

DEPARTAMENTO DE SERVICIOS VETERINARIOS



INFORME DE RESULTADOS

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE USUARIOS/AS DEL CENTRO DE PROTECCIÓN ANIMAL 2019

Índice

1. Objetivos

2. Metodología

2.1. Ficha técnica

2.3 Indicadores para el análisis

3. Resultados

3.1 Vías de información y acceso

3.2. 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 de las personas encuestadas (textos libres)

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 3.158 personas atendidas en el año 2019.

TAMAÑO MUESTRAL: 323

$p=q=0,5$ 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

Distribución de la muestra por motivos						
Tipo de consulta	N 2019	%	n teórica	n obtenida 2019	%	Diferencial
Adopción de un animal	1600	50,7	164	140	43,3	-7,3
Búsqueda de un animal extraviado	208	6,6	21	22	6,8	0,2
Entrega de un animal encontrado en la vía pública	227	7,2	23	21	6,5	-0,7
Entrega por propietario	73	2,3	7	5	1,5	-0,8
Observación antirrábica	272	8,6	28	62	19,2	10,6
Recuperación de animal ingresado en el centro	521	16,5	53	59	18,3	1,8
Otros motivos	257	8,1	26	14	4,3	-3,8
TOTAL	3158	100,0	323	323	100,0	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
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) =

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

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).



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 Canales empleados para acudir al Centro

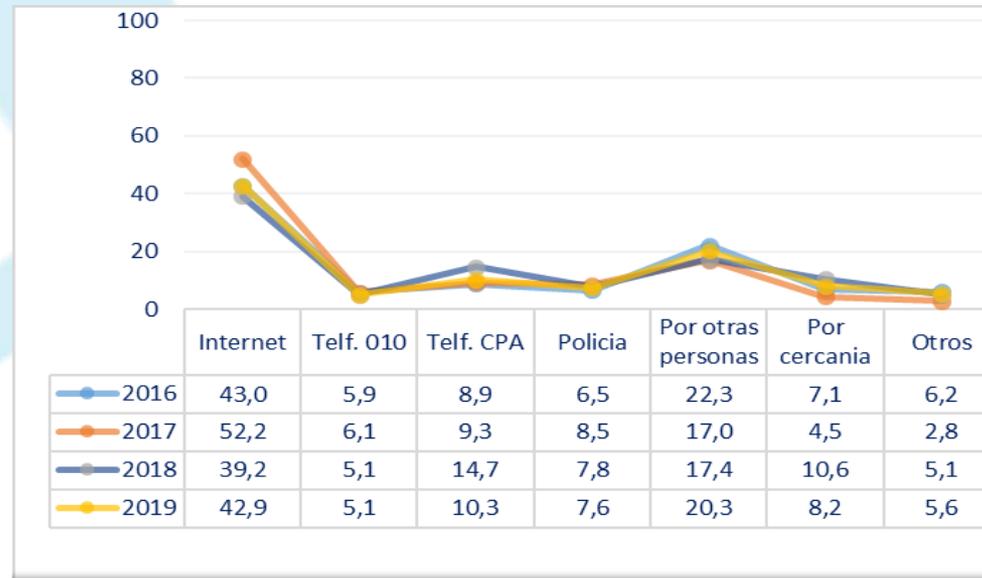
¿Necesitó información previa antes de acudir al CPA? %

■ SI ■ NO



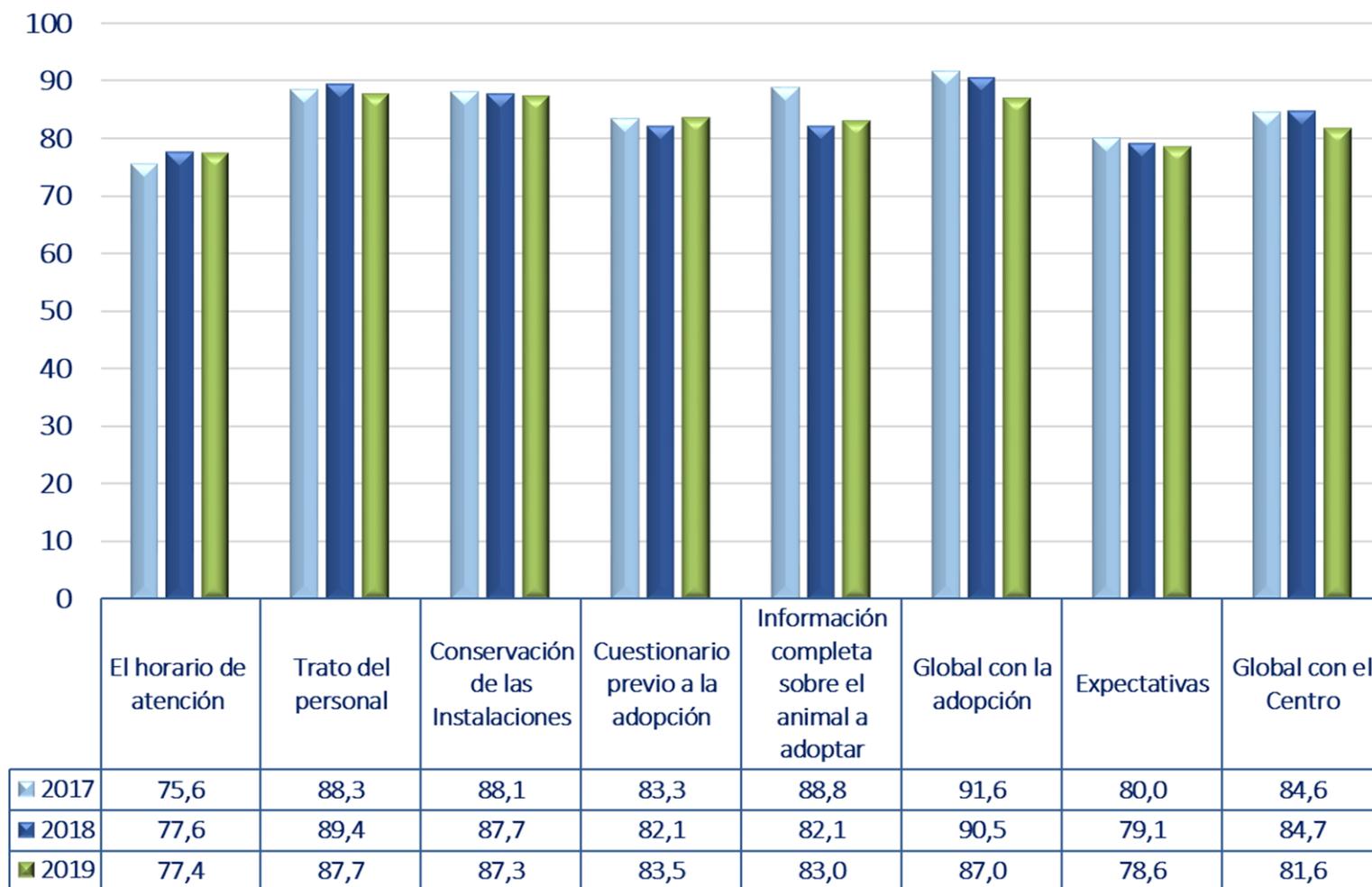
2016 n=350
2017 n=361
2018 n=363
2019 n= 323

Disminuye la necesidad de información previa. Los canales que siguen al alza son: internet y por otras personas.



2016 n= 308
2017 n= 247
2018 n= 363
2019 n= 323

3.2 Indicador Sintético de Satisfacción (NSI) 2017 al 2019 (%)



3.3 Índice de Promoción Neto (NPS)

2017 = 54,6% de personas promotoras

2018 = 62,9% de personas promotoras

2019 = 57,1 de personas promotoras

Alcanzan la excelencia en los tres años consecutivos

n 2017 = 357

n 2018 = 361

n 2019 = 219

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 $\geq 8^*$ en %

Valore	2016		2017		2018		2019		Estándar
El horario de atención. $\geq 7^*$	350	72,0	266	73,7	362	76,8	317	80,1	70%
El trato global recibido por el personal (atención adecuada y personalizada, utilizando un lenguaje claro y comprensible)	350	86,3	360	82,5	362	86,7	322	82,7	80%
La limpieza y conservación de las Instalaciones	347	84,2	358	82,1	359	81,1	312	80,9	80%
Información completa sobre pautas a seguir para el cuidado del animal que se adopta	138	83,3	154	85,7	137	80,3	317	79,8	80%

Canales de información: Satisfechos (≥ 8) 65%= **50,7**

Control antirrábico: Satisfechos (≥ 8) 85%= **79,0**

3.4.2 Tabla evolución de la Satisfacción (Escala de 0 a 10). Puntuaciones mínimas. 2016 al 2019

Compromisos de satisfacción de usuarias/os de la Carta de Servicios que puntuen \leq los estándares mínimos

Valore	2016		2017		2018		2019		Estándar %
	n	%	n	%	n	%	n	%	
El horario de atención.	350	7,4	361	8,9	362	4,1	317	7.0	8%
El trato global recibido por el personal (atención adecuada y personalizada, utilizando un lenguaje claro y comprensible)	350	2,0	360	3,3	362	3,3	322	4,5	3%
La limpieza y conservación de las Instalaciones.	347	2,0	358	1,4	359	1,1	312	2,3	5%
Información detallada y completa relativa a pautas a seguir para cuidar al animal que se adopta.	137	5,1	154	1,9	137	2,2	317	2,4	3%

Canales de información: Insatisfechos (≤ 5) 2'5% = **3,7**

Control antirrábico: Insatisfechos (≤ 5) 5% = **2,0**

3.5 Modelo de Regresión

La satisfacción global con el Centro de Protección animal, en función de las variables independientes o predictoras (los ítems de satisfacción sin contar los referidos a la adopción) se explican en un 46,3% por el trato recibido por los profesionales.

Al incluir las variables relativas a la adopción, la satisfacción global la predice la información recibida relativa a pautas que habrá que seguir en relación con el animal adoptado en un 45,5%.

4. Aportaciones de las personas encuestadas

Observaciones y propuestas de mejora del Centro de Protección Oficial	n
Accesibilidad	
El transporte público no existe y además está en el borde de la carretera y no se puede caminar	14
Horario	
Abrir los fines de semana	18
Ampliar el horario	17
Abrir por la tardes y los fines de semana	15
Entrar sin cita previa	4
Comunicación con el CPA	
No tuvo llamada del centro y le dijeron que le llamarían	8
Comunicación: difícil de contactar por teléfono y/o correo electrónico	4
Atención telefónica, porque si pierdes un animal el viernes, no te avisan y luego hay que pagar para recogerlo.	3
Que haya más unificación entre todas las protectoras de Madrid, porque le indicaron que quizás en otra protectora tenían lo que buscaba, pero no le supieron decir en cuál; que tenía que buscarlo por su cuenta, y sin mucha seguridad.	2
La página web es caótico porque no contestan nunca el teléfono al que te redirigen.	1
Asesoramiento telefónico previo	1

Tasas	
Tasas excesivas, el servicio debería de ser totalmente gratuito.	5
Página web	
Colgaría las imágenes de los animales en la web para evitar el desplazamiento de no haber lo que buscas.	15
Actualización regular de la página web	1
Difundir el Centro	
Elaborar guías de información claras, y folletos	6
Campañas para que la gente se acerque más al centro y haya más conocimiento de la labor que se desempeña y para intentar que dejen de estar tan saturados.	3
Conseguir una mayor difusión del servicio	4
Más personal	
Ampliar la plantilla con más personal	7
Menos burocracia	
Agilizar el papeleo	7

Adopción	
Información acerca de permisos y licencias para perros potencialmente peligrosos	9
Que tengan en una página web que se puedan ver todos los perros y que esté actualizada	8
Que se dedique más tiempo a los adoptantes para informar y resolver dudas	7
Deberían de tener más control, seguimiento, de los animales después de la adopción	7
Más facilidad e información a la hora de adoptar y entregar animales	6
Dejar que la gente que quiera pueda socializar con los animales para llegar a la adopción.	5
Explicaran el carácter de cada animal	5
Conseguir una mayor limpieza en los cherniles	4
Que avisaran que hay que llevar transportín	1
Ellos tenían que tener adiestradores para poder comunicarse con la familia para encontrar al animal adecuado a la familia. Más información sobre el caso particular de cada familia.	1
Sobre las instalaciones	
Ampliar las instalaciones	2
Otros	
Mejorar la alimentación de los animales	1
Felicitaciones	7
Total	198

5. CONCLUSIONES

Canales empleados para informarse

Este año la tendencia casi se iguala en 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 57,1% en el 2019 parecido al conseguido en el 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).

Regresión lineal

El trato recibido por las personas atendidas predice el 46,3% de la satisfacción global con el servicio recibido en el CPA. (Excluyendo las que se refieren a la adopción)

Si incluimos las tres variables de la encuesta que hacen referencia a la adopción, la capacidad predictiva es de un 45,5. La información recibida relativa a las pautas que habrá que seguir en relación con el animal adoptado es de un 45,5%.

Aportaciones de las personas encuestadas

Lo más solicitado es que se amplíe el horario (apertura por las tardes y/o los fines de semana)

Se quejan menos de que el Centro esté lejos y no cuente con transporte público para llegar.

Actualizarían periódicamente la página web con las imágenes de los animales que salen o se incorporan para evitar el desplazamiento de no haber lo que buscas.

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.