

DEPARTAMENTO DE SERVICIOS VETERINARIOS



INFORME DE RESULTADOS

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE USUARIOS/AS DEL CENTRO DE PROTECCIÓN ANIMAL 2018

Índice

1. Objetivos

2. Metodología

2.1. Ficha técnica

2.3 Indicadores para el análisis

3. Resultados

3.1 Vías de información y acceso

3.1.1 Canales utilizados

3.1.2 Grado de satisfacción

3.2. Indicador Sintético de Satisfacción (NSI)

3.3 Índice de Promoción Neta (NPS)

3.4 Compromisos Carta de Servicios

3.5 Modelo de regresión

4. Aportaciones del personal encuestado

5. Conclusiones

6. Propuestas de mejora

1. Objetivos:

- Conocer los canales de información y acceso al centro empleados y la valoración de los mismos.
- Identificar el grado de satisfacción con los diferentes aspectos del centro y de la atención recibida.
- Conocer en qué medida las personas que han sido atendidas en el Servicio recomendarían la asistencia al Centro.
- Analizar el grado de cumplimiento de los Compromisos de la carta de servicios.
- Examinar la capacidad predictiva de cada ítem valorado en relación con la satisfacción global.
- Realizar propuestas de mejora: aportaciones (texto libre) de las personas encuestadas y del propio servicio.

2. Metodología

2.1 Ficha técnica

UNIVERSO 3.653 personas atendidas en el año 2018.

TAMAÑO MUESTRAL: 363

p=q=0,5 y nivel de confianza 95%.

ERROR DE MUESTREO:

Para estimaciones globales es de $\pm 5\%$.

TIPO DE ENCUESTA

Encuesta telefónica realizada a partir de un cuestionario estructurado en formato papel por una persona del Departamento de Calidad entrenada para tal fin.

PROCEDIMIENTO DEL MUESTREO

Aleatorio simple con afijación proporcional por motivo de consulta. Para los motivos a los que correspondía porcentualmente un número alrededor de 5 a 10, se han realizado un mínimo de 20 encuestas.

Diferencial entre la muestra teórica y la obtenida

| Tipo de consulta | N 2018 | % | n muestral teórica | n muestral obtenida | % | Diferencial |
|--|--------|-------|--------------------|---------------------|-------|-------------|
| Adopción de un animal | 1891 | 51,8 | 186 | 177 | 48,8 | -3,0 |
| Búsqueda de un animal extraviado | 206 | 5,6 | 21 | 18 | 5,0 | -0,7 |
| Entrega de un animal encontrado en la vía pública | 220 | 6,0 | 22 | 21 | 5,7 | -0,3 |
| Entrega por propietario | 49 | 1,3 | 5 | 21 | 5,8 | 4,4 |
| Observación antirrábica | 274 | 7,5 | 27 | 26 | 7,2 | -0,3 |
| Recuperación de animal ingresado en el centro | 467 | 12,8 | 48 | 46 | 12,7 | -0,1 |
| Otros motivos | 546 | 14,9 | 55 | 54 | 14,9 | -0,1 |
| TOTAL | 3653 | 100,0 | 362 | 363 | 100,0 | 0,0 |

PERÍODO DE RECOGIDA DE LA INFORMACIÓN:

Del 19 Febrero 2018 al 30 diciembre 2018 en horario de mañana y tarde.

2.3 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 |
|--------------|-------------------|
| 100 a 85 | Excelente |
| 84 a 75 | Bueno a muy bueno |
| 74 a 65 | Regular |
| 64 a 55 | Malo a regular |
| < 55 | Muy malo |

Indicador sintético (IS) = $(100 \cdot P1 + 75 \cdot P2 + 50 \cdot P3 + 25 \cdot P4 + 0 \cdot P5) / (P1 + P2 + P3 + P4 + P5)$

Índice de Promoción Neto (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).



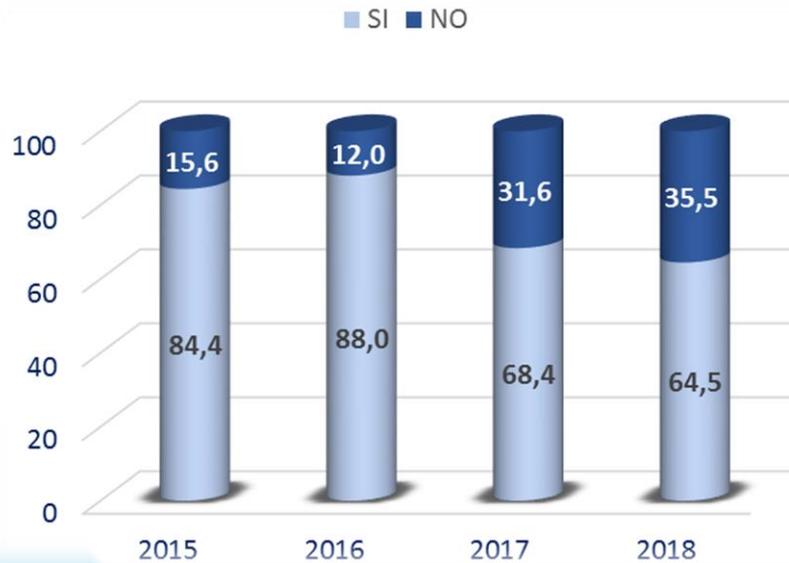
Regresión logística lineal

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 Canales empleados para acudir al Centro

¿Necesitó información previa antes de acudir al CPA? %



2015 n=358
2016 n=350
2017 n=361
2018 n=363

Disminuye la necesidad de información previa.

Los canales que siguen al alza son: internet, el teléfono del CPA y otras personas.



2015 n= 310
2016 n= 308
2017 n= 247
2018 n= 363

| | Internet | Telf. 010 | Telf. CPA | Policia | Por otras personas | Otros |
|------|----------|-----------|-----------|---------|--------------------|-------|
| 2015 | 29,8 | 8,3 | 29,5 | 4,0 | 21,5 | 7,0 |
| 2016 | 43,0 | 5,9 | 8,9 | 6,5 | 22,3 | 13,4 |
| 2017 | 37,7 | 6,1 | 9,3 | 8,5 | 17,0 | 21,4 |
| 2018 | 47,9 | 6,3 | 17,9 | 9,6 | 15,4 | 2,9 |

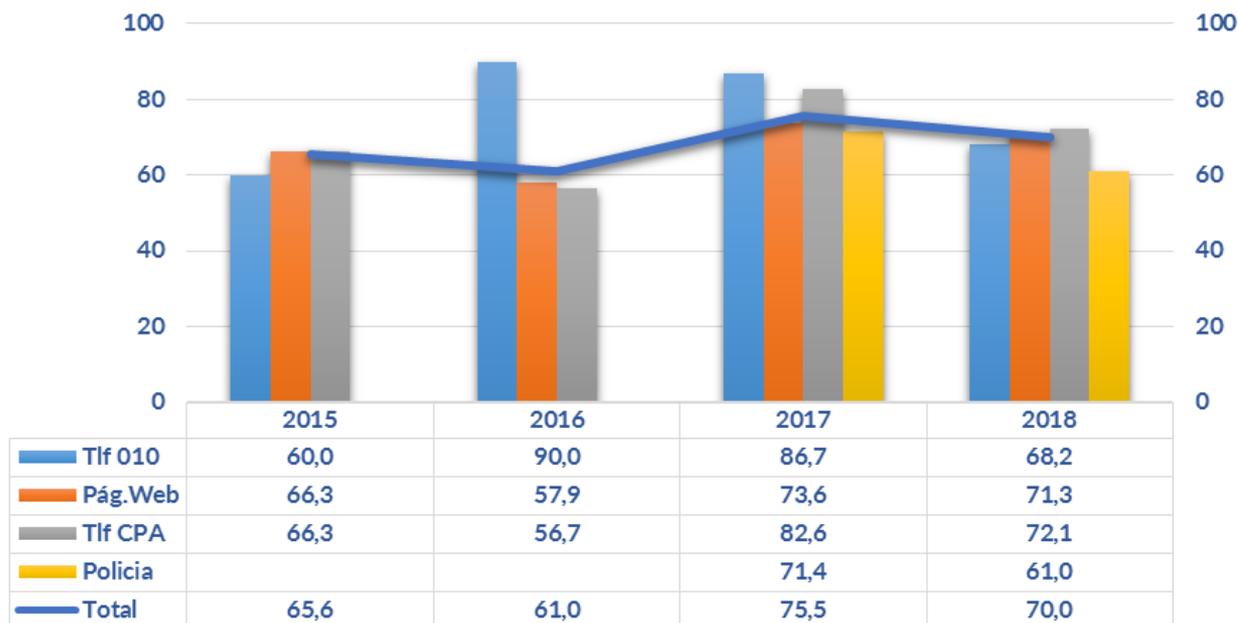
3.1.2.Satisfacción con los canales. (Escala de 0 al 10) 2015-2018. Puntuación ≥ 8

Valoración de la información recibida por los canales. Compromiso ≥ 8 el 63%

| Años | 2015 | | | 2016 | | | 2017 | | | 2018 | | |
|--------------|------------|------------|-------------|------------|------------|-------------|------------|------------|-------------|------------|------------|-------------|
| Canales | n | n ≥ 8 | % |
| Tlf 010 | 25 | 15 | 60,0 | 20 | 18 | 90,0 | 15 | 13 | 86,7 | 22 | 15 | 68,2 |
| Pág.Web | 95 | 63 | 66,3 | 145 | 84 | 57,9 | 129 | 95 | 73,6 | 115 | 82 | 71,3 |
| Tlf CPA | 89 | 59 | 66,3 | 30 | 17 | 56,7 | 23 | 19 | 82,6 | 43 | 31 | 72,1 |
| Policia | | | | | | | 21 | 15 | 71,4 | 23 | 14 | 61,0 |
| Total | 209 | 137 | 65,6 | 195 | 119 | 61,0 | 188 | 142 | 75,5 | 203 | 142 | 70,0 |

La satisfacción con todos los canales tiende a igualarse alrededor del 70%

Porcentaje de satisfacción con el canal empleado



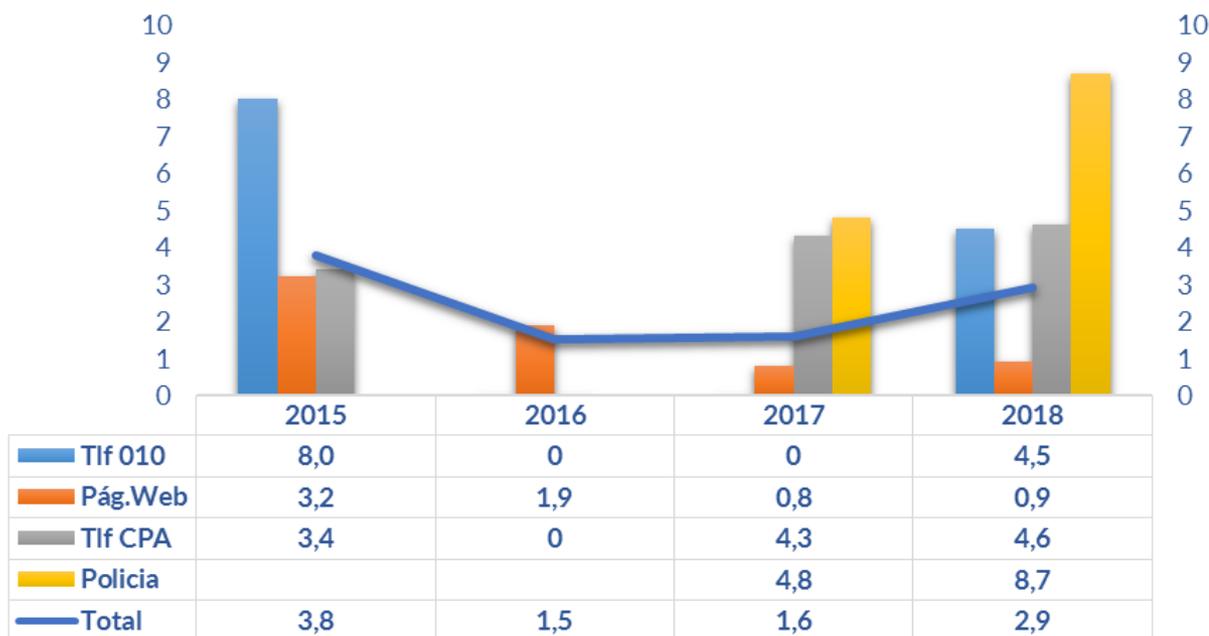
3.1.2 Satisfacción con los canales. (Escala de 0 al 10) 2015-2018. Puntuación ≤ 5

Valoración de la información recibida por los canales. Compromiso ≤ 5 el 3%

| Años | 2015 | | | 2016 | | | 2017 | | | 2018 | | |
|--------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Canales | n | n ≤ 5 | % |
| Tlf 010 | 25 | 2 | 8,0 | 20 | - | - | 15 | - | - | 22 | 1 | 4,5 |
| Pág.Web | 95 | 3 | 3,2 | 145 | 3 | 1,9 | 129 | 1 | 0,8 | 115 | 1 | 0,9 |
| Tlf CPA | 89 | 3 | 3,4 | 30 | - | - | 23 | 1 | 4,3 | 43 | 2 | 4,6 |
| Policia | | | | | | | 21 | 1 | 4,8 | 23 | 2 | 8,7 |
| Total | 209 | 8 | 3,8 | 195 | 3 | 1,5 | 188 | 3 | 1,6 | 203 | 6 | 2,9 |

El 100% (10 personas) que puntuaron por debajo de 5 hacen referencia a cerrar por la tarde y los fines de semana.

Porcentaje de insatisfacción con los canales empleados



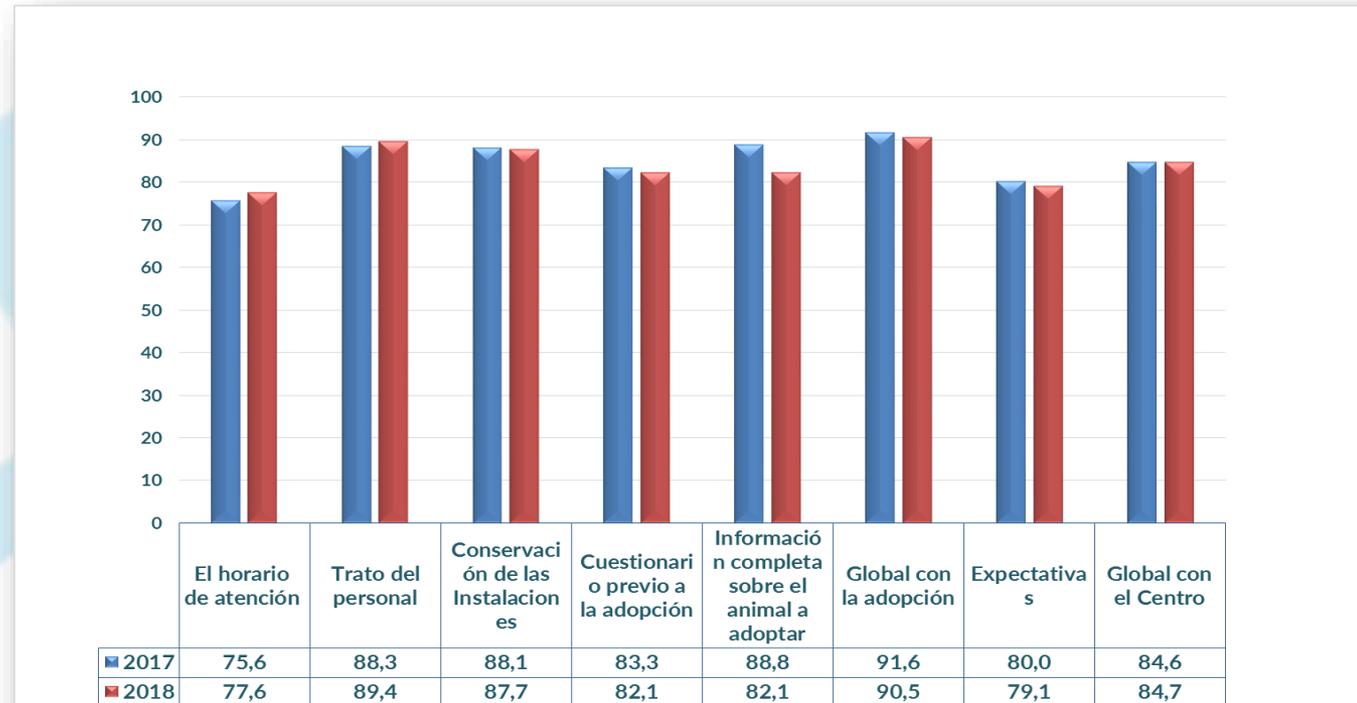
3.2 Indicador Sintético de Satisfacción (NSI) 2017 y 2018 (%)

Los indicadores sintéticos (IS) ponderan puntuaciones de satisfacción y 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.

Cálculo del indicador sintético a partir de una escala de 5 categorías con valor central:

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

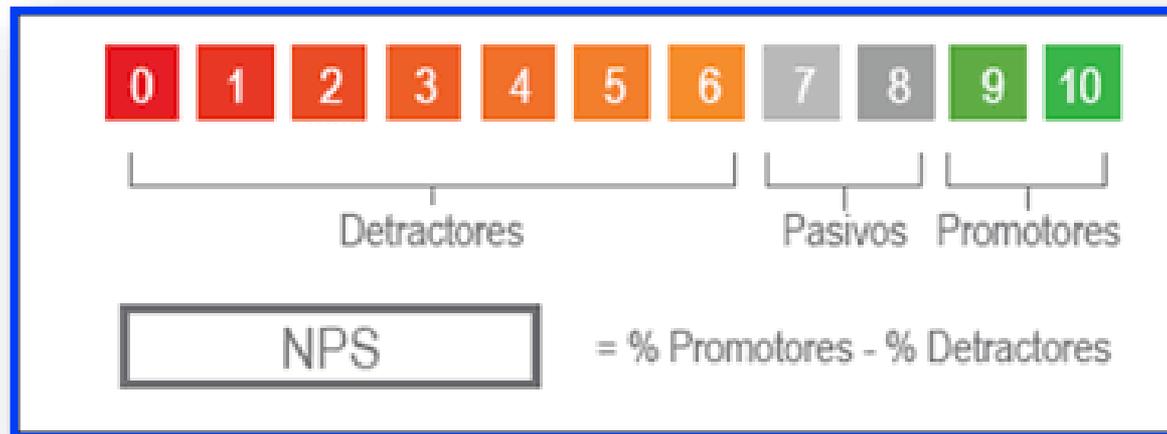
| Valor de NSI | Posicionamiento |
|--------------|-------------------|
| 100 a 85 | Excelente |
| 84 a 75 | Bueno a muy bueno |
| 74 a 65 | Regular |
| 64 a 55 | Malo a regular |
| < 55 | Muy malo |



Al igual que el año anterior todos los indicadores se mueven dentro de la puntuación de “bueno” o “muy bueno” y “excelente”. Señalar que el horario de atención es el menos valorado.

3.3 Índice de Promoción Neto (NPS)

Se utiliza este índice para cuantificar en qué medida las personas que utilizan un servicio se pueden convertir en Promotoras del mismo. En definitiva, ¿En qué medida recomendaría el Centro de Protección Animal a otras personas interesadas? (Frederik Reichheld (2003 y Markey, 2009).



n 2017 = 357
n 2018 = 361

2017 = 54,6% de promotoras/es

2018 = 62,9% de promotoras/es

3.4 Compromisos de la Carta de Servicios.

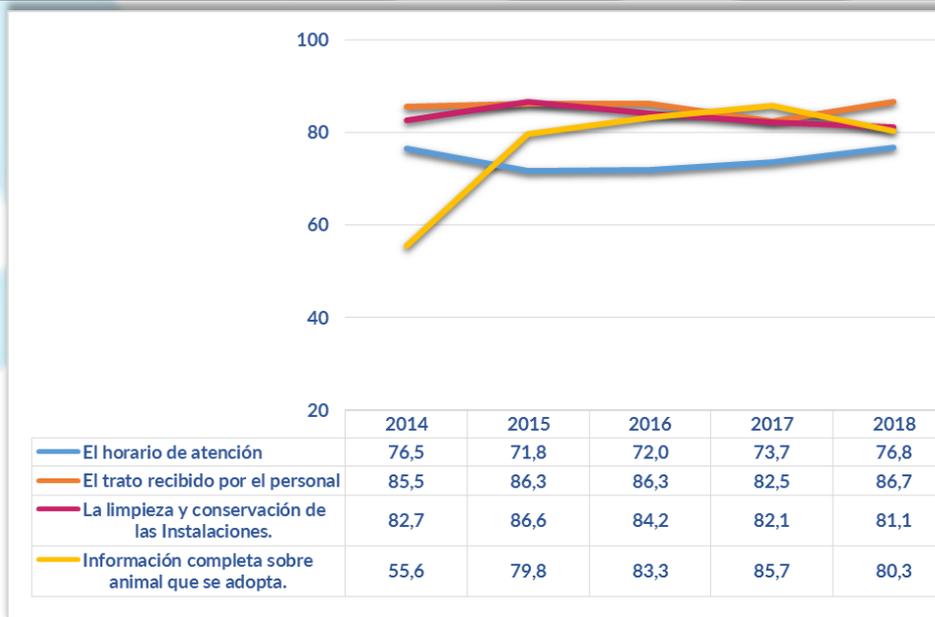
3.4.1 Tabla evolución de la Satisfacción (Escala de 0 a 10).

Compromisos de satisfacción de usuarias/os de la Carta de Servicios que puntuen ≥ 8 en %

| Valore | 2015 | | 2016 | | 2017 | | 2018 | | Estándar |
|--|------|------|------|------|------|------|------|------|----------|
| El horario de atención. *% ≥ 7 | 358 | 71,8 | 350 | 72,0 | 266 | 73,7 | 362 | 76,8 | 70%* |
| El trato global recibido por el personal (atención adecuada y personalizada, utilizando un lenguaje claro y comprensible) | 358 | 86,3 | 350 | 86,3 | 360 | 82,5 | 362 | 86,7 | 85% |
| La limpieza y conservación de las Instalaciones | 358 | 86,6 | 347 | 84,2 | 358 | 82,1 | 359 | 81,1 | 80% |
| Información completa sobre pautas a seguir para el cuidado del animal que se adopta | 139 | 79,8 | 138 | 83,3 | 154 | 85,7 | 137 | 80,3 | 80% |

Todas las variables alcanzan el estándar.

La satisfacción con el horario de atención, va mejorando cada año.



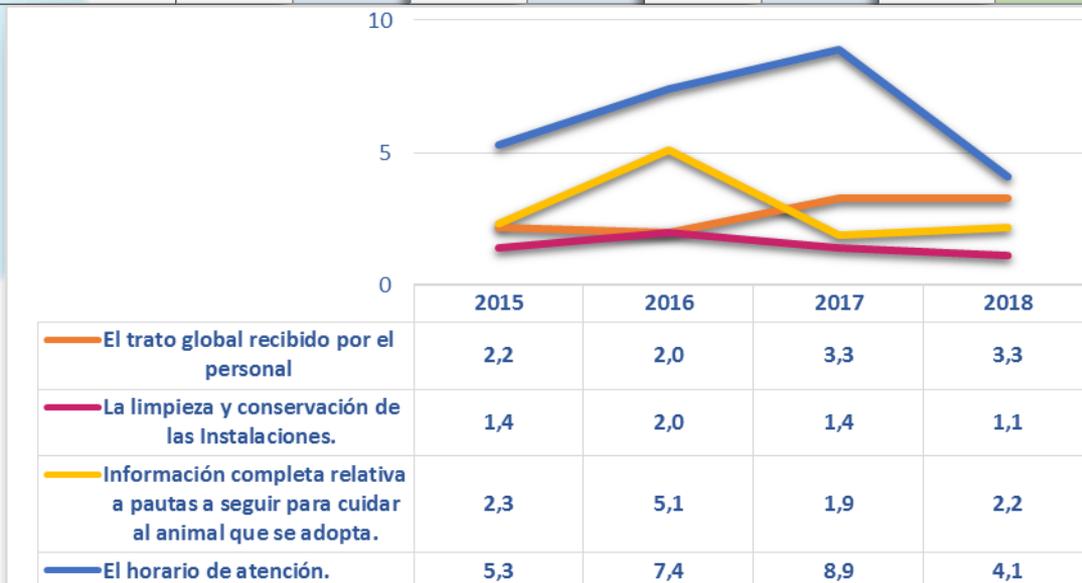
3.4.2 Tabla evolución de la Satisfacción (Escala de 0 a 10). Puntuaciones ≤5. 2015 al 2018

Compromisos de satisfacción de usuarias/os de la Carta de Servicios que puntuen ≤ 5 en %

| Valore | 2015 | | 2016 | | 2017 | | 2018 | | Estándar |
|--|------|-----|------|-----|------|-----|------|-----|----------|
| | n | % | n | % | n | % | n | % | |
| El horario de atención. | 358 | 5,3 | 350 | 7,4 | 361 | 8,9 | 362 | 4,1 | 8% |
| El trato global recibido por el personal (atención adecuada y personalizada, utilizando un lenguaje claro y comprensible) | 358 | 2,2 | 350 | 2,0 | 360 | 3,3 | 362 | 3,3 | 2% |
| La limpieza y conservación de las Instalaciones. | 358 | 1,4 | 347 | 2,0 | 358 | 1,4 | 359 | 1,1 | 4% |
| Información detallada y completa relativa a pautas a seguir para cuidar al animal que se adopta. | 139 | 2,3 | 137 | 5,1 | 154 | 1,9 | 137 | 2,2 | 5% |

El horario de atención cumple con el estándar, alcanza el 4,1, la mitad del año anterior.

El trato global recibido por el personal sobrepasa la meta, al igual que el año anterior, en un 1,3.



3.4.3 Textos libres de las personas que han puntuado ≤ 5

| Horario <5 | n |
|--|----|
| Ampliar el horario, abrir por las tardes y los fines de semana | 14 |

| Trato < 5 | n |
|--|---|
| La persona que está al teléfono, también se ocupa de recibir | 2 |
| Mal trato personal | 1 |
| No miraron al gato | 1 |
| No le dejaron pasar para hablar con los veterinarios y no le querían aceptar el gatito que encontró (la madre murió atropellada) | 1 |
| No le prestaron jaula-trampa para colonia de gatos. | 1 |
| Discutió con el personal | 1 |
| No le gustó para nada la actuación del CPA, ya que el perro no era suyo y tuvo que pagar más de 80 € | 1 |
| Total | 8 |

| Adopción <5 | n |
|---|----|
| Me dieron poca información | 3 |
| Esperaba más sobre el proceso | 3 |
| No le dejaron entrar en las instalaciones | 3 |
| No quisieron hacerse cargo de su perro | 1 |
| El gato estaba enfermo | 1 |
| No me enseñaron los perros por tener mucho trabajo | 1 |
| Un hombre que iba con su perro no le dejaron pasar para adoptar otro perro compatible con el suyo | 1 |
| Me tenían que haber dicho que no había perros pequeños | 1 |
| Solo había perros peligrosos | 1 |
| Pude mirar pocos perros | 1 |
| Pegas a la hora de dejar al animal | 1 |
| No le dieron al perro por ser cazador | 1 |
| No le aceptaron una chinchilla que encontraron. Por teléfono le dijeron que si y cuando se desplazaron desde paracuellos se la cogieron | 1 |
| No la dejaron entrar a ver los gatos | 1 |
| Las pruebas realizadas al animal tenía que hacerlas antes de rellenar los papeles | 1 |
| Investigar a los animales encontrados en la vía pública | 1 |
| Total | 17 |

Antes de la adopción ¿ en qué mejoraría el asesoramiento?

| | |
|--|---|
| Tenerlos varios días para poder conocerlos | 1 |
| Dar más información de los animales | 1 |

3.5 Modelo de Regresión

La regresión logística se utiliza para predecir el resultado de una variable dependiente, en este caso la satisfacción global con el Centro de Protección animal, en función de las variables independientes o predictoras (los ítems de satisfacción seleccionados en la encuesta). El trato recibido por las personas que trabajan en el CPA predice el 65,6% de la satisfacción global.

| Incluidas todas las variables de satisfacción del cuestionario | | | | | |
|--|---------------------|-----|-----|-----------|---------------|
| Variables predictoras | R ² *100 | β | n | constante | Durbin-Watson |
| TRATO recibido por las personas que trabajan | 65,6 | 0,4 | 135 | 0.7 | 1,7 |
| CUESTIONARIO previo a ADOPCIÓN | 9,0 | 0,3 | 135 | | |
| ATENCIÓN recibida durante el proceso de ADOPCIÓN | 1,1 | 0,2 | 135 | | |
| LIMPIEZA y conservación de las instalaciones | 0,8 | 0,1 | 135 | | |
| Total | 76,5 | | 135 | | |

| Valoración de satisfacción global (excluidas las variables relacionadas con la adopción) | | | | constante | Durbin- Watson |
|--|---------------------|-----|-----|-----------|-------------------|
| Variables predictoras | R ² *100 | β | n | 0,1 | 1,9 |
| TRATO recibido por las personas que trabajan | 51,6 | 0,5 | 358 | | |
| HORARIO de atención | 5,5 | 0,3 | 358 | | |
| LIMPIEZA y conservación de las instalaciones | 2,5 | 0,1 | 358 | | |
| Total | 59,6 | | 358 | | |

4. Aportaciones de las personas encuestadas

| Observaciones y propuestas de mejora del Centro de Protección Oficial | n |
|---|-----------|
| Abrir los fines de semana | 10 |
| Ampliar el horario | 7 |
| Tasas excesivas, el servicio debería de ser totalmente gratuito. | 6 |
| Abrir por la tardes | 5 |
| Actualización regular de la página web | 4 |
| Conseguir una mayor difusión del servicio | 4 |
| Ampliar la plantilla con más personal | 4 |
| Comunicación: difícil de contactar por teléfono y/o correo electrónico | 4 |
| Agilizar la burocracia | 4 |
| Mejorar la atención a las personas que acuden al Centro | 3 |
| Dar más información y pautas para con los animales | 2 |
| Entrar sin cita previa | 2 |
| Ampliar las instalaciones | 2 |
| Ampliar a más especies ya que es escaso | 2 |
| Lentitud y tiempos de espera largos | 1 |
| Acortar pasos, proceso demasiado largo | 1 |
| Conseguir una mayor limpieza en los cherniles | 1 |
| Que dejen ver todos los perros | 1 |
| Entregar a los animales limpios | 1 |
| Mejorar la alimentación de los animales | 1 |
| Felicitaciones | 3 |
| Total | 68 |

5. CONCLUSIONES

Canales empleados para informarse

Paulatinamente va disminuyendo la necesidad de información previa. En cuanto al tipo de canal empleado para informarse antes de acudir al Centro, son por orden de preferencia: internet, el teléfono del CPA y otras personas.

Indicador Sintético de Satisfacción (NSI)

Todos los indicadores se mueven entre “bueno o muy bueno”. Calificando de “excelente”: la satisfacción global con la adopción, el trato del personal, la conservación del Centro y la satisfacción global.

Recomendarían el servicio activamente un 62,9% en el 2018 frente al 54,6% del 2017.

Carta de Servicios: Grado de cumplimiento de los compromisos de satisfacción de usuarias/os.

Puntuaciones ≥ 8 : Las cinco variables que se analizan alcanzan el estándar fijado para este año.

Puntuaciones ≤ 5 : El horario de atención cumple con el estándar (5%), situándose por primera vez en el 4,1 (la mitad del año anterior).

El trato global recibido por el personal sobrepasa la meta (2%), al igual que el año anterior, llegando al 3,3%.

Satisfacción global

El trato recibido por las personas atendidas predice el 65,6% de la satisfacción global con el servicio recibido en el CPA.

Si excluimos las tres variables de la encuesta que hacen referencia a la adopción la capacidad predictiva se reduce al 51,6%.

Aportaciones de las personas encuestadas

Lo más solicitado es que se amplíe el horario o abriendo por las tardes y/o los fines de semana.

Ya no se quejan de que el Centro está muy lejos ni del transporte para llegar al mismo.

6. PROPUESTAS DE MEJORA DE LA CARTA DE SERVICIOS

Mejoras priorizadas:

Área de Mejora 1: Aumentar el porcentaje de animales disponibles expuestos en la web de adopciones. Propuesta de cambiar la actual página web de adopciones por una APP elaborada por la UTC.

Área de Mejora 2. Adaptar la señalética del CPA para adaptarla al lenguaje inclusivo y de género siguiendo las directrices del Ayuntamiento de Madrid.

Área de Mejora 3: Elaboración de un protocolo para la asignación y tramitación de ayudas a la adopción de animales ingresados en el CPA por parte de las asociaciones de protección.