

## CONTROL DE CALIDAD DE SERVICIOS PARA PERSONAS MAYORES DEL AYUNTAMIENTO DE MADRID

# Estudio de satisfacción de los Socios de Centros Municipales de Mayores

Agosto 2015

# Índice

---

- 0. Ficha técnica y caracterización de la muestra**
- 1. Indicadores de impacto en la calidad de vida del usuario**
- 2. Indicadores clave de gestión estratégica**
- 3. Indicadores clave de gestión de calidad de los recursos sociales para personas mayores**
- 4. Indicadores clave de fidelización y captación de nuevos clientes**
- 5. Sugerencias de mejora**
- 6. Datos de clasificación**

# 0.

## Ficha técnica y caracterización de la muestra

## 0.1. Ficha técnica

### Universo

Personas socias de los Centros Municipales de Mayores del Ayuntamiento de Madrid (según datos publicados en la Memoria de Actividad de la DGMASISAE, a fecha 31/12/2014 había 325.017 socios)

### Tamaño y error muestral

1.500 entrevistas lo que supone la obtención de un error muestral del 2,58% (para un nivel de confianza del 95,5% y bajo el supuesto de máxima indeterminación donde  $p=q=0,5$ )

### Selección de informantes

Muestreo aleatorio simple sobre la base de datos de socios de los Centros Municipales de Mayores del Ayuntamiento de Madrid.

### Técnica de recogida de la información

Entrevista telefónica asistida por ordenador mediante sistema CATI.

### Fechas de recogida de la información

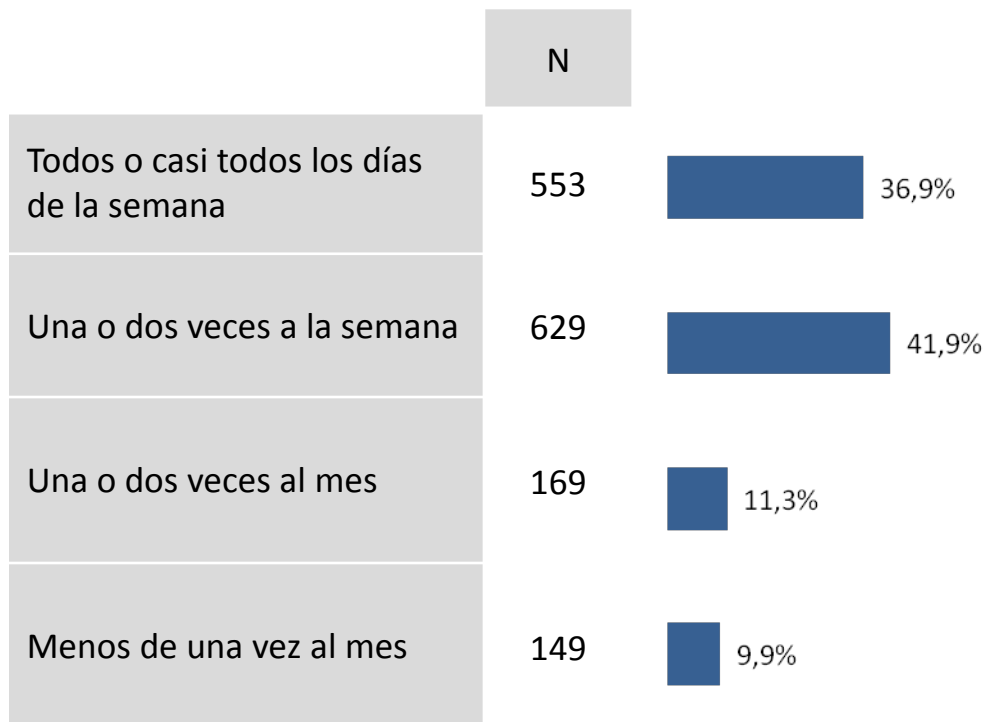
25 de mayo al 15 de julio de 2015

### Trabajo realizado por:

QUOTA RESEARCH, S.A  
[www.quotaresearch.com](http://www.quotaresearch.com)

## 0.2. Caracterización de la muestra

En la actualidad y de forma general, ¿con cuánta frecuencia acude al Centro Municipal de Mayores?

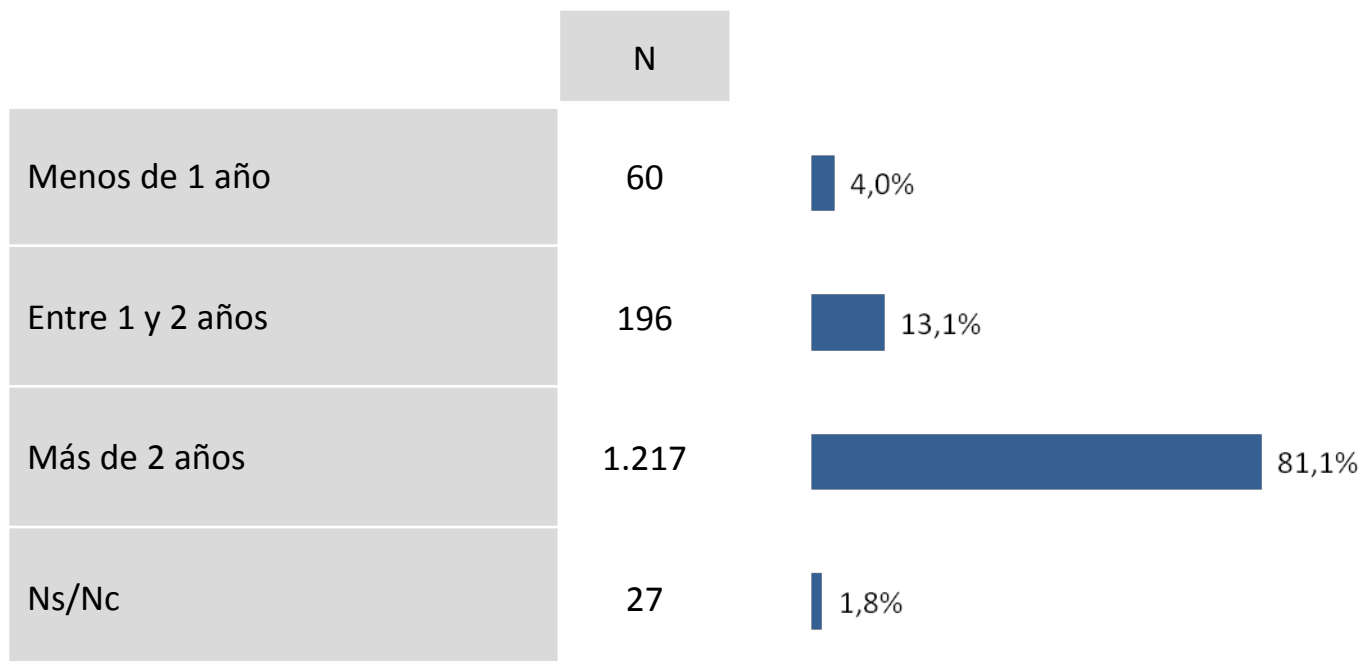


Base =1.500

## 0.2. Caracterización de la muestra



### ¿Desde hace cuánto tiempo acude al CMM?



Base =1.500

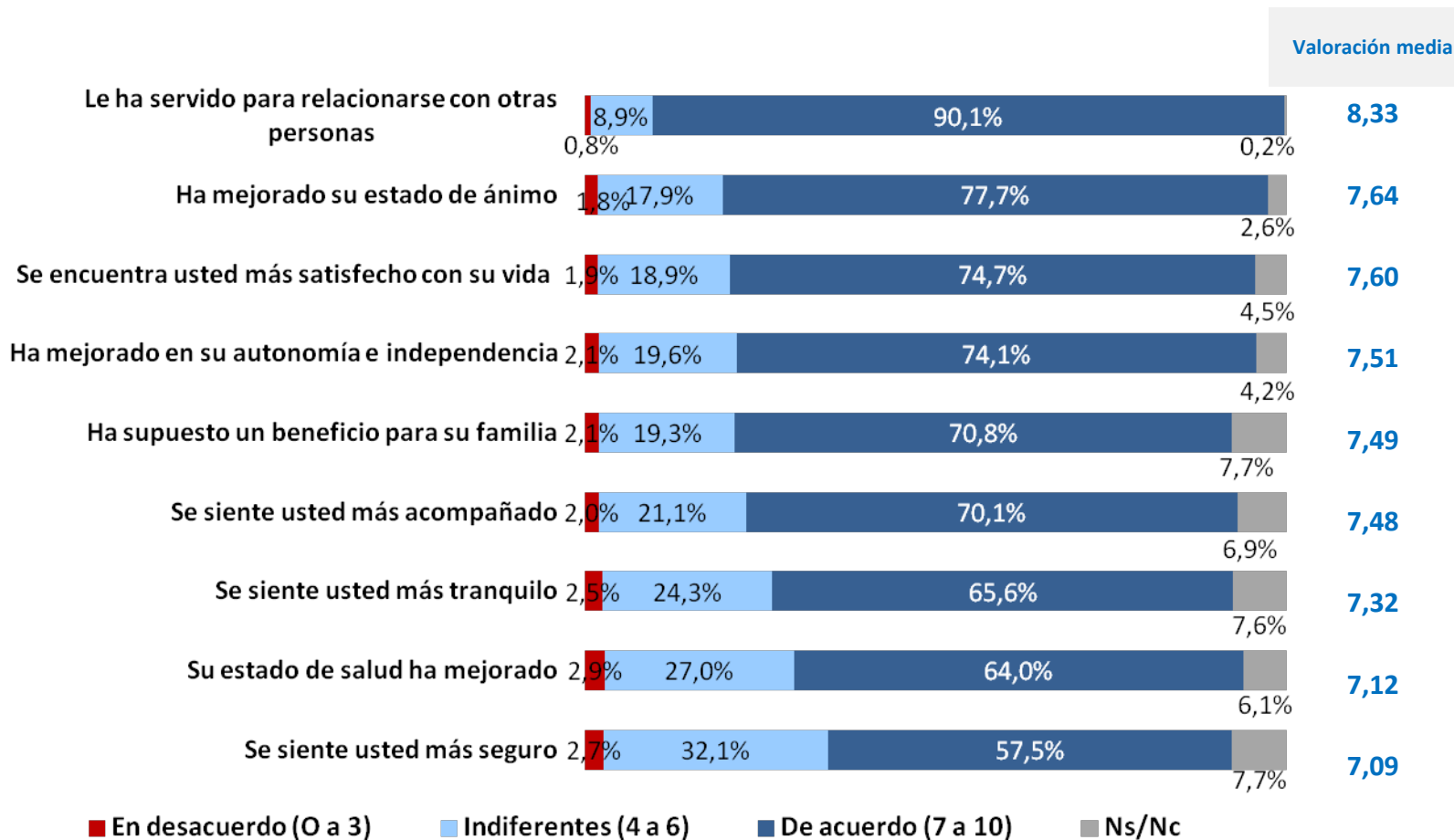
# 1.

## Indicadores de impacto en la calidad de vida del usuario



## 1.2. Influencia del servicio

### Influencia del servicio en la vida cotidiana de los usuarios

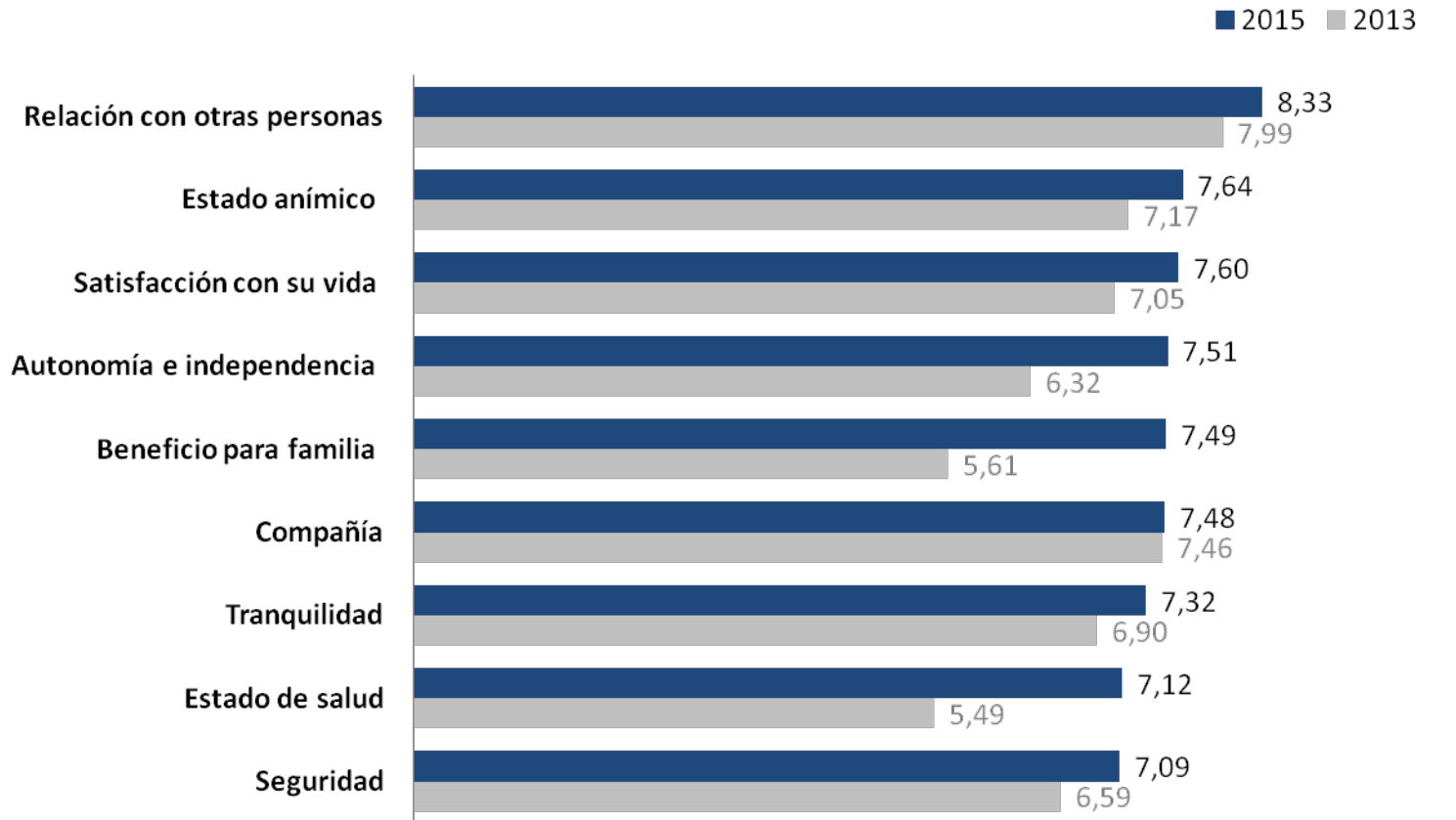


Base = 1.500



## 1.2. Influencia del servicio

### Evolución Influencia del servicio en la vida cotidiana de los usuarios (Valoración media)



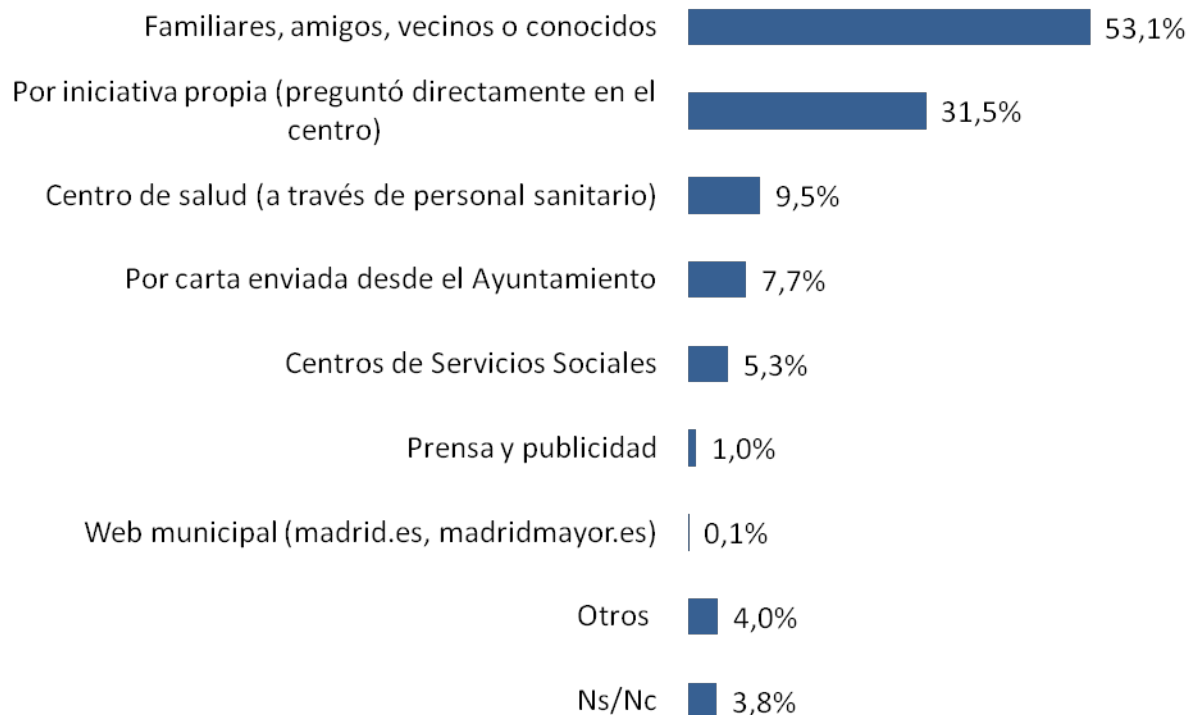
Base 2015 = 1.500  
Base 2013=1.615

# 2.

## Indicadores clave de gestión estratégica

## 2.1. Conocimiento del Servicio

### ¿A través de quién o dónde conoció el servicio de los Centros Municipales de Mayores?

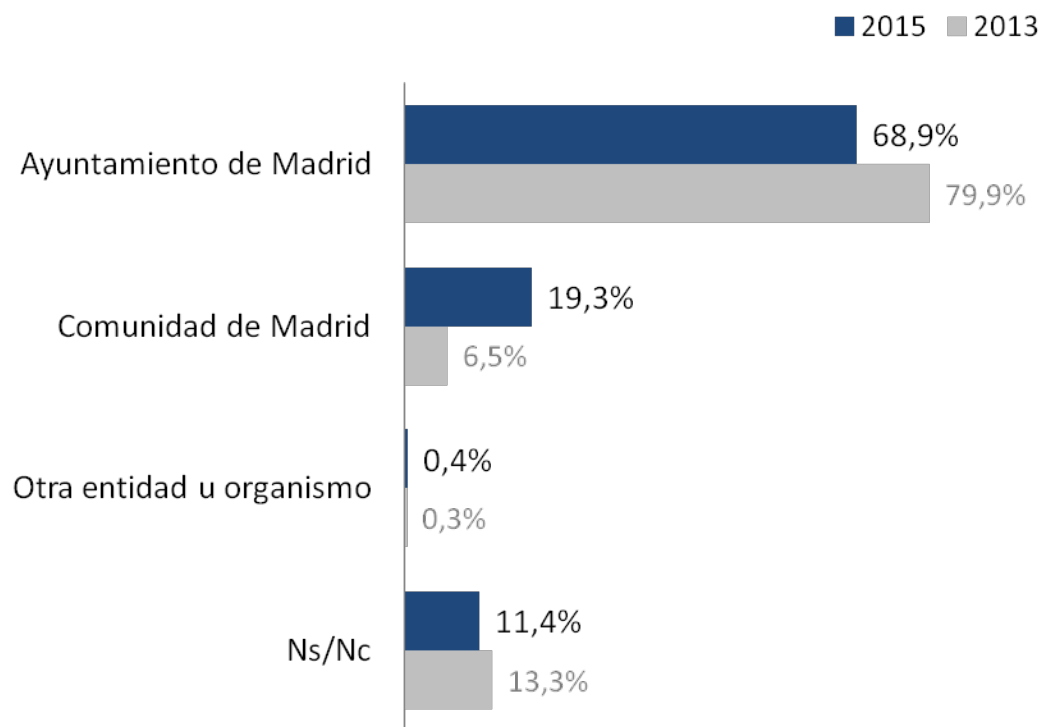


Base 2015 = 1.500

Base 2013 = 1.615

## 2.2. Notoriedad del Ayuntamiento de Madrid

¿Qué entidad u organismo cree usted que gestiona los CMM?



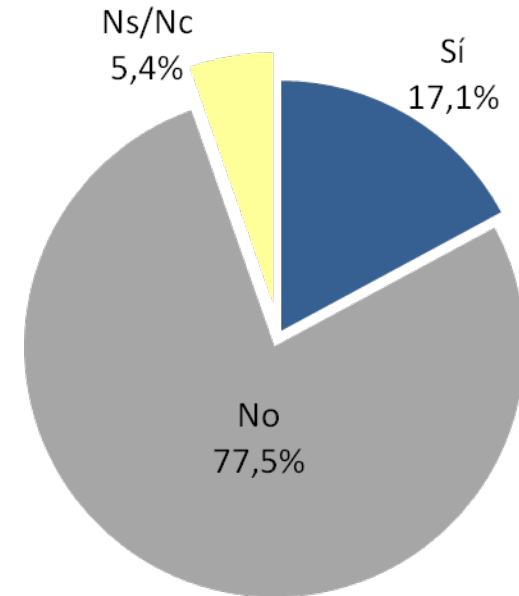
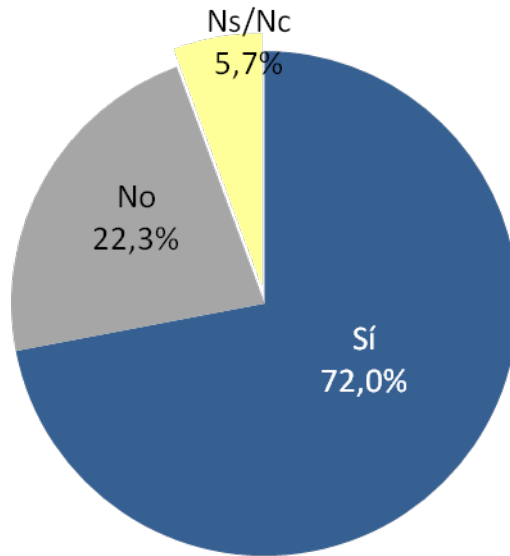
Base 2015= 1.500  
Base 2013 = 1.615

## 2.3. Influencia en la institucionalización

¿Cree usted que el acudir a un CMM le ha permitido seguir viviendo en su domicilio en mejores condiciones?

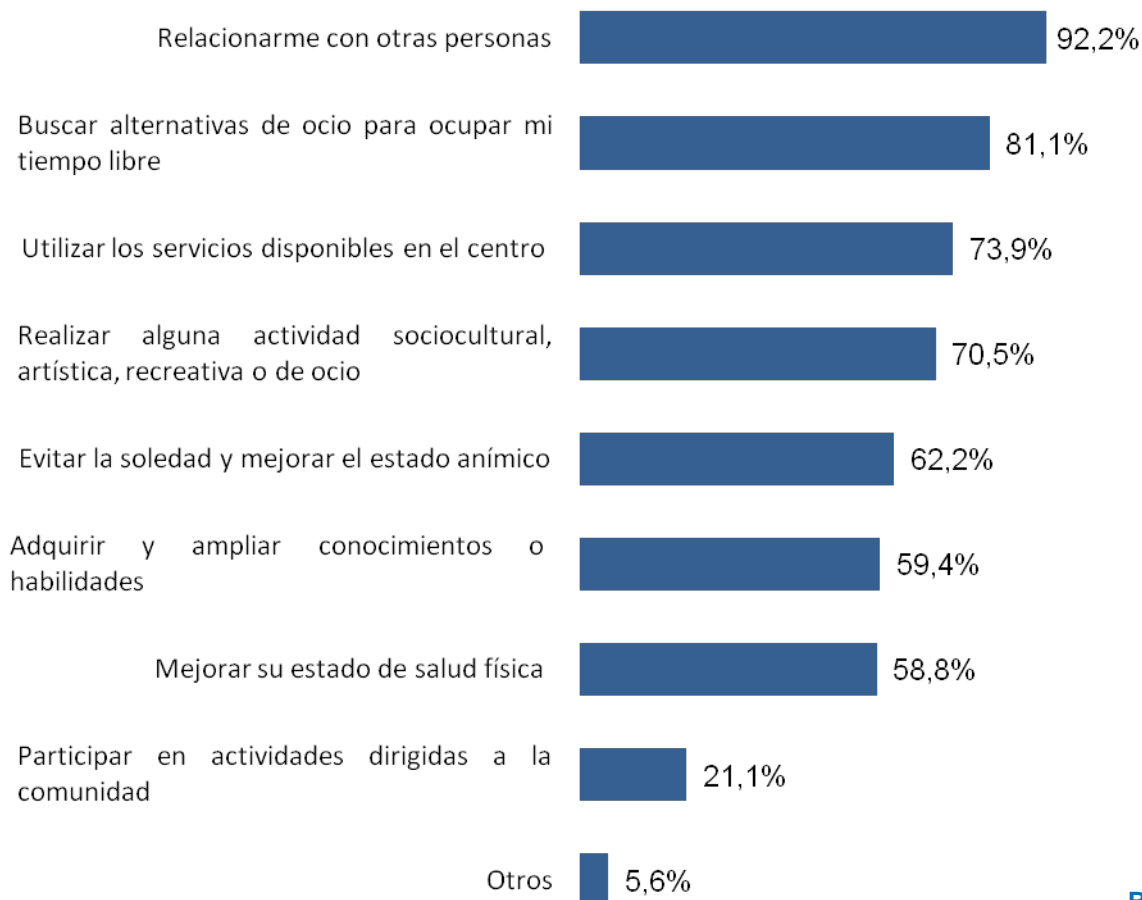
En su caso, ¿el acudir a un CMM está evitando su ingreso en una residencia?

Base 2015 = 1.500  
Base 2013 = 1.615



## 2.4. Adhesión a los Centros Municipales de Mayores

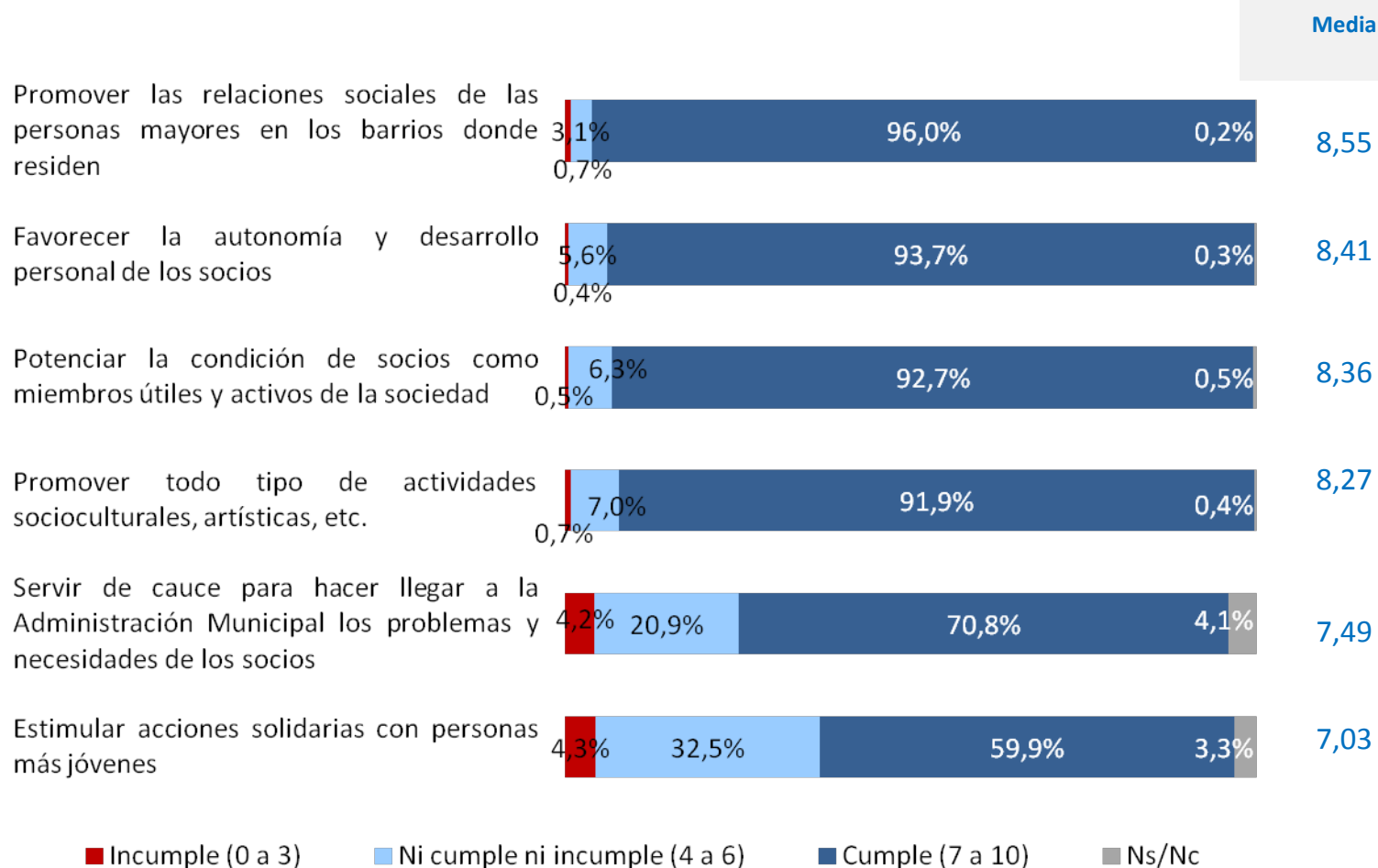
### ¿Cuáles fueron las razones que le motivaron para hacerse socio del CMM?



Base = 1.500  
Respuesta múltiple

## 2.5. Cumplimiento de objetivos

¿En qué medida cree usted que los CMM cumplen los siguientes objetivos?



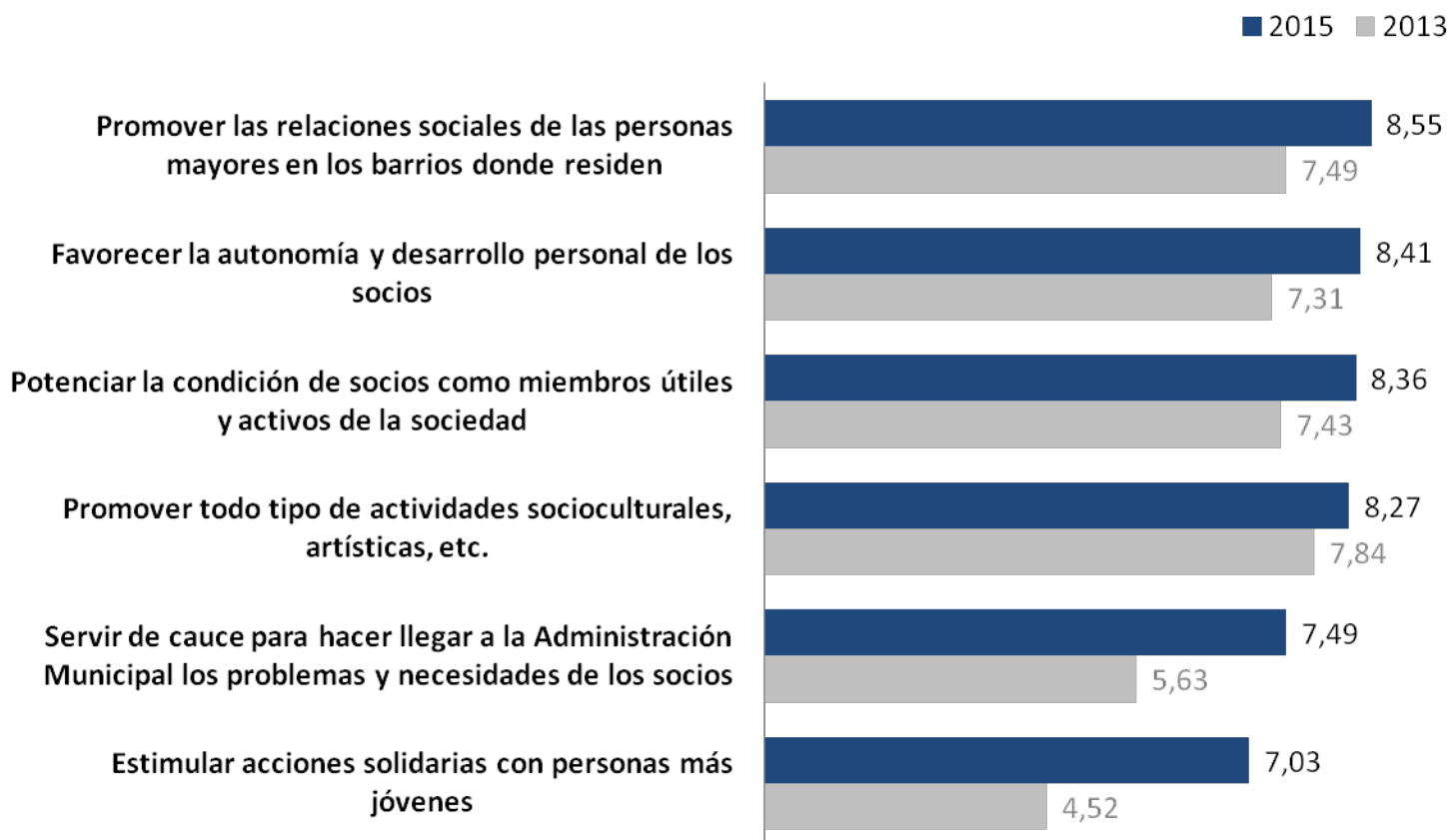
Base = 1.500



## 2.5. Cumplimiento de objetivos



### Evolución cumplimiento de objetivos



Base 2015 = 1.500  
Base 2013=1.615

## 2.6. Convivencia intergeneracional

### Grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones relacionadas con la convivencia intergeneracional

Considero que a los CMM deben acudir sólo personas mayores



A la hora de realizar actividades, prefiero hacerlo con personas afines a mis gustos y capacidades, independientemente de su edad



Me gustaría que a los CMM acudieran personas de todas las edades, no sólo mayores



■ Si

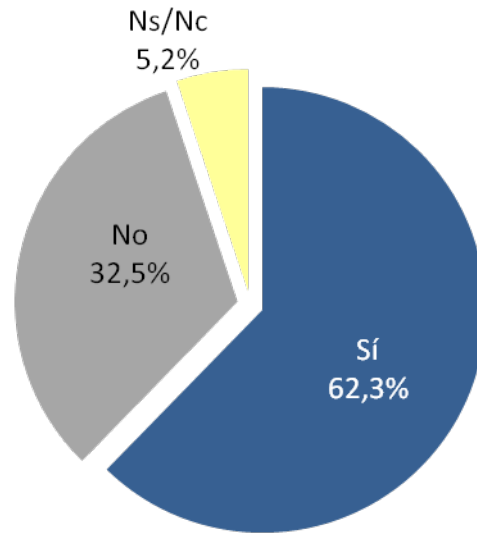
■ No

■ Ns/Nc

Base = 1.500

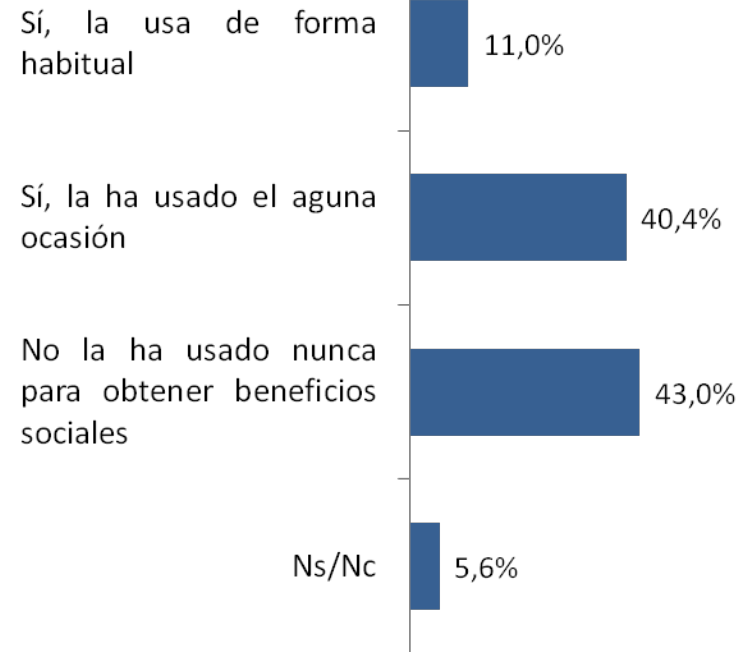
## 2.7. Tarjeta de socio Madridmayor.es

¿Sabe que la tarjeta Madridmayor ofrece descuentos en diferentes servicios y establecimientos asociados?



Base = 1.500

¿Usa la tarjeta de socio Madridmayor.es para obtener dichos descuentos?



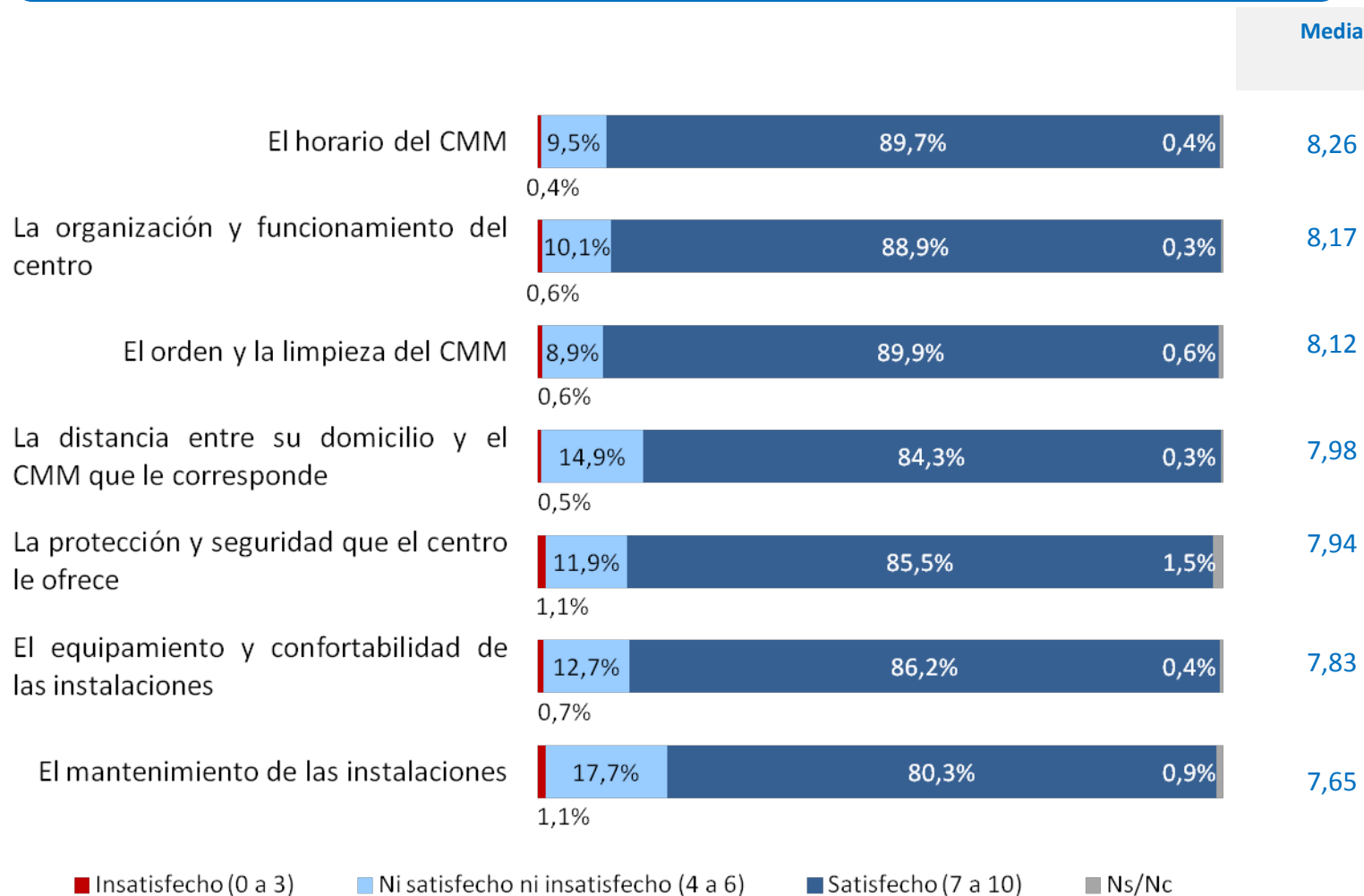
Base = 935

# 3.

## Indicadores clave de gestión de calidad de los recursos sociales para personas mayores

### 3.1. Estructura organizativa de los CMM

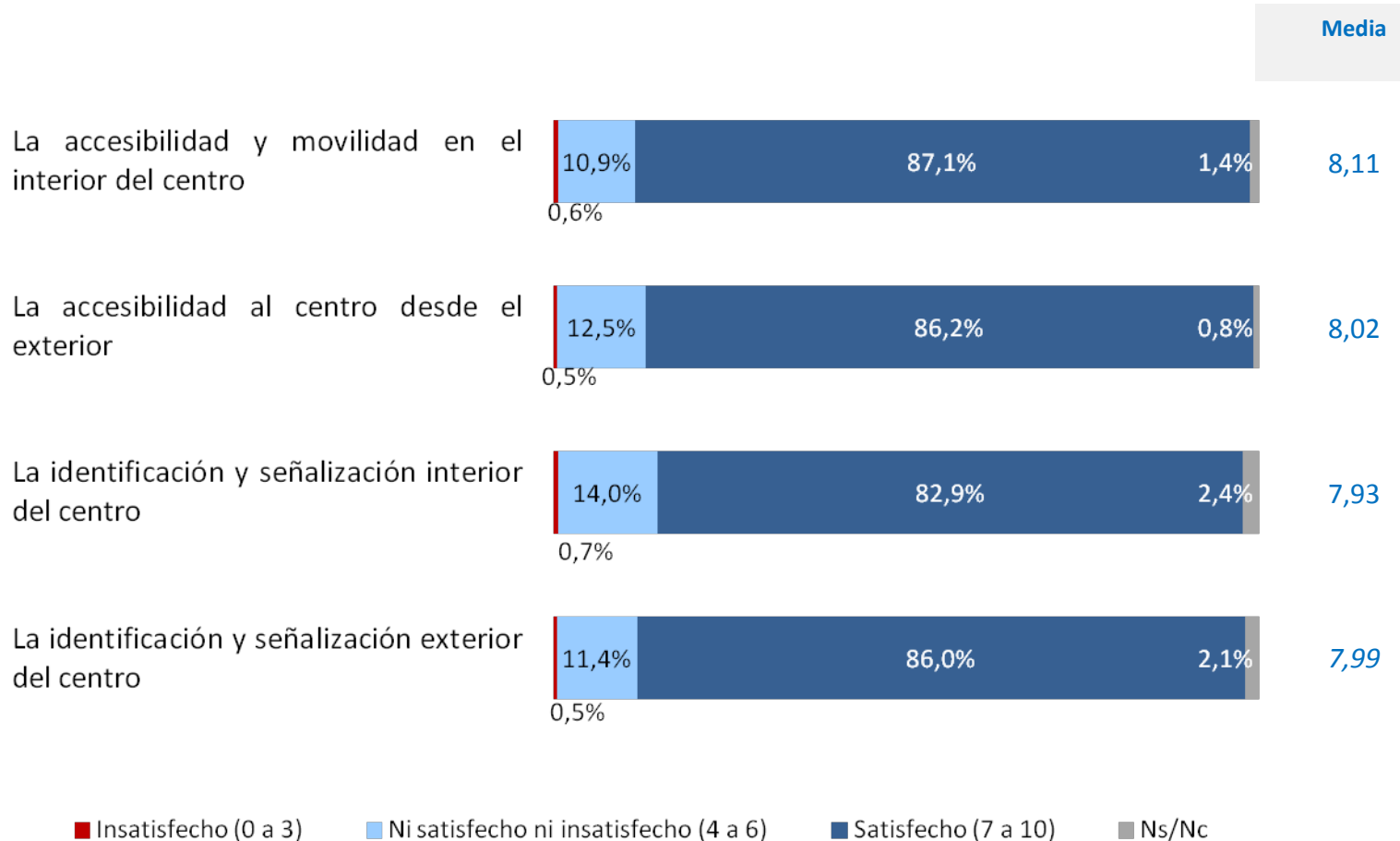
#### Satisfacción con los aspectos referentes a la estructura organizativa de los CMM (1 de 2)



Base = 1.500

### 3.1. Estructura organizativa de los CMM

#### Satisfacción con los aspectos referentes a la estructura organizativa de los CMM (2 de 2)

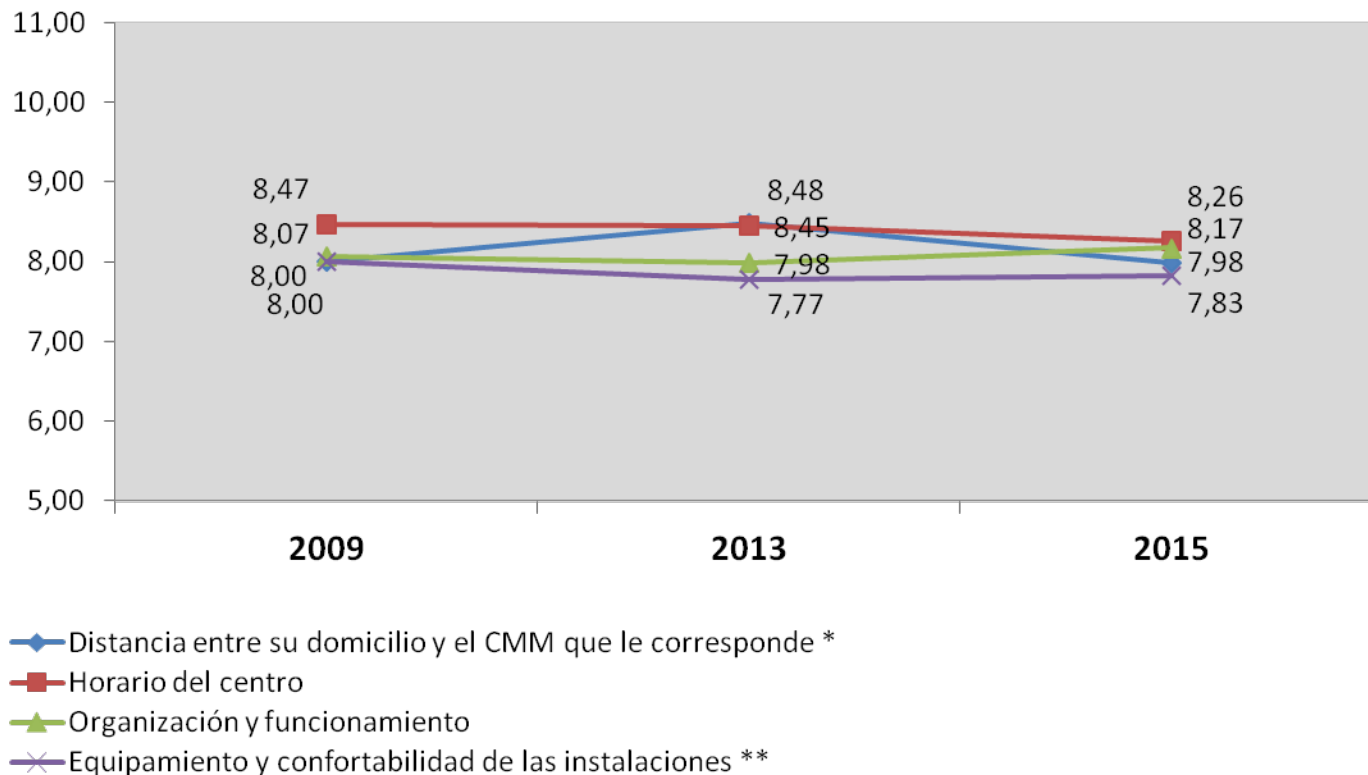


Base = 1.500



### 3.1. Estructura organizativa de los CMM

#### Evolución grado de satisfacción con la estructura organizativa

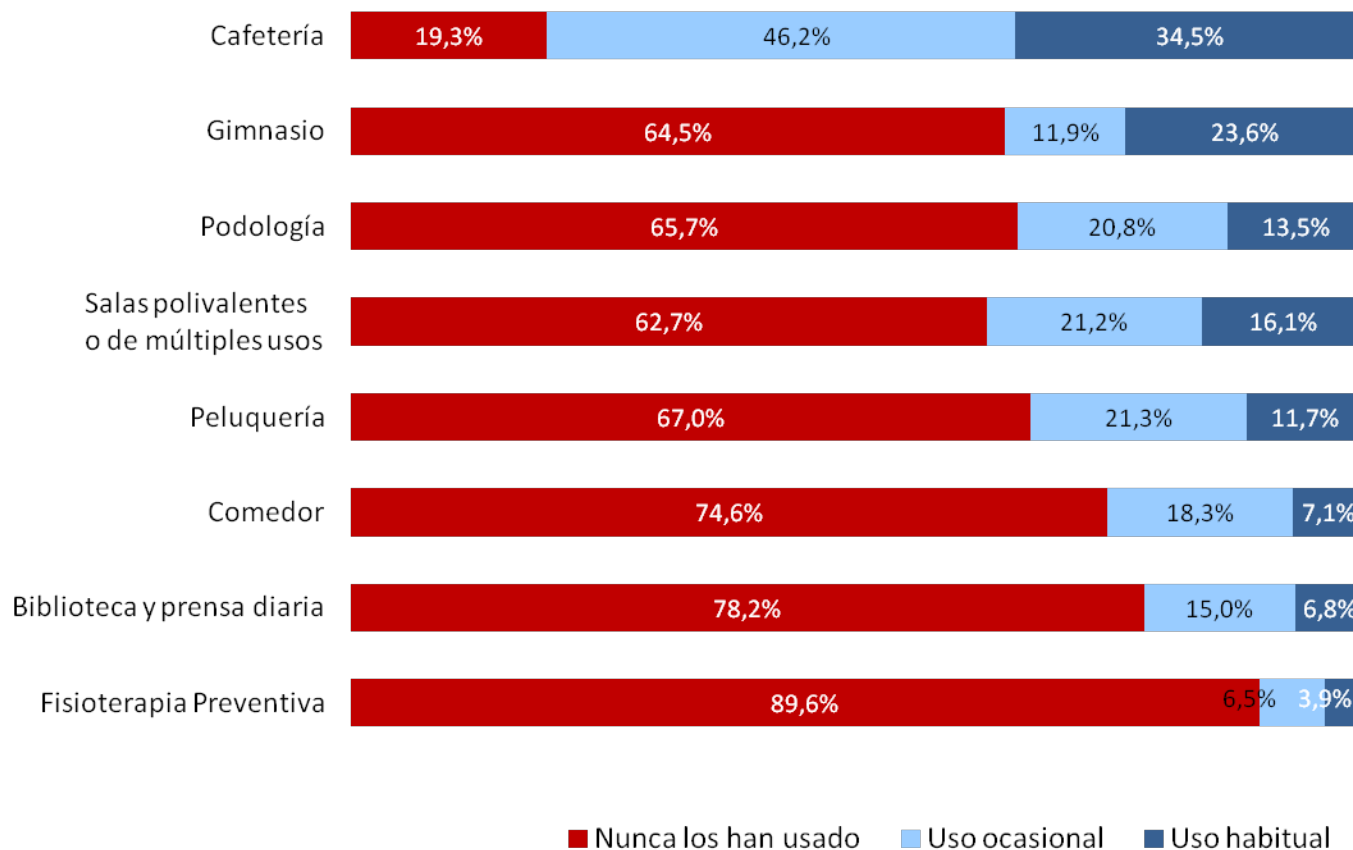


\* En 2009 se consultó por la ubicación del centro.  
 \*\* En 2013 se consultó por los espacios de los que dispone el centro en relación a su tamaño, seguridad, iluminación, etc.



## 3.2. Servicios y actividades ofertadas en los CMM

### Uso de los servicios ofertados en los CMM (1 de 2)

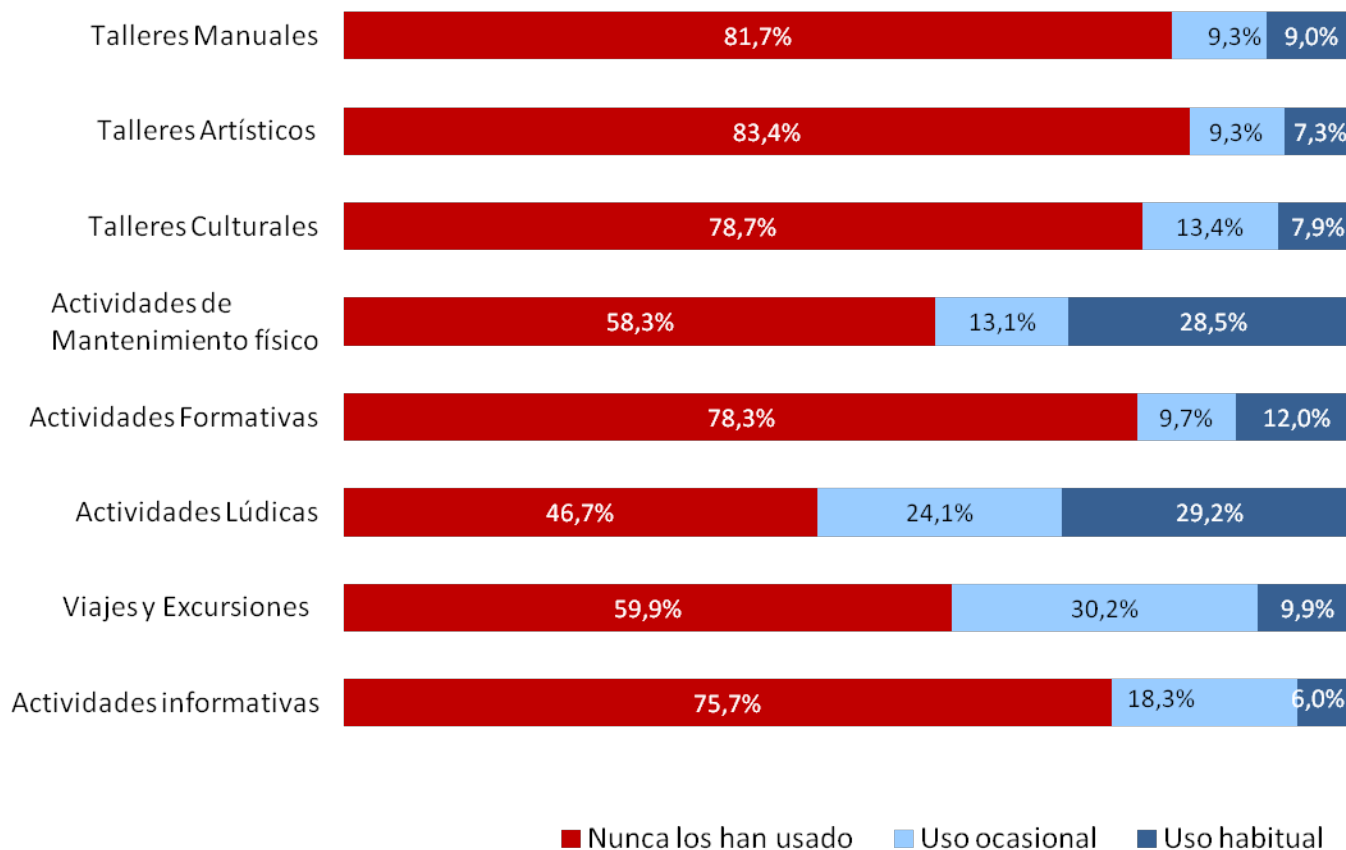


Base = 1.500

## 3.2. Servicios y actividades ofertadas en los CMM



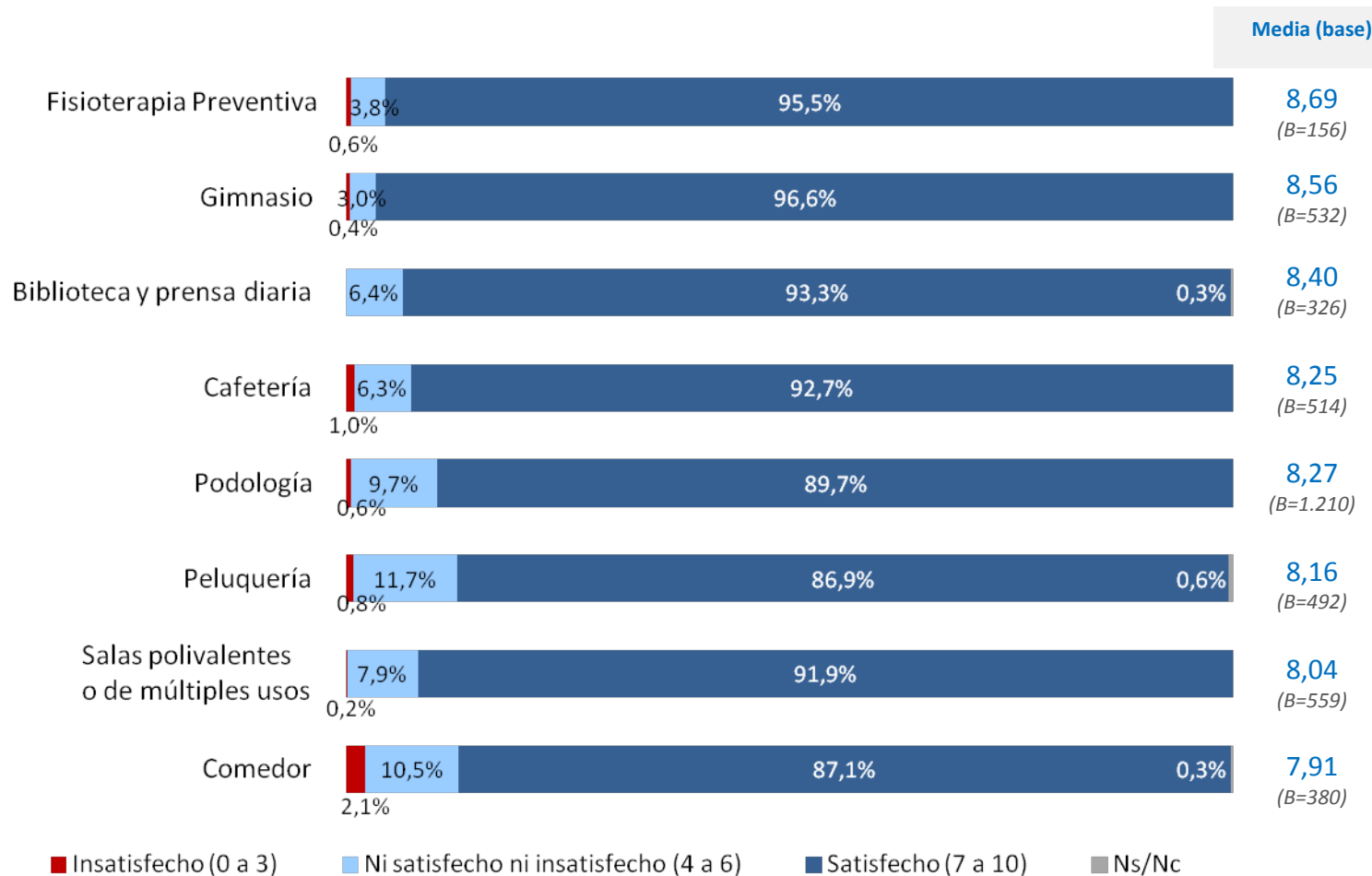
### Uso de actividades ofertadas en los CMM (2 de 2)



Base = 1.500

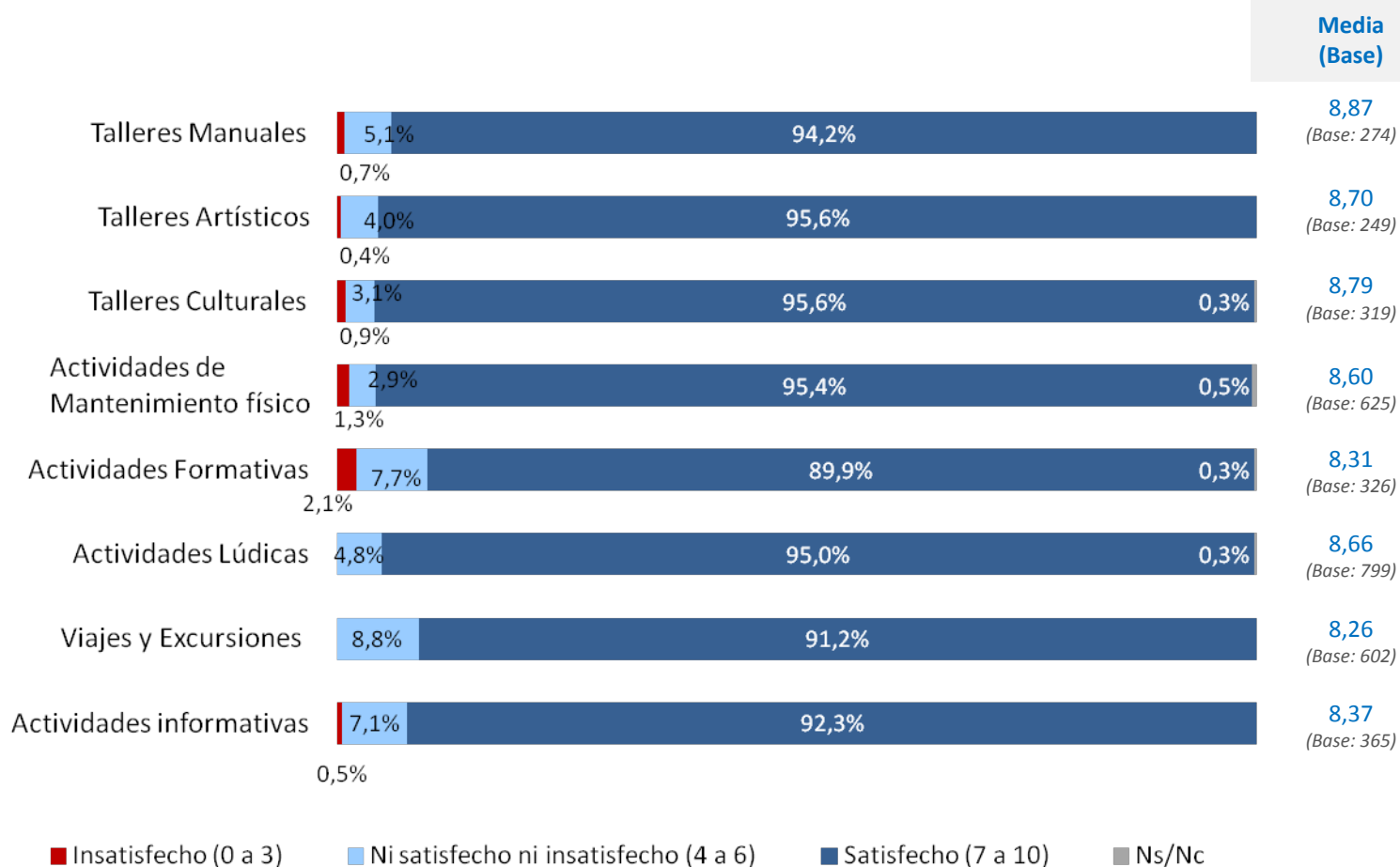
## 3.2. Servicios y actividades ofertadas en los CMM

### Satisfacción con los servicios utilizados en los CMM



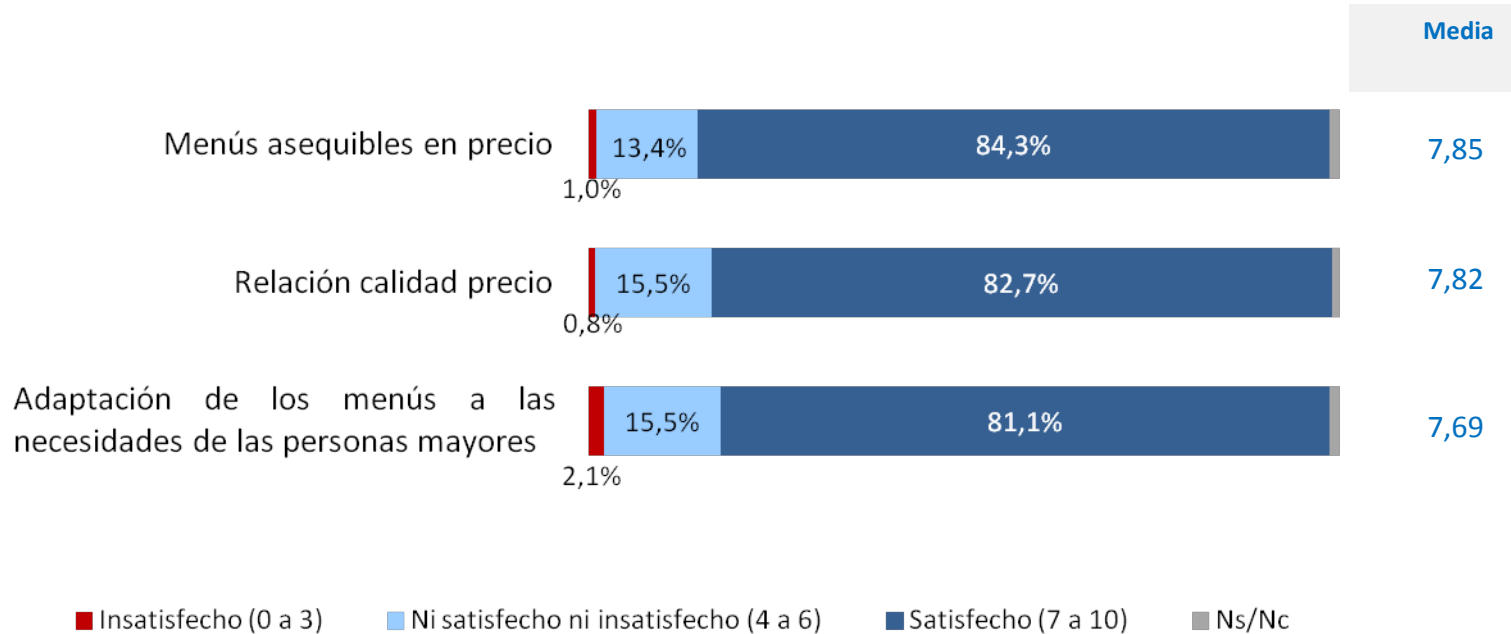
## 3.2. Servicios y actividades ofertadas en los CMM

### Satisfacción con las actividades a las que asisten los socios en los CMM



## 3.2. Servicios ofertados en los CMM

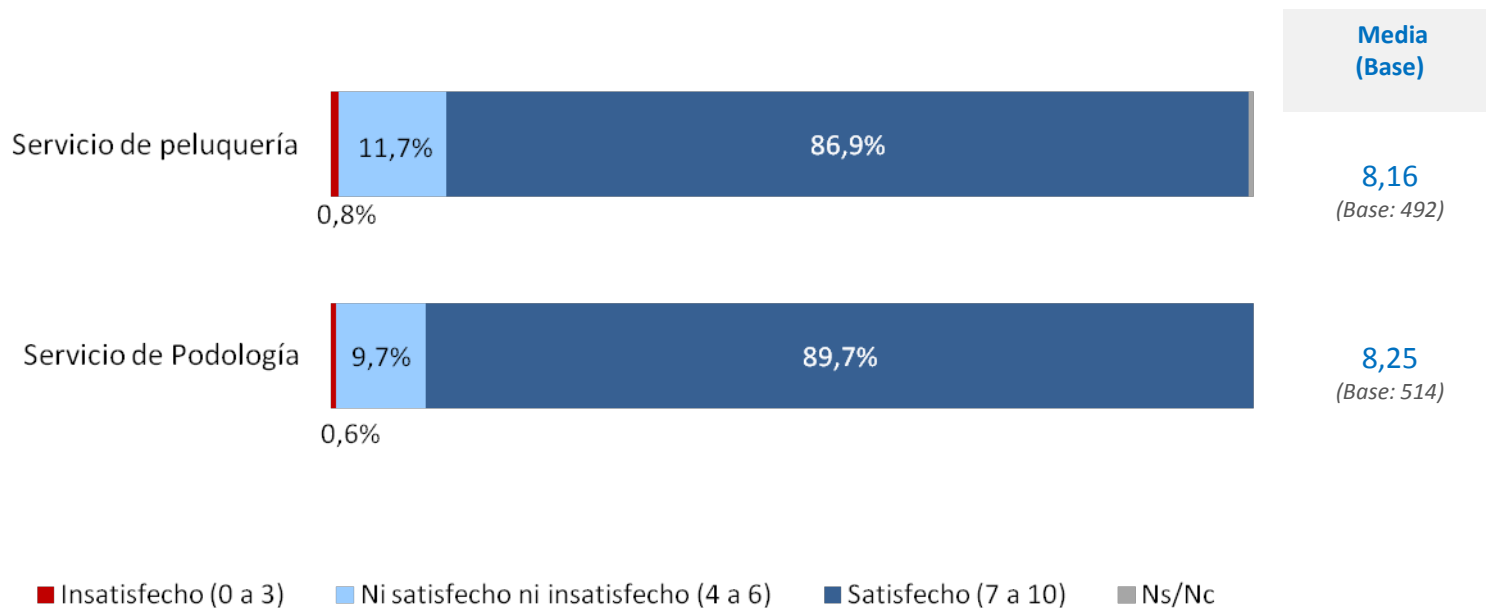
### Servicio de comedor



Base = 381

## 3.2. Servicios ofertados en los CMM

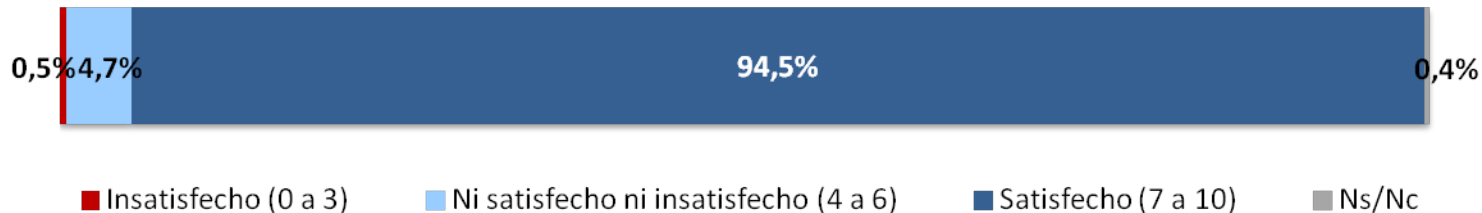
### Satisfacción del servicio de peluquería y podología que usa en su CMM



### 3.3. Profesionales que desarrollan la actividad

#### Satisfacción con el trato y la actitud de los profesionales que intervienen en la prestación del servicio

Valoración media (0 – 10) **8,86**



Base = 1.500

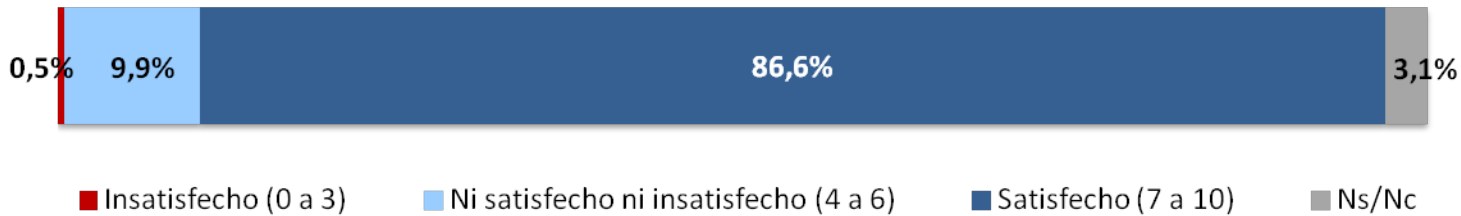


### 3.4. Modelo de organización de los CMM



#### Satisfacción con el modelo de organización de los CMM (Junta Directiva formada por personas mayores y coordinador de CMM como funcionario municipal)

Valoración media (0 – 10) **8,34**

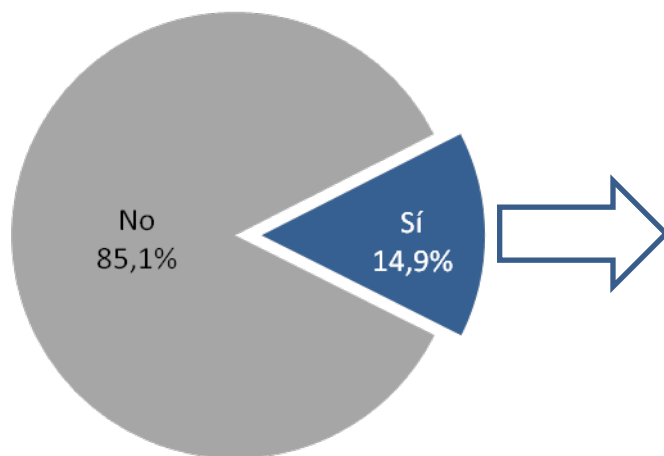


Base = 1.500



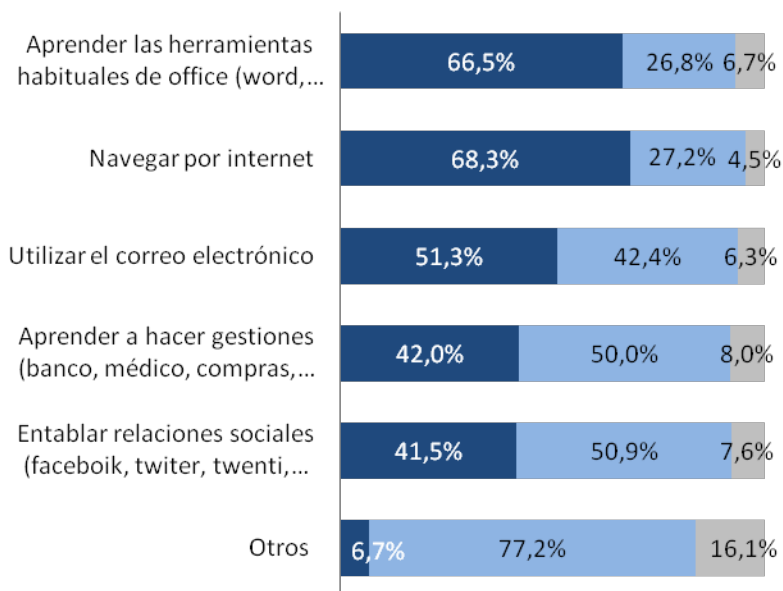
### 3.5. Utilización de aulas informáticas

¿Acude o ha acudido a las aulas informáticas de los CMM?



Base = 1.500

¿Puede decirme qué le motivo a acudir?



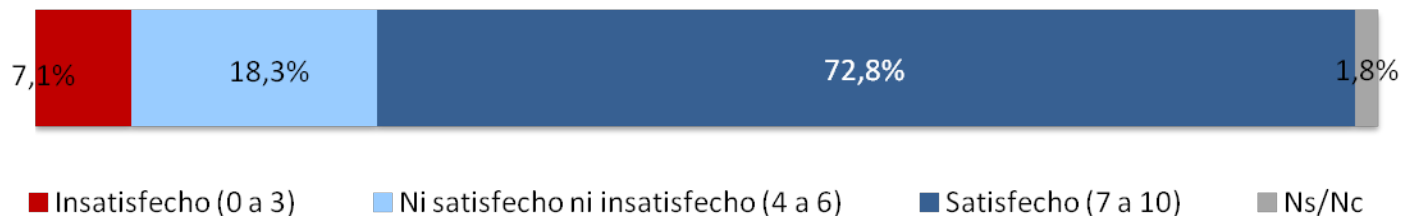
■ Sí ■ No ■ Ns/Nc

Base = 224

### 3.5. Utilización de aulas informáticas

¿Cuál es su valoración con respecto a las aulas informáticas del CMM?

Valoración media (0 – 10) **7,35**



Base = 224

### 3.6. Información facilitada a los usuarios

¿Cómo se encuentra de satisfecho con la información recibida en el momento de su incorporación al centro?

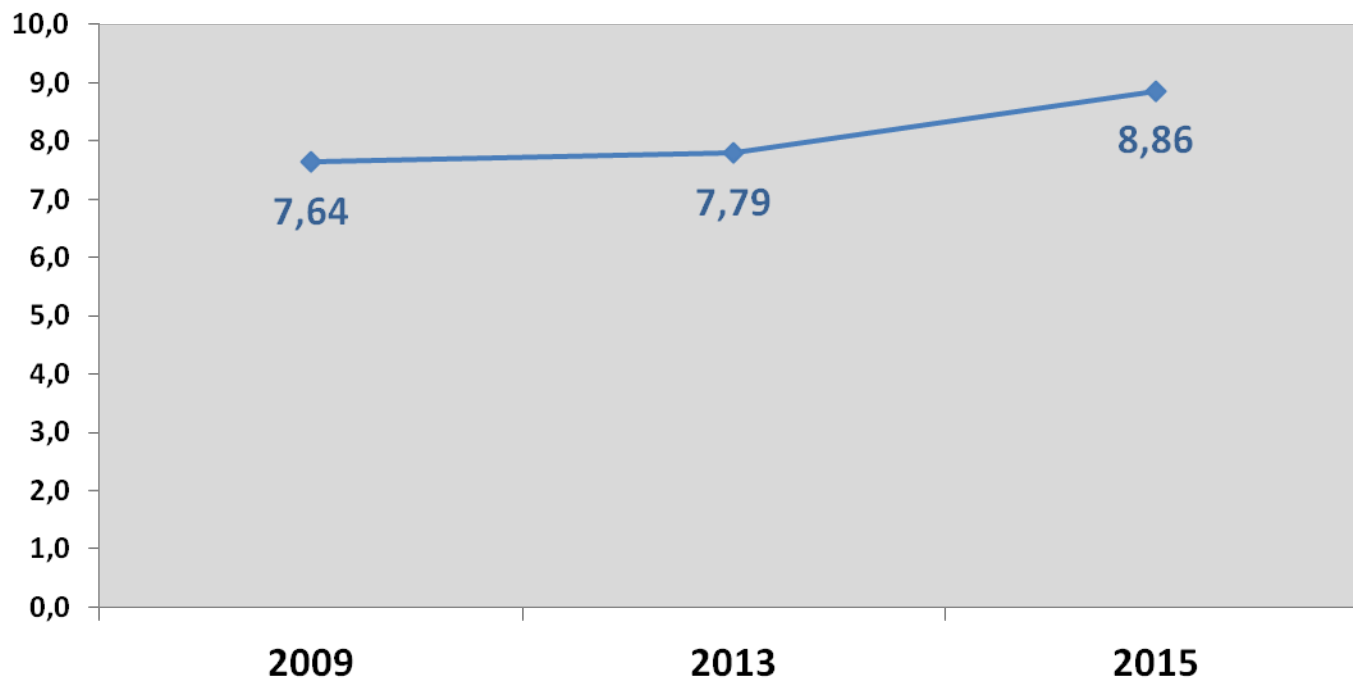
Valoración media (0 – 10) **8,86**



Base = 1.500

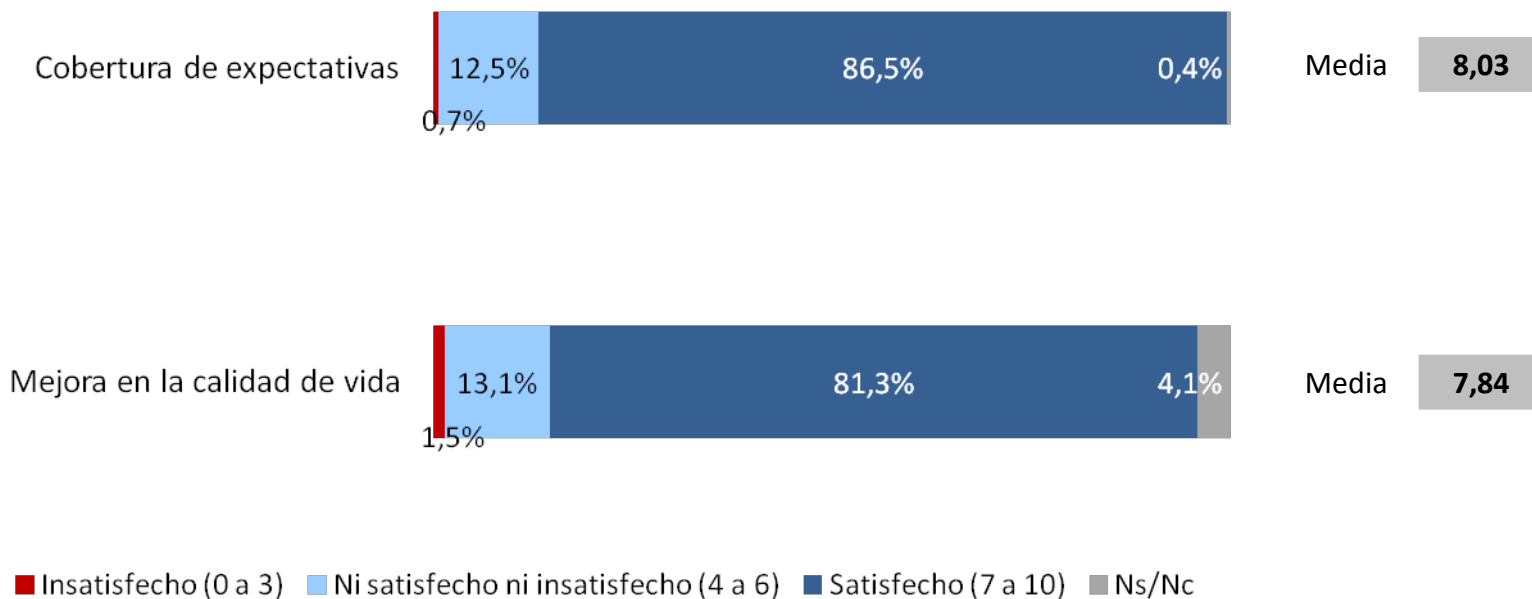
## 3.6. Información facilitada a los usuarios

### Evolución grado de satisfacción con la información facilitada a los usuarios



### 3.7. Cobertura de expectativas y mejora en la calidad de vida

Valoración de la satisfacción respecto a la cobertura de expectativas y la mejora en la calidad de vida una vez realizado el programa



Base = 1.500

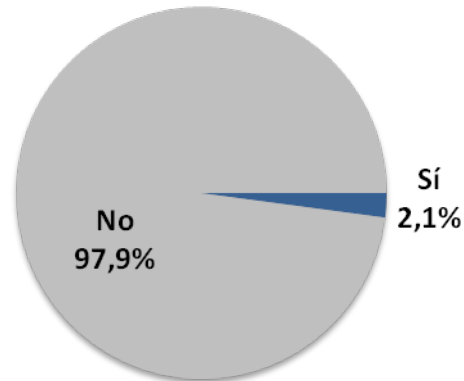
# 4.

## Indicadores clave de fidelización y captación de nuevos clientes

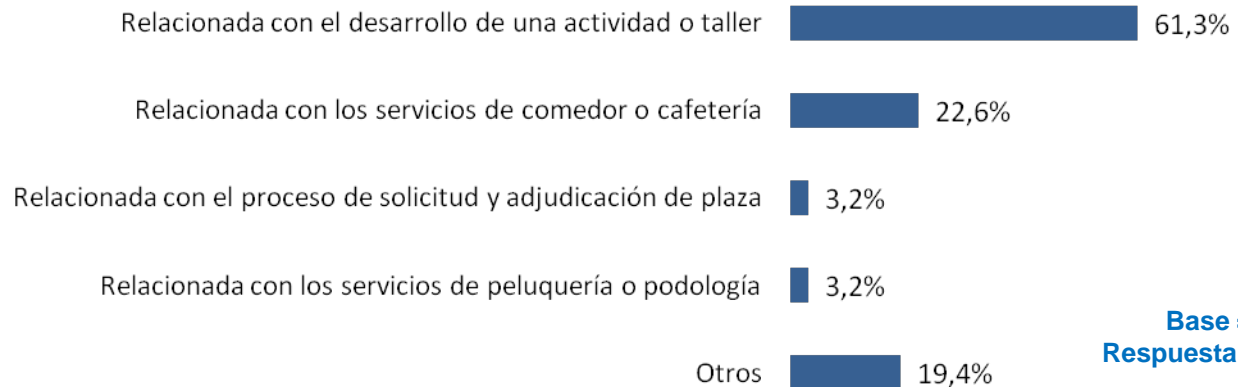


## 4.1. Quejas y reclamaciones

¿Ha interpuesto alguna queja o incidencia en alguna ocasión?

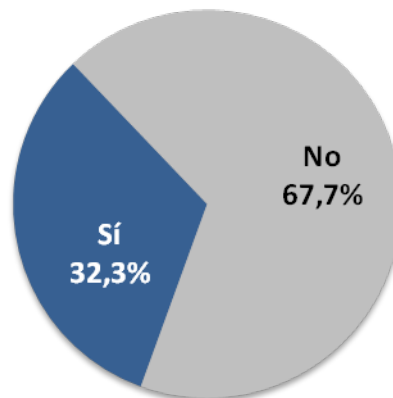


Por favor, indíqueme el contenido de dichas quejas



## 4.1. Quejas y reclamaciones

¿Le han contestado?



Base = 31

Por favor, valore su grado de satisfacción con el proceso de interposición de quejas, su tramitación, resolución,...

Valoración media (0 – 10) **2,67**



■ Insatisfecho (0 a 3)   
 ■ Ni satisfecho ni insatisfecho (4 a 6)   
 ■ Satisfecho (7a 10)   
 ■ Ns/Nc

Base = 31

## 4.2. Indicador de satisfacción global de usuarios

En general y teniendo en cuenta toda su experiencia como usuario del CMM, ¿cuál es su grado de satisfacción general?

Valoración media (0 – 10)

**8,31**



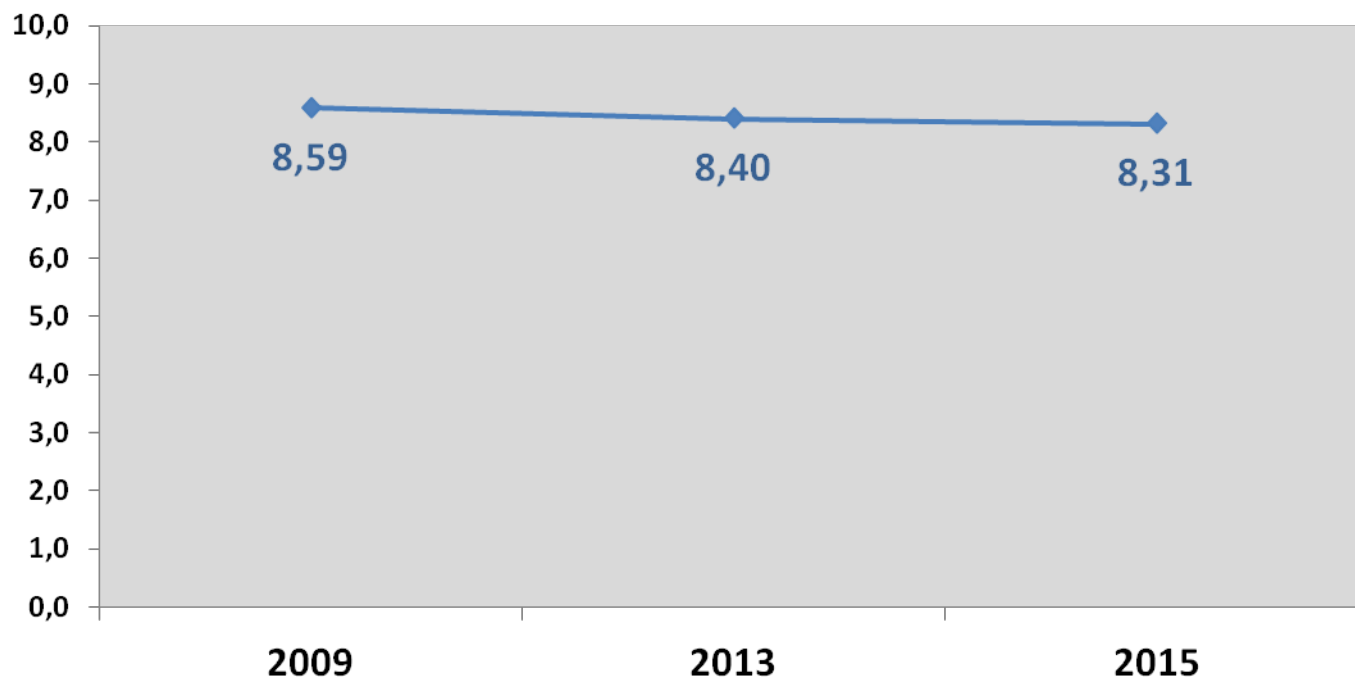
■ Insatisfecho (0 a 3)   ■ Ni satisfecho ni insatisfecho (4 a 6)   ■ Satisfecho (7 a 10)   ■ Ns/ Nc

Base =1.500

## 4.2. Indicador de satisfacción global de usuarios

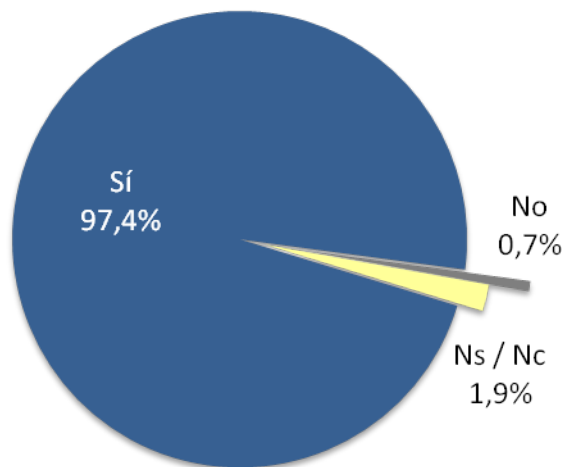


### Evolución del ratio de satisfacción global

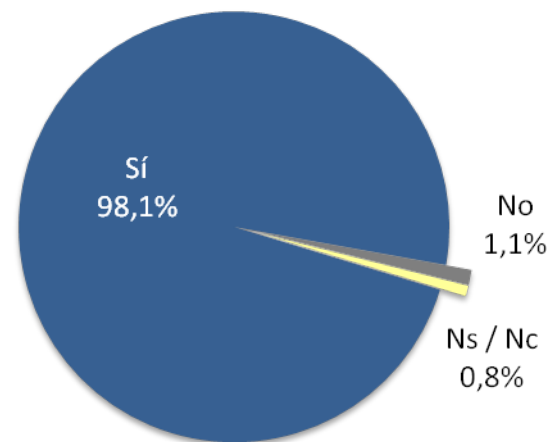


## 4.3. Participación futura y grado de recomendación

¿Volvería a solicitar ser socio de un CMM si fuese posible?



¿Recomendaría usted el CMM?



Base = 1.500

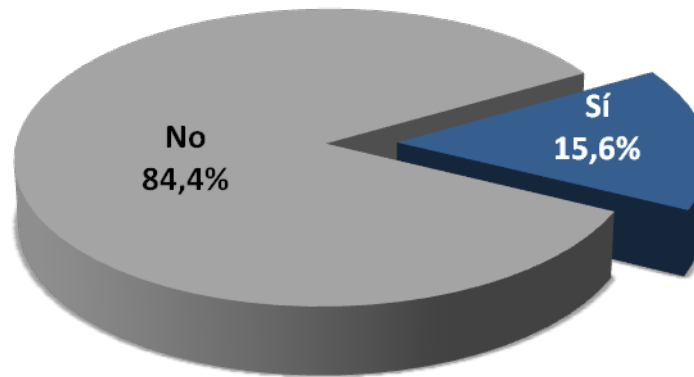
2013 (% SI)	% Dif. 2015/13
97,5%	+0,6

# 5.

## Sugerencias de mejora

## 5.1. Sugerencias de mejora

¿Tiene alguna sugerencia de mejora?



Base = 1.500



## 5.1. Sugerencias de mejora



¿Cuál?

Base = 234

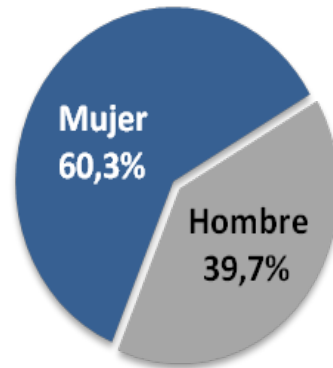
Respuesta múltiple

# 6.

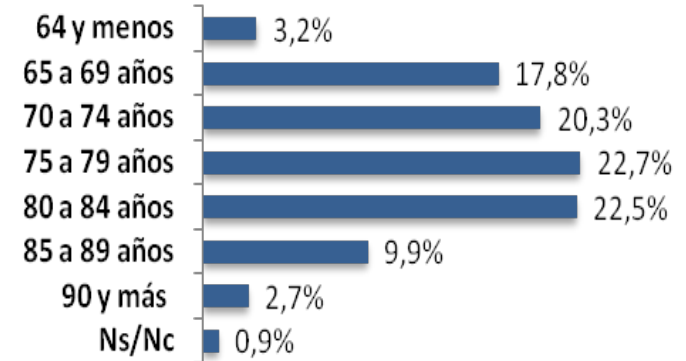
## Datos de Clasificación

## 6.1. Datos de clasificación

### Género del socio



### Edad del socio



Base = 1,500

***¡GRACIAS POR SU ATENCIÓN!***

