

## Informe

### Encuesta de Satisfacción 2019

### Consejo Sanitario en Viajes y Vacunación Internacional



**Centro Madrid Salud Internacional**

## Índice

1. Objetivos
2. Metodología
3. Resultados
  - 3.1 Perfil de la persona usuaria
  - 3.2 Conocimiento del Centro
  - 3.3 Índice Sintético de Satisfacción.
  - 3.4 Compromisos Carta de Servicios
  - 3.5 Índice Neto de Satisfacción
  - 3.6 Modelo de regresión
4. Propuestas de mejora de las personas usuarias (textos libres)
5. Conclusiones
6. Propuestas de mejora Carta de Servicios

## 1. Objetivos

- Conocer el perfil de las personas que utilizan el Servicio de Consejo Sanitario en Viajes y Vacunación Internacional
- Identificar cómo las fuentes de información de la existencia del CMSI
- Determinar la satisfacción con diferentes aspectos del consejo sanitario en viajes y vacunación Internacional, en consonancia con la Carta de Servicios
- Conocer en qué medida las personas que han sido atendidos en el servicio recomendarían la asistencia al centro
- Examinar la capacidad predictiva de cada ítem valorado en relación con la satisfacción global

## 2. Metodología

### 2.1 Ficha técnica

### 2.2 Indicadores de análisis

**Universo:** 12.350

Tamaño muestral: 376 personas.  
 $p=q=0,5$  y nivel de confianza 95%.

Error de muestreo:  $\pm 5\%$

**Tipo Muestra:** aleatoria sistemática

### **Técnica de recogida de información**

Se realizó un cuestionario estructurado en formato papel, que se entregó en recepción a una de cada dos personas, para autocumplimentarlo al finalizar la actividad. No se entregó a personas que no conocen el castellano.

### **Fechas de realización de las encuestas**

De abril a diciembre 2019

### **Análisis de los datos y realización del informe**

Unidad de Calidad.

Departamento de Evaluación y Calidad. Febrero 2019.

## 2.2 Indicadores para el análisis

### Indicador sintético

Los indicadores sintéticos (IS) ponderan puntuaciones de satisfacción que se han calculado según la metodología propuesta por el Centro de Investigaciones Sociológicas para los Indicadores del Barómetro (Rey del Castillo, 2004) que, a su vez, se basa en los índices elaborados por *TechnoMetrica Institute of Policyans Politics (TIPP)* de Estados Unidos.

Para conocer el grado de satisfacción se ha utilizado una escala de 0 a 10, agrupada para el análisis de la siguiente forma:

P1 = 9-10	= Totalmente satisfecho
P2 = 7- 8	= Satisfecho
P3 = 5-6	= Poco satisfecho
P4 = 3 -4	= Insatisfecho
P5 = 0 -1- 2	= Totalmente insatisfecho

Valor de NSI	Posicionamiento
85 a 100	Excelente
75 a 84	Bueno a muy bueno
65 a 74	Regular
55 a 64	Malo o regular
< 55	Muy malo

Indicador sintético (IS) =

$$(100*P1+75*P2+50*P3+25*P4+0*P5)/(P1+P2+P3+P4+P5)$$

## 2.2. Escalas de medida e indicadores para el análisis

Utilizamos una escala de 0 a 10, considerando adecuado alcanzar un 80% de personas que puntúan  $\geq 8$ , salvo para los compromisos de la Carta de Servicios que se han fijado como estándar  $\geq 7$  un 70%.

### Índice de Promoción Neto o Net Promoter Score (NPS)

Se utiliza este índice para medir en qué medida las personas que utilizan un servicio se pueden convertir en promotoras del mismo. En definitiva, ¿En qué medida recomendaría esta actividad a otras personas interesadas en el tema?

(Frederik Reichheld (2003) y Markey, (2009).

El resultado es un número del -100 al 100. Si el resultados es positivo se considera bueno y si es de +50 se considera excelente.



### Regresión logística lineal

Se utiliza para predecir el resultado de una variable dependiente, en este caso *la satisfacción global con las variables independientes o predictoras.*

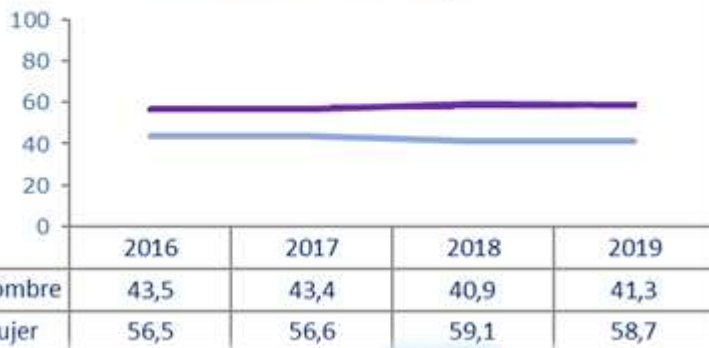
## 3. Resultados

# 3.1 Perfil de las personas que han acudido al Consejo Sanitario en Viajes y Vacunación Internacional 2015 al 2019 (%)

n=248. 2016  
n=357. 2017  
n=320. 2018  
n=361. 2019

### Sexo (%)

— Hombre — Mujer

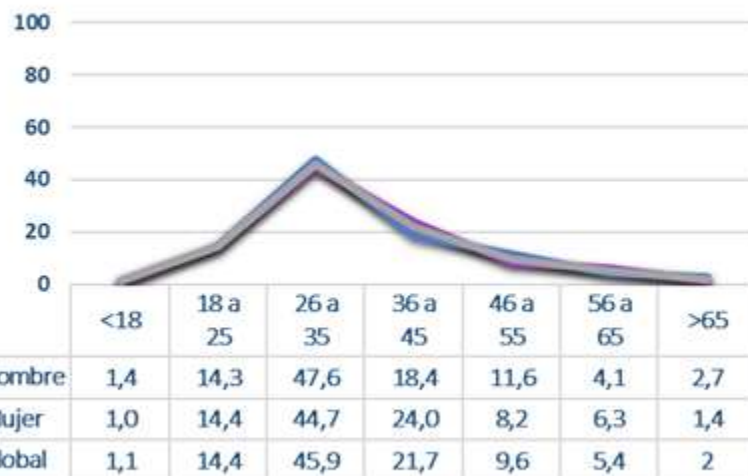


### Estudios realizados (%)



n=247. 2016  
n=363. 2017  
n=323. 2018  
n=368. 2019

### Grupos de edad por sexo y global (%)



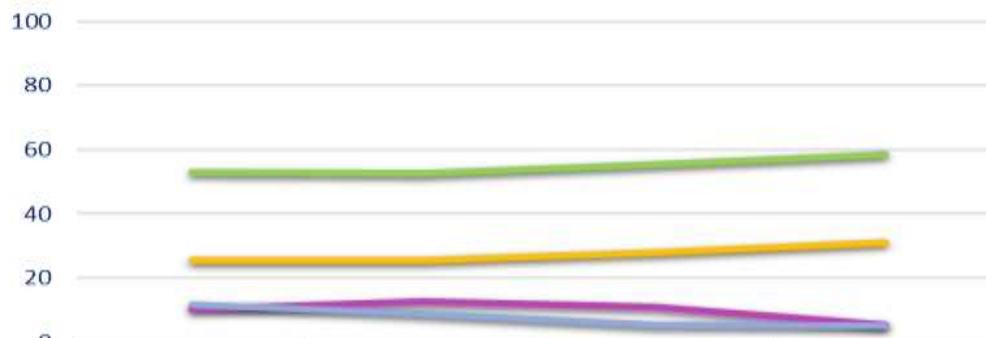
### Grupos de edad por años (%)





## 3.2 Conocimiento del centro. Años 2016 al 2019 (%)

¿Cómo ha conocido la existencia del Centro? (%)

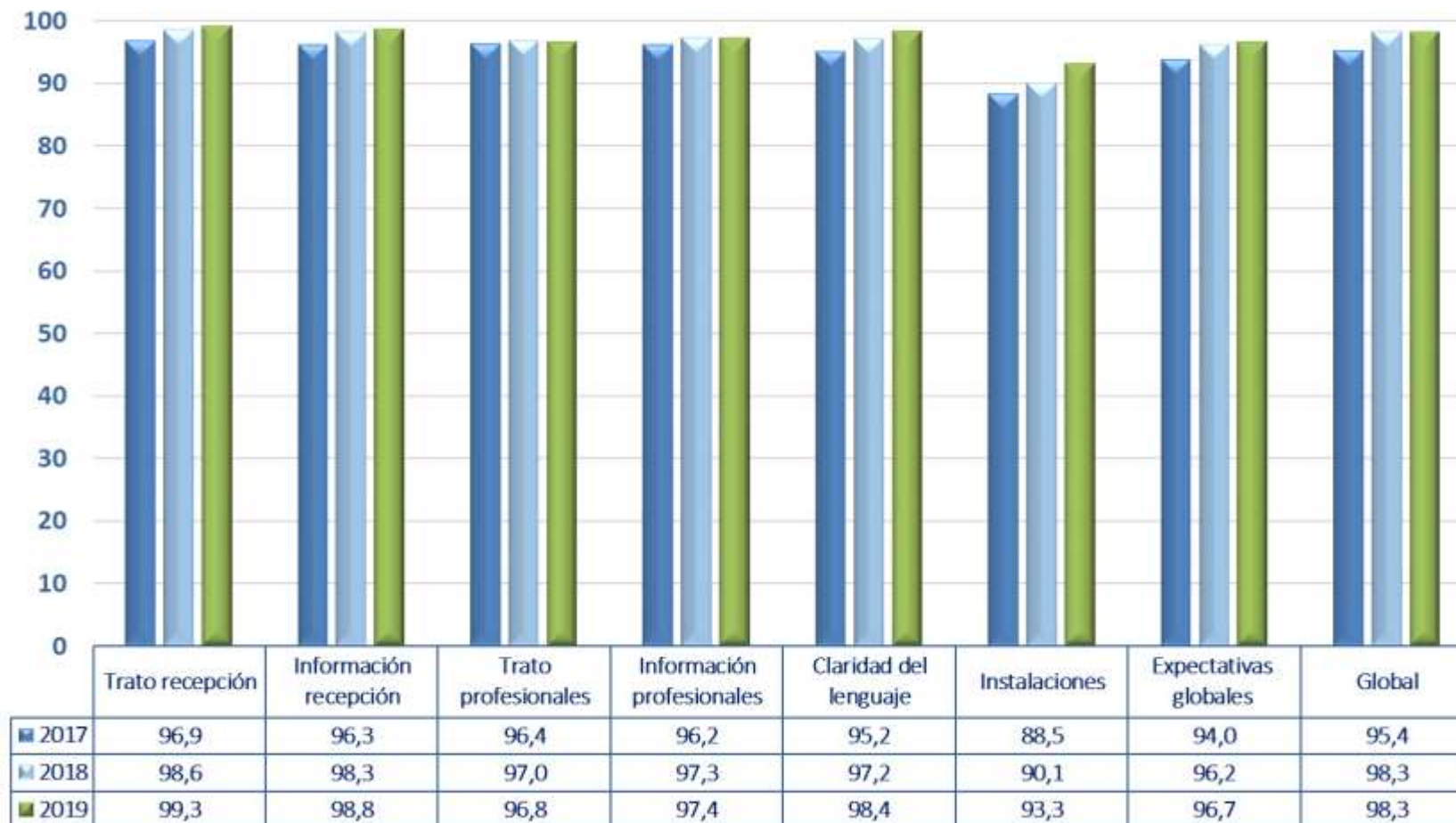


	2016	2017	2018	2019
Internet	52,9	52,6	55,4	58,6
Otras personas	25,4	25,6	28,0	31,1
O10	10,2	12,8	11,1	5,4
Otros Centros	11,5	8,9	5,4	4,9

n=244. 2016  
n=359. 2017  
n=314. 2018  
n= 367 2019

Otros:	n
Centro de Salud	9
Ya lo conocia	5
Agencia de viaje	2
Francisco Silvela	2
Hospital Ramón y Cajal	1
En el centro de trabajo.	1
Información colegio	1
Total	20

### 3.3 Indicador Sintético de Satisfacción



### 3.4 Cumplimiento Carta de Servicios del 2015 al 2018

Estándar el 85% de usuarios/as puntuarán  $\geq 8$  en la escala de 0 a 10.

Valore	2017 $\geq 8$		2018 $\geq 8$		2019 $\geq 8$		Estándar
	n	%	n	%	n	%	
El trato recibido por el personal del Centro	372	96,2	328	97,8	376	98,0	85
La claridad del lenguaje empleado por los profesionales	371	93,8	327	95,7	375	97,6	85
Instalaciones	371	77,4	327	85	376	90,2	85
La atención global recibida	370	92,7	326	97,2	375	97,9	85

### 3.5 Índice de Promoción Neto (NPS)

2017 NPS del Servicio de Consejo al Viajero = 84,3%

2018 NPS del Servicio de Consejo al Viajero = 92,2%

2019 NPS del Servicio de Consejo al Viajero = 92,6%

## 3.6 Modelo de regresión obtenido

La regresión logística se utiliza para predecir el resultado de una variable dependiente, en este caso la satisfacción global con el servicio de consejo al viajero, en función de las variables independientes o predictoras.

En el 2017 el trato recibido por el personal sanitario que le había atendido explicaba el 49,5% de la satisfacción percibida.

En 2018 la información recibida por los profesionales predice el 75,2%, seguida del trato en recepción que le añade un 2%.

En el 2019 la variable que predice la satisfacción global en un 72,5% es la claridad del lenguaje empleado por los profesionales

## 4. Propuestas de mejora (textos libres)

Aportan 29, el 7,7%

Propuestas de mejora. Textos libres	n
<b>Accesibilidad al Centro</b>	<b>2</b>
Al llegar al hall por primera vez no queda claro cuál es el primer paso a seguir. Hasta que no se llega al interior, al despacho donde dan el turno, no te lo explican.	
Cartel fuera que indique la puerta del centro de vacunación.	
<b>Citas</b>	<b>4</b>
No puede ser que una cita tarde desde que se solicita en internet de 2 a 3 meses. Existen viajes de última hora y sería fundamental la seguridad. Todos los centros de salud deberían disponer de expertos en enfermedades y contagios en el extranjero, no es admisible centralizar todo en un solo centro.	
<b>Tiempo de atención</b>	<b>2</b>
Me atendieron con 30 minutos de retraso.	
<b>Pago en el banco</b>	<b>11</b>
Sería bueno que se permita el pago en el propio centro.	
Definir e implementar un procedimiento digital que permitiera llegar al centro con la tasa pagada al banco, al mismo tiempo que se pide cita previa.	
<b>Web</b>	<b>2</b>
Actualización del sistema informático.	
Sería útil y ahorraría tiempo informar en la web de los datos a aportar; por ejemplo, si has viajado con anterioridad a países con vacunación, pedir a tu médico de cabecera el registro de vacunas, traer al centro la cartilla de vacunación internacional en caso de poseerla. Tener paciencia con los pacientes, a veces no nos enteramos del proceso.	
<b>Consejo viajero</b>	<b>1</b>
Un resumen más cercano de consejos y precauciones que tomar durante el viaje. Vienen en el libro, pero un recordatorio viene siempre bien. Gracias.	
!Felicitaciones por el excelente trato de todos!	<b>7</b>
<b>Total</b>	<b>29</b>

## 5. Conclusiones

### Perfil del usuario/a:

El porcentaje de mujeres es ligeramente superior al de los hombres

Los grupos de edad entre 26 y 45 años son los que más utilizan el Centro

Nivel de estudios universitarios

**Conocimiento del Centro:** En los cuatro años analizados el Servicio es conocido en primer lugar a través de internet y en segundo lugar a través de otras personas.

El **Índice Sintético de Satisfacción** ha igualado o mejorado en todos los indicadores en el 2019.

En la **Carta de Servicios** de 2019: se sobrepasa en todos los ítems el 93% y la valoración de las instalaciones ha sobrepasado el 85% en el 2019 con un 90%.

El porcentaje de personas que **recomendarían** ir al Centro de forma activa; en los tres años analizados se supera la excelencia al sobrepasar el 50%.

La **satisfacción global** percibida en el 2017 se explicaba en un 49'5% por el trato recibido; y en 2018 por la información recibida de los profesionales, que predice el 75,2%; en el 2019 la variable que predice la satisfacción global en un 72,5% es la claridad del lenguaje empleado por los profesionales

En cuanto a **los textos libres** se quejan fundamentalmente de la forma de pago fuera del centro.

## 6. Propuestas de mejora

Necesidad de implementar actividades formativas externas en “Consejo sanitario en viaje y vacunación internacional” para los/las profesionales del CMSI.

Necesidad de diseñar un estudio piloto sobre tiempos de resolución de la demanda de atención en el CMSI

Necesidad de revisar la cartelería de educación para la salud expuesta en el CMSI