

# 3. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN USUARIOS DEL CENTRO MADRID SALUD INTERNACIONAL.

## 3.1. OBJETIVOS

- Conocer el perfil de los ciudadanos que utilizan el Centro de Madrid Salud Internacional (CMSI).
- Procedencia y destino de los usuarios.
- Identificar cómo se han enterado de la existencia del (CMSI).
- Conocer la percepción que tienen los ciudadanos sobre la forma de obtener la cita y el tiempo de espera para la consulta.
- Identificar la satisfacción de los usuarios sobre diferentes aspectos del Servicio de Vacunación Internacional.
- Aportaciones de los ciudadanos para mejorar....

## 3.2. METODOLOGÍA

### **Población de referencia:**

Temporada baja: La población objeto de estudio está formada por las 269 personas atendidas durante una semana que han acudido al Centro Madrid Salud Internacional, a 220 con cita previa y 49 de urgencia.

Temporada alta: La población objeto de estudio está formada por las 473 personas atendidas durante una semana que han acudido al Centro Madrid Salud Internacional, a 437 con cita previa, 125 de urgencia y no acuden a la cita 89.

**Fecha de realización de las encuestas:** Una semana en temporada baja y otra en temporada alta.

Temporada baja: 31 de marzo al 4 de abril.

Temporada alta: 18 al 24 junio.

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

En ambas ocasiones se ha utilizado un cuestionario estructurado para autocumplimentarlo, entregado en recepción al llegar al Centro para que lo rellenaran una vez finalizada la atención.

### **Informe del trabajo de campo:**

Temporada baja: Se entregaron 236 encuestas (269 adultos – 32 menores ) y se recogieron 140 cuestionarios cumplimentados, lo que supone un 59,3% de respuesta.

Temporada alta: Se entregaron 389 encuestas ( 473 adultos – 84 menores) y se recogieron 283 cuestionarios cumplimentados, lo que supone un 72,7% de respuesta.

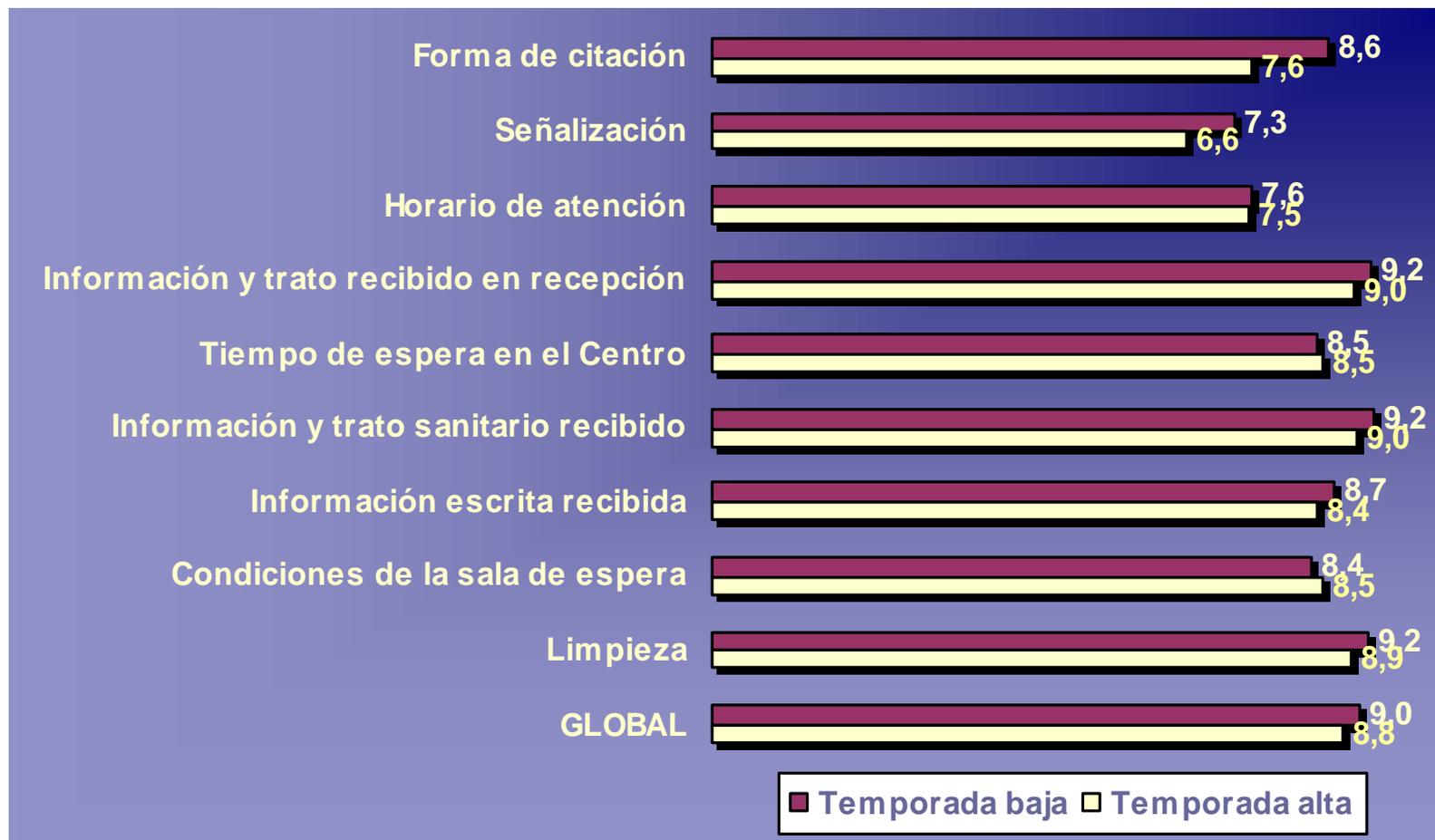
### **Análisis de los datos**

Se llevó a cabo en el Departamento de Evaluación y Calidad, mediante el programa SPSS.

## 3.3. Principales resultados

# SATISFACCIÓN SOBRE DIFERENTES ASPECTOS DEL SERVICIO (Media)

Se ha utilizado una escala del 1 (totalmente insatisfecho) al 10 (totalmente satisfecho)



## 3.4. Conclusiones

### ➤ Perfil usuario:

- Mujer (54%), hombre (46%), el % es similar.
- De 26 a 35 años (42%) en temporada baja, en la alta aumenta un 10% el grupo de edad de 18a 25 años a expensas de la disminución del mismo porcentaje en el grupo de 26 a 35 años.
- Universitario/a (73%)
- Viven en el municipio de Madrid y con respecto a la temporada alta aumenta el % de personas que vienen de otros municipios de Madrid
- Nacido/a en España (85,5%)
- Destino mayoritario África o Sudamérica en temporada baja, en la alta disminuyen un 10% estos destinos y se igualan en porcentaje con las personas que viajan a la India.

➤ Se han enterado de la existencia del centro Madrid Salud Internacional:  
1º por la página Web e Internet y 2º por otras personas en temporada baja, en la alta, disminuye un 10% la información a través de Internet y aumenta derivación de otros Centros de Vacunación en un 15%.

➤ Le citaron para el día siguiente al 32,3% en temporada baja, en la alta al 40,5% le citaron de 11 a 20 días.

➤ Ha utilizado otro centro de vacunación internacional el 30% en ambas temporadas, califican la atención recibida, MEJOR, en comparación con los otros un 80% de las personas atendidas.

➤ La media global de satisfacción con la atención recibida es muy alta, 9 (escala del 1 al 10). La señalización y el horario de atención alcanza un 7,3 y un 7,6 respectivamente, en temporada alta se mantiene la valoración global y se suma a las valoraciones alrededor de siete la forma de citación

**Tras analizar los datos obtenidos en ambos periodos podemos decir que el funcionamiento del Centro alcanza unos parámetros elevados en cuanto a satisfacción de los usuarios.**

# PROPUESTAS DE MEJORA:

	Temporada baja	Temporada alta
<b>Accesibilidad</b>	Ampliar el horario incluyendo turno de tarde.	El centro es un servicio público y debería tener zona azul y no verde para poder aparcar y/o algún sitio reservado"
		Ampliar el horario incluyendo turno de tarde.
<b>Señalización</b>	Mejorar la señalización.	Mejorar la señalización.
<b>Citación</b>	Aumentar la difusión de la existencia de los teléfonos 91...	
	Colocar un cartel en la sala de espera con los teléfonos para las citas.	
	Reemplazar el teléfono 902 por 901	Reemplazar el teléfono 902 por 901
		"Ampliar la atención telefónica en época vacacional"
		"Citarse a través de una página Web en Internet"
<b>Sobre las vacunas</b>	Facilitar el pago en el Centro para no tener que acudir al Banco.	Facilitar el pago en el Centro para no tener que acudir al Banco.
	Proporcionar todas las vacunas en el Centro	
		"Pagar las vacunas en el mismo Centro, incluso con tarjeta...o un sistema de pago de como las máquinas de compra de bono-metro"
		"Que tuvieran la vacuna de la hepatitis A"
<b>Información a los usuarios</b>		"Distribuir información escrita (UN FOLLETO) a los usuarios del Centro sobre las vacunaciones: tipos, efectos secundarios, recomendaciones, pautas, consejos, ventajas, inconvenientes, etc"
		"Información sobre un botiquín tipo según viaje"
<b>Informatización datos</b>		"Informatización de los Centros de Vacunación"
<b>Difusión del CMSI</b>		"Difusión de la existencia del Centro y de los servicios que presta y cómo conseguir cita"