

# **CIPAJ**

**ANÁLISIS DE LA ENCUESTA A  
LECTORES Y LECTORAS DEL BOLETÍN DEL CIPAJ EN 2010  
COMPARATIVA CON 2005 Y 1999**

## ÍNDICE DEL INFORME DE RESULTADOS:

1. Ficha Técnica.....	Pg. 3
2. Perfil de los lectores.....	Pg. 4
2.1. Perfil socio-demográfico de los encuestados que contestan a la encuesta a través de Internet .....	Pg. 10
3. Frecuencia de lectura del Boletín.....	Pg. 11
4. Satisfacción general y valoración de las cualidades del Boletín.....	Pg. 13
5. Interés de las secciones.....	Pg. 16
6. Punto de recogida del Boletín.....	Pg. 17
7. Utilidad del Boletín.....	Pg. 19
8. Grado de conocimiento, utilización y valoración de otros servicios del CIPAJ.....	Pg. 21
9. Resultados según tipo de lectores.....	Pg. 25
10. Sugerencias de mejora.....	Pg. 28
11. Valoración de los últimos cambios realizados en el boletín.....	Pg. 31
11.1. Perfil de los nuevos lectores del Boletín que lo han conocido a través del Heraldo de Aragón .....	Pg. 33
12. Conclusiones.....	Pg. 35
13. Anexo .....	Pg. 43

## 1. FICHA TÉCNICA

El presente informe recopila los resultados obtenidos de las encuestas postales realizadas a los lectores del Boletín del CIPAJ en el año 2009-2010. Dicha encuesta se publicó en el Boletín del mes de diciembre de 2009, los lectores podían contestarla y enviarla por correo postal o bien rellenar el formulario de la Web del Cipaj. Se obtuvo un índice de respuesta lo suficientemente representativo como para dar por válido el trabajo realizado, el número de encuestas válidas fue de 443, lo que supone un error del  $\pm 4,7\%$ .

<b>Objetivo general del estudio:</b>	Analizar aspectos relacionados con los lectores del boletín del CIPAJ tales como su perfil, preferencias, grado de satisfacción y sugerencias de mejora. Comparativa con años anteriores (1999-2005-2010)
<b>Técnica de recopilación de la información:</b>	Encuestas postales y encuestas por correo electrónico a través de formulario en la Web
<b>Universo y ámbito geográfico:</b>	Lectores del Boletín del CIPAJ. El número estimado de lectores en el periodo de realización de las encuestas fue de 50.000 lectores
<b>Tamaño muestral:</b>	443 encuestas válidas recibidas (se han descartado las repetidas y las que no constaba la edad por tratarse de una variable clave para el estudio). De ellas 116 llegaron a través de Internet (supone el 26.2% de la muestra)
<b>Tipo de muestreo:</b>	Muestreo aleatorio
<b>Error muestral:</b>	$\pm 4,7\%$
<b>Nivel de confianza:</b>	95.45% (k=2; p=q=0.5)
<b>Fechas del trabajo de campo:</b>	Del 4 de diciembre de 2009 al 15 de enero de 2010
<b>Análisis de los datos:</b>	Mediante el programa estadístico SPSS V15.0
<b>Ejecución del trabajo:</b>	Gabinete Técnico IMPRO <a href="http://www.improconsultores.com">www.improconsultores.com</a>

Al final del informe se incorpora un anexo que complementa este informe "Análisis de la encuesta postal a lectores del Boletín del CIPAJ en 2010 y comparativa con años anteriores". Recoge las tablas comparativas de 2005 y 2010 que han sido eliminadas en el informe del 2010 para facilitar su lectura, dejando sólo las tablas relativas al año 2010 en el mencionado informe. También recoge los datos de 1999 que son comparables.

Agradecemos al Servicio de Modernización y Desarrollo Organizativo del Ayuntamiento de Zaragoza su permanente apoyo a las acciones de evaluación y mejora de la calidad emprendidas desde el CIPAJ

## 2. PERFIL DE LOS LECTORES

	2010
<b>EDAD MEDIA</b>	<b>23 años y medio</b>
<b>Edad más repetida</b>	16 años

<b>EDAD AGRUPADA EN INTERVALOS</b>	<b>2010</b>
Menos de 15 años	1.8%
De 15 a 19 años	38.8%
De 20 a 24 años	25.7%
De 25 a 29 años	16.5%
30 años o más	17.2%

La edad media actual de los lectores del Boletín del CIPAJ es de 23 años y medio y el intervalo de edad con mayor número de lectores es el de 15 a 19 años. Se han producido algunos cambios en las edades de los lectores del boletín del Cipaj respecto al 2005, las más destacables son:

- Respecto a 2005 ha aumentado la edad media de los lectores, pasando de 21 años a 23 y medio. Además destaca un incremento respecto al 2005 de casi 12 puntos de los lectores mayores de 30 años. Conviene resaltar que el 27.3% de los nuevos lectores mayores de 30 años lo han conocido a través del Heraldo de Aragón.
  - Conviene introducir una aclaración respecto a la terminología empleada en el informe. Denominamos "nuevos lectores" a aquellos que llevan menos de un año leyendo el Boletín.
  - El 14.5% de los lectores mayores de 30 años, hace menos de un año que leen el Boletín. De ellos el 72.7% no lo han conocido a través del Heraldo y un 27,3% sí lo han conocido a través del Heraldo de Aragón. De este 27.3% que sí lo han conocido a través del Heraldo, un 0% es la primera vez que lo leía, un 66.7% lo lee ocasionalmente y un 33.3% habitualmente.
- Este cambio en las edades de los lectores también se observa, aunque en menor medida, en los intervalos de los más jóvenes, todos los intervalos hasta los 24 años han disminuido en menor o mayor medida. Destacan los 10 puntos de disminución de los lectores de 15 a 19 años. A pesar de esta disminución sigue siendo el intervalo más sobre representado de lectores del Boletín si se tienen en cuenta los datos poblacionales (ver cuadro siguiente).
- La edad de los jóvenes que han contestado a esta encuesta refleja la manera en la que el Boletín se distribuye, siendo en su mayoría a través de centros escolares.
- Respecto a 1999 no se pueden realizar comparativas porque los resultados estaban agrupados en diferentes intervalos.

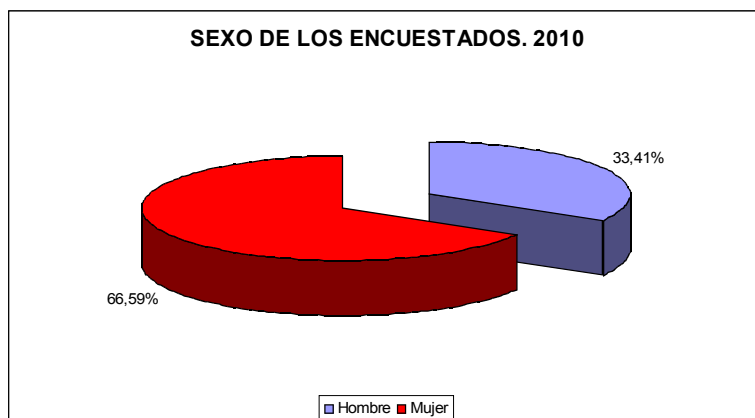
Según datos poblacionales de jóvenes zaragozanos aportados por el Cipaj (Censo Municipal año 2008) y realizando los cálculos exclusivamente sobre los jóvenes de menos de 30 años, se observa cómo están representados los distintos intervalos de edad.

	LECTORES DEL BOLETÍN 2010 (porcentajes recalculados eliminando mayores de 30)	JÓVENES ZARAGOZA 2008	DESVIACIÓN
Menos de 15 años	2,2%	0,50%	1,68%
De 15 a 19 años	47,9%	21,70%	26,21%
De 20 a 24 años	31,8%	42,50%	-10,75%
De 25 a 29 años	20,3%	35,30%	-14,97%

*Desviación positiva: intervalo sobre-representado.  
Desviación negativa: intervalo Infra-representado*

Dado que en el último año uno de los cambios incorporados al boletín es la distribución a través del Heraldo de Aragón, haremos alguna mención al respecto a lo largo del informe. La pregunta sobre si lo han conocido o no a través del Heraldo de Aragón sólo la contestaron los nuevos lectores (llevan menos de 1 año leyendo el boletín). Respecto a la edad media:

- Edad media de los lectores nuevos que lo han conocido a través del Heraldo de Aragón: 23.14 años.
- Edad media de los lectores nuevos que no lo han conocido a través del Heraldo de Aragón: 19.32 años.



Entre los lectores del boletín hay más mujeres (66.59%) que hombres (33.41%). Sucedió lo mismo en años anteriores. Respecto al 2005 la diferencia ha disminuido levemente.

PAÍS DE PROCEDENCIA	2010
España	90,43%
Otros	8,20%
Unión Europea	1,37%

Aproximadamente el 90% de los lectores del boletín del Cipaj son españoles (90.43%), el 8.20% son extranjeros de fuera de la Unión Europea y un 1.37% de la Unión Europea. Respecto al 2005, y como era de esperar, han disminuido los lectores españoles en el mismo porcentaje en que han aumentado los extranjeros de otros países de fuera de la unión Europea.

Éstos países son principalmente: Ecuador (representa casi a la mitad de los encuestados de países de fuera de la Unión Europea), República Dominicana, Colombia, México, Armenia, Bolivia, Brasil, Chile, China, Estados Unidos, Ghana, Marruecos, Perú, Senegal y Venezuela.

NIVEL DE ESTUDIOS TERMINADOS	2010
Bachiller	28,61%
Ens. Obligatoria	27,11%
Est. Universitarios	27,36%
F.P.	10,20%
Valores perdidos/Sin estudios	6,72%

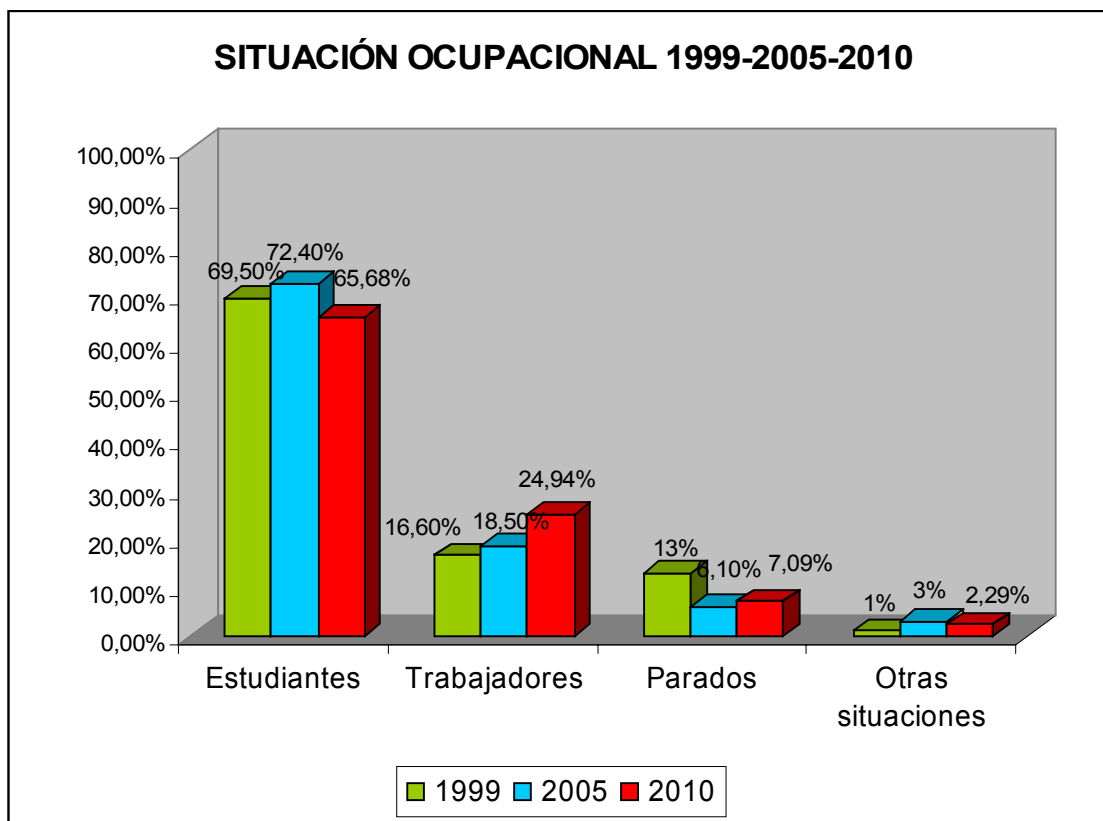
El 27,11% de los encuestados han terminado la enseñanza obligatoria, el 28,61% el Bachiller, un 27,36% han terminado estudios universitarios, el 10,20% terminaron la F.P. y hay un 6,72% de los encuestados que no tienen estudios terminados en el momento de realización de la encuesta.

Cabe recordar que hay un 2,2% de encuestados menores de 15 años en la encuesta del 2010. La pregunta es "Nivel de estudios **terminados**" así que destacamos que del 6.72% de lectores que no tienen estudios es en su mayoría porque no los han terminado todavía. Los datos que confirman esta afirmación son: el 14.8% de lectores sin estudios tienen menos de 14 años, el 77.8% están en el intervalo de 15 a 19, el 7.4% en el intervalo de 20 a 24 años y el 0% de lectores mayores de 25 años no tienen estudios (o lo que es lo mismo: el 100% de lectores mayores de 25 tienen estudios terminados).

Respecto al año 2005 se observa una disminución de casi 10 puntos porcentuales en los encuestados que han terminado la enseñanza obligatoria. El resto de porcentajes se mantienen con pocas desviaciones, lo más destacable es el aumento de unos 6 puntos de los encuestados que han terminado los estudios universitarios.

SITUACIÓN OCUPACIONAL	2010
Estudiantes	65.68%
Trabajadores	24.94%
Parados	7.09%
Otras situaciones	2.29%

El 65,68% de los lectores de Boletín del Cipaj son estudiantes, el 24,94 trabajadores, el 7,09% parados y el 2,29% se encuentran en otras situaciones (baja laboral, cursos de formación ocupacional, jubilados, opositores y realizando prácticas de formación para el empleo).



Si comparamos las cifras de 2005 observamos que han disminuido los estudiantes en unos 7 puntos porcentuales, en cambio han aumentado los trabajadores en más de 6 puntos. Los parados han aumentado en un punto porcentual.

Entre los encuestados hay 268 cursando estudios en diferentes centros. Se han agrupado en las siguientes categorías:

Tipo de centro	%
Institutos o similares	44.90%
Universidades	41.80%
Otros centros	13.70%

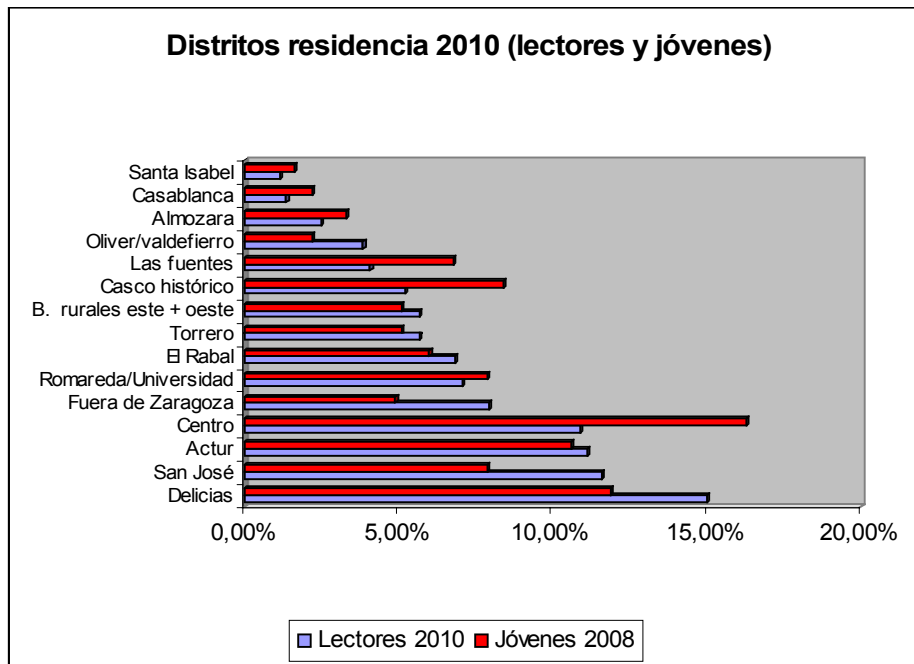
En cuanto al Distrito de residencia de los lectores del Boletín y comparando con datos poblacionales de jóvenes zaragozanos aportados por el Cipaj (Censo Municipal año 2008), detectamos las siguientes desviaciones:

DISTRITO DE RESIDENCIA	Lectores 2010	JÓVENES ZARAGOZA 2008	DESVIACIÓN 2010
Delicias	15,00%	11,9%	<b>3,1</b>
San José	11,59%	7,9%	<b>3,7</b>
Actur	11,14%	10,6%	0,5
Centro	10,91%	16,3%	<b>-5,4</b>
Fuera de Zaragoza	7,95%	4,90%	<b>3,1</b>
Romareda/Universidad	7,05%	7,9%	-0,9
El Rabal	6,82%	6,0%	0,8

Torrero	5,68%	5,1%	0,6
Barrios rurales este + oeste (incl. Miralbueno)	5,68%	5,1%	0,6
Casco histórico	5,23%	8,4%	<b>-3,2</b>
Las fuentes	4,09%	6,8%	<b>-2,7</b>
Oliver/valdefierro	3,86%	2,2%	1,7
Almozara	2,50%	3,3%	-0,8
Casablanca	1,36%	2,2%	-0,8
Santa Isabel	1,14%	1,6%	-0,5

*Desviación positiva: intervalo sobre-representado.  
Desviación negativa: intervalo Infra-representado*

Si comparamos los lectores del 2010 con los datos poblacionales de jóvenes zaragozanos 2008 observamos una muestra muy equilibrada según el distrito de residencia. El distrito que queda más Infra-representado es el Centro (-5.4 de desviación), Casco histórico (-3.2) y Las Fuentes (-2.7) con desviaciones de unos 3 puntos. Los distritos que están sobre-representados con unos 3 puntos cada uno son San José (3.7), Delicias (3.1) y Fuera de Zaragoza (3.1).





Para ver la evolución respecto al 2005 debemos comparar las desviaciones que ha habido en ambos años, es decir: la diferencia o desviación que había entre los datos poblacionales y los lectores, por distritos, de ambos años. Los datos son:

DISTRITO DE RESIDENCIA	DESVIACIÓN 2005	DESVIACIÓN 2010
Delicias	0,38	<b>3,1</b>
San José	-1,03	<b>3,7</b>
Actur	-0,31	0,5
Centro	1,58	<b>-5,4</b>
Fuera de Zaragoza	---	<b>3,1</b>
Romareda/Universidad	0,21	-0,9
El Rabal	<b>-2,25</b>	0,8
Torrero	<b>3,56</b>	0,6
Barrios rurales este + oeste (incl. Miralbueno)	0,02	0,6
Casco histórico	<b>-3,00</b>	<b>-3,2</b>
Las fuentes	-0,66	<b>-2,7</b>
Oliver/valdefierro	<b>-3,81</b>	1,7
Almozara	0,82	-0,8
Casablanca	-0,57	-0,8
Santa Isabel	0,28	-0,5
<i>Desviación positiva: intervalo sobre-representado.</i>		
<i>Desviación negativa: intervalo Infra-representado</i>		

De la tabla se desprenden las siguientes conclusiones respecto a 2005:

- Ha mejorado la representación (ha disminuido la desviación) en los distritos de El Rabal, Torrero y Oliver/Valdefierro.
- Se mantiene la proporcionalidad respecto a la población en los distritos de Actur, Romareda/Universidad, barrios rurales, Almozara, Casablanca y Santa Isabel.
- El casco histórico sigue Infra-representado, casi igual que en 2005.
- Empeora la situación de Centro y Las Fuentes que pasan a estar Infra-representados.
- Delicias y San José pasan de estar equilibrados a estar sobre-representados.

## **2.1. PERFIL SOCIO-DEMOGRÁFICO DE LOS ENCUESTADOS QUE CONTESTAN A LA ENCUESTA A TRAVÉS DE INTERNET:**

Encuestados que contestan a través de Internet	2010. Contestan a través de Internet	2010. Total de encuestados
<b>Edad media</b>	24.79 años	23.5 años
<b>Moda (edad más repetida)</b>	22 años	16 años
<b>EDAD AGRUPADA EN INTERVALOS.</b>		
Menos de 15 años	2.6%	1.8%
De 15 a 19 años	25%	38.8%
De 20 a 24 años	32.8%	25.7%
De 25 a 29 años	19.0%	16.5%
30 años o más	20.7%	17.2%
<b>SEXO DE LOS ENCUESTADOS</b>		
Hombre	27.6%	33.41%
Mujer	72.4%	66.59%
<b>PAÍS DE PROCEDENCIA</b>		
España	92.9%	90.43%
Unión Europea	1.8%	1.37%
Otros	5.4%	8.20%
<b>NIVEL DE ESTUDIOS TERMINADOS</b>		
Ens. Obligatoria	13.2%	27.11%
Bachiller	32.5%	28.61%
F.P.	12.3%	10.20%
Est. Universitarios	39.5%	27.36%
Sin estudios	2.6%	6.72%
<b>SITUACIÓN OCUPACIONAL</b>		
Estudiantes	53.2%	65.68%
Trabajadores	37.8%	24.94%
Parados	6.3%	7.09%
Otras situaciones	2.7%	2.29%

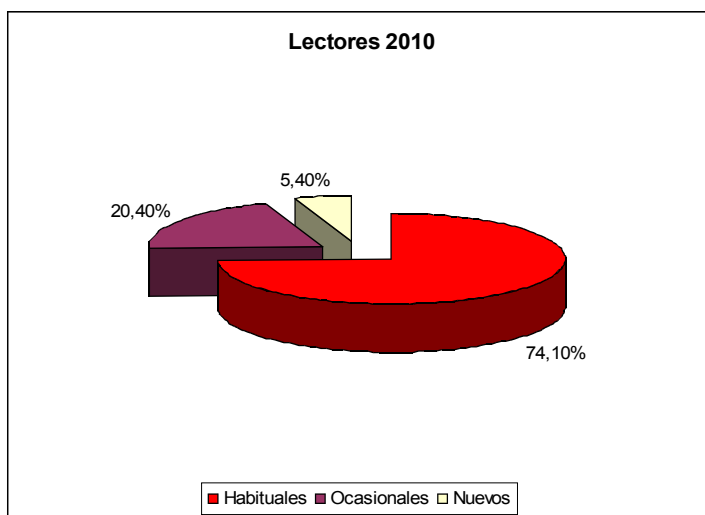
La edad media de los encuestados que contestan a través de Internet es de 24.79 años y la moda (la edad más repetida) es de 22 años.

El intervalo de edad de mayor frecuencia es el de 20 a 24 años (32.8%). El 72.4% de los encuestados que han contestado a través de Internet son mujeres, un 92.9% de España.

Respecto al nivel de estudios un 39.5% tienen estudios universitarios terminados, también es importante el porcentaje de los que tienen terminado Bachiller, con un 32.5%. La mayoría están estudiando (53.2%).

### 3. FRECUENCIA DE LECTURA DEL BOLETÍN

¿CON QUÉ FRECUENCIA LEES EL BOLETÍN?	2010
Todos los meses (lectores habituales)	74,1%
Ocasionalmente (lectores ocasionales)	20,4%
Es la primera vez (lectores nuevos)	5,4%



El porcentaje de lectores habituales (74.1%) sigue mostrando una alta fidelidad al Boletín. Respecto al 2005 ha disminuido en un 5% aproximadamente, pero sigue siendo muy elevado. Esa disminución se ha trasladado a un aumento tanto de nuevos lectores como de lectores ocasionales.

Respecto al año 1999 han aumentado en casi 8 puntos los lectores habituales y en 2 puntos los lectores nuevos. Los ocasionales disminuyen en 5 puntos porcentuales.

En el informe del 2005 se incluía en este apartado un cruce de variables de la frecuencia (lectores habituales, ocasionales y nuevos) con todas las demás preguntas de la encuesta, además de con las variables socio-demográficas. Este año incluiremos un cambio en el informe: consideramos que mostrar los resultados de un cruce de variables con preguntas que aún no han sido comentadas, tales como valoraciones, secciones, lugares de recogida del Boletín, etc., no es lo adecuado. Por este motivo realizaremos en todos los apartados un cruce de variables socio-demográficas, mostrando los mayores porcentajes obtenidos, pero dejaremos los cruces entre otras preguntas para un apartado específico.

ITEMS	LECTORES NUEVOS (primera vez que lo leen)	LECTORES ESPORÁDICOS (lo leen ocasionalmente)	LECTORES HABITUALES (lo leen habitualmente)
<b>EDAD 2010</b>	El 79.2% de los lectores nuevos tienen entre 15 y 19 años. Un 8.3% de lectores nuevos son mayores de 30 años.	Un 45.6% de los lectores ocasionales tienen entre 15 y 19 años.	Los lectores habituales de 15 a 19 suponen un 33.6%. Destaca un 17.4% de lectores habituales mayores de 30 años.
<b>SEXO 2010</b>	Mujer (45.8%)	Mujer (58.1%)	Mujer (70.7%)
<b>ESTUDIOS 2010</b>	Enseñanza obligatoria (62.5%).	Bachiller (38.1%) y Enseñanza Obligatoria (29.8%)	Universitarios (32.9%) y bachiller (23.3%)
<b>SITUACIÓN OCUPACIONAL 2010</b>	Estudiantes (87.5%)	Estudiante (67.8%)	Estudiante (63.2%)

Si observamos la tabla precedente podemos concluir que se está llegando de una manera destacable a los jóvenes de 15 a 19 años y que está aumentando el número de lectores mayores de 30 años. Entre los lectores sigue habiendo más mujeres que hombres, tanto en los nuevos lectores como en los ocasionales y habituales.

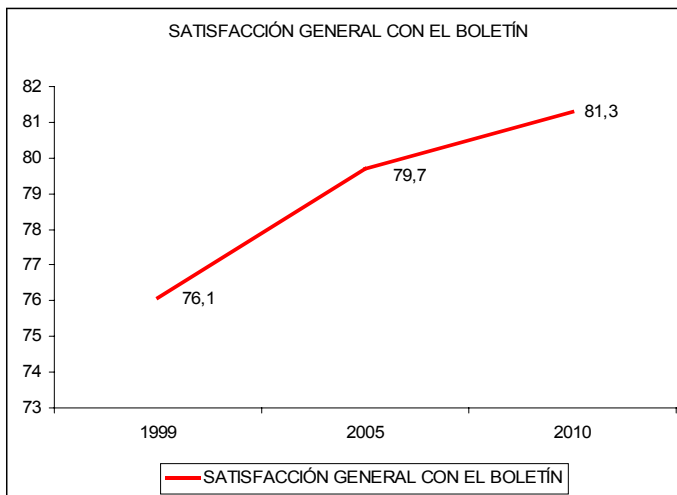
Respecto al 2005 está produciéndose un cambio en lo que se refiere al nivel de estudios ya que ahora los lectores ocasionales y habituales están aumentando su nivel de estudios. En el 2005 los mayores porcentajes se centraban en los lectores de la Enseñanza Obligatoria, mientras que actualmente los lectores nuevos siguen este esquema pero sube el nivel de estudios de los lectores ocasionales y, sobre todo, de los lectores habituales.

Respecto a la situación ocupacional, siguen siendo los estudiantes los más interesados en el Boletín del Cipaj.

Los lectores nuevos del boletín son en su mayoría estudiantes, en cambio este perfil disminuye en los lectores ocasionales y habituales, que unido a la alta fidelidad de lectura del boletín podemos afirmar que se capta a los lectores a través de los estudiantes y luego éstos permanecen como lectores una vez que avanzan en sus estudios y carrera profesional.

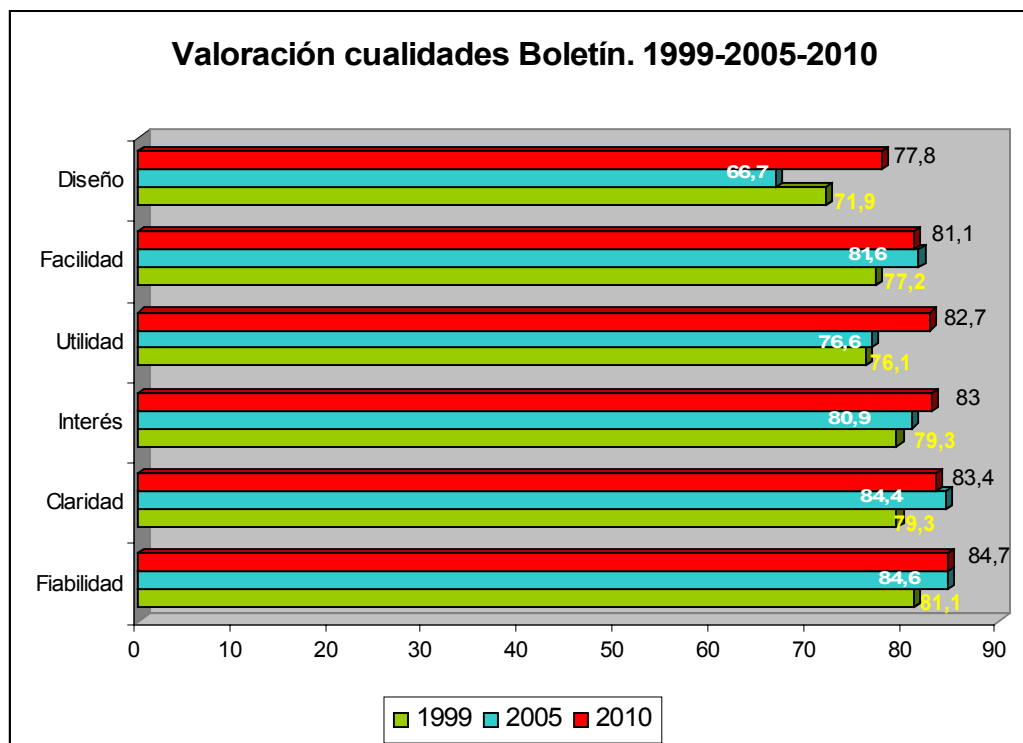
#### 4. SATISFACCIÓN GENERAL Y VALORACIÓN DE LAS CUALIDADES DEL BOLETÍN

	2010
<b>SATISFACCIÓN GENERAL CON EL BOLETÍN</b>	81,3



La satisfacción general con el Boletín del Cipaj recibe una valoración de 81,3 puntos sobre 100. Además sigue la tendencia creciente desde 1999. El siguiente gráfico representa la tendencia ascendente mencionada.

En la encuesta también se les preguntaba acerca de algunos aspectos de la información recogida en el Boletín, las valoraciones mostradas están medidas en una escala de 1 a 100. En el gráfico siguiente se observa la evolución de las valoraciones en los tres años estudiados:



En la actualidad (2010) las cualidades mejor valoradas han sido la fiabilidad de la información (84.7) y la claridad de la información (83.4), estos dos aspectos también fueron los mejor valorados en 2005.

Las cualidades con una valoración más baja (aunque elevada) han sido el diseño gráfico (77,8) y la facilidad de conseguirlo cada mes (81,1). Respecto al diseño gráfico hay que destacar que ha aumentado la valoración respecto al año 2005 en 11 puntos. Esto hace pensar que los esfuerzos realizados en su mejora han dado su fruto. Conviene recordar que la valoración del diseño ("formato") del 2005 había disminuido 5,2 puntos respecto a 1999.

Si comparamos el año 1999 con el 2010 vemos que han aumentado todos los valores de todas las cualidades del Boletín.

Para profundizar más en el análisis, se han obtenido las medias diferenciando grupos en función del sexo, edad, nivel de estudios y situación ocupacional. Los resultados se recogen en la siguiente tabla:

VALORES 2010	GRADO DE SATISFACCIÓN GENERAL	INTERÉS DE LA INFORMACIÓN	CLARIDAD	UTILIDAD	FIABILIDAD	DISEÑO GRÁFICO	FACILIDAD PARA CONSEGUIR LO
<b>Hombre</b>	80,7	81,5	83,0	81,0	83,4	<b>77,1</b>	80,1
<b>Mujer</b>	81,3	83,8	83,3	82,9	85,1	<b>77,8</b>	81,5
<b>Menos de 15 años</b>	85,4	83,1	85,9	90,3	87,9	79,5	81,3
<b>15-19 años</b>	<b>79,8</b>	81,7	83,2	81,3	84,8	<b>77,7</b>	84,5
<b>20-24 años</b>	82,2	82,8	83,6	82,7	86,4	<b>78,0</b>	81,3
<b>25-29 años</b>	81,8	83,7	83,2	85,5	81,4	<b>78,0</b>	<b>76,1</b>
<b>30 ó más</b>	82,4	85,5	83,6	82,1	85,0	<b>77,3</b>	<b>78,2</b>
<b>Estudiante</b>	80,8	82,3	83,3	82,2	84,7	<b>77,5</b>	82,6
<b>Trabajador</b>	82,8	86,3	84,4	84,8	86,6	<b>78,9</b>	<b>78,6</b>
<b>Parado</b>	<b>79,2</b>	79,3	79,4	78,8	<b>76,6</b>	<b>78,4</b>	<b>78,2</b>
<b>Otros</b>	85,3	83,9	88,4	80,9	86,6	<b>75,4</b>	<b>72,9</b>
<b>Ens. Obligatoria</b>	80,2	81,5	82,2	81,4	82,7	<b>78,7</b>	82,9
<b>Bachiller</b>	81,0	81,6	82,9	81,6	85,6	<b>76,5</b>	79,0
<b>F.P.</b>	<b>79,6</b>	82,9	83,1	82,0	83,7	79,2	78,8
<b>Est. Univ.</b>	82,4	86,0	84,0	84,8	84,9	<b>76,8</b>	81,0
<b>Ninguno</b>	<b>78,0</b>	80,3	80,9	<b>75,3</b>	82,6	<b>74,5</b>	82,3

Las principales conclusiones son:

- El diseño gráfico es en casi todos los casos lo peor valorado.
- Muestran más dificultad para conseguirlo los lectores que están fuera del circuito de distribución básico del boletín que es a través de centros de enseñanza, son los mayores de 25 años, trabajadores, parados o en otras situaciones ocupacionales.

- Los parados son los que peor valoran la fiabilidad de la información y su utilidad, junto a los que no tienen estudios terminados (baja utilidad).
- El grado de satisfacción más bajo (aunque es una valoración alta) lo muestran por este orden los lectores que no tienen estudios terminados, parados, han terminado la FP y tienen de 15 a 19 años.
- En general el grado de satisfacción por intervalos de edad está muy equilibrado, excepto en el intervalo más bajo comentado anteriormente de 15 a 19 años.

Comparando el Grado de Satisfacción general del 2005 y del 2010 los datos son:

GRADO DE SATISFACCIÓN GENERAL	GRADO DE SATISFACCIÓN GENERAL 2005	GRADO DE SATISFACCIÓN GENERAL 2010
<b>Hombre</b>	78.5	80,7
<b>Mujer</b>	80.2	81,3
<b>Menos de 15 años</b>	80.7	85,4
<b>15-19 años</b>	79.2	79,8
<b>20-24 años</b>	78.9	82,2
<b>25-29 años</b>	<b>82.3</b>	<b>81,8</b>
<b>30 ó más</b>	81.6	82,4
<b>Estudiante</b>	79.1	80,8
<b>Trabajador</b>	81.4	82,8
<b>Parado</b>	<b>81.2</b>	<b>79,2</b>
<b>Otros</b>	81.8	85,3
<b>Ens. Obligatoria</b>	80.1	80,2
<b>Bachiller</b>	77.9	81,0
<b>F.P.</b>	<b>81.4</b>	<b>79,6</b>
<b>Est. Univ.</b>	80.7	82,4
<b>Ninguno</b>	---	78,0

Se observa un aumento de la satisfacción con el Boletín en casi todos los segmentos, en especial entre los hombres de menos de 15 años y de 20 a 24, que están en otras situaciones laborales y cuyos estudios terminados son de bachiller.

Disminuye la satisfacción, aunque levemente (menos de 2 puntos) entre los lectores de 25 a 29 años, parados y con un nivel de estudios de F.P.

## 5. INTERÉS DE LAS SECCIONES

En la encuesta se preguntaba a los lectores del Boletín cuáles son las secciones más interesantes para ellos y cuáles las menos. Los resultados del 2010 son los siguientes:

SECCIONES	MÁS INTERESANTES 2010
Anuncios	66,4%
Agenda	55,1%
Convocatorias	43,1%
Sueltos/Noticias (2010)	34,5%
Páginas centrales/Tema del mes (2010)	21,7%
Sin problemas	19,2%
En primera persona/no había en 2005	11,5%
Publicaciones/no hay en 2010	---

Las cuatro secciones más interesantes para los lectores del 2010 son Anuncios (66,4%), Agenda (55,1%), Convocatorias (43,1%) y Noticias (34,5%).

En el 2005 las más interesantes fueron la Agenda (58.1%), Anuncios (57.5%), Convocatorias (30.4%) y páginas centrales/tema del mes (25.6%).

En el año 1999 los lectores prefirieron las secciones Cursos y Talleres (36.9%), Convocatorias (28.4%) y Este mes (19%).

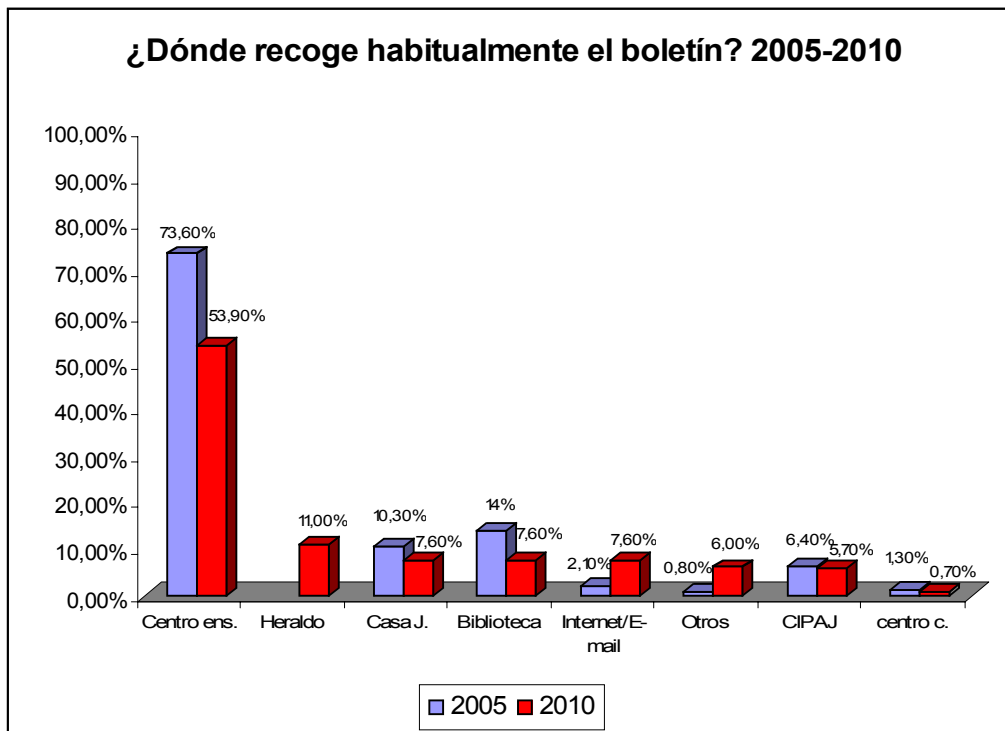
SECCIONES	MENOS INTERESANTES 2010
En primera persona/no había en 2005	46,5%
Sin problemas	38,1%
Páginas centrales/Tema del mes (2010)	29,6%
Convocatorias	21,2%
Sueltos/Noticias (2010)	19,9%
Anuncios	14,0%
Agenda	11,1%
Publicaciones/no hay en 2010	---

Las cuatro secciones menos interesantes en el 2010 han sido En primera persona (46.5%), Sin problemas (38,1%), Tema del mes (29.6%) y Convocatorias (21.2%). El interés mostrado por la nueva sección En primera persona no parece ser muy elevado, casi la mitad de los encuestados la consideran la menos interesante.



## 6. PUNTO DE RECOGIDA DEL BOLETÍN

¿DÓNDE RECOGES HABITUALMENTE EL BOLETÍN?	2010
En un Centro de Enseñanza	53,9%
Con el Heraldo de Aragón	11,0%
En una Casa de Juventud	7,6%
Biblioteca	7,6%
Internet/E-mail	7,6%
Otros sitios (amigo o familiar, trabajo, Ayuntamiento, Colegios Mayores y Residencias, bares, CCOO, CAI, club empleo, Cruz Roja, Of. Turismo, Proyecto Hombre)	6,0%
En el CIPAJ	5,7%
Centro Cultural o Cívico	0,7%



Más de la mitad de los lectores recogen habitualmente el Boletín en un Centro de Enseñanza (53,9%), este porcentaje ha decrecido en unos 20 puntos respecto al año 2005. El segundo lugar lo ocupa el Heraldo de Aragón, el cual llega a un 11% de los lectores. Le sigue con el mismo porcentaje (7,6%) la recogida en casa de juventud, bibliotecas y los lectores que lo reciben vía Internet o correo electrónico. Ha aumentado en casi 6 puntos respecto al 2005 la entrega por consejo de un amigo, un familiar u otros lugares como los mencionados en la tabla anterior. Ha disminuido en un punto, aproximadamente, la recogida del Boletín en el CIPAJ.

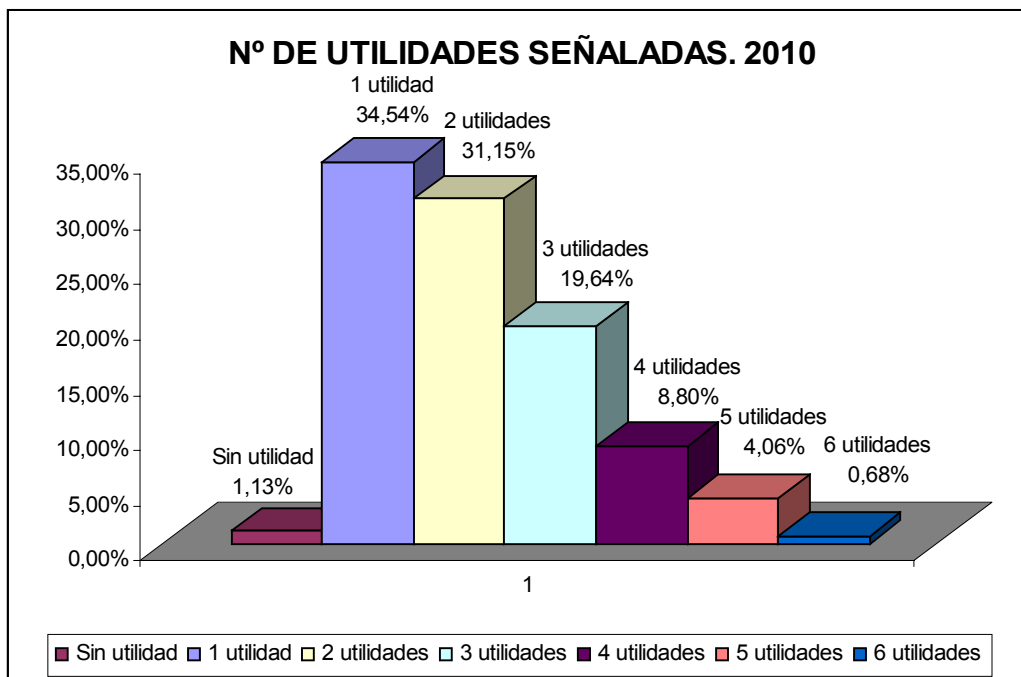
Se han analizado los cruces de variables socio-demográficas y las diferencias significativas encontradas han sido las siguientes:

- No hay diferencias en cuanto al sexo o al nivel de estudios, en ambos casos el primer lugar de recogida del Boletín sigue siendo el centro de enseñanza.

- Respecto a la ocupación, aquellos encuestados que trabajan, están en paro o en otras situaciones profesionales recogen el Boletín en Otros lugares. Lo mismo sucede con los lectores mayores de 25 años (en adelante).

## 7. UTILIDAD DEL BOLETÍN

El 98.87% de los encuestados le encuentra al Boletín al menos una utilidad, tan sólo un 1.13% no ha señalado ninguna utilidad. Han señalado una media de 2.15 utilidades. El siguiente gráfico muestra el número de opciones de utilidades señaladas:

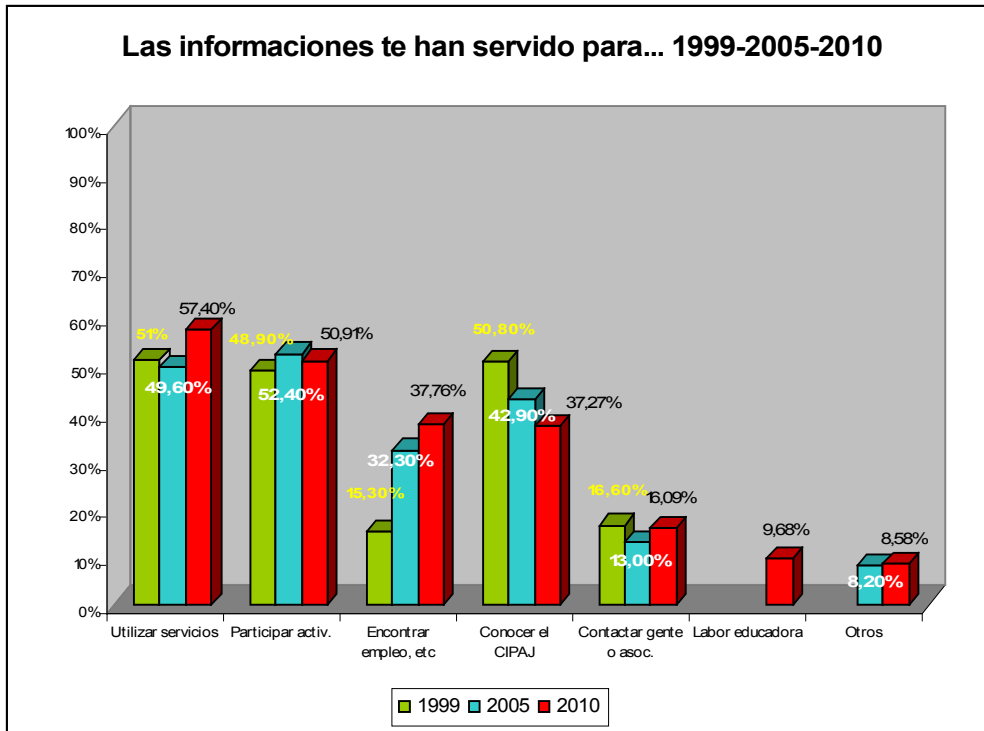


<b>LAS INFORMACIONES DEL BOLETÍN TE HAN SERVIDO PARA:</b>	<b>2010</b>
Utilizar servicios para jóvenes	57,40%
Participar en actividades culturales y de formación	50,91%
Encontrar empleo, un piso, dar clases particulares, comprar o vender algo...	37,76%
Conocer el CIPAJ	37,27%
Contactar con gente o asociaciones de jóvenes	16,09%
En mi labor como padre/madre, educador/a o mediador/a con jóvenes	9,68%
Otros (entretenimiento, estar informado y otros)	8,58%

En 2010 la información que recoge el Boletín les ha servido sobre todo a sus lectores para utilizar servicios para jóvenes (57,40%) y participar en actividades culturales y de formación (50,91%). Le sigue en orden de importancia utilizarlo para encontrar empleo, un piso, dar clases particulares, comprar o vender algo en un 37,76% y conocer el Cipaj en un 37,27%.

Destaca que casi un 10% de los lectores utilizan el Boletín como herramienta educacional como padre/madre, educador/a o mediador/a con jóvenes.

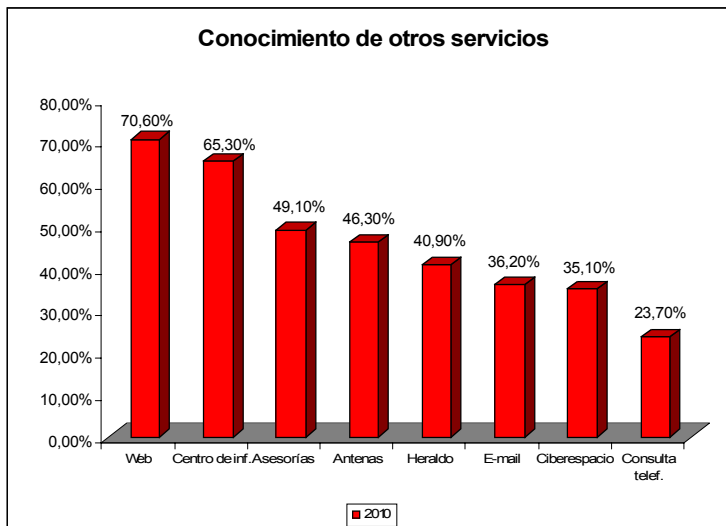
Respecto al 2005 ha aumentado la utilización de servicios para jóvenes en unos 8 puntos, ha aumentado en 5 puntos el uso del Boletín como medio de encontrar empleo, etc. y ha disminuido en la misma cantidad el conocimiento del Cipaj a través del Boletín. En el año 1999 el porcentaje de lectores que lo usaban para conocer el Cipaj era del 50,81%, la tendencia sigue decreciente. Respecto a este mismo año sigue en aumento el uso del Boletín para encontrar empleo, un piso, dar clases particulares, comprar o vender algo.



Se han buscado diferencias significativas de esta variable con respecto al sexo, edad, nivel de estudios y situación ocupacional de los lectores y no se han observado diferencias. En todos los casos las utilidades que ocupan los primeros lugares son: utilizar servicios para jóvenes o participar en actividades. En el único caso en que no es así es en los lectores sin estudios, a quienes el Boletín les ha servido para conocer el Cipaj.

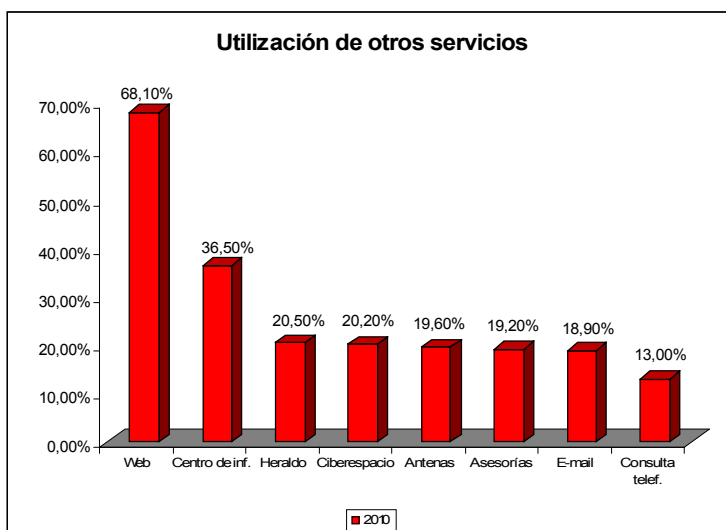
## 8. GRADO DE CONOCIMIENTO, UTILIZACIÓN Y VALORACIÓN DE OTROS SERVICIOS DEL CIPAJ

OTROS SERVICIOS DEL CIPAJ	% CONOC. 2010	% UTILIZ. 2010	VALOR. 2010
Centro de información del CIPAJ	65,3%	36,5%	83,0
Web www.cipaj.org	70,6%	68,1%	82,7
Antenas informativas	46,3%	19,6%	81,4
Correo electrónico (cipaj@zaragoza.es)	36,2%	18,9%	79,1
Pg. En Heraldo los sábados	40,9%	20,5%	77,9
Ciberespacio Morlanes	35,1%	20,2%	76,7
Asesorías (jurídica, sexológica, psicológica y de estudios)	49,1%	19,2%	76,7
Consulta telefónica	23,7%	13,0%	72,1



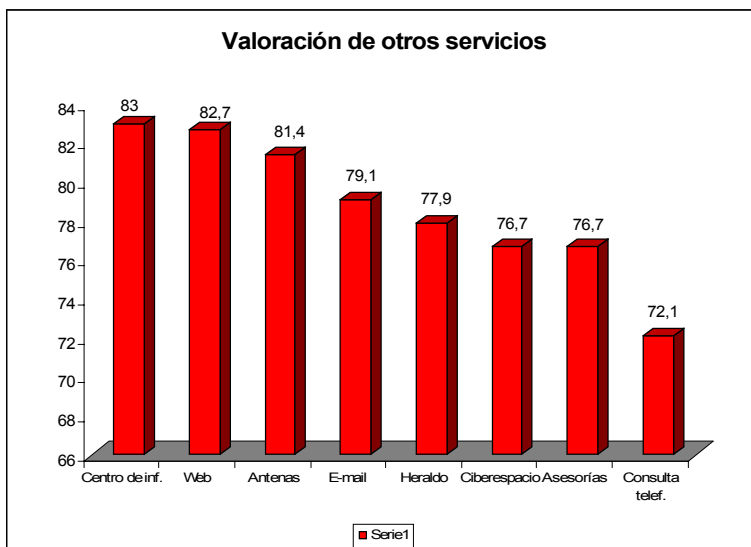
Los tres servicios más conocidos por los lectores del Boletín del Cipaj son la página Web (70.6%), el Centro de información del Cipaj (65.3%) y las asesorías (49.1%). Lo mismo sucedía en 2005 y con porcentajes muy similares.

Los servicios más desconocidos son la consulta telefónica (23.7%), el ciberespacio Morlanes (35.1%) y el correo electrónico (36.2). Aún siendo los menos conocidos los porcentajes son considerables.



Los tres servicios más utilizados son la página Web, con un alto 68.1%, el centro de información del Cipaj (36.5%) y la Página del Heraldo de los sábados con un (20.5%). Lo mismo sucedía en 2005.

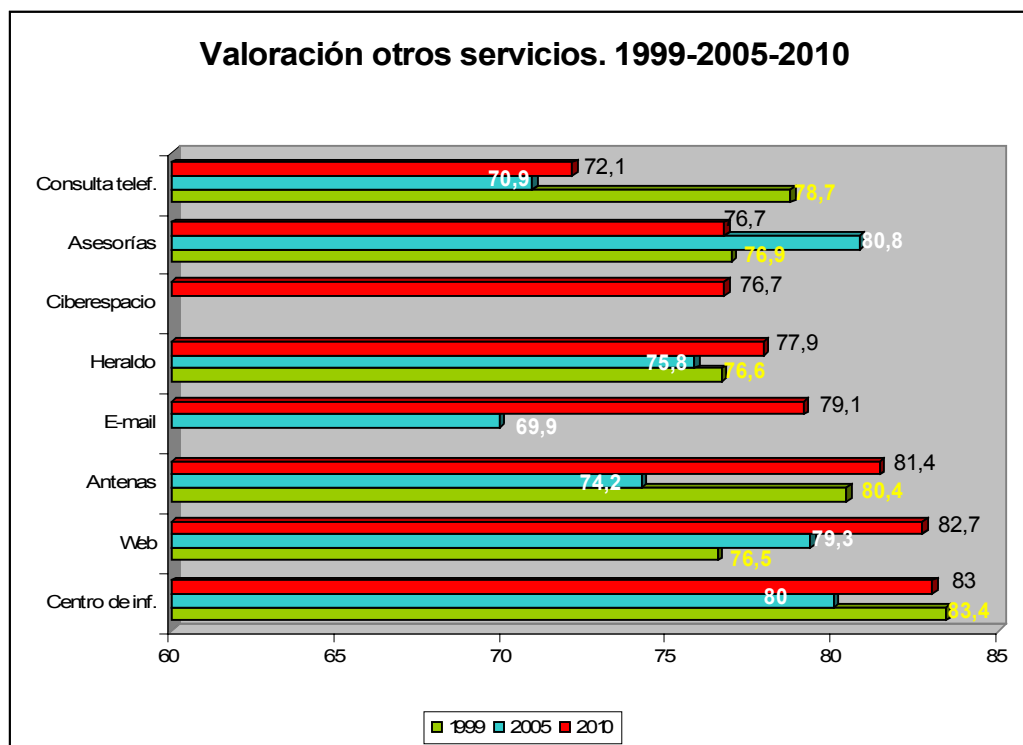
Los menos utilizados son la consulta telefónica (13%), el e-mail (18,9%) y las asesorías (19.2%).



Los tres servicios mejor valorados por los lectores del Boletín del Cipaj son el Centro de información (83 puntos sobre 100), la Web (82.7) y las antenas informativas (81.4%).

Existen algunas diferencias respecto al 2005, en primer lugar las asesorías han dejado de ocupar el primer lugar en cuanto a valoración la cual ha bajado en 4 puntos. Además son el único servicio que ha bajado su valoración respecto al 2005, los demás todos han mejorado en especial el correo electrónico (sube 10 puntos) y las antenas informativas (sube 7 puntos).

Centrándonos en la valoración de los servicios prestados en los años 1999, 2005 y 2010 que se muestran en el siguiente gráfico, se observa que:



- La valoración del Centro de información del Cipaj está recuperándose respecto al año 2005 y casi llega a la valoración de 1999.
- Sigue en aumento la tendencia de los tres años respecto a la valoración de la página Web del Cipaj.
- Las antenas informativas habían visto reducida su valoración del año 1999 al 2005, pero en 2010 no sólo se han recuperado respecto al 99, sino que han llegado a superar en casi 6 puntos el valor de 2005.
- La consulta por correo electrónico va en aumento, casi 10 puntos de aumento respecto al 2005.
- Mejora la valoración respecto a 1999 y 2005 de la página del Heraldo de Aragón de los sábados.
- Las asesorías han empeorado en el 2010 su valor en casi 4 puntos respecto al 2005 y no llega a superar el valor que tenían en 1999, aunque está muy próximo.
- La consulta telefónica empeoró del año 1999 a 2005, en el 2010 ha recuperado un poco su valoración pero aún es inferior en más de 6 puntos al valor de 1999.

Se han buscado diferencias significativas en función de la edad, sexo, nivel de estudios y situación ocupacional. Las principales conclusiones son:

ITEMS	Los servicios que más conocen	Los servicios que más utilizan	Los servicios que mejor valoran 2010 (puntuaciones sobre 100)
<b>EDAD</b>			
Menos de 15 años	En todos los casos el servicio más conocido y el más utilizado es la página Web del Cipaj. No se detectan diferencias significativas en el conocimiento y la utilización, pero sí en aquellos servicios que obtienen la mejor valoración (se recoge en la columna siguiente).		E-mail (93.00)
15 a 19 años		Antenas (83.88)	
20 a 24 años		Centro de Información (82.55)	
25 a 29 años		Centro de Información (82.93)	
30 ó más años		Web (87.13)	
<b>SEXO</b>			
Hombre		Centro de Información (81.95)	
Mujer		Web (84.12)	
<b>ESTUDIOS</b>			
Ens. Oblig		Centro de Información (81.83)	
Bachiller	Web (81.36)		
F.P.	Centro de Información (83.56)		
Est. Univ	Web (86.71)		
Ninguno	Heraldo de Aragón (87.50)		
<b>SITUACIÓN OCUPACIONAL</b>			
Estudiante	Centro de Información (81.99)		
Trabajador	Web (86.21)		
Parado	Centro de Información (82.57)		
Otros	E-mail (92.00)		

No existen diferencias significativas respecto a los servicios del Cipaj más conocidos y más utilizados. En todos los casos el servicio más conocido y utilizado es la Web del Cipaj. Hay variaciones si se analizan los servicios mejor valorados, en ese caso las conclusiones son:

- Los menores de 15 años y los que están en otras situaciones ocupacionales valoran mejor el e-mail del Cipaj.
- Los lectores de 15 a 19 años las antenas.

- Los de 20 a 29, hombres, de enseñanza obligatoria o F.P., estudiantes o parados, valoran mejor el Centro de Información del Cipaj.
- Los de 30 años o más, mujeres, de Bachiller y trabajadores valoran mejor la página Web del Cipaj.



## 9. RESULTADOS SEGÚN TIPOS DE LECTORES

La frecuencia de lectura del Boletín es una variable importante de la que se quiere obtener más información, por este motivo se ha profundizado más en el análisis y se han obtenido las principales opiniones de cada grupo de lectores: lectores nuevos, esporádicos y habituales.

Para ello se han plasmado en las siguientes tablas los cruces de variables de frecuencia de lectura con opiniones acerca de las secciones más y menos interesantes, dónde suele recoger el boletín y para qué le ha servido, información acerca de si conoce, utiliza y cómo valora otros servicios del Cipaj, así como los niveles de satisfacción. Las variables edad, sexo, estudios, situación ocupacional y distritos de residencia ya han sido mencionados en el apartado 3. *Frecuencia de lectura del Boletín.*

ITEMS	LECTORES NUEVOS	LECTORES ESPORÁDICOS	LECTORES HABITUALES
<b>LAS SECCIONES MÁS INTERESANTES 2010</b>			
Noticias	70.6%	62.3%	62.7%
Convocatorias	66.7%	64.6%	67.6%
Agenda	52.9%	76.4%	87.3%
Tema del mes	64.3%	44.9%	39.9%
Primera persona	41.7%	22.0%	17.9%
Sin problemas	58.3%	33.3%	32.1%
Anuncios	55.6%	82.7%	85.1%
<b>LAS SECCIONES MENOS INTERESANTES 2010</b>			
Noticias	29.4%	37.7%	37.3%
Convocatorias	33.3%	35.4%	32.4%
Agenda	47.1%	23.6%	12.7%
Tema del mes	35.7%	55.1%	60.1%
Primera persona	58.3%	78.0%	82.1%
Sin problemas	41.7%	66.7%	67.9%
Anuncios	44.4%	17.3%	14.9%
<b>DÓNDE RECOGES 2010</b>			
Cipaj	8.3%	3.3%	5.6%
Casa juventud	4.2%	10%	6.8%
Centro enseñanza	50%	48.9%	45.4%
Heraldo	12.5%	12.2%	10.5%
otros	25%	25.6%	31.8%
<b>PARA QUÉ TE HA SERVIDO 2010</b>			
Conocer Cipaj	58.3%	32.2%	37.3%
Utilizar servicios	29.2%	48.3%	62.3%
Participar activ.	29.2%	40.9%	55.6%
Contactar	0%	13.6%	18.1%
Empleo	0%	34.8%	41.6%
Labor educadora	0%	6.8%	11.3%

La sección más interesante para los nuevos lectores son las Noticias, para los esporádicos la Agenda, al igual que para los lectores habituales. En cuanto a la sección menos interesante coincide en los tres grupos de lectores y es en Primera Persona.

Todos ellos recogen el boletín en primer lugar en un centro de enseñanza. A los más nuevos del sirve sobre todo para conocer el Cipaj, a los lectores esporádicos y sobre todo a los habituales para utilizar servicios para jóvenes.

Respecto al grado de conocimiento, uso y valoración de los servicios:

<b>OTROS SERVICIOS. ¿CONOCES? 2010</b>			
	<b>LECTORES NUEVOS</b>	<b>LECTORES ESPORÁDICOS</b>	<b>LECTORES HABITUALES</b>
Centro información	41.2%	58.4%	68.7%
Antenas	23.5%	49.3%	46.6%
Asesorías	35.3%	50.7%	49.7%
Web	47.1%	64.0%	73.8%
Teléfono	23.5%	17.6%	25.3%
Heraldo	35.3%	29.7%	44.1%
Correo	17.6%	31.1%	38.7%
Ciberespacio	23.5%	29.7%	37.2%
<b>OTROS SERVICIOS. ¿UTILIZAS? 2010</b>			
Centro información	18.8%	31.6%	38.5%
Antenas	31.3%	21.1%	18.7%
Asesorías	12.5%	21.1%	19.3%
Web	50%	56.1%	71.6%
Teléfono	6.3%	10.7%	13.9%
Heraldo	6.3%	7.1%	23.9%
Correo	6.3%	18.2%	19.8%
Ciberespacio	6.3%	19.6%	21.2%
<b>OTROS SERVICIOS. VALORACIONES DE 1 A 100. 2010</b>			
Centro información	75.6%	80.4%	84.2%
Antenas	61.9%	76.6%	85.1%
Asesorías	64.6%	75.5%	78.1%
Web	66.1%	79.2%	84.4%
Teléfono	39.9%	70.5%	76.9%
Heraldo	58.5%	72.8%	80.6%
Correo	56.9%	76.2%	81.7%
Ciberespacio	48.4%	71.9%	80.7%

El servicio más conocido para los nuevos lectores es la página Web, al igual que el resto de lectores. Coincide también, en los tres grupos, con el servicio más utilizado.

El servicio menos conocido para los nuevos lectores es la consulta por e-mail, para los esporádicos la consulta telefónica y para los habituales también. Respecto a la menor utilización de servicios coincide en porcentaje la consulta telefónica, el Heraldo, consulta por e-mail y ciberespacio en el caso de nuevos usuarios. Para los habituales lo menos utilizado es el Heraldo y para los habituales la consulta telefónica.

El servicio mejor valorado (puntuaciones de 1 a 100) es el centro de información del Cipaj para los lectores nuevos y ocasionales. Para los habituales el mejor servicio valorado son las antenas.

Niveles de satisfacción:

<b>NIVELES DE SATISFACCIÓN. VALORACIONES DE 1 A 100.</b>			<b>2010</b>
	<b>LECTORES NUEVOS</b>	<b>LECTORES ESPORÁDICOS</b>	<b>LECTORES HABITUALES</b>
<b>GRADO DE SATISFACCIÓN GENERAL</b>	73.4	79.2	82.6
<b>INTERÉS DE LA INFORMACIÓN</b>	75.1	79.0	84.6
<b>CLARIDAD</b>	77.6	81.2	84.4
<b>UTILIDAD</b>	75	78.1	84.5
<b>FIABILIDAD</b>	80.5	81.5	85.8
<b>DISEÑO GRÁFICO</b>	79.2	73.1	79.0
<b>FACILIDAD PARA CONSEGUIRLO</b>	67.8	73.5	84.0

El grado de satisfacción general es superior entre los lectores habituales, seguido de los esporádicos y por último los nuevos usuarios.

En general todos los aspectos mencionados en la tabla son mejor valorados por los usuarios más habituales y peor valorado por los nuevos, la valoración aumenta con el mayor conocimiento y utilización. Con la excepción del diseño gráfico que es considerado mejor por los nuevos y habituales y peor por los esporádicos.

El valor más alto (85.8) es la fiabilidad de la información por parte de los lectores habituales. El valor más bajo (67.8) es la facilidad para conseguirlo los nuevos usuarios.

## 10. SUGERENCIAS DE MEJORA

Un 30,5% de los lectores encuestados han aportado sugerencias, el porcentaje ha disminuido respecto al 2005 (44,1%), pero aún así muestra una amplia participación activa de los lectores, casi uno de cada tres lectores aporta sugerencias. Se han mantenido los 8 grupos trabajados en 2005 para poder comparar, no obstante se detallan debajo todas las sugerencias para no perder la riqueza de las preguntas abiertas:

SUGERENCIA DE MEJORA	2010	
	Nº	%
Temas juveniles	53	38,7%
Difusión del Boletín	28	20,4%
Respecto a las Secciones	21	15,3%
Contenido de la Agenda	3	2,2%
Formato o diseño	4	2,9%
Otras sugerencias	4	2,9%
Información sobre empleo	7	5,1%
Abrir las páginas a la participación de los lectores	10	7,3%
Acerca de la Web (nuevo respecto a 2005)	3	2,2%
Acerca de la edad (nuevo respecto a 2005)	4	2,9%

Detalle de las respuestas obtenidas:

DESCRIPCIÓN DE LOS GRUPOS	CONTENIDOS DETALLADOS DE LAS SUGERENCIAS REALIZADAS
Temas juveniles:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Arte, lectura, fotografía, música clásica, cine, etc.: Exposición colectiva de jóvenes artistas, concurso de arte, artesanía, fotografía de Zaragoza, etc. Más información sobre conciertos de música clásica. Más información sobre teatros, conciertos, exposiciones y cine, cartelera. Más información sobre artes escénicas. Que se pueda involucrar el lector literaria o fotográficamente. Una página de poesía, cuentos, etc. Que cada mes recomienden libros. Incluir todas las actividades de Zaragoza que puedan interesarnos. Información webs ocio, informativas. Sección música y cine, novedades en el mes</li> <li>- Actividades de ocio nocturno y fines de semana: información sobre noches del fin de semana. Agenda cultural de conciertos en bares, centros cívicos etc., Discos, entradas a conciertos y espectáculos. Una sección musical con fechas de conciertos.</li> <li>- Conseguir más salidas y excursiones. Más información de acampadas para gente que no sea antena. Más información de deportes. Más información para voluntarios. Más información sobre charlas. Más información sobre intercambios. Información de asociaciones y sus actividades. Mapa Zaragoza con todos los centros de juventud.</li> <li>- Idiomas: actividades de idiomas. Algo del texto en inglés para poder practicar. Fomentar cursos idiomas, hay poca oferta.</li> <li>- Entretenimiento: Deberían poner algún cómic para divertir un poco. Incluir sección de frases con que la gente se identifique. Poner algún</li> </ul>

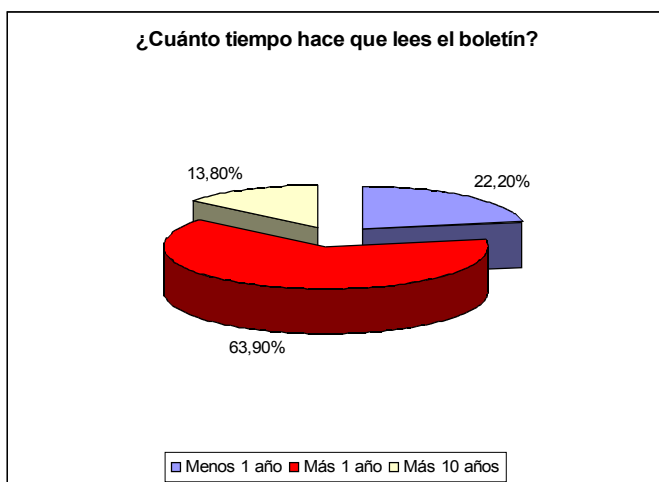
	<p>pasatiempo. Poner espacio de chistes. Poner una sección de frases célebres Añadir pagina o sección de dedicatorias.</p> <p>- Hablar sobre los problemas de la adolescencia, estado de ánimo, edad de esta etapa. Consultorio de sexología. Más artículos de sexo, experiencias de la gente. "Uso de los tampones". Más información sobre emancipación joven, sorteos, toc-toc. Tratar cada mes un estilo de vida de los jóvenes. Algún tema de realidad y problemas sociales, historias personales. Que hablen de los problemas de los jóvenes extranjeros.</p> <p>- Otros temas: Más concursos. Más premios. Cupones descuento para comida u ocio. Incluir en que sitios se obtienen descuentos por ser estudiante. Las sesiones de psicología se muestran partidistas, en ocasiones. Añadir información automovilística. Poner como hacer anuncios. Indicar si hay créditos de libre elección para universitarios. Poner 3 ó 4 temas por edición del apartado en primera persona. "Se podría tratar de política que la gente sabemos poco y no mostramos interés por nadie".</p>
<p>Difusión del Boletín:</p>	<p>"A veces el plazo de los concursos, cursos, talleres es bastante justo o ya esta vencido". "Seria mejor publicarlos con mas antelación". Anuncios y convocatorias quedan desfasados. Llega tarde. Los plazos de concursos y otros ya se han pasado cuando llega. Más validez de anuncios. Adelantar las convocatorias del mes siguiente. Que llegue a principios de mes a los centros de enseñanza.</p> <p>Mejor distribución: boletín en más lugares. Dificultad para acceder a él en centros de trabajo. Más facilidad para encontrarlo. Mayor acceso al boletín.</p> <p>Más información y más personas en asesorías.</p> <p>Enviar boletín en papel a domicilio usuarios registrados y por e-mail. Envío a casa por un precio módico. Más cerca de casa o enviarlo por correo. "Mas cuidado al enviar el boletín por email y no se vean los destinatarios y que vuelva a habilitarse opción de descargar en la Web sin necesidad de que te lo tengan que enviar si no quieres". Me gusta recibirlo vía Internet. Suscripción a domicilio. Información sobre como suscribirse al boletín.</p> <p>Más ejemplares: "Mas ejemplares porque en mi facultad (Educación) se agotan enseguida". Mas publicaciones, casi siempre se agota en los sitios que se ofrece. Mayor distribución</p> <p>Más frecuencia: publicación quincenal o semanal.</p>
<p>Respecto a las Secciones:</p> <p>(Este grupo se interrelaciona con el de Temas juveniles)</p>	<p>Ampliar las Noticias e información acerca de actividades en Aragón, eventos, actividades en el Centro.</p> <p>Ampliar ayudas, subvenciones y convocatorias.</p> <p>Más compra-venta, más anuncios y más plurales.</p> <p>Más información de concursos.</p> <p>Más actividades.</p> <p>Cursos en pequeñas localidades.</p> <p>Más cursos para trabajadores y desempleados para jóvenes. Más</p>

	<p>variedad, más cursos en Casas de Juventud.          Dar participación a jóvenes universitarios.          "Que sigan contratando antenas del Cipaj tan amables".          Profundizar más en los temas.          Más información sobre oposiciones DGA y Ayuntamiento.          Más información sobre países, becas y lugares de interés en el extranjero.          Asesoría jurídica gratis para extranjeros.          Una sección de viajes o rutas estaría bien</p>
Contenido de la Agenda:	<p>Ampliar sección Agenda y más presencia de iniciativas o actividades internacionales.          Organizaría la agenda de una manera mas clara.</p>
Formato o diseño:	<p>En general, cambiar el formato a uno más práctico, más grande, más páginas o más ecológico.</p>
Otras sugerencias:	<p>Clasificar las actividades por edades, además de por temas.          "Tenéis que ser como los padres, echarles una mano a los jóvenes que están en pleno cambio".          Anunciarlo en radio y TV.          Publicidad más variada o eliminarla por completo</p>
Información sobre empleo:	<p>En general más ofertas de empleo, más importancia de esa sección y más información sobre ayudas del Estado. Puntos de información para orientación del mundo laboral.</p>
Abrir las páginas a la participación de los lectores:	<p>Ayudas para escribir en un blog. Creación de un blog donde aportar ideas. Exponer un tema y poder opinar sobre el.          Promocionar tertulias de idiomas. Fomentar la participación con encuentros.          Buenos medios y facilidad para mandar trabajos de concursos.          Crear eventos, talleres y espacios para alumnos universitarios y no universitarios.          Encuesta para proponer temas para "sin problemas", "tema del mes", etc.          Mas paginas para dar mas contenido a los monográficos y poner entrevista de personas que pudieran aportar algo.          Cada mes dar espacio a una asociación para presentarse a los jóvenes.</p>
Acerca de la Web (nuevo respecto a 2005)	<p>Abriría un apartado en la Web donde los jóvenes demandaran los temas a tratar sobre el tema del mes.          La Web de este boletín debería ser de mayor calidad          Potenciar la página Web.          Mejorar en la Web suscripción rss porque anuncian concursos el mismo día que acaban.</p>
Acerca de la edad (nuevo respecto a 2005)	<p>Ampliar la edad de participación (<i>"los mayores de 30 también somos jóvenes con inquietudes y necesidades"</i>).          Los cursos están orientados a gente demasiado joven.</p>

## 11. VALORACIÓN DE LOS ÚLTIMOS CAMBIOS REALIZADOS EN EL BOLETÍN

En este apartado vamos a recoger algunas preguntas nuevas añadidas al cuestionario habitual, la primera de ellas es "¿Cuánto tiempo hace que lees el boletín?":

¿CUÁNTO TIEMPO HACE QUE LEES EL BOLETÍN?	%
Menos 1 año	22,2%
Más 1 año	63,9%
Más 10 años	13,8%
Total	100,0%



El 63.9% de los lectores del boletín hace más de un año que lo leen, los lectores de menos de un año suponen el 22.2% y los más veteranos que lo leen desde hace más de 10 años suponen el 13.8%.

A los lectores que llevan menos de 1 año leyéndolo se les preguntó si lo habían conocido a través del Heraldo de Aragón, las respuestas fueron:

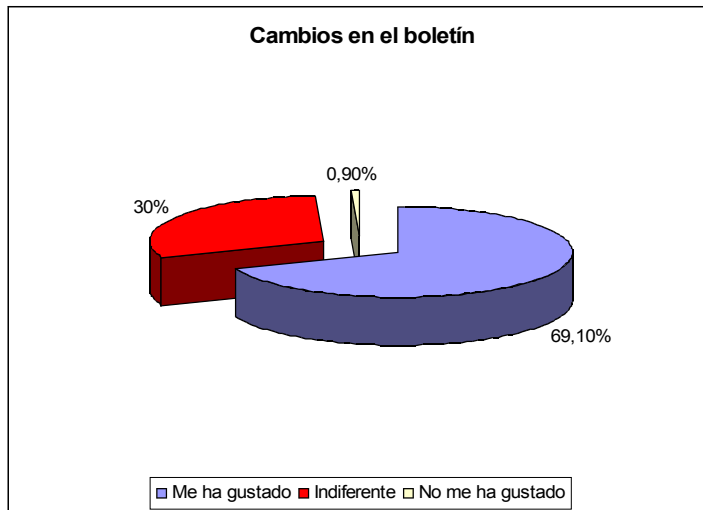
¿LO HAS CONOCIDO A TRAVÉS DEL HERALDO DE ARAGÓN?	%
Sí	21,4%
No	78,6%
Total	100,0%

El 21.4% de los lectores que llevan leyendo el boletín menos de 1 año, lo han conocido a través del Heraldo de Aragón.

Hace más de un año, el boletín experimentó una importante modificación, ¿cómo han visto los lectores este cambio?:

HACE UN AÑO, EL BOLETÍN EXPERIMENTÓ UNA IMPORTANTE MODIFICACIÓN ¿CÓMO VALORAS EL CAMBIO?	%
Me ha gustado	69,1%
Indiferente	30,0%
No me ha gustado	0,9%
Total	

Al 69.1% de los lectores les ha gustado el cambio, al resto les parece indiferente. Tan sólo un 0.9% afirma no haberles gustado el cambio realizado.



**Las razones por las que les ha gustado el cambio** han sido. Se consideran sólo aquellas respuestas que aportan información, eliminándose aquellas del tipo: "no lo sé", "no lo conocía antes", "no lo recuerdo" o similares:

- Ha mejorado la accesibilidad, llega a más gente. Ahora sale en Heraldo. Beneficiosa la colaboración con Heraldo.
- Bien diseñado y maquetado. Cambio de papel, estructura y colores. Color, maquetación y diseño han mejorado. Diseño innovador y más joven, más cercano. Diseño más atractivo. Más moderno, más actual. Más llamativo. El color, más colorista, más vistoso. El diseño favorece la lectura. El formato es más atractivo y tiene color. El nuevo formato es mas completo. Es excelente. Es más novedoso. Es mejor. Formato más cómodo. Lo ves más animado. Tiene el estilo que se lleva ahora. Aspecto más alegre y ameno.
- Dan más información. Más completo. Es más dinámico. Muy informativo. Está ampliado. Hay más argumento que leer. Hay más cosas nuevas.
- Disposición contenidos. Encuentro antes lo que busco. Es más claro. Más ordenado. Es más cómodo Es más esquemático. Encuentro todo antes. Es más fácil de leer. Es más práctico. Está más organizado y la información más disponible. Está mejor la división de actividades. Están más diferenciadas las secciones. La lectura es más fluida. Más información y mas actual. Más temas. Me gusta su estructura. Mejor elaborado. Se entiende mejor. Tiene ocio de interés. Ahora es más interesante.
- Es más cercano. Más cercano a los jóvenes. Mayor participación de los lectores.
- Es bueno variar. Ha evolucionado. Ha mejorado la publicación. Hay que adaptarse a los tiempos. Innovación. Los cambios siempre son buenos. Mayor frescura, da un aire fresco. Tiene un aire nuevo. Nuevo enfoque. Se esfuerza por mejorar. Se nota que se esfuerzan. Se ve que hay más medios. Variedad y modernización. Ya tocaba un cambio. Amplia evolución.
- Es más ecológico. Sostenible. Papel reciclado. Valoro la ayuda al medioambiente.
- Recoge mas propuestas, concursos, becas, etc. Hay más participación. Se ha adaptado a cambios sociales. Satisface necesidades. Se adapta a las demandas. Se adapta mejor a los jóvenes.



**Las razones por las que les parece indiferente el cambio realizado.** Se consideran sólo aquellas respuestas que aportan información, eliminándose aquellas del tipo: "no lo sé", "no lo conocía antes", "no lo recuerdo" o similares:

- Anuncios, exposiciones y cursos no han cambiado. Apenas ha apreciado cambio en los contenidos, que es lo que le interesa. Casi igual información. Es igual solo cambia el formato. Es muy similar al anterior en contenidos. La información sigue siendo más o menos la misma.
- El anterior también me gustaba. El contenido se encuentra igual de fácil. Me mola siempre. Porque esta bien de los dos modos.
- Lo importante es informar bien. No me parece importante. Porque no me afecta. Si el contenido es bueno el resto no me importa. El contenido es lo que importa.
- Lo veo igual. No me había fijado. No conozco el cambio. No ha cambiado mucho. No ha notado diferencias. No me acuerdo como era antes. Se lee igual.
- Hay menos distribución.
- Las ofertas continúan.
- Más vistoso y con más anuncios.
- Miro los anuncios. Miro solo lo que me interesa.
- Necesita mas mejoras.
- Consulta por Internet.

Y **las razones por las que no les ha gustado el cambio.** Se consideran sólo aquellas respuestas que aportan información, eliminándose aquellas del tipo: "no lo sé", "no lo conocía antes", "no lo recuerdo" o similares:

- Antes mas cursos para todos.
- No está disponible el pdf.
- Tiene formato de periódico

### **11.1 PERFIL DE LOS NUEVOS LECTORES DEL BOLETÍN QUE LO HAN CONOCIDO A TRAVÉS DEL HERALDO:**

Lectores que llevan menos de un año leyendo el Boletín y lo han conocido a través del Heraldo de Aragón:

Nuevos lectores del Boletín que lo han conocido a través del Heraldo	2010. Nuevos lectores que han conocido a través Heraldo	2010. Total de encuestados
<b>Edad media</b>	23.14 años	23.5 años
<b>Moda (edad más repetida)</b>	15 y 24 años (hay dos modas)	16 años
<b>EDAD AGRUPADA EN INTERVALOS.</b>		
Menos de 15 años	14.3%	1.8%
De 15 a 19 años	28.6%	38.8%
De 20 a 24 años	23.8%	25.7%
De 25 a 29 años	19.0%	16.5%
30 años o más	14.3%	17.2%
<b>SEXO DE LOS ENCUESTADOS</b>		
Hombre	38.1%	33.41%
Mujer	61.9%	66.59%

<b>PAÍS DE PROCEDENCIA</b>		
España	81%	90.43%
Unión Europea	0%	1.37%
Otros	19%	8.20%
<b>NIVEL DE ESTUDIOS TERMINADOS</b>		
Ens. Obligatoria	21.1%	27.11%
Bachiller	26.3%	28.61%
F.P.	0%	10.20%
Est. Universitarios	21.1%	27.36%
Sin estudios	31.6%	6.72%
<b>SITUACIÓN OCUPACIONAL</b>		
Estudiantes	61.9%	65.68%
Trabajadores	33.3%	24.94%
Parados	4.8%	7.09%
Otras situaciones	0%	2.29%
<b>FRECUENCIA DE LECTURA</b>		
Primera vez	19%	5.4%
Ocasionalmente	28.6%	20.4%
Habitualmente	52.4%	74.1%
<b>¿Cuánto TIEMPO HACE QUE LEE EL BOLETÍN?</b>		
Menos de un año	100%	22.2%
Más de 1 año	---	63.9%
Más de 10 años	---	13.8%

Los nuevos lectores del Boletín que lo han conocido a través del Heraldo de Aragón tienen una media de edad de 23.14 años, las dos edades más repetidas son 15 y 24 años. Las edades por intervalos más importantes son de 15 a 19 años seguido muy de cerca por los lectores de 20 a 24 años. Son en su mayoría mujeres, españolas con un nivel de estudios terminados de bachiller. Ninguno de ellos ha terminado la F.P. En su mayoría son estudiantes, leen el boletín habitualmente desde hace menos de un año. Los lectores nuevos que han conocido el Boletín a través del Heraldo de Aragón y lo han leído por primera vez es del 19% de nuevos lectores.

## 12. CONCLUSIONES

### PERFIL DE LOS LECTORES

---

La edad media actual de los lectores del Boletín del CIPAJ es de 23 años y medio y el intervalo de edad con mayor número de lectores es el de 15 a 19 años. Se han producido algunos cambios en las edades de los lectores del boletín del Cipaj respecto al 2005, las más destacables son:

- Respecto a 2005 ha aumentado la edad media de los lectores, pasando de 21 años a 23 y medio. Además destaca un incremento respecto al 2005 de casi 12 puntos de los lectores mayores de 30 años. Conviene resaltar que el 27.3% de los nuevos lectores mayores de 30 años lo han conocido a través del Heraldo de Aragón.
  - Conviene introducir una aclaración respecto a la terminología empleada en el informe. Denominamos "nuevos lectores" a aquellos que llevan menos de un año leyendo el Boletín.
  - El 14.5% de los lectores mayores de 30 años, hace menos de un año que leen el Boletín. De ellos el 72.7% no lo han conocido a través del Heraldo y un 27,3% sí lo han conocido a través del Heraldo de Aragón. De este 27.3% que sí lo han conocido a través del Heraldo, un 0% es la primera vez que lo leía, un 66.7% lo lee ocasionalmente y un 33.3% habitualmente.
- Este cambio en las edades de los lectores también se observa, aunque en menor medida, en los intervalos de los más jóvenes, todos los intervalos hasta los 24 años han disminuido en menor o mayor medida. Destacan los 10 puntos de disminución de los lectores de 15 a 19 años. A pesar de esta disminución sigue siendo el intervalo más sobre representado de lectores del Boletín si se tienen en cuenta los datos poblacionales.
- La edad de los jóvenes que han contestado a esta encuesta refleja la manera en la que el Boletín se distribuye, siendo en su mayoría a través de centros escolares.
- Respecto a 1999 no se pueden realizar comparativas porque los resultados estaban agrupados en diferentes intervalos.

Dado que en el último año uno de los cambios incorporados al boletín es la distribución a través del Heraldo de Aragón, haremos alguna mención al respecto a lo largo del informe. La pregunta sobre si lo han conocido o no a través del Heraldo de Aragón sólo la contestaron los nuevos lectores (llevan menos de 1 año leyendo el boletín). Respecto a la edad media:

- Edad media de los lectores nuevos que lo han conocido a través del Heraldo de Aragón: 23.14 años.
- Edad media de los lectores nuevos que no lo han conocido a través del Heraldo de Aragón: 19.32 años.

Entre los lectores del boletín hay más mujeres (66.59%) que hombres (33.41%). Sucedió lo mismo en años anteriores. Respecto al 2005 la diferencia ha disminuido levemente.

Aproximadamente el 90% de los lectores del boletín del Cipaj son españoles (90.43%), el 8.20% son extranjeros de fuera de la Unión Europea y un 1.37% de la Unión Europea. Respecto al 2005, y como era de esperar, han disminuido los lectores españoles en el mismo porcentaje en que han aumentado los extranjeros de otros países de fuera de la unión Europea.

Éstos países son principalmente: Ecuador (representa casi a la mitad de los encuestados de países de fuera de la Unión Europea), República Dominicana, Colombia, México, Armenia, Bolivia, Brasil, Chile, China, Estados Unidos, Ghana, Marruecos, Perú, Senegal y Venezuela.

El 27,11% de los encuestados han terminado la enseñanza obligatoria, el 28,61% el Bachiller, un 27,36% han terminado estudios universitarios, el 10,20% terminaron la F.P. y hay un 6,72% de los encuestados que no tienen estudios terminados en el momento de realización de la encuesta.

Cabe recordar que hay un 2,2% de encuestados menores de 15 años en la encuesta del 2010. La pregunta es "Nivel de estudios **terminados**" así que destacamos que del 6.72% de lectores que no tienen estudios es en su mayoría porque no los han terminado todavía. Los datos que confirman esta afirmación son: el 14.8% de lectores sin estudios tienen menos de 14 años, el 77.8% están en el intervalo de 15 a 19, el 7.4% en el intervalo de 20 a 24 años y el 0% de lectores mayores de 25 años no tienen estudios (o lo que es lo mismo: el 100% de lectores mayores de 25 tienen estudios terminados).

Respecto al año 2005 se observa una disminución de casi 10 puntos porcentuales en los encuestados que han terminado la enseñanza obligatoria. El resto de porcentajes se mantienen con pocas desviaciones, lo más destacable es el aumento de unos 6 puntos de los encuestados que han terminado los estudios universitarios.

El 65,68% de los lectores de Boletín del Cipaj son estudiantes, el 24,94 trabajadores, el 7,09% parados y el 2,29% se encuentran en otras situaciones (baja laboral, cursos de formación ocupacional, jubilados, opositores y realizando prácticas de formación para el empleo).

Si comparamos las cifras de 2005 observamos que han disminuido los estudiantes en unos 7 puntos porcentuales, en cambio han aumentado los trabajadores en más de 6 puntos. Los parados han aumentado en un punto porcentual.

Si comparamos los lectores del 2010 con los datos poblacionales de jóvenes zaragozanos 2008 observamos una muestra muy equilibrada según el distrito de residencia. El distrito que queda más Infra-representado es el Centro (-5.4 de desviación), Casco histórico (-3.2) y Las Fuentes (-2.7) con desviaciones de unos 3 puntos. Los distritos que están sobre-representados con unos 3 puntos cada uno son San José (3.7), Delicias (3.1) y Fuera de Zaragoza (3.1).

Para ver la evolución respecto al 2005 debemos comparar las desviaciones que ha habido en ambos años, es decir: la diferencia o desviación que había entre los datos poblacionales y los lectores, por distritos, de ambos años. Del análisis de los datos se desprenden las siguientes conclusiones respecto a 2005:

- Ha mejorado la representación (ha disminuido la desviación) en los distritos de El Rabal, Torrero y Oliver/Valdefierro.
- Se mantiene la proporcionalidad respecto a la población en los distritos de Actur, Romareda/Universidad, barrios rurales, Almozara, Casablanca y Santa Isabel.
- El casco histórico sigue Infra-representado, casi igual que en 2005.
- Empeora la situación de Centro y Las Fuentes que pasan a estar Infra-representados.
- Delicias y San José pasan de estar equilibrados a estar sobre-representados.

## **PERFIL SOCIO-DEMOGRÁFICO DE LOS ENCUESTADOS QUE CONTESTAN A LA ENCUESTA A TRAVÉS DE INTERNET:**

La edad media de los encuestados que contestan a través de Internet es de 24.79 años y la moda (la edad más repetida) es de 22 años.

El intervalo de edad de mayor frecuencia es el de 20 a 24 años (32.8%). El 72.4% de los encuestados que han contestado a través de Internet son mujeres, un 92.9% de España.

Respecto al nivel de estudios un 39.5% tienen estudios universitarios terminados, también es importante el porcentaje de los que tienen terminado Bachiller, con un 32.5%. La mayoría están estudiando (53.2%).

## **FRECUENCIA DE LECTURA DEL BOLETÍN**

El porcentaje de lectores habituales (74.1%) sigue mostrando una alta fidelidad al Boletín. Respecto al 2005 ha disminuido en un 5% aproximadamente, pero sigue siendo muy elevado. Esa disminución se ha trasladado a un aumento tanto de nuevos lectores como de lectores ocasionales.

Respecto al año 1999 han aumentado en casi 8 puntos los lectores habituales y en 2 puntos los lectores nuevos. Los ocasionales disminuyen en 5 puntos porcentuales.

Se está llegando de una manera destacable a los jóvenes de 15 a 19 años y está aumentando el número de lectores mayores de 30 años. Entre los lectores sigue habiendo más mujeres que hombres, tanto en los nuevos lectores como en los ocasionales y habituales.

Respecto al 2005 está produciéndose un cambio en lo que se refiere al nivel de estudios ya que ahora los lectores ocasionales y habituales están aumentando su nivel de estudios. En el 2005 los mayores porcentajes se centraban en los lectores de la Enseñanza Obligatoria, mientras que actualmente los lectores nuevos siguen este esquema pero sube el nivel de estudios de los lectores ocasionales y, sobre todo, de los lectores habituales.

Respecto a la situación ocupacional, siguen siendo los estudiantes los más interesados en el Boletín del Cipaj.

Los lectores nuevos del boletín son en su mayoría estudiantes, en cambio este perfil disminuye en los lectores ocasionales y habituales, que unido a la alta fidelidad de lectura del boletín podemos afirmar que se capta a los lectores a través de los estudiantes y luego éstos permanecen como lectores una vez que avanzan en sus estudios y carrera profesional.

## **SATISFACCIÓN GENERAL Y VALORACIÓN DE LAS CUALIDADES DEL BOLETÍN**

La satisfacción general con el Boletín del Cipaj recibe una valoración de 81,3 puntos sobre 100. Además sigue la tendencia creciente desde 1999.

En la actualidad (2010) las cualidades mejor valoradas han sido la fiabilidad de la información (84.7) y la claridad de la información (83.4), estos dos aspectos también fueron los mejor valorados en 2005.

Las cualidades con una valoración más baja (aunque elevada) han sido el diseño gráfico (77,8) y la facilidad de conseguirlo cada mes (81,1). Respecto al diseño gráfico hay que destacar que ha aumentado la valoración respecto al año 2005 en 11 puntos. Esto hace pensar que los esfuerzos realizados en su mejora han dado su fruto. Conviene recordar que la valoración del diseño ("formato") del 2005 había disminuido 5,2 puntos respecto a 1999.

Si comparamos el año 1999 con el 2010 vemos que han aumentado todos los valores de todas las cualidades del Boletín.

Para profundizar más en el análisis, se han obtenido las medias diferenciando grupos en función del sexo, edad, nivel de estudios y situación ocupacional. Las principales conclusiones son:

- El diseño gráfico es en casi todos los casos lo peor valorado.
- Muestran más dificultad para conseguirlo los lectores que están fuera del circuito de distribución básico del boletín que es a través de centros de enseñanza, son los mayores de 25 años, trabajadores, parados o en otras situaciones ocupacionales.
- Los parados son los que peor valoran la fiabilidad de la información y su utilidad, junto a los que no tienen estudios terminados (baja utilidad).
- El grado de satisfacción más bajo (aunque es una valoración alta) lo muestran por este orden los lectores que no tienen estudios terminados, parados, han terminado la FP y tienen de 15 a 19 años.
- En general el grado de satisfacción por intervalos de edad está muy equilibrado, excepto en el intervalo más bajo comentado anteriormente de 15 a 19 años.

Se observa un aumento de la satisfacción con el Boletín en casi todos los segmentos, en especial entre los hombres de menos de 15 años y de 20 a 24, que están en otras situaciones laborales y cuyos estudios terminados son de bachiller.

Disminuye la satisfacción, aunque levemente (menos de 2 puntos) entre los lectores de 25 a 29 años, parados y con un nivel de estudios de F.P.

## **INTERÉS DE LAS SECCIONES**

---

Las cuatro secciones más interesantes para los lectores del 2010 son Anuncios (66,4%), Agenda (55,1%), Convocatorias (43,1%) y Noticias (34,5%).

En el 2005 las más interesantes fueron la Agenda (58.1%), Anuncios (57.5%), Convocatorias (30.4%) y páginas centrales/tema del mes (25.6%).

En el año 1999 los lectores prefirieron las secciones Cursos y Talleres (36.9%), Convocatorias (28.4%) y Este mes (19%).

Las cuatro secciones menos interesantes en el 2010 han sido En primera persona (46.5%), Sin problemas (38,1%), Tema del mes (29.6%) y Convocatorias (21.2%). El interés mostrado por la nueva sección En primera persona no parece ser muy elevado, casi la mitad de los encuestados la consideran la menos interesante.

## **PUNTO DE RECOGIDA DEL BOLETÍN**

---

Más de la mitad de los lectores recogen habitualmente el Boletín en un Centro de Enseñanza (53,9%), este porcentaje ha decrecido en unos 20 puntos respecto al año 2005. El segundo lugar lo ocupa el Heraldo de Aragón, el cual llega a un 11% de los lectores. Le sigue con el mismo porcentaje (7,6%) la recogida en casa de juventud, bibliotecas y los lectores que lo reciben vía Internet o correo electrónico. Ha aumentado en casi 6 puntos respecto al 2005 la entrega por consejo de un amigo, un familiar u otros lugares como los mencionados en la tabla anterior. Ha disminuido en un punto, aproximadamente, la recogida del Boletín en el Cipaj.

Se han analizado los cruces de variables socio-demográficas y las diferencias significativas encontradas han sido las siguientes:

- No hay diferencias en cuanto al sexo o al nivel de estudios, en ambos casos el primer lugar de recogida del Boletín sigue siendo el centro de enseñanza.
- Respecto a la ocupación, aquellos encuestados que trabajan, están en paro o en otras situaciones profesionales recogen el Boletín en Otros lugares. Lo mismo sucede con los lectores mayores de 25 años (en adelante).

## **UTILIDAD DEL BOLETÍN**

---

El 98.87% de los encuestados le encuentra al Boletín al menos una utilidad, tan sólo un 1.13% no ha señalado ninguna utilidad. Han señalado una media de 2.15 utilidades.

En 2010 la información que recoge el Boletín les ha servido sobre todo a sus lectores para utilizar servicios para jóvenes (57,40%) y participar en actividades culturales y de formación (50,91%). Le sigue en orden de importancia utilizarlo para encontrar empleo, un piso, dar clases particulares, comprar o vender algo en un 37.76% y conocer el Cipaj en un 37.27%.

Destaca que casi un 10% de los lectores utilizan el Boletín como herramienta educativa como padre/madre, educador/a o mediador/a con jóvenes.

Respecto al 2005 ha aumentado la utilización de servicios para jóvenes en unos 8 puntos, ha aumentado en 5 puntos el uso del Boletín como medio de encontrar empleo, etc. y ha disminuido en la misma cantidad el conocimiento del Cipaj a través del Boletín. En el año 1999 el porcentaje de lectores que lo usaban para conocer el Cipaj era del 50.81%, la tendencia sigue decreciente. Respecto a este mismo año sigue en aumento el uso del Boletín para encontrar empleo, un piso, dar clases particulares, comprar o vender algo.

Se han buscado diferencias significativas de esta variable con respecto al sexo, edad, nivel de estudios y situación ocupacional de los lectores y no se han observado diferencias. En todos los casos las utilidades que ocupan los primeros lugares son: utilizar servicios para jóvenes o participar en actividades. En el único caso en que no es así es en los lectores sin estudios, a quienes el Boletín les ha servido para conocer el Cipaj.

## **GRADO DE CONOCIMIENTO, UTILIZACIÓN Y VALORACIÓN DE OTROS SERVICIOS DEL CIPAJ**

---

Los tres servicios más conocidos por los lectores del Boletín del Cipaj son la página Web (70.6%), el Centro de información del Cipaj (65.3%) y las asesorías (49.1%). Lo mismo sucedía en 2005 y con porcentajes muy similares.

Los servicios más desconocidos son la consulta telefónica (23.7%), el ciberespacio Morlanes (35.1%) y el correo electrónico (36.2). Aún siendo los menos conocidos los porcentajes son considerables.

Los tres servicios más utilizados son la página Web, con un alto 68.1%, el centro de información del Cipaj (36.5%) y la Página del Heraldo de los sábados con un (20.5%). Lo mismo sucedía en 2005.

Los menos utilizados son la consulta telefónica (13%), el e-mail (18,9%) y las asesorías (19.2%).

Los tres servicios mejor valorados por los lectores del Boletín del Cipaj son el Centro de información (83 puntos sobre 100), la Web (82.7) y las antenas informativas (81.4%).

Existen algunas diferencias respecto al 2005, en primer lugar las asesorías han dejado de ocupar el primer lugar en cuanto a valoración la cual ha bajado en 4 puntos. Además son el único servicio que ha bajado su valoración respecto al 2005, los demás todos han mejorado en especial el correo electrónico (sube 10 puntos) y las antenas informativas (sube 7 puntos).

Centrándonos en la valoración de los servicios prestados en los años 1999, 2005, se observa que:

- La valoración del Centro de información del Cipaj está recuperándose respecto al año 2005 y casi llega a la valoración de 1999.
- Sigue en aumento la tendencia de los tres años respecto a la valoración de la página Web del Cipaj.
- Las antenas informativas habían visto reducida su valoración del año 1999 al 2005, pero en 2010 no sólo se han recuperado respecto al 99, sino que han llegado a superar en casi 6 puntos el valor de 2005.
- La consulta por correo electrónico va en aumento, casi 10 puntos de aumento respecto al 2005.
- Mejora la valoración respecto a 1999 y 2005 de la página del Heraldo de Aragón de los sábados.
- Las asesorías han empeorado en el 2010 su valor en casi 4 puntos respecto al 2005 y no llega a superar el valor que tenían en 1999, aunque está muy próximo.
- La consulta telefónica empeoró del año 1999 a 2005, en el 2010 ha recuperado un poco su valoración pero aún es inferior en más de 6 puntos al valor de 1999.

No existen diferencias significativas respecto a los servicios del Cipaj más conocidos y más utilizados. En todos los casos el servicio más conocido y utilizado es la Web del Cipaj. Hay variaciones si se analizan los servicios mejor valorados, en ese caso las conclusiones son:

- Los menores de 15 años y los que están en otras situaciones ocupacionales valoran mejor el e-mail del Cipaj.
- Los lectores de 15 a 19 años las antenas.
- Los de 20 a 29, hombres, de enseñanza obligatoria o F.P., estudiantes o parados, valoran mejor el Centro de Información del Cipaj.



- Los de 30 años o más, mujeres, de Bachiller y trabajadores valoran mejor la página Web del Cipaj.

## **RESULTADOS SEGÚN TIPOS DE LECTORES**

---

La frecuencia de lectura del Boletín es una variable importante de la que se quiere obtener más información, por este motivo se ha profundizado más en el análisis y se han obtenido las principales opiniones de cada grupo de lectores: lectores nuevos, esporádicos y habituales.

La sección más interesante para los nuevos lectores son las Noticias, para los esporádicos la Agenda, al igual que para los lectores habituales. En cuanto a la sección menos interesante coincide en los tres grupos de lectores y es en Primera Persona.

Todos ellos recogen el boletín en primer lugar en un centro de enseñanza. A los más nuevos del sirve sobre todo para conocer el Cipaj, a los lectores esporádicos y sobre todo a los habituales para utilizar servicios para jóvenes.

El servicio más conocido para los nuevos lectores es la página Web, al igual que el resto de lectores. Coincide también, en los tres grupos, con el servicio más utilizado.

El servicio menos conocido para los nuevos lectores es la consulta por e-mail, para los esporádicos la consulta telefónica y para los habituales también. Respecto a la menor utilización de servicios coincide en porcentaje la consulta telefónica, el Heraldo, consulta por e-mail y ciberespacio en el caso de nuevos usuarios. Para los habituales lo menos utilizado es el Heraldo y para los habituales la consulta telefónica.

El servicio mejor valorado (puntuaciones de 1 a 100) es el centro de información del Cipaj para los lectores nuevos y ocasionales. Para los habituales el mejor servicio valorado son las antenas.

El grado de satisfacción general es superior entre los lectores habituales, seguido de los esporádicos y por último los nuevos usuarios.

En general todos los aspectos mencionados en la tabla son mejor valorados por los usuarios más habituales y peor valorado por los nuevos, la valoración aumenta con el mayor conocimiento y utilización. Con la excepción del diseño gráfico que es considerado mejor por los nuevos y habituales y peor por los esporádicos.

El valor más alto (85.8) es la fiabilidad de la información por parte de los lectores habituales. El valor más bajo (67.8) es la facilidad para conseguirlo los nuevos usuarios.

## **SUGERENCIAS DE MEJORA**

---

Un 30,5% de los lectores encuestados han aportado sugerencias, el porcentaje ha disminuido respecto al 2005 (44,1%), pero aún así muestra una amplia participación activa de los lectores, casi uno de cada tres lectores aporta sugerencias. Se han mantenido los 8 grupos trabajados en 2005 para poder comparar, no obstante se detallan debajo todas las sugerencias para no perder la riqueza de las preguntas abiertas. Se pueden consultar en el correspondiente apartado.

## **VALORACIÓN DE LOS ÚLTIMOS CAMBIOS REALIZADOS EN EL BOLETÍN**

---

El 63.9% de los lectores del boletín hace más de un año que lo leen, los lectores de menos de un año suponen el 22.2% y los más veteranos que lo leen desde hace más de 10 años suponen el 13.8%.

A los lectores que llevan menos de 1 año leyéndolo se les preguntó si lo habían conocido a través del Heraldo de Aragón. El 21.4% de los lectores que llevan leyendo el boletín menos de 1 año, lo han conocido a través del Heraldo de Aragón.

Al 69.1% de los lectores les ha gustado el cambio que el boletín experimentó hace más de un año, al resto les parece indiferente. Tan sólo un 0.9% afirma no haberles gustado el cambio realizado.

### **PERFIL DE LOS NUEVOS LECTORES DEL BOLETÍN QUE LO HAN CONOCIDO A TRAVÉS DEL HERALDO:**

Los nuevos lectores del Boletín que lo han conocido a través del Heraldo de Aragón tienen una media de edad de 23.14 años, las dos edades más repetidas son 15 y 24 años. Las edades por intervalos más importantes son de 15 a 19 años seguido muy de cerca por los lectores de 20 a 24 años. Son en su mayoría mujeres, españolas con un nivel de estudios terminados de bachiller. Ninguno de ellos ha terminado la F.P. En su mayoría son estudiantes, leen el boletín habitualmente desde hace menos de un año. Los lectores nuevos que han conocido el Boletín a través del Heraldo de Aragón y lo han leído por primera vez es del 19% de nuevos lectores.

## 13. ANEXO

Este anexo complementa el informe "Análisis de la encuesta postal a lectores del Boletín del CIPAJ en 2010 y comparativa con años anteriores". Recoge las tablas comparativas de 2005 y 2010 que han sido eliminadas del informe del 2010 para facilitar su lectura, dejando sólo las tablas relativas al año 2010 en el mencionado informe. También recoge los datos de 1999 que son comparables.

### PERFIL DE LOS LECTORES

	2005	2010
		<b>23 años y medio</b>
<b>Edad más repetida</b>	17 años	16 años
<b>Edad mínima</b>	12 años	12 años
<b>Edad máxima</b>	55 años	80 años

EDAD AGRUPADA EN INTERVALOS	2005	2010
Menos de 15 años	4.3%	1.8%
De 15 a 19 años	48.8%	38.8%
De 20 a 24 años	28.4%	25.7%
De 25 a 29 años	13.1%	16.5%
30 años o más	5.5%	17.2%

SEXO DE LOS ENCUESTADOS	1999	2005	2010
Hombre	41.1%	30.3%	33,41%
Mujer	58.9%	69.7%	66,59%

PAÍS DE PROCEDENCIA	2005	2010
España	94,7%	90,43%
Otros	4,3%	8,20%
Unión Europea	1,0%	1,37%

NIVEL DE ESTUDIOS TERMINADOS	1999	2005	2010
Ens. Obligatoria	32.1%	37.9%	27,11%
Bachiller	33.9%	27.6%	28,61%
Est. Universitarios	20.5%	21.7%	27,36%
F.P.	11.5%	8.9%	10,20%
Valores perdidos/Sin estudios		3.9%	6,72%

SITUACIÓN OCUPACIONAL	1999	2005	2010
Estudiantes	69.5%	72.4%	65.68%
Trabajadores	16.6%	18.5%	24.94%
Parados	13%	6.1%	7.09%
Otras situaciones	1%	3%	2.29%

Centro	%	Centro	%	Centro	%
Universidad de Zaragoza	9,3%	Fac. Estudios Sociales	1,1%	Liceo Moleré	0,4%
Juan de Lanuza	7,1%	Fac. Derecho	1,1%	La Salle Santo	0,4%

				Ángel	
Centro Politécnico Superior (CPS)	7,1%	Teresianas del Pilar	0,7%	La Concepción	0,4%
E.U. Empresariales y Económicas	4,1%	Santiago Hernández	0,7%	ISB Blecua	0,4%
Escuela de Arte y Diseño	3,7%	Santa Rosa	0,7%	Instituto Goya	0,4%
IES Jerónimo Zurita	2,6%	Ntra. Sra. Del Carmen	0,7%	IES Tiempos Modernos	0,4%
IES Elaios	2,6%	La Purísima y San Antonio	0,7%	IES Río Gállego	0,4%
Casa del Canal	2,6%	La Milagrosa	0,7%	IES Pedro Cerrada	0,4%
IES Miguel Catalán	1,9%	IES Pablo Gargallo	0,7%	IES Miguel de Molinos	0,4%
IES Goya	1,9%	IES Miguel Servet	0,7%	IES Ángel Sanz Briz	0,4%
IES Avenpace	1,9%	IES Medina Albaida	0,7%	IES Andalán	0,4%
Fac. Educación	1,9%	IES María Moliner	0,7%	I. de Idiomas	0,4%
Fac. Medicina	1,9%	IES Luis Buñuel	0,7%	Escuelas Pías	0,4%
Fac. Ciencias	1,9%	IES Corona de Aragón	0,7%	El Pilar Marista	0,4%
EUEEZ	1,9%	Félix de Azara	0,7%	Don Bosco	0,4%
IES Pilar Lorengar	1,5%	Fac. Filosofía y Letras	0,7%	CSL Delicias	0,4%
IES Pedro de Luna	1,5%	Esc. Univ. Turismo	0,7%	Compañía de María	0,4%
IES Los Enlaces	1,5%	Adams	0,7%	Colegio Santa Rosa	0,4%
Fundación San Valero	1,5%	Torres Quevedo	0,4%	Centro Europeo	0,4%
El Buen Pastor	1,5%	Romareda	0,4%	EUPLA	0,4%
Fac. Veterinaria	1,5%	Ramón Pignatelli	0,4%	EUITIZ	0,4%
Fac. Ciencias de la Salud	1,5%	Padre Enrique	0,4%	EUCSACUP	0,4%
Carmelitas	1,5%	Pablo Serrano	0,4%	EUCS	0,4%
Salesianos	1,1%	Oposiciones	0,4%	ETSGE	0,4%
Sto. Domingo de Silos	1,1%	Nuestra Sra. De la Merced	0,4%	ESDA	0,4%
IFPE Movera	1,1%	Mir	0,4%	CPMZ	0,4%
IES El Portillo	1,1%	Miguel Servet	0,4%	Conservatorio	0,4%
Univ. San Jorge	1,1%	Mercazaragoza	0,4%	Cefor Izquierdo	0,4%
UNED	1,1%	María Auxiliadora	0,4%	Andalán	0,4%
% sobre total de respuestas de centros: 268					

DISTRITO DE RESIDENCIA	Lectores 2005	Lectores 2010	JÓVENES ZARAGOZA 2008	DESVIACIÓN 2010
Delicias	18,3%	15,00%	11,9%	<b>3,1</b>
San José	9,5%	11,59%	7,9%	<b>3,7</b>
Actur	7,8%	11,14%	10,6%	0,5
Centro	10,0%	10,91%	16,3%	<b>-5,4</b>
Fuera de Zaragoza	4,5%	7,95%	4,90%	<b>3,1</b>
Romareda/Universidad	7,8%	7,05%	7,9%	-0,9
El Rabal	8,8%	6,82%	6,0%	0,8
Torrero	9,1%	5,68%	5,1%	0,6
Barrios rurales este + oeste (incl. Miralbueno)	4,2%	5,68%	5,1%	0,6
Casco histórico	3,3%	5,23%	8,4%	<b>-3,2</b>
Las fuentes	6,6%	4,09%	6,8%	<b>-2,7</b>
Oliver/valdefierro	1,7%	3,86%	2,2%	1,7
Almozara	5,0%	2,50%	3,3%	-0,8
Casablanca	1,8%	1,36%	2,2%	-0,8
Santa Isabel	1,5%	1,14%	1,6%	-0,5

*Desviación positiva: intervalo sobre-representado.  
Desviación negativa: intervalo Infra-representado*

## FRECUENCIA DE LECTURA DEL BOLETÍN

¿CON QUÉ FRECUENCIA LEES EL BOLETÍN?	1999	2005	2010
Todos los meses (lectores habituales)	66.7%	79,2%	74,1%
Ocasionalmente (lectores ocasionales)	25.4%	18,4%	20,4%
Es la primera vez (lectores nuevos)	3.5%	2,2%	5,4%

ITEMS	LECTORES NUEVOS	LECTORES ESPORÁDICOS	LECTORES HABITUALES
<b>EDAD 2005</b>	Entre 14 y 19 años (46,2%)	Entre 14 y 19 años (50%)	Entre 14 y 19 años (48,9%)
<b>EDAD 2010</b>	El 79.2% de los lectores nuevos tienen entre 15 y 19 años. Destaca un 8.3% de lectores nuevos mayores de 30 años.	Un 45.6% de los lectores ocasionales tienen entre 15 y 19 años.	Los lectores habituales de 15 a 19 suponen un 33.6%. Destaca un 17.4% de lectores habituales mayores de 30 años.
<b>SEXO 2005</b>	Mujer (53,8%)	Mujer (58,6%)	Mujer (72,8%)
<b>SEXO 2010</b>	Mujer (45.8%)	Mujer (58.1%)	Mujer (70.7%)
<b>ESTUDIOS 2005</b>	Enseñanza obligatoria (76.9%)	Enseñanza obligatoria (46.5%)	Enseñanza obligatoria (36.9%)
<b>ESTUDIOS 2010</b>	Enseñanza	Bachiller (38.1%) y	Universitarios (32.9%)

	obligatoria (62.5%).	Enseñanza Obligatoria (29.8%)	y bachiller (23.3%)
<b>SITUACIÓN OCUPACIONAL 2005</b>	Estudiante (92.3%)	Estudiante (72.1%)	Estudiante (72.1%)
<b>SITUACIÓN OCUPACIONAL 2010</b>	Estudiantes (87.5%)	Estudiante (67.8%)	Estudiante (63.2%)

## SATISFACCIÓN GENERAL Y VALORACIÓN DE LAS CUALIDADES DEL BOLETÍN

	1999	2005	2010
<b>SATISFACCIÓN GENERAL CON EL BOLETÍN</b>	76,1	79,7	81,3

<b>VALORACIÓN DE LAS SIGUIENTES CUALIDADES DEL BOLETÍN</b>	1999	2005	2010
Fiabilidad de la información	81.1	84,6	84,7
Claridad de la información	79.3	84,4	83,4
Interés de la información	79.3	80,9	83,0
Utilidad de la información	76.1	76,6	82,7
Facilidad para conseguirlo cada mes	77.2	81,6	81,1
Diseño gráfico/formato	71.9	66,7	77,8

VALORES 2010	GRADO DE SATISFACCIÓN GENERAL	INTERÉS DE LA INFORMACIÓN	CLARIDAD	UTILIDAD	FIABILIDAD	DISEÑO GRÁFICO	FACILIDAD PARA CONSEGUIRLO
<b>Hombre</b>	80,7	81,5	83,0	81,0	83,4	77,1	80,1
<b>Mujer</b>	81,3	83,8	83,3	82,9	85,1	77,8	81,5
<b>Menos de 15 años</b>	85,4	83,1	85,9	90,3	87,9	79,5	81,3
<b>15-19 años</b>	79,8	81,7	83,2	81,3	84,8	77,7	84,5
<b>20-24 años</b>	82,2	82,8	83,6	82,7	86,4	78,0	81,3
<b>25-29 años</b>	81,8	83,7	83,2	85,5	81,4	78,0	76,1
<b>30 ó más</b>	82,4	85,5	83,6	82,1	85,0	77,3	78,2
<b>Estudiante</b>	80,8	82,3	83,3	82,2	84,7	77,5	82,6
<b>Trabajador</b>	82,8	86,3	84,4	84,8	86,6	78,9	78,6
<b>Parado</b>	79,2	79,3	79,4	78,8	76,6	78,4	78,2
<b>Otros</b>	85,3	83,9	88,4	80,9	86,6	75,4	72,9
<b>Ens. Obligatoria</b>	80,2	81,5	82,2	81,4	82,7	78,7	82,9
<b>Bachiller</b>	81,0	81,6	82,9	81,6	85,6	76,5	79,0
<b>F.P.</b>	79,6	82,9	83,1	82,0	83,7	79,2	78,8

<b>Est. Univ.</b>	82,4	86,0	84,0	84,8	84,9	76,8	81,0
<b>Ninguno</b>	78,0	80,3	80,9	75,3	82,6	74,5	82,3

VALORES 2005	GRADO DE SATISFACCIÓN GENERAL 2005	GRADO DE SATISFACCIÓN GENERAL 2005
<b>Hombre</b>	78.5	80,7
<b>Mujer</b>	80.2	81,3
<b>Menos de 15 años</b>	80.7	85,4
<b>15-19 años</b>	79.2	79,8
<b>20-24 años</b>	78.9	82,2
<b>25-29 años</b>	82.3	81,8
<b>30 ó más</b>	81.6	82,4
<b>Estudiante</b>	79.1	80,8
<b>Trabajador</b>	81.4	82,8
<b>Parado</b>	81.2	79,2
<b>Otros</b>	81.8	85,3
<b>Ens. Obligatoria</b>	80.1	80,2
<b>Bachiller</b>	77.9	81,0
<b>F.P.</b>	81.4	79,6
<b>Est. Univ.</b>	80.7	82,4
<b>Ninguno</b>		78,0

## INTERÉS DE LAS SECCIONES

SECCIONES	MÁS INTERESANTES 2005	MÁS INTERESANTES 2010
Anuncios	57,5%	66,4%
Agenda	58,1%	55,1%
Convocatorias	30,4%	43,1%
Sueltos/Noticias (2010)	13,6%	34,5%
Páginas centrales/Tema del mes (2010)	25,6%	21,7%
Sin problemas	23,3%	19,2%
En primera persona/no había en 2005	---	11,5%
Publicaciones/no hay en 2010	12,6%	---

SECCIONES	MENOS INTERESANTES 2005	MENOS INTERESANTES 2010
En primera persona/no había en 2005	---	46,5%
Sin problemas	30,2%	38,1%
Páginas centrales/Tema del mes (2010)	22,7%	29,6%
Convocatorias	30,2%	21,2%

Sueltos/Noticias (2010)	44,8%	19,9%
Anuncios	15,9%	14,0%
Agenda	9,9%	11,1%
Publicaciones/no hay en 2010	38,1%	---

## **PUNTO DE RECOGIDA DEL BOLETÍN**

¿DÓNDE RECOGES HABITUALMENTE EL BOLETÍN?	1999	2005	2010
En un Centro de Enseñanza	48.5%	73,6 %	53,9 %
Con el Heraldo de Aragón		---	11,0 %
En una Casa de Juventud	18.5%	10,3 %	7,6%
Biblioteca	7%	14%	7,6%
Internet/E-mail		2.1%	7,6%
Otros sitios (amigo o familiar, trabajo, Ayuntamiento, Colegios Mayores y Residencias, bares, CCOO, CAI, club empleo, Cruz Roja, Of. Turismo, Proyecto Hombre)	9.4%	0.8%	6,0%
En el CIPAJ	11.3%	6,4%	5,7%
Centro Cultural o Cívico	5.3%	1.3%	0,7%

## **UTILIDAD DEL BOLETÍN**

LAS INFORMACIONES DEL BOLETÍN TE HAN SERVIDO PARA:	1999	2005	2010
Utilizar servicios para jóvenes	51%	49,6%	57,40%
Participar en actividades culturales y de formación	48.9%	52,4%	50,91%
Encontrar empleo, un piso, dar clases particulares, comprar o vender algo...	15.3%	32,3%	37,76%
Conocer el CIPAJ	50.8%	42,9%	37,27%
Contactar con gente o asociaciones de jóvenes	16.6%	13,0%	16,09%
En mi labor como padre/madre, educador/a o mediador/a con jóvenes	---	---	9,68%
Otros (entretenimiento, estar informado y otros)	---	8.2%	8,58%



## GRADO DE CONOCIMIENTO, UTILIZACIÓN Y VALORACIÓN DE OTROS SERVICIOS DEL CIPAJ

OTROS SERVICIOS DEL CIPAJ	% CONOC. 2005	% CONOC. 2010	% UTILIZ. 2005	% UTILIZ. 2010	VALOR. 2005	VALOR. 2010
Centro de información del CIPAJ	67,5%	65,3%	43,8%	36,5%	80,0	83,0
Web www.cipaj.org	73,9%	70,6%	59,3%	68,1%	79,3	82,7
Antenas informativas	43,8%	46,3%	17,6%	19,6%	74,2	81,4
Correo electrónico (cipaj@zaragoza.es)	38,6%	36,2%	15,6%	18,9%	69,9	79,1
Pg. En Heraldo los sábados	42,0%	40,9%	26,3%	20,5%	75,8	77,9
Ciberespacio Morlanes	---	35,1%	---	20,2%	---	76,7
Asesorías (jurídica, sexológica, psicológica y de estudios)	52,2%	49,1%	23,3%	19,2%	80,8	76,7
Consulta telefónica	25,8%	23,7%	10,8%	13,0%	70,9	72,1

OTROS SERVICIOS DEL CIPAJ	VALOR. 1999	VALOR. 2005	VALOR. 2010
Centro de información del CIPAJ	83.4	80,0	83,0
Web www.cipaj.org	76.5	79,3	82,7
Antenas informativas	80.4	74,2	81,4
Correo electrónico (cipaj@zaragoza.es)	---	69,9	79,1
Pg. En Heraldo los sábados	76.6	75,8	77,9
Ciberespacio Morlanes	---	---	76,7
Asesorías (jurídica, sexológica, psicológica y de estudios)	76.9	80,8	76,7
Consulta telefónica	78.7	70,9	72,1

## SUGERENCIAS DE MEJORA

SUGERENCIA DE MEJORA	2005		2010	
	Nº	%	Nº	%
Temas juveniles	54	20.1%	53	38,7%
Difusión del Boletín	46	17.1%	28	20,4%
Respecto a las Secciones	41	15.2%	21	15,3%
Contenido de la Agenda	39	14.5%	3	2,2%
Formato o diseño	35	13.0%	4	2,9%
Otras sugerencias	22	8.2%	4	2,9%
Información sobre empleo	20	7.4%	7	5,1%
Abrir las páginas a la participación de los lectores	12	4.5%	10	7,3%
Acerca de la Web (nuevo respecto a 2005)			3	2,2%
Acerca de la edad (nuevo respecto a 2005)			4	2,9%

φ

**CIPAJ**  
Centro de Información y Asesoramiento Juvenil  
Servicio de Juventud  
Ayuntamiento de Zaragoza

Plaza San Carlos, 4  
50001 Zaragoza  
976 721 818  
[cipaj@zaragoza.es](mailto:cipaj@zaragoza.es)