b) ¿Lo has utilizado?	c) Valora de 1 a 99
1. Centro de Información CIPAJ			1a[ ] 1b[ ] 1c[ ]
2. Antenas Informativas			2a[ ]2b[ ] 2c[ ]
3. Asesorías			3a[ ]3b[ ] 3c[ ]
4. Página de Internet			4a[ ]4b[ ] 4c[ ]
5. Atención telefónica			5a[ ]5b[ ] 5c[ ]
6. Informaciones ofrecidas en radio, prensa o televisión			6a[ ] 6c[ ]

16 del 67 al 89

1a[ ] 1b[ ]  
1c[ ]  
2a[ ]2b[ ]  
2c[ ]  
3a[ ]3b[ ]  
3c[ ]  
4a[ ]4b[ ]  
4c[ ]  
5a[ ]5b[ ]  
5c[ ]  
6a[ ]  
6c[ ]

17.- Tienes alguna idea para mejorar la Antena del CIPAJ en tu Centro:

17.[ ] 90

cod. [ ]  
91-92

...GRACIAS



### **Encuesta a jóvenes de Centros con Antena Informativa**

El número de potenciales usuarios de la Red de información que constituyen las ANTENAS INFORMATIVAS DEL CIPAJ, como recurso informativo establecido en 22 Centros de Enseñanzas Medias, 19 Casas de Juventud y 11 Centros Universitarios, es de 55.818 usuarios.

En el estudio a realizar sobre la calidad que aprecian los usuarios de esta RED de ANTENAS INFORMATIVAS, el trabajo de campo consistirá en la aplicación de un cuestionario estructurado entre los usuarios de las distintas tipologías de centros, para su posterior explotación. Dicho cuestionario se ofrecerá, al azar, entre los jóvenes que acudan a estos centros. La selección de la persona a quien administrar el cuestionario se realizará según procedimientos que garanticen la representatividad y proporcionalidad de la muestra.

#### **✓ FICHA TÉCNICA ENCUESTA A JOVENES DE CENTROS CON ANTENA**

<b>Universo</b>	Personas en centros con ANT. INFORMATIVA.
<b>Tamaño de la muestra</b>	n = <b>397</b> (123 EEMM, 28 CASAS, 246 UNIVERSIDAD).
<b>Unidad de muestreo</b>	Persona en centro con ANTENA INFORMATIVA.
<b>Selección de la muestra</b>	Muestreo estratificado por cuotas.
<b>Tipo de entrevista</b>	Cuestionario autoadministrado.
<b>Error</b>	Para un nivel de confianza del <b>95,5%</b> (2 $\sigma$ ), p = q = 0,5: e = $\pm$ <b>5%</b> .
<b>Tratamiento estadístico</b>	Programa SPSS v.6.0.1.

[VOLVER AL DOCUMENTO PRINCIPAL](#)

## ENCUESTA A RESPONSABLES DE CENTROS CON ANTENA INFORMATIVA

Pedimos tu colaboración para mejorar nuestros servicios de información en el CIPAJ. Contesta por favor a las siguientes En los casos de valorar un aspecto recuerda que la escala es de 0 a 99 considerando 99 lo más satisfactorio y 0 lo menos. La franja vertical de la derecha es para la posterior tabulación de resultados y no se rellena. Gracias por tu colaboración:

1.-Fecha: <input type="text"/>	2.- Centro: NOMBRE LA ENTIDAD	código: [R][ ][ ][ ]
3.- Tipo de Entidad: Casa de Juventud, Facultad, Escuela Universitaria, Centro de Secundaria		fecha: 1.[ ][ ]/[ ][ ]/[ ][ ]
4.- Número de potenciales usuarios de la Antena en su Centro: <input type="text"/>		2.[ ][ ] 11,12
		3.[ ][ ] 13
		4.[ ][ ][ ][ ] 14-18
5.- Consideras que la Antena Informativa es un servicio de interés en el centro, valórala del 0 al 99: Interés de la Antena -----> _____		5.[ ][ ] 19,20
6.- Consideras que conocen los jóvenes del centro la existencia y funciones de la Antena Informativa: Nivel de conocimiento de 0 a 99 -----> _____		6.[ ][ ] 21,22
7. Consideras que la antena informativa es utilizada por los jóvenes del centro: Nivel de uso de 0 a 99 -----> _____		7.[ ][ ] 23,24
8.- Valora del 0 al 99 la labor de la persona que desempeña las tareas de Antena Informativa del CIPAJ en relación a:		8.
1. Permanencia en el punto informativo en el horario previsto. -----> _____		1.[ ][ ] 25,26
2. Tratamiento de la información -----> _____		2.[ ][ ] 27,28
3. Relación con los jóvenes -----> _____		3.[ ][ ] 29,30
4. Relación con la dirección. -----> _____		4.[ ][ ] 31,32
9.- En que medida repercute la Antena Informativa en la dinámica del centro, valórala del 0 al 99:		9.
1. Facilita la relación de los alumnos con los profesores y la dirección del centro. -----> _____		1.[ ][ ] 35,36
2. Sirve de canal informativo de uso interno -----> _____		2.[ ][ ] 37,38
3. Es un recurso que facilita la organización de actividades en el centro. -----> _____		3.[ ][ ] 39,40
4. Otros -----> _____ cuales		4.[ ][ ] 41,42
10.- Principales carencias o problemas del proyecto de Antena Informativa:		10.[ ][ ] 43
		cod. [ ][ ]
		44-45
11. Propuestas de mejora.		11.[ ][ ] 46
		cod. [ ][ ]
		47-48

...GRACIAS

[VOLVER AL DOCUMENTO PRINCIPAL](#)

### **Encuesta a responsables de Centros con Antena Informativa del CIPAJ**

Constituyen el universo de estudio, el número total de responsables de Centros donde hay instalada una Antena Informativa del CIPAJ. Por lo tanto, el cuestionario se remitirá a todos los responsables de Centro con Antena: Directores/as de Instituto de Secundaria, Vicedecanos de Estudiantes de Centros Universitarios y Animadores profesionales de Casas de Juventud.

Los datos obtenidos se referirán a la totalidad de responsables de Centros con Antena en el periodo de tiempo que se fija con carácter anual.

#### **✓ FICHA TÉCNICA RESPONSABLES CENTROS CON ANTENA**

<b>Universo</b>	Responsables centros con Antenas.
<b>Tamaño de la muestra</b>	n = <b>52</b>
<b>Unidad de muestreo</b>	Persona responsable de un centro con ANTENA INFORMATIVA.
<b>Selección de la muestra</b>	Muestreo igual al universo
<b>Tipo de entrevista</b>	Cuestionario enviado por correo o fax
<b>Error</b>	No existe un error estimado
<b>Tratamiento estadístico</b>	Programa SPSS v.6.0.1.

[VOLVER AL DOCUMENTO PRINCIPAL](#)



### **Encuesta a responsables de Cajetines del CIPAJ**

Constituyen el universo de estudio, el número total de responsables de todas las entidades y asociaciones que disponen de un cajetín informativo en el CIPAJ.

Los datos obtenidos se referirán a la totalidad de responsables de cajetines en el periodo de tiempo que se fija con carácter anual.

#### **✓ FICHA TÉCNICA ENCUESTA RESPONSABLES CAJETINES**

<b>Universo</b>	Responsables de Cajetines de todas las entidades.
<b>Tamaño de la muestra</b>	n = N
<b>Unidad de muestreo</b>	Persona responsable de Cajetín
<b>Selección de la muestra</b>	Muestreo igual al universo.
<b>Tipo de entrevista</b>	Cuestionario autoadministrado.
<b>Error</b>	No existe error estimado
<b>Tratamiento estadístico</b>	Programa SPSS v.6.0.1.

[VOLVER AL DOCUMENTO PRINCIPAL](#)

## ENCUESTA USUARIOS DE ASESORÍAS

Pedimos tu colaboración para mejorar nuestros servicios de información en el CIPAJ. Contesta, por favor, a las siguientes preguntas. En los recuadros como  coloca un aspa  para seleccionar esa opción, si más tarde consideras otra opción, anúlala con un círculo . En los casos de valorar un aspecto recuerda que la escala es de 1 a 99 considerando 99 lo más satisfactorio y 1 lo menos. La franja vertical de la derecha es para la posterior tabulación de resultados y no se rellena. Gracias por tu colaboración:

<p>1.- Edad: <input type="text"/></p> <p>2.- Sexo: <input type="checkbox"/> 1 Hombre: <input type="checkbox"/> 2 Mujer: <input type="checkbox"/></p> <p>Fecha: <input type="text"/></p> <p>3.- Asesoría: _____</p> <p>4.- Nivel de estudios terminados:  <input type="checkbox"/> 1 Enseñanza Obligatoria    <input type="checkbox"/> 2 Bachiller    <input type="checkbox"/> 3 Formación profesional    <input type="checkbox"/> 4 Estudios Universitarios</p> <p>5.- Situación ocupacional: <input type="checkbox"/> 1 Estudiante - Nombre Centro: _____  <input type="checkbox"/> 2 Trabajador    <input type="checkbox"/> 3 Parado    <input type="checkbox"/> 4 Otros _____</p> <p>6.- Distrito de residencia: <input type="checkbox"/> 13 Fuera de Zaragoza: _____  <input type="checkbox"/> 1 Casco Histórico    <input type="checkbox"/> 2 Centro    <input type="checkbox"/> 3 Delicias    <input type="checkbox"/> 4 Romareda/Universidad  <input type="checkbox"/> 5 San José    <input type="checkbox"/> 6 Las Fuentes    <input type="checkbox"/> 7 Almozara    <input type="checkbox"/> 8 Oliver / Valdefierro  <input type="checkbox"/> 9 Torrero    <input type="checkbox"/> 10 Margen Izquierda    <input type="checkbox"/> 11 B. Rurales Este    <input type="checkbox"/> 12 B. Rurales Oeste</p> <p>7.- ¿Como te enteraste de la existencia del Servicio de Asesorías?:  <input type="checkbox"/> 1 Amigos    <input type="checkbox"/> 2 Profes/Compas.    <input type="checkbox"/> 3 Boletín CIPAJ    <input type="checkbox"/> 4 Prensa, Radio TV    <input type="checkbox"/> 5 Antenas Informativas  <input type="checkbox"/> 6 Folletos o carteles    <input type="checkbox"/> 7 Otros: _____</p> <p>8.- ¿Es la primera vez que utilizas el servicio de asesorías del CIPAJ? Si no indica cuantas veces lo usaste en los últimos 12 meses:  <input type="checkbox"/> Es la 1ª vez    <input type="checkbox"/> 2 veces    <input type="checkbox"/> 3 veces    <input type="checkbox"/> 4 veces    <input type="checkbox"/> 5 veces o más</p>	<p>código: [S][ ][ ][ ]</p> <p>fecha: [ ][ ]/[ ][ ]/[ ][ ]</p> <p>1.[ ][ ] 11,12</p> <p>2.[ ][ ] 13</p> <p>3.[ ][ ] 14</p> <p>4.[ ][ ] 15</p> <p>5.[ ][ ] 16</p> <p>6.[ ][ ] 17,18</p> <p>7.[ ][ ] 19</p> <p>8.[ ][ ] 20</p>
<p>9.-¿Por que medio has solicitado cita con los asesores?:  1. <input type="checkbox"/> Teléfono    2. <input type="checkbox"/> Personalmente en el CIPAJ</p> <p>10.- El tiempo transcurrido desde que solicitaste cita con los asesores hasta que realizaste tu consulta, fue:  1. <input type="checkbox"/> en el momento    3. <input type="checkbox"/> entre una y dos semanas  2. <input type="checkbox"/> menos de una semana    4. <input type="checkbox"/> más de 15 días</p> <p>11.- Valora de 1 a 99 tu grado de satisfacción respecto de la atención que has recibido del asesor/asesora:  1. Trato recibido ..... → _____    3. Tiempo que te han dedicado ..... → _____  2. Claridad en la información recibida ..... → _____    4. Grado de resolución de la consulta..... → _____</p> <p>12.-¿Te ha aconsejado el asesor la utilización de algún otro servicio?:  1. <input type="checkbox"/> NO  2. <input type="checkbox"/> Sí ..... → a) <input type="checkbox"/> Público b) <input type="checkbox"/> Privado ¿cual?: _____</p> <p>13.- Valora de 1 a 99 tu grado de satisfacción general con respecto a la calidad de este servicio:  1. Satisfacción general..... → _____</p> <p>14.- ¿Tienes alguna sugerencia para mejorar el servicio de asesorías:</p> <p>15.- ¿Con qué otros servicios de asesorías te gustaría contar?:</p>	<p>9.[ ][ ] 21</p> <p>10.[ ][ ] 22</p> <p>11.  1.[ ][ ] 23,24  2.[ ][ ] 25,26  3.[ ][ ] 27,28  4.[ ][ ] 29,30</p> <p>12.[ ][ ] 31  A.[ ][ ] B.[ ][ ] 32,33</p> <p>13.[ ][ ] 34,35</p> <p>14.[ ][ ] 36  cod. [ ][ ]  37-38</p> <p>15.[ ][ ] 39</p> <p>40-41</p>

Barrios Rurales Este: La Cartuja Baja, Juslibol, Montañana, Movera, Peñaflo, S. Juan de Mozarrifar, S. Gregorio, Sta. Isabel, Torrecilla de Valmadrid y Villamayor, Barrios Rurales Oeste: Alfocea Casablanca, Casetas, Garrapinillos, Miralbueno, Monzalbarba, Venta del Olivar, Villarrapa.

[VOLVER AL DOCUMENTO PRINCIPAL](#)

10.-De los servicios del CIPAJ que figuran a continuación, señala cuales conoces, cuales has utilizado y, los que hayas utilizado, valóralos de 0 a 99:				
	a) ¿Lo conoces?	b) ¿Lo has utilizado?	c) Valora de 0 a 99	10 del 50 al 73
1.Centro de Información CIPAJ				1a[ ] 1b[ ] 1c[ ]
2.Antenas Informativas				2a[ ]2b[ ] 2c[ ]
3.Asesorías				3a[ ]3b[ ] 3c[ ]
4.Página de Internet				4a[ ]4b[ ] 4c[ ]
5.Atención telefónica				5a[ ]5b[ ] 5c[ ]
6.Informaciones ofrecidas en radio, prensa o televisión				6a[ ] 6c[ ]
<b>11.-Si has realizado consultas personalmente a los INFORMADORES del CIPAJ, valora del 0 al 99:</b>				11.
1. Trato ofrecido por el informador ..... → _____				1.[ ]74,75
2. Eficacia en la resolución de tu consulta.. → _____				2.[ ]76,77
3. Escucha y atención que te han prestado → _____				3.[ ]78,79
4. Claridad de la información ofrecida. → _____				4.[ ]80,81
5. Utilidad de la información recibida.. → _____				5.[ ]82,83
6. Satisfacción general ..... → _____				6.[ ]84,85
<b>12.-¿Que actuaciones piensas que podrían mejorar el servicio de cajetines?</b>				12.[ ] 86
:				cod. [ ] 87-88

...GRACIAS

[VOLVER AL DOCUMENTO PRINCIPAL](#)

## **Encuesta a usuarios de Asesorías del CIPAJ.**

El número total de usuarios de este servicio del CIPAJ constituyen el universo de estudio. Por lo tanto, el cuestionario estructurado se ofrecerá a todos los jóvenes que utilicen este recurso. Los datos obtenidos se referirán a la totalidad de usuarios en el periodo de tiempo establecido que se fija en dos momentos: seguimiento trimestral y con carácter anual.

### **✓ FICHA TÉCNICA USUARIOS ASESORIAS**

<b>Universo</b>	Usuarios de las Asesorías del CIPAJ.
<b>Tamaño de la muestra</b>	<b>n = N.</b>
<b>Unidad de muestreo</b>	Persona que utilice las Asesorías del CIPAJ.
<b>Selección de la muestra</b>	Muestra igual a Universo.
<b>Tipo de entrevista</b>	Cuestionario autoadministrado.
<b>Error</b>	<b>No existe error estimado.</b>
<b>Tratamiento estadístico</b>	Programa SPSS v.6.0.1.

[VOLVER AL DOCUMENTO PRINCIPAL](#)



## ENCUESTA A LOS VISITANTES DE LA PÁGINA DE INTERNET

EL CIPAJ quiere que esta página en Internet responda con un buen nivel de calidad a los intereses informativos de sus jóvenes usuarios. Te agradeceremos que nos ayudes a conseguirlo enviándonos esta encuesta con tus opiniones. En los casos de valorar un aspecto recuerda que la escala es de 1 a 99 considerando 99 lo más satisfactorio y 1 lo menos. Gracias por tu colaboración:

1.- Edad: <input type="text"/>	2.- Sexo: <input type="checkbox"/> 1 Hombre: <input type="checkbox"/> 2 Mujer:	Fecha: <input type="text"/>	código: [I][_][_][_]
3.- Nivel de estudios terminados: <input type="checkbox"/> 1 Enseñanza Obligatoria <input type="checkbox"/> 2 Bachiller <input type="checkbox"/> 3 Formación profesional <input type="checkbox"/> 4 Estudios Universitarios			fecha: [_]/[_]/[_]
4.- Situación ocupacional: <input type="checkbox"/> 1 Estudiante - Nombre Centro: _____ <input type="checkbox"/> 2 Trabajador <input type="checkbox"/> 3 Parado <input type="checkbox"/> 4 Otros _____			1.[_][_] 11,12 2.[_] 13 3.[_] 14 4.[_] 15
5.- Lugar de residencia: <input type="checkbox"/> 0 Fuera de Zaragoza → Población y País : _____ <input type="checkbox"/> 1 Casco Histórico <input type="checkbox"/> 2 Centro <input type="checkbox"/> 3 Delicias <input type="checkbox"/> 4 Romareda/Universidad <input type="checkbox"/> 5 San José <input type="checkbox"/> 6 Las Fuentes <input type="checkbox"/> 7 Almozara <input type="checkbox"/> 8 Oliver / Valdefierro <input type="checkbox"/> 9 Torrero <input type="checkbox"/> 10 Margen Izquierda <input type="checkbox"/> 11 B. Rurales Este <input type="checkbox"/> 12 B. Rurales Oeste			5.[_][_]16,17
6.- ¿Por que medio conociste esta dirección de Internet?: <input type="checkbox"/> 1 Amigos <input type="checkbox"/> 2 Boletín CIPAJ. <input type="checkbox"/> 3 Radio <input type="checkbox"/> 4 Prensa <input type="checkbox"/> 5 Buscadores Internet <input type="checkbox"/> 6 Enlaces en otras páginas, ¿en cual? _____			6.[_] 18
7.- ¿Señala con que frecuencia visitas esta página?: <input type="checkbox"/> a) Es la 1ª vez <input type="checkbox"/> b) Ocasionalmente <input type="checkbox"/> c) Más de 1 vez por mes ____ <input type="checkbox"/> d) Más de 1 vez por semana ____			7.[_] 19

8.- Valora de 1 a 99 tu grado de satisfacción general con respecto a esta página Web:  1. Satisfacción general -----> _____		8[ ][ ] 20,21
9.- De las secciones que enumeramos a continuación, señala las que has visitado y valóralas de 1 a 99:		9
	a) ¿La has consultado?	b) Valora de 1 a 99
1. Que es el CIPAJ y servicios que presta		1 a[ ] b[ ][ ] 22 23,24
2. Boletín del CIPAJ		2 a[ ] b[ ][ ] 25 26,27
3. Selecciones Informativas		3 a[ ] b[ ][ ] 28 29,30
4. Publicaciones Electrónicas		4 a[ ] b[ ][ ] 31 32,33
5. Bolsa de actividades para jóvenes		5 a[ ] b[ ][ ] 34 35,36
6. Anuncios para jóvenes del CIPAJ		6 a[ ] b[ ][ ] 37 38,39
7. Bolsa de Vivienda Joven		7 a[ ] b[ ][ ] 40 41,42
10.- Valora del 1 al 99 las siguientes cualidades de la página Web:		10.
1. Interés de la Información..... → _____	4. Utilidad de la información..... → _____	1.[ ][ ] 43,44
2. Actualización de la Información..... → _____	5. Grado de confianza de la información..... → _____	2.[ ][ ] 45,46
3. Claridad de la Información..... → _____	6. Formato y diseño gráfico..... → _____	3.[ ][ ] 47,48
		4.[ ][ ] 49,50
		5.[ ][ ] 51,52
		6.[ ][ ] 53,54

<b>11.- Del listado de temas que figuran a continuación, señala aquellos sobre los que has buscado información en esta página:</b>				11 de 55 a 72 1[ ]6[ ]10[ ]14[ ] 2[ ]7[ ]11[ ]15[ ] 3[ ]8[ ]12[ ]16[ ] 4[ ]9[ ]13[ ]17[ ] 5[ ] 18[ ]
1) <input type="checkbox"/> Becas	6) <input type="checkbox"/> Empleo	10) <input type="checkbox"/> Actdes Culturales	14) <input type="checkbox"/> Extranjero	
2) <input type="checkbox"/> Subvenciones	7) <input type="checkbox"/> Cursos	11) <input type="checkbox"/> Deporte	15) <input type="checkbox"/> Salud	
3) <input type="checkbox"/> Concursos	8) <input type="checkbox"/> Actdes. Aire Libre	12) <input type="checkbox"/> Educación	16) <input type="checkbox"/> Viajes y turismo	
4) <input type="checkbox"/> Oposiciones	9) <input type="checkbox"/> Asociacionismo	13) <input type="checkbox"/> Mili y objeción	17) <input type="checkbox"/> Vivienda	
5) <input type="checkbox"/> Voluntariado	18) <input type="checkbox"/> Otros tipos: _____			
<b>12.--De los servicios del CIPAJ que figuran a continuación, señala cuales conoces, cuales has utilizado y, los que hayas utilizado, valóralos de 1 a 99:</b>				12 del 73 al 94 1a[ ] 1b[ ] 1c[ ] 2a[ ]2b[ ] 2c[ ] 3a[ ]3b[ ] 3c[ ] 4a[ ]4b[ ] 4c[ ] 5a[ ]5b[ ] 5c[ ] 6a[ ] 6c[ ]
	a) ¿Lo conoces?	b) ¿Lo has utilizado?	c) Valora de 1 a 99	
1.Centro de Información CIPAJ				
2.Antenas Informativas				
3.Asesorías				
4.Página de Internet				
5.Atención telefónica				
6.Informaciones ofrecidas en radio, prensa o televisión				
<b>12.-¿Has hecho al CIPAJ alguna petición de información a través del correo electrónico?:</b>				12.[ ] 95
1. <input type="checkbox"/> NO 2. <input type="checkbox"/> SÍ				
<b>13.- Si has contestado sí a la pregunta anterior, valora de 1 a 99::</b>				13. 1.[ ]96,97 2.[ ]98,99
1. El contenido de la información recibida .. → _____      3. La rapidez de la respuesta..... → _____				

...GRACIAS

[VOLVER AL DOCUMENTO PRINCIPAL](#)

### **Encuesta a usuarios de la Página Web.**

El número total de usuarios de este servicio del CIPAJ constituyen el universo de estudio. Por lo tanto, el cuestionario en página WEB se ofrece a todos los usuarios que hayan utilizado este recurso informativo. Los datos obtenidos se referirán a la totalidad de usuarios que hayan rellenado el cuestionario propuesto en el periodo de tiempo establecido que se fija en dos momentos: seguimiento trimestral y con carácter anual.

#### **✓ FICHA TÉCNICA**

<b>Universo</b>	Usuarios de la Página WEB del CIPAJ.
<b>Tamaño de la muestra</b>	<b>n = N.</b>
<b>Unidad de muestreo</b>	Persona que utilice la Página WEB del CIPAJ.
<b>Selección de la muestra</b>	Muestra igual a Universo.
<b>Tipo de entrevista</b>	Cuestionario autoadministrado en pantalla.
<b>Error</b>	<b>No existe error estimado.</b>
<b>Tratamiento estadístico</b>	Programa SPSS v.6.0.1.

[VOLVER AL DOCUMENTO PRINCIPAL](#)

## **INFORME PARA LA DETECCION DE NECESIDADES**

Nos detenemos en este informe porque resulta de cierto interés y resulta peculiar respecto al resto.

El CIPAJ, por el contacto permanente que mantiene, no sólo con la población joven sino con los centros y entidades que trabajan con jóvenes, resulta un detector de primer orden de nuevas necesidades, problemas y deseos de los jóvenes que no son atendidos ni resueltos en la ciudad de Zaragoza.

Con este informe, establecemos un sistema que permite recoger, cuantificar y analizar periódicamente las necesidades juveniles sin respuesta. El CIPAJ canalizará hacia otras instituciones y centros esas necesidades, problemas y deseos de los jóvenes para que sean tenidos en cuenta a la hora de fijar sus objetivos y programas.

[VOLVER AL DOCUMENTO PRINCIPAL](#)

## INFORME DE NECESIDADES SIN RESPUESTA

Fecha	Informa	Demanda concreta	Tema	Observaciones	Responsable

- |                 |                     |                     |                     |              |
|-----------------|---------------------|---------------------|---------------------|--------------|
| 1) Becas        | 5) Voluntariado     | 9) Asociacionismo   | 13) Mili y objeción |              |
| 2) Subvenciones | 6) Empleo           | 10) Act. Culturales | 14) Extranjero      |              |
| 3) Concursos    | 7) Cursos           | 11) Deporte         | 15) Salud           | 17) Vivienda |
| 4) Oposiciones  | 8) Actd. Aire Libre | 12) Educación       | 16) Viajes-turismo  | 18) Otros    |

## **INFORME DE NECESIDADES SIN RESPUESTA**

El CIPAJ, por el contacto permanente que mantiene no sólo con la población joven sino con los centros de socialización y con las asociaciones y entidades que trabajan con jóvenes, puede utilizarse como un detector de primer orden de nuevas necesidades, problemas y deseos de los jóvenes que no son atendidos ni resueltos en la ciudad de Zaragoza.

Proponemos, por ello, establecer un sistema que permita recoger, cuantificar y analizar anualmente las necesidades juveniles sin respuesta.

El CIPAJ canalizará hacia otras instituciones y centros esas necesidades, problemas y deseos de los jóvenes para que sean tenidos en cuenta a la hora de fijar sus objetivos y prioridades de actuación.

El sistema de detección de necesidades que se propone en este proyecto esta integrado en los medios y recursos con los que el centro cuenta para prestar sus servicios, de los diferenciaremos:

El informador, en su labor de atención, escucha u observación, es uno de los referentes mas importantes en las tareas de:

1. Atención personalizada.
2. Atención telefónica.
3. Correo electrónico.

El servicio de descentralización informativa nos ofrece otro mecanismo interesante para la detección de necesidades, en este caso el transmisor es otro joven o los mediadores sociales (personal docente, animadores, ONG'S, etc.) implicados directamente en el entorno juvenil:



## INFORME DEL SERVICIO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA

Maquetar, hoja con tabla o similar que permita rellenar fácilmente, con una X o número, etc.

- ✓ **Hora**
- ✓ **Fecha**
- ✓ **Sexo V / M**
- ✓ **Tiempo invertido en la consulta: .....minutos.**
- ✓ **Procedencia de la llamada: Exterior/010/otros servicios (poner con iniciales o números)**
- ✓ **Consulta de:**
  - ◆ CIPAJ :
    - \* Directorio (poner un dibujo)
    - \* Asesorías Jurídica/Sexológica/Psicológica.
    - \* Tema: poner clasificación general
  - ◆ Consulta sobre el Servicio Juventud:
  - ◆ Acceso: 1ª/2ª/+...vez (este apartado es para valorar la facilidad de acceso tel.)
- ✓ **Grado de resolución de la consulta:**
  - ◆ totalmente
  - ◆ parcialmente
  - ◆ se le pide que venga al CIPAJ
  - ◆ derivación a otro servicio: público privado. ¿Cual? .....
  - ◆ Otros: \_\_\_\_\_
  - ◆ No se pudo satisfacer la consulta: Especificar: .....



## INFORME DEL SERVICIO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA

FECHA











## INFORME DE CONSULTAS A LOS ASESORES

<p>1.- Edad: <input type="text"/></p> <p>2.- Sexo: <input type="checkbox"/> 1 Hombre: <input type="checkbox"/> 2 Mujer: <input type="checkbox"/> Fecha: <input type="text"/></p> <p>3.- Asesoría: _____</p> <p>4.- Nivel de estudios terminados:  <input type="checkbox"/> 1 Enseñanza Obligatoria    <input type="checkbox"/> 2 Bachiller    <input type="checkbox"/> 3 Formación profesional    <input type="checkbox"/> 4 Estudios Universitarios</p> <p>5.- Situación ocupacional: <input type="checkbox"/> 1 Estudiante - Nombre Centro: _____  <input type="checkbox"/> 2 Trabajador    <input type="checkbox"/> 3 Parado    <input type="checkbox"/> 4 Otros</p> <p>6.- Distrito de residencia: <input type="checkbox"/> 13 Fuera de Zaragoza: _____  <input type="checkbox"/> 1 Casco Histórico    <input type="checkbox"/> 2 Centro    <input type="checkbox"/> 3 Delicias    <input type="checkbox"/> 4 Romareda/Universidad  <input type="checkbox"/> 5 San José    <input type="checkbox"/> 6 Las Fuentes    <input type="checkbox"/> 7 Almozara    <input type="checkbox"/> 8 Oliver / Valdefierro  <input type="checkbox"/> 9 Torrero    <input type="checkbox"/> 10 Margen Izquierda    <input type="checkbox"/> 11 B. Rurales Este    <input type="checkbox"/> 12 B. Rurales Oeste</p> <p>7.- ¿Como te enteraste de la existencia del Servicio de Asesorías?:  <input type="checkbox"/> 1 Amigos    <input type="checkbox"/> 2 Profes/Compas.    <input type="checkbox"/> 3 Boletín CIPAJ    <input type="checkbox"/> 4 Prensa, Radio TV    <input type="checkbox"/>  5 Antenas Informativas  <input type="checkbox"/> 6 Folletos, carteles, publicidad univers.    <input type="checkbox"/> 7 Otros: _____</p>	<p>código: [E][ ][ ][ ]</p> <p>fecha: [ ][ ]/[ ][ ]/[ ][ ]</p> <p>1.[ ][ ] 11,12</p> <p>2.[ ][ ] 13</p> <p>3.[ ][ ] 14</p> <p>4.[ ][ ] 15</p> <p>5.[ ][ ] 16</p> <p>6.[ ][ ] 17,18</p> <p>7.[ ][ ] 19</p>
---	---

### Cuestión 1

<p><b>1.-Motivo de la consulta:</b></p>	<p>código: [E[_][_][_]1] 1,2,3,4,5</p>
<p><b>2.- Area de consulta:</b></p> <hr/>	<p>2. [_][_][_] ] 6,7,8,9</p>
<p><b>3.-Grado de resolución de la consulta?:</b></p> <p>1. <input type="checkbox"/> Totalmente</p> <p>2. <input type="checkbox"/> Parcialmente</p> <p>3. <input type="checkbox"/> Se le cita de nuevo</p> <p>4. <input type="checkbox"/> Derivación a otro servicio → a) <input type="checkbox"/> Público b) <input type="checkbox"/> Privado ¿cual?: _____</p> <p>5. <input type="checkbox"/> Otros: _____</p> <p>6. <input type="checkbox"/> No se pudo satisfacer la consulta: motivo: _____</p> <hr/>	<p>3.</p> <p>1. [ ] 10</p> <p>2. [ ] 11</p> <p>3. [ ] 12</p> <p>4. [ ] 13</p> <p>5. [ ] 14</p> <p>6. [ ] 14</p>

Barrios Rurales Este: La Cartuja Baja, Juslibol, Montañana, Movera, Peñaflo, S. Juan de Mozarrifar, S. Gregorio, Sta. Isabel, Torrecilla de Valmadrid y Villamayor, Barrios Rurales Oeste: Alfocea Casablanca, Casetas, Garrapinillos, Miralbueno, Monzalbarba, Venta del Olivar, Villarrapa.



## Cuestión 2

<p>1.-Motivo de la consulta:</p>	código: [E][ ][ ][ ][2] 1,2,3,4,5
<p>2.- Area de consulta:</p> <hr/>	2. [ ][ ][ ][ ] 6,7,8,9
<p>3.-Grado de resolución de la consulta?:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. <input type="checkbox"/> Totalmente</li><li>2. <input type="checkbox"/> Parcialmente</li><li>3. <input type="checkbox"/> Se le cita de nuevo</li><li>4. <input type="checkbox"/> Derivación a otro servicio → a) <input type="checkbox"/> Público    b) <input type="checkbox"/> Privado ¿cual?: _____</li><li>5. <input type="checkbox"/> Otros: _____</li><li>6. <input type="checkbox"/> No se pudo satisfacer la consulta: motivo: _____</li></ol> <hr/>	3. 1. [ ] 10 2. [ ] 11 3. [ ] 12 4. [ ] 13 5. [ ] 14 6. [ ] 14

## Cuestión 3

1.-Motivo de la consulta:

código:  
[E[\_][\_][\_][3]  
1,2,3,4,5

2.- Area de consulta:

2.  
[\_][\_][\_][\_]  
6,7,8,9

3.-Grado de resolución de la consulta?:

1.  Totalmente
2.  Parcialmente
3.  Se le cita de nuevo
4.  Derivación a otro servicio → a)  Público b)  Privado ¿cual?: \_\_\_\_\_
5.  Otros: \_\_\_\_\_
6.  No se pudo satisfacer la consulta: motivo: \_\_\_\_\_

3.  
1. [\_] 10  
2. [\_] 11  
3. [\_] 12  
4. [\_] 13  
5. [\_] 14  
6. [\_] 14

Ref: INF COR RV 22/10/98

## INFORME SOBRE CONSULTAS A TRAVÉS DE CORREO ELECTRÓNICO

Este informe se propone, por una parte, medir el número de consultas de información recibidas en el CIPAJ a través del correo electrónico y, por otra, cuantificar los temas sobre los que se realizan las consultas y el tiempo empleado por el CIPAJ para enviar una respuesta.

Quién realiza el informe: el informador documentalista que, cada mes, tenga asignada la tarea de responder las consultas de correo electrónico.

	Fecha recepción	Fecha respuesta	Tema consulta(*)	Grado resolución (de 1 a 100)
1				
2				
3				
4				

(\*) Elegir entre: \* Becas \* Subvenciones \* Concursos \* Oposiciones \* Empleo \* Cursos \* Actividades de aire libre \* Asociacionismo \* Actividades culturales \* Deporte \* Educación \* Mili y objeción \* Extranjero \* Salud \* Viajes y turismo \* Vivienda\* Voluntariado \* Otros tipos.

## **EL CUENTAPERSONAS**

Se trata de un sistema que cuenta a todas las personas que entran y salen del CIPAJ y acumula todos los datos en un programa de ordenador. Este sistema ha sido diseñado y realizado por un miembro del equipo de mejora del CIPAJ y está totalmente adaptado a sus necesidades.

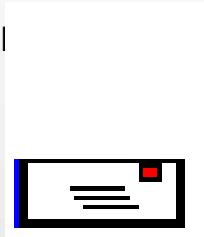
### **CARACTERISTICAS:**

- \* Es un sistema totalmente automático que introduce por sí solo la información en el sistema informático del CIPAJ.
- \* Detecta cualquier paso por la puerta de acceso, distinguiendo si es una entrada o una salida.
- \* Relaciona cualquier entrada o salida con la hora y fecha en que se produce.
- \* Permite agrupar cada entrada y salida en bloques temporales de 5 minutos, permitiendo una evaluación homogénea en el tiempo.
- \* Avisador acústico programable con diferente tono para entradas y salidas.
- \* Configuración flexible del horario que se desea evaluar.

[VOLVER AL DOCUMENTO PRINCIPAL](#)

# Buzones

- Buzón de sugerencias y quejas en la sala del CII
- En Antenas informativas del CIPAJ
- En la página Web



## Cualidades del sistema

- **SEGUIMIENTO CONTINUADO** de la calidad
- **Sistema GLOBAL**
- **Sistema INTEGRADO**
- **Sistema basado en la CALIDAD PERCIBIDA** por los usuarios