

**ENCUESTA A USUARIOS DEL  
CIPAJ, CENTRO DE  
INFORMACIÓN JUVENIL DEL  
SERVICIO DE JUVENTUD  
2.006**

## ÍNDICE

1.- Ficha técnica .....	Pg. 3
2.- Análisis sociodemográfico de los encuestados .....	Pg. 4
3.- Resultados más relevantes en la valoración de los servicios utilizados .....	Pg. 5
4.- Análisis de las consultas informativas por temas .....	Pg. 7
5.- Uso y valoración de otros recursos de difusión del CIPAJ.....	Pg. 7
6.- Valoración de las instalaciones y del horario de atención del CIPAJ.....	Pg. 8
7.- Mejoras propuestas por los usuarios del CIPAJ.....	Pg. 8
8.- Conclusiones del informe general.....	Pg. 9
 ANEXO 1: Usuarios de 15 a 19 años y usuarios especialmente desfavorecidos .....	 Pg. 11

## 1.- INTRODUCCIÓN Y FICHA TÉCNICA

El presente informe está basado en las dos oleadas de encuestas presenciales realizadas a los usuarios del centro de información del CIPAJ que acudieron a realizar consultas en las fechas comprendidas entre el 8 y 19 de mayo y del 19 al 30 de junio de 2006.

Durante el periodo de recogida de información acudieron 779 personas al centro de información del CIPAJ, de ellos fueron encuestadas el 70,9% y el resto no quiso o no pudo colaborar.

Si tenemos en cuenta todos los visitantes, encuestados o no, un 49.9% acudieron por la mañana, un 24.2% al mediodía y un 25.9% por la tarde.

El informe recoge los resultados obtenidos en las 402 encuestas de usuarios menores de 30 años.

A este informe se le han añadido dos anexos con los resultados de colectivos de especial interés para el CIPAJ:

- Anexo 1: Usuarios de 15 a 19 años (los más jóvenes)
- Anexo 2: Usuarios especialmente desfavorecidos (usuarios mayores de 16 años, sin estudios o sólo con enseñanza obligatoria, que no están estudiando en la actualidad y que se encuentran desempleados).

La ficha técnica del estudio es:

UNIVERSO	Personas usuarias del CIPAJ, N=42.500 usuarios/año
TAMAÑO DE LA MUESTRA	n= 551 encuestas, 402 encuestas de usuarios menores de 30 años y 149 usuarios mayores de 30 años.
UNIDAD DE MUESTREO	Persona usuaria de los servicios del CIPAJ
SELECCIÓN DE LA MUESTRA	Muestreo no aleatorio (se ha encuestado a todos los usuarios excepto los que no pudieron o quisieron colaborar)
TIPO DE ENCUESTA	Cuestionario autoadministrado
ERROR MUESTRAL	± 4.96% (para las 402 encuestas de menos de 30 años)
NIVEL DE CONFIANZA	95.45%
TRATAMIENTO ESTADÍSTICO	Programa SPSS 12.0
PERIODO DE REALIZACIÓN	Oleada 1: del 8 al 19 de mayo de 2006 Oleada 2: del 19 al 30 de junio de 2006
ELABORADO POR:	Gabinete Técnico IMPRO, S.L. <a href="http://www.improconsultores.com">www.improconsultores.com</a>

## 2.- ANÁLISIS SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS ENCUESTADOS

La encuesta recoge variables sociodemográficas con el fin de obtener un perfil de los usuarios del CIPAJ. En esta tabla se pueden ver los valores obtenidos de cada una de las variables:

VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS	%	
<b>Edad media</b>	22.5	
<b>Edad por intervalos:</b>		
< 14 años	2.4%	
De 15 a 19 años	27,5%	
De 20 a 24 años	33.6%	
De 25 a 29 años	32,9%	
<b>Sexo:</b>		
Mujer	57.2%	
Hombre	42.8%	
<b>País de origen:</b>		
España	88.6%	
Otros	<b>9.2%</b>	
Unión Europea	<b>2.2%</b>	
<b>Nivel de estudios terminados:</b>		
Estudios Universitarios	29.3%	
Bachiller	27.6%	
Enseñanza obligatoria	17.8%	
Formación Profesional	17.8%	
Ninguno	7.5%	
<b>Situación ocupacional:</b>		
Estudiante	44.6%	
Trabajador	34.9%	
Parado	18.2%	
Otros	2.4%	
<b>Distrito de residencia</b>	% jóvenes del distrito usuarios del CIPAJ	% jóvenes del distrito sobre jóvenes de Zaragoza
Centro	18,95 ↑	7,9
Delicias	12,02 ↓	17,8
San José	9,64 =	10
Fuera de Zaragoza	7,7	---
Actur	8,12 =	8,7
El Rabal	7,58 ↓	10,5
Casco histórico	7,8	6,37
Romareda/Universidad	7,25 =	7,56
Almozara	6,5 ↑	4,09

Las Fuentes	5,74	6,69
Torrero	4,11	5,43
Santa Isabel	3,14 ↑	1,56
Oliver/Valdefierro	2,38 ↓	4,66
Casablanca	1,84	2,53
Miralbueno	0,21 ↓	1,28
B. Rurales	4,65 =	4,32
<b>Medio por el que conocieron el CIPAJ:</b>		
Boletín del CIPAJ	<b>35.9%</b>	
Amigos	29.9%	
Otros (asociaciones, centros información)	11.8%	
Profesores/compañeros	8.2%	
Familia	6.5%	
Antenas informativas	4.1	
Internet	2.7%	
Prensa, radio, TV	1.0%	
<b>Frecuencia de uso del centro:</b>		
Entre 1 y 6 veces al año	34.1%	
Es la primera vez del año	32.4%	
Más de 12 veces al año	23.6%	
Entre 7 y 12 veces al año	9.2%	

NOTA. Los usuarios del CIPAJ extranjeros suponen el 11,4%, y la población extranjera de Zaragoza es el 9,84%.

### 3.- RESULTADOS MÁS RELEVANTES EN LA VALORACIÓN DE LOS SERVICIOS UTILIZADOS

**EL ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL DEL CIPAJ** ha sido de **84.94 puntos sobre 99**.

Si centramos el análisis en las distintas posibilidades informativas, podemos dividir a los usuarios entre aquellos que consultan a los informadores para obtener la información que necesitan y aquellos que utilizan los distintos métodos de autoinformación a través de los tabloneros y dossiereros. El porcentaje de uso, así como el grado de satisfacción, es el que se muestra en la siguiente tabla:

	<b>USO %</b>	<b>VALOR</b>
<b>SATISFACCIÓN GENERAL</b>	100%	84.94
<b>Informadores</b> (consulta personalizada)	71.06%	87.63
<b>Tabloneros y dossiereros</b> (autoinformación)	44.07%	81.34

Como puede verse 7 de cada 10 usuarios consultan a los informadores. Esta es su valoración de diferentes aspectos:

ATRIBUTOS DE LA ATENCIÓN PERSONALIZADA	VALOR
<b>Trato</b> dispensado por el informador	90,75
<b>Actitud</b> de escucha y atención prestada	89,57
<b>Claridad</b> en la información ofrecida	86,81
<b>Eficacia</b> en la resolución de la consulta	85,90
<b>Utilidad</b> de la información recibida	85,13

### USO Y VALORACIÓN DE OTROS SERVICIOS DEL CIPAJ:

AUTOINFORMACIÓN	USO %	VALOR
Tablones informativos	44.07%	81.34
Consultas en internet	31.17%	87.88
Carpetas temáticas	25.88%	77.77
Viajeteca	17.27%	84.13
Ciberespacio morlanes	16.78%	75.77
Hemeroteca	11.03%	82.83
Biblioteca	10.31%	80.93

Comparando con el 2003 todos los valores han permanecido prácticamente estables, con una ligera tendencia a la baja, excepto el aumento que se ha producido en la consulta en Internet, del 80.06 al 87.88%.

Los temas que ofrecen los Tablones informativos son los que se muestran en la siguiente tabla. En ella se observa el porcentaje de utilización y la valoración media de los encuestados.

TABLÓN INFORMATIVO	USO %	VALOR
Empleo	45.8%	80.33
Cursos	31.5%	<b>82.28</b>
Viajes/excursiones	30.9%	81,79
Becas y ayudas	27.8%	78.57
Anuncios	25.9%	81.19
Deportes	22.4%	79.97
Actos culturales	15.5%	<b>83.05</b>
Eurodesk	15.0%	74.70
Actividades del verano	12.5%	<b>84.58</b>
Actualidad	11.5%	<b>82.86</b>

#### 4.- ANÁLISIS DE LAS CONSULTAS INFORMATIVAS POR TEMAS

En este apartado analizamos cuáles son los temas sobre los que se han informado los usuarios en su visita al CIPAJ, a través de sus diferentes servicios:

TEMAS CONSULTADOS	%
Empleo	56.90
Vivienda	45.99
Cursos	35.76
Viajes y turismo	27.67
Voluntariado	18.33
Actividades culturales	16.35
Concursos	15.98
Becas	15.66
Educación	13.45
Deporte	12.99
Subvenciones	12.90
Oposiciones	12.84
Actividades Aire libre	11.33
Extranjero	10.33
Asociacionismo	3.80
Salud	3.56
Otros	0.30

El 56,9 de los usuarios del CIPAJ se informan sobre empleo, o el 69,74 si les sumamos, como es lógico, los que se informan sobre oposiciones.

#### 5.- USO Y VALORACIÓN DE OTROS RECURSOS DE DIFUSIÓN DEL CIPAJ

En este apartado ofrecemos resultados acerca del uso y valoración de otros recursos de difusión del CIPAJ, incluidos los medios de comunicación.

OTROS SERVICIOS DE DIFUSIÓN	USO %	VALOR
<b>Boletín del CIPAJ</b>	<b>61.73</b>	<b>80.90</b>
Página web del CIPAJ	39.26	76.36
Asesorías	21.98	76.69
Correo electrónico	12.77	73.51
Antenas informativas	12.29	71.98
Consulta telefónica	12.10	74.94

Se les preguntaba a los usuarios si les había llegado información del CIPAJ a través de algún medio de comunicación, los resultados son:

MEDIOS DE COMUNICACIÓN	USO %	VALOR
Página de Heraldo de Aragón de los sábados	16.32	77.89
Prensa	15.84	74.89
Radio	5.95	61.52
Televisión	1.63	67.48

La publicidad que más ha llegado al público es la ofrecida en la página de los sábados del Heraldo de Aragón y prensa, seguida de radio y televisión.

## 6. VALORACIÓN DE LAS INSTALACIONES y DEL HORARIO DE ATENCIÓN DEL CIPAJ

INSTALACIONES	VALOR
Luminosidad	85.93
Comodidad	85.43
Señalización de la información	84.99
Ubicación en la ciudad	80.23

HORARIO	VALOR
Adecuación a sus posibilidades	66
Amplitud	67

## 7.- MEJORAS PROPUESTAS POR LOS USUARIOS DEL CIPAJ

Un 7% de los usuarios del CIPAJ han propuesto al CIPAJ mejoras como:

- ✓ Ampliación del horario.
- ✓ Mejoras en la web.
- ✓ La orientación laboral más amplia, con entrevistas, trabajo en el extranjero, etc.
- ✓ Ampliación de servicios, como vivienda, viajes, albergues, trabajo y estancias en el extranjero...
- ✓ Más información para discapacitados y un servicio sobre el fracaso escolar.
- ✓ Los usuarios demandan más anuncios y más publicidad, en Heraldo y en los periódicos gratuitos (ADN, Qué...)
- ✓ Más revistas divulgativas, además de más publicaciones escritas
- ✓ Mayor frecuencia del Boletín del CIPAJ (actualmente es mensual).
- ✓ Algunos detalles como que la música esté a menos volumen.
- ✓ Más información sobre conciertos o exposiciones.

## 8.- CONCLUSIONES DEL INFORME GENERAL

1. PERFIL DE LOS ENCUESTADOS: Edad media entre 20 y 24 años (22,5). Mayoría de mujeres en todos los servicios. Mayoría de españoles aunque han aumentado los extranjeros, que suponen ya un 11,4 % de los usuarios. Estudiantes, con titulación universitaria o bachiller, aunque han aumentado considerablemente los que sólo tienen enseñanza obligatoria y los de titulación de FP. Residen en zona centro, seguido de Delicias. Conocieron mayoritariamente el CIPAJ por la revista El Boletín del CIPAJ y por amigos. Acuden al centro de información de 1 a 6 veces al año, seguido de cerca por aquellos usuarios que acuden al CIPAJ por primera vez.
2. INDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL DEL CIPAJ: 84.94 puntos sobre 99.
3. 7 de cada 10 usuarios consultan a los informadores y su grado de satisfacción es de 87.63 puntos. Un 44% de los usuarios utilizan los tabloneros y dossieres en su visita al CIPAJ y lo valoran con un 81.34.
4. LOS INFORMADORES: Las puntuaciones son muy altas en todas las ocasiones, destacando el trato dispensado por parte del informador (90.75) y la actitud de escucha y atención prestada (89.57). También alcanza un valor alto, una cualidad en la que es más difícil obtenerlo, la utilidad de la información recibida (85,4).
5. SISTEMAS DE AUTOINFORMACION: los servicios más utilizados son los Tabloneros informativos (44%), seguidos de las Consultas en Internet (31%), Carpetas temáticas (26%), la Viajeteca (17%) y el Ciberespacio Morlanes (16%). Todos los servicios superan los 75 puntos y los mejores valorados son: Consultas en Internet (88%), Viajeteca (84%) y Hemeroteca (83%)
6. LOS TEMAS MÁS CONSULTADOS en su visita al CIPAJ son: empleo, vivienda, cursos y viajes y turismo. Los menos consultados son salud y asociacionismo.
7. Los servicios de difusión más utilizados son el Boletín del CIPAJ y la página web del CIPAJ y los mejores valorados son el Boletín del CIPAJ y las Asesorías, seguido de cerca por la página web del CIPAJ.
8. Los servicios ofrecidos por el CIPAJ que menos utilizan los usuarios son la consulta telefónica, las antenas informativas y el correo electrónico. Coinciden con los servicios peor valorados.
9. Los medios de comunicación a través de los que más información han recibido del CIPAJ son el Heraldo de Aragón (la página del CIPAJ de los sábados), otros periódicos, seguidos de radio y, finalmente, televisión.
10. LAS INSTALACIONES del CIPAJ han sido valoradas por encima de los 80 puntos en todos los aspectos
11. Los encuestados han valorado con 66 puntos la adecuación del horario y con 67 la amplitud.
12. A un 7% de los encuestados les gustaría que el CIPAJ contara con algún tipo de información, publicaciones periódicas o servicios que en este momento no tiene.

**Cambios respecto a la encuesta realizada en 2003:**

No hay cambios relevantes en cuanto al usuario tipo.

La **edad** ha bajado de 23-24 a 22-23.

En cuanto al **país de origen** ha disminuido el porcentaje de españoles (de 92.3 a 88.6%) y ha aumentado el porcentaje de fuera de la U.E. (de 5.2 a 9.2%).

En cuanto al nivel de **estudios terminados**, suben todas las categorías y bajan los que tienen estudios universitarios (de 49 a 29.3%), probablemente debido al periodo de realización de las encuestas en el cual estos estudiantes estaban de exámenes.

En cuanto al **medio por el que conocieron el CIPAJ**, baja el porcentaje de los que lo conocieron por amigos (de 38.6 a 29.9%) y sube el de los que lo conocieron por Internet (de 1.9 a 2.7%).

Aumenta el porcentaje de los que vinieron por primera vez (de 22.3 a 32.4%), descendiendo el de los que vienen más de 12 veces al año (de 31.6 a 23.6%).

## **ANEXO 1:**

*RESULTADOS PARCIALES PARA EL  
INTERVALO DE EDAD  
DE 15 A 19 AÑOS y PARA JÓVENES  
ESPECIALMENTE  
DESFAVORECIDOS*

### A1.1.- INTRODUCCIÓN

En este Anexo 1 se analizan los datos de dos colectivos de jóvenes de especial importancia para el CIPAJ, ya que figuran en sus planes de mejora de la calidad:

- Los jóvenes más jóvenes, los de 15 a 19 años
- Los jóvenes especialmente desfavorecidos, el de los jóvenes mayores de 16 años, sin estudios o sólo con enseñanza obligatoria, y en desempleo.

Los datos de estos colectivos se comparan con los datos de la globalidad de los usuarios del CIPAJ.

#### **Jóvenes de 15 a 19 años**

se han recogido los datos de la encuesta realizada a los usuarios del CIPAJ de 15 a 19 años. Suponen el 21.93% de los encuestados totales por lo que hay que tener en cuenta que se está perdiendo representatividad en estas conclusiones, respecto al estudio general, y que deben tenerse en cuenta exclusivamente como conclusiones orientativas.

En 2003 este colectivo era el 14%, así que la primera conclusión es que han aumentado los usuarios de 15 a 19 años.

#### **Usuarios en situación de dificultad**

Se recogen los datos de la encuesta realizada a los usuarios del CIPAJ considerados como colectivo especialmente desfavorecido, éstos son los usuarios mayores de 16 años, sin estudios, o con Enseñanza Obligatoria y en desempleo.

Los usuarios que están en situación de desempleo y con la enseñanza secundaria terminada son 78. Entre los usuarios encuestados hay 18 mayores de 16 años y sin estudios, de los cuales 10 están estudiando en este momento, 1 trabaja y 7 están parados. Además entre éstos 7 parados hay dos que son mayores de 30 años. No obstante como son tan pocos usuarios con las características requeridas los hemos considerado en estas tablas.

En total suponen el 15.15% de los encuestados. La representatividad de estos resultados es muy pequeña y así debe considerarse. No obstante, dado el interés del CIPAJ en profundizar más en ellos, ofrecemos una descripción de estos usuarios.

## A1.2.- ANÁLISIS SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS ENCUESTADOS

VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS	Jóvenes de 15 a 19 años	Jóvenes con dificultades especiales	Todos los usuarios
<b>Edad media:</b>	---	23.36	22.5
<b>Sexo:</b>			
Mujer	55.30%	56.48%	57.2%
Hombre	44.70%	43.52%	42.8%
<b>País de origen:</b>			
España	84.00%	88.24%	88.6%
Otros	<b>14.00%</b>	<b>11.76%</b>	9.2%
Unión Europea	<b>2.00%</b>	--	2.2%
<b>Nivel de estudios terminados:</b>			
Enseñanza obligatoria	35.79%	91%	17.8%
Bachiller	30.89%	--	27.6%
Ninguno	25.20%	9%	7.5%
Formación Profesional	5.69%	--	17.8%
Estudios Universitarios	2.43%	--	29.3 %
<b>Situación ocupacional:</b>			
Estudiante	77.24%		44.6%
Parado	13.82%	100%	18.2%
Trabajador	7.32%		34.9%
Otros	1.62%		2.4%
<b>Distrito de residencia:</b>			
Centro	16.10%	24.71%	17.5%
El Rabal	10.50%	--	7.0%
Fuera de Zaragoza	10.50%	4.71%	7.7%
San José	9.70%	16.47%	8.9%
Oliver/Valdefierro	8.90%	--	2.2%
Delicias	7.30%	5.88%	11.1%
Torrero	6.50%	17.65%	3.8%
Romareda/Universidad	5.60%	10.59%	6.7%
Las Fuentes	4.80%	--	5.3%
Casco histórico	4.00%	--	7.2%
Almozara	4.00%	9.41%	6.0%
Santa Isabel	4.25%	3.53%	2.9%
Barrios Rurales	4.07%	--	4.3%
Actur	4.00%	7.06%	7.5%
Casablanca	2.30%	--	1.7%
Miralbueno	---	--	0.2%
<b>Medio por el que conocieron el CIPAJ:</b>			

Boletín del CIPAJ	35.77%	--	35.9%
Profesores/compañeros	20.33%	51.76%	8.2%
Familia	13.01%	16.47%	6.5%
Otros (asociaciones, centros información)	8.13%	12.94%	11.8%
Amigos	7.07%	18.82%	29.9%
Internet	6.50%	--	2.7%
Antenas informativas	4.07%	--	4.1%
Prensa, radio, TV	---	--	1.0%
<b>Frecuencia de uso del centro:</b>			
Es la primera vez del año	44.72%	--	32.4%
Entre 1 y 6 veces al año	29.27%	--	34.1%
Entre 7 y 12 veces al año	3.25%	--	9.2%
Más de 12 veces al año	22.76%	--	23.6%

### Jóvenes de 15 a 19 años

Como es lógico existen variaciones respecto al informe general en cuanto a la distribución del nivel de estudios y la situación ocupacional. Entre los encuestados de 15 a 19 años hay un porcentaje mucho más alto de enseñanza obligatoria y bachiller y mucho más bajo de formación profesional y estudios universitarios.

En cuanto a la situación ocupacional hay muchos más estudiantes y menos trabajadores y parados.

Destacan diferencias en cuanto al medio por el que han conocido el CIPAJ, ya que los jóvenes de 15 a 19 años lo han conocido por amigos en un porcentaje muy inferior respecto a la media. Es mayor el porcentaje de los que lo conocieron por el Boletín del Cipaj, profesores, compañeros y por la familia.

En este colectivo el porcentaje de los que conocieron el CIPAJ por Internet es más alto.

En cuanto a la frecuencia de uso la conclusión más destacable es el alto porcentaje, respecto a la media general, de nuevos usuarios entre el intervalo de edad estudiado.

---

### Jóvenes en situación de dificultad

Si atendemos a los mayores porcentajes, el perfil de los jóvenes más desfavorecidos que acuden al Cipaj cumple las siguientes características:

- Tiene una edad media de 23,36 años
- Es mujer, española, en paro, sin estudios o con la enseñanza obligatoria.

Vive principalmente en zona centro y se ha informado de la existencia del Cipaj por profesores y compañeros.

### A1.3.- RESULTADOS MÁS RELEVANTES EN LA VALORACIÓN DE LOS SERVICIOS UTILIZADOS

Servicios analizados	USO %			VALORACIÓN (0 a 99)		
	Jóvenes 15-19	Jóvenes con dificultades especiales	Todos los usuarios	Jóvenes 15-19	Jóvenes con dificultades especiales	Todos los usuarios
<b>Satisfacción general con CIPAJ</b>	100%	100%	100%	85.94	78.36	84.94
Informadores (consulta personalizada)	74.80%	80.25%	71.06%	87.52	70.36	87.63
Tablones y Dossieres (autoinformación)	39.02%	19.75%	44.07%	81.63	36.59	81.34

#### Jóvenes de 15 a 19 años

El uso tanto de informadores como de tablones y dossieres es muy similar respecto a la media general.

#### Jóvenes en situación de dificultad

Un 80,25% de ellos necesitan realizar sus consultas a través de los informadores y los valoran inferior a la media general. Los tablones son usados por tan sólo un 20% de ellos y son valorados muy bajos con una diferencia muy grande respecto a la media general. Es evidente que los tablones no son el canal adecuado para llegar a estos jóvenes.

Aquellos encuestados que realizaron alguna consulta a los informadores valoraron los siguientes aspectos:

ATRIBUTOS DE LA ATENCIÓN PERSONALIZADA	Jóvenes 15 - 19	Jóvenes con dificultades especiales	Todos los usuarios
Claridad en la información ofrecida	91.93	77,84	86,81
Actitud de escucha y atención prestada	89.50	80,92	89,57
Eficacia en la resolución de la consulta	87.35	91,28	85,90
Trato dispensado por el informador	86.32	83,72	90,75
Utilidad de la información recibida	85.00	61,04	85,13

Uso y valoración de los servicios denominados de "autoinformación":

Servicios autoinformación	USO %			VALORACIÓN (0 a 99)		
	Jóvenes 15-19	Jóvenes con dificultades especiales	Todos los usuarios	Jóvenes 15-19	Jóvenes con dificultades especiales	Todos los usuarios
Tablones informativos	39.02%	31.76%	44.07%	81.63	38.57	81.34
Carpetas temáticas	36.76%	11.76%	25.88%	78.75	75.78	77.77
Consultas en internet	29.75%	20.00%	31.17%	90.09	60.36	87.88
Viajeteca	16.09%	9.41%	17.27%	80.00	82.13	84.13
Biblioteca	10.56%	8.24%	10.31%	83.76	90.03	80.93
Ciberespacio morlanes	9.75%	8.24%	16.78%	75.00	85.69	75.77
Hemeroteca	7.31%	10.59%	11.03%	80.88	91.07	82.83

#### Jóvenes de 15 a 19 años

Entre los jóvenes de 15 a 19 años disminuye el uso de todos los servicios de autoinformación.

#### Jóvenes en situación de dificultad

Los servicios de autoinformación más usados (aunque poco) son principalmente los tablones, las consultas en Internet y las carpetas temáticas. Resulta significativo que son las peores valoradas, en especial los tablones informativos y las consultas en Internet.

Los temas que ofrecen los Tablones informativos son

Tablones Informativos	USO %			VALORACIÓN (0 a 99)		
	Jóvenes 15-19	Jóvenes con dificultades especiales	Todos los usuarios	Jóvenes 15-19	Jóvenes con dificultades especiales	Todos los usuarios
Empleo	30.00%	49.41%	45.8%	85.13	70.03	80.33
Anuncios	24.39%	2.35%	25.9%	80.33	90.33	81.19
Viajes/excursiones	21.95%	1.18%	30.9%	78.48	78.53	81,79
Cursos	18.69%	7.06%	31.5%	81.69	27.47	82.28
Becas y ayudas	18.69%	14.12%	27.8%	75.82	75.36	78.57
Actos culturales	15.44%	----	15.5%	75.44	----	83.05
Actualidad	14.63%	8.24%	11.5%	79.66	81.69	82.86
Deportes	14.63%	----	22.4%	75.44	----	79.97
Eurodesk	16.26%	2.35%	15.0%	75.45	73.70	74.70
Actividades del verano	27.64%	8.24%	12.5%	87.61	37.63	84.58

#### Jóvenes de 15 a 19 años

Disminuye el uso de todos los temas respecto a la media general (algunos hasta un 10% menos) y también la valoración, excepto las actividades del verano y los viajes y excursiones que lo valoran mejor que la media.

En el segmento analizado aumentan respecto a la media general las valoraciones relacionadas con la utilidad de casi todos los temas, excepto viajes y excursiones y becas y ayudas.

También aumentan las valoraciones de la claridad de casi todos los temas excepto viajes y excursiones.

Respecto a la media este segmento de edad valora más positivamente la actualización de todos los aspectos excepto la actualización de los cursos.

#### Jóvenes en situación de dificultad

Los temas más consultados son los relacionados con el empleo y becas y ayudas, es lógico tratándose de este colectivo. Ambos temas están valorados con una puntuación superior a 70 pero siempre algo inferior respecto a la media general.

## A1.4.- ANÁLISIS DE LAS CONSULTAS INFORMATIVAS POR TEMAS

Temas consultados	Jóvenes 15-19 %	Jóvenes con dificultades especiales %	Todos los usuarios %
Empleo	18.70 (1)	56,76 (1)	56.90 (1)
Otros	16.00 (2)	2,70 (5)	0.30 (17)
Viajes y turismo	13.82 (3)	----	27.67 (4)
Cursos	13.00 (4)	9,01 (3)	35.76 (3)
Voluntariado	12.19 (5)	----	18.33 (5)
Extranjero	10.57 (6)	----	10.33 (14)
Actividades Aire libre	10.57 (7)	----	11.33 (13)
Actividades culturales	7.31 (8)	----	16.35 (6)
Deporte	6.51 (9)	----	12.99 (10)
Vivienda	6.50 (10)	22,52 (2)	45.99 (2)
Educación	6.50 (11)	----	13.45 (9)
Becas	5.70 (12)	----	15.66 (8)
Concursos	4.87 (13)	9,01 (4)	15.98 (7)
Asociacionismo	4.06 (14)	----	3.80 (15)
Subvenciones	1.62 (15)	----	12.90 (11)
Salud	1.60 (16)	----	3.56 (16)
Oposiciones	0.80 (17)	----	12.84 (12)

**Jóvenes de 15 a 19 años**

Los jóvenes de 15 a 19 hacen menos preguntas en su visita y vienen al CIPAJ a solucionar una duda concreta. Por eso preguntan menos sobre todos los temas. Es importante las diferencias temáticas marcadas con los números entre paréntesis que indican el orden en sus preferencias.

**Jóvenes en situación de dificultad**

Una vez más quedan patentes las dos necesidades prioritarias de este colectivo de jóvenes en situación de dificultad: el empleo y la vivienda alcanzan los porcentajes mayores.

**A1.5.- OTROS ASPECTOS DE INTERÉS: USO Y VALORACIÓN DE OTROS RECURSOS DE DIFUSIÓN DEL CIPAJ, PUBLICIDAD, HORARIOS E INSTALACIONES.**

Otros servicios del CIPAJ	USO %			VALORACIÓN (0 a 99)		
	Jóvenes 15-19	Jóvenes con dificultades especiales	Todos los usuarios	Jóvenes 15-19	Jóvenes con dificultades especiales	Todos los usuarios
Boletín del CIPAJ	65.85%	24,71%	61.73%	83.69	83.66	80.90
Página Web del CIPAJ	44.71%	16,47%	39.26%	79.73	98.23	76.36
Asesorías	20.01%	14,12%	21.98%	76.96	90.13	76.69
Antenas informativas	17.07%	12,94%	12.29%	84.47	69.66	71.98
Consulta telefónica	13.00%	16,47%	12.10%	72.37	73.65	74.94
Correo electrónico	17.07%	15,29%	12.77%	68.19	71.27	73.51

**Jóvenes de 15 a 19 años**

Cabe destacar que respecto a la media aumenta el uso de todos los servicios excepto las asesorías, con muy poca diferencia.

**Jóvenes en situación de dificultad**

De otros recursos del Cipaj lo más conocido es el Boletín del Cipaj, la página Web, la consulta telefónica y el correo electrónico. Y los mejores valorados la Web, las asesorías y el Boletín.

Difusión del CIPAJ en medios de comunicación	USO %			VALORACIÓN (0 a 99)		
	Jóvenes 15-19	Jóvenes con dificultades especiales	Todos los usuarios	Jóvenes 15-19	Jóvenes con dificultades especiales	Todos los usuarios
Prensa	20.32%	17,65%	15.84%	73.36	---	74.89
Página de Heraldo de Aragón de los sábados	5.69%	20,00%	16.32%	---	---	77.89
Radio	3.25%	7,06%	5.95%	67.25	---	61.52
Televisión	1.62%	2,35%	1.63%	25.50	---	67.48

Instalaciones del CIPAJ	VALORACIÓN (0 a 99)		
	Jóvenes 15-19	Jóvenes con dificultades especiales	Todos los usuarios
Luminosidad	85.59	85.53	85.93
Comodidad	84.36	88.63	85.43
Señalización de la información	86.81	87.56	84.99
Ubicación en la ciudad	77.17	75.25	80.23

#### A1.6.- CONCLUSIONES DE USUARIOS DE 15 A 19 AÑOS

- ▶ Como es lógico existen variaciones respecto al informe general en cuanto a la distribución del nivel de estudios y la situación ocupacional, entre los encuestados de 15 a 19 años hay un porcentaje mucho más alto de enseñanza obligatoria y bachiller y mucho más bajo de formación profesional y estudios universitarios.
- ▶ En cuanto a la situación ocupacional hay muchos más estudiantes y menos trabajadores y parados.
- ▶ Existen diferencias en cuanto al medio por el que han conocido el CIPAJ, ya que los jóvenes de 15 a 19 años lo han conocido por amigos en un porcentaje muy inferior respecto a la media. Es mayor el porcentaje de los que lo conocieron por el Boletín del Cipaj, profesores, compañeros y por la familia. En este colectivo el porcentaje de los que conocieron el CIPAJ por Internet también es más alto que la media.
- ▶ En cuanto a la frecuencia de uso la conclusión más destacable es el alto porcentaje, respecto a la media general, de nuevos usuarios entre el intervalo de edad estudiado.
- ▶ El Índice de Satisfacción General del Cipaj es de 85.94 sobre 99, un valor muy similar respecto a la media general.
- ▶ El uso tanto de informadores como de tablones y dossieres es muy similar respecto a la media general.
- ▶ Por lo general valoran peor la actitud de escucha y el trato que la media. Valoran mejor que la media la claridad, eficacia y utilidad de la información recibida.
- ▶ Entre los jóvenes de 15 a 19 años disminuye el uso de todos los servicios de autoinformación.
- ▶ Disminuye el uso de todos los temas respecto a la media general y también la valoración, excepto las actividades del verano y los viajes y excursiones que lo valoran mejor que la media.
- ▶ En el segmento analizado aumentan respecto a la media general las valoraciones relacionadas con la utilidad de casi todos los temas, excepto viajes y excursiones y becas y ayudas.

- ▶ También aumentan las valoraciones de la claridad de casi todos los temas excepto viajes y excursiones.
- ▶ Respecto a la media este segmento de edad valora más positivamente la actualización de todos los aspectos excepto la actualización de los cursos.
- ▶ Por lo general disminuye el número de tablonos consultados, en especial los encuestados que consultan más de 8 tablonos. El 56,89% de los jóvenes de 15 a 19 años que acuden por primera vez no consultan ningún tablón, este dato es ligeramente superior a la media general. En cambio los demás jóvenes de 15 a 19 años que acuden con más frecuencia al Cipaj, aumentan el número de tablonos consultados respecto a la media. Cabe destacar que los usuarios que más veces acuden (más de 12) consultan muchos más tablonos que los demás usuarios.
- ▶ Disminuye notablemente el interés por todos los temas y en especial los relacionados con el empleo, oposiciones y educación.
- ▶ Cabe destacar que respecto a la media aumenta el uso de todos los servicios excepto las asesorías, con muy poca diferencia.
- ▶ Sube el uso de la prensa para informarse sobre el CIPAJ y se mantiene en bajos niveles la televisión.
- ▶ En cuanto a la valoración de los horarios, los jóvenes de 15 a 19 años han valorado con 62.37 puntos la adecuación del horario y con un 58.14 la amplitud, en ambos casos las valoraciones son más bajas que la opinión del resto de encuestados.
- ▶ Respecto a la valoración de las instalaciones (comparando con la media general), sube levemente la valoración de la señalización y baja la de la ubicación en la ciudad.

#### CONCLUSIONES SOBRE LOS USUARIOS EN SITUACIÓN DE DIFICULTAD

- ▶ Si atendemos a los mayores porcentajes, el perfil de los jóvenes más desfavorecidos que acuden al Cipaj cumple las siguientes características: Tiene una edad media de 23,36 años, es mujer, española, en paro, sin estudios o con la enseñanza obligatoria, vive principalmente en zona centro y se ha informado de la existencia del Cipaj por profesores y compañeros.
- ▶ Índice de Satisfacción General: 78.36 puntos sobre 99.
- ▶ Un 80,25% de ellos necesitan realizar sus consultas a través de los informadores y los valoran inferior a la media general. Los tablonos son usados por tan sólo un 20% de ellos y son valorados muy bajos con una diferencia muy grande respecto a la media general. Es evidente que los tablonos no son el canal adecuado para llegar a estos jóvenes.
- ▶ La valoración más alta es la eficacia en la resolución de la consulta, y la más baja la utilidad de la información recibida.

- ▶ Los servicios de autoinformación más usados (aunque poco) son principalmente los tablones, las consultas en Internet y las carpetas temáticas. Resulta significativo que son las peores valoradas, en especial los tablones informativos y las consultas en Internet.
- ▶ Los temas más consultados son los relacionados con el empleo y becas y ayudas, es lógico tratándose de este colectivo. Ambos temas están valorados con una puntuación superior a 70 pero siempre algo inferior respecto a la media general.
- ▶ Una vez más quedan patentes las dos necesidades prioritarias de este colectivo de Jóvenes en situación de dificultad: el empleo y la vivienda alcanzan los porcentajes mayores.
- ▶ De otros recursos del Cipaj lo más conocido es el Boletín del Cipaj, la página Web, la consulta telefónica y el correo electrónico. Y los mejores valorados la Web, las asesorías y el Boletín.
- ▶ El porcentaje de conocimiento de la página del Heraldo y otras actuaciones en prensa es ligeramente superior a la media general.
- ▶ La valoración que este colectivo hace de las instalaciones es muy buena y no hay casi diferencias con la valoración general.