

ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN Y  
PROPUESTA DE MEJORA MEDIANTE  
ENCUESTA DE LOS SERVICIOS  
OFERTADOS EN LA CASA DE  
CULTURA DE XIRIVELLA

TFC DIPLOMATURA EN GESTION Y ADMINISTRACION  
PÚBLICA

UNIVERSIDAD  
POLITECNICA DE  
VALENCIA

## INDICE

CAPITULO 1: Introducción .....	3
1.1 Resumen.....	3
1.2 Objetivos del TFC .....	5
1.3 Justificación de las asignaturas relacionadas de la titulación .....	6
1.4 Objeto del presente trabajo.....	8
CAPITULO 2: Antecedentes (Situación de partida).....	10
2.1 Breve reseña histórica y características del municipio de Xirivella ..	10
2.2 El Ayuntamiento de Xirivella .....	14
2.2.1 Normativa básica de la administración local .....	14
2.2.2 Estructura organizativa .....	18
2.2.3 Órganos de gobierno.....	22
2.2.4 Servicios ofertados .....	25
2.2.5 Relación de Puestos de Trabajo (RPT).....	29
2.3 La Casa de Cultura.....	31
2.3.1 Breve reseña histórica .....	31
2.3.2 Objetivos estratégicos básicos.....	33
2.3.3 Programas culturales .....	35
2.3.4 Programas de subvenciones .....	51
2.3.5 Presupuestos de ingresos y gastos.....	53

2.4 Legislación .....	59
2.4.1 Real Decreto 951/2005 por el que se establece el marco general para la mejora de la calidad en la administración y corrección de errores.....	59
2.4.2 Guía de orientación para la realización de estudios de análisis de la demanda y encuestas de satisfacción .....	62
CAPITULO 3: Desarrollo (metodología y resultados).....	66
3.1 Realización del estudio de los servicios ofertados en la actualidad.	66
3.2 Realización de la encuesta.....	78
3.2.1 Selección del tipo de encuesta (definición del alcance) .....	78
3.2.2 Determinación del tamaño muestral .....	81
3.2.3 Selección de la muestra.....	85
3.2.4 Ficha técnica .....	87
3.2.5 Cuestionario previo y cuestionario definitivo de la encuesta .....	88
3.2.6 Informe de la encuesta y difusión de los resultados .....	94
CAPITULO 4: Propuesta de mejora, conclusiones, bibliografía y anexos .....	108
4.1 Propuesta de actuación de aplicación a la Casa de Cultura.....	108
4.2 Conclusiones .....	118
4.3 Anexos.....	122
4.4 Bibliografía .....	159

## *CAPITULO 1: Introducción*

### *1.1 Resumen*

El siguiente Trabajo Final de Carrera (TFC) va destinado a la obtención del título de diplomado en Gestión y Administración Pública impartido por la Universidad Politécnica de Valencia. Consiste en el estudio y análisis de los programas ofertados por la Casa de Cultura de Xirivella, junto con la realización de encuestas a los ciudadanos del municipio para valorar la satisfacción percibida de tales programas. A continuación del análisis previo de los servicios ofertados y el análisis de las encuestas realizadas se procederá a realizar una propuesta de mejora de la gestión de los servicios ofertados.

La Casa de Cultura en el municipio de Xirivella, entre otros, trabaja con el objetivo de fomentar los hábitos culturales entre la población. Para ello ofrece una amplia programación estable y periódica de diferentes actividades relacionadas con la cultura, como lo son el teatro, el cine, etc.

El presente TFC está dividido en cuatro capítulos principales:

En el primero de ellos, al cual pertenece este epígrafe, se detallan los objetivos principales del TFC, que pueden dividirse en tres como veremos más adelante. También se justifican cada una de las asignaturas utilizadas para poder realizar el presente trabajo distinguiendo entre capítulos del trabajo cuales han sido necesarias en cada uno. El objeto del trabajo se puede encontrar también en este primer capítulo.

El segundo capítulo está dedicado a los antecedentes y puede dividirse en cuatro partes. En la primera parte conoceremos el municipio de Xirivella desde una perspectiva histórica. En la segunda se profundizará en la Administración Local del municipio desde la perspectiva normativa. Se estudia la normativa básica de la

administración local, junto con la estructura organizativa de los municipios. También se estudia los órganos de gobierno del ayuntamiento de Xirivella junto con los servicios ofertados por el mismo. La segunda parte incluye también un epígrafe dedicado a la relación de puestos de trabajo del ayuntamiento de Xirivella. La tercera parte del capítulo segundo está dedicada a profundizar en nuestro conocimiento sobre la Casa de Cultura de Xirivella. Se verán tanto los objetivos estratégicos básicos como una breve reseña histórica sobre sus comienzos. Además se estudiarán todos los programas que ofertan en la actualidad, para conocer más de cerca la situación de partida, y así proceder posteriormente al estudio de aquellos con más peso. En este apartado también se conocerá el actual programa de subvenciones que está realizando en la actualidad la Casa de Cultura, y se realizará una comparación entre el presupuesto de gastos e ingresos del año 2011 y el del 2012. En el cuarto y última parte de este capítulo se estudia la legislación que inspira la mejora continua de la administración y por lo tanto, la mejora de los servicios ofertados por la Casa de Cultura de Xirivella.

El tercer capítulo del TFC está dedicado al desarrollo del estudio de los principales servicios ofertados, está dividido en dos apartados: en el primero se realiza un análisis de la situación actual teniendo en cuenta diferentes variables: coste del servicio, número de ciudadanos que se benefician de dichos servicios, duración de dichos servicios, tipos de ciudadanos que disfrutan de los mismos, etc. Y en el segundo está dedicado a la realización de la encuesta de satisfacción que les fue realizada a los ciudadanos del municipio de Xirivella. En este apartado se detalla todo el proceso de elaboración de la encuesta y el informe de los resultados a los que se llegó.

El cuarto capítulo lo comprenden la propuesta de actuación de aplicación a la Casa de Cultura y las conclusiones y bibliografía del TFC. Además se anexa un índice de tablas, gráficos y cuadros; el Real Decreto 951/2005 por el que se establece el marco general para la mejora de la calidad en la administración y corrección de errores; la Relación de

Puestos de Trabajo del ayuntamiento de Xirivella y las encuestas previas y definitivas que se les paso a los ciudadanos del municipio.

## *1.2 Objetivos del TFC*

El presente TFC persigue tres objetivos:

1. Averiguar a través de una investigación realizada mediante encuestas cual es la satisfacción y las necesidades de los ciudadanos respecto a los servicios ofertados por la Casa de Cultura de su municipio.

2. Realizar un análisis de la situación actual teniendo en cuenta diferentes variables: coste del servicio, número de ciudadanos que se benefician de dichos servicios, duración de dichos servicios, tipos de ciudadanos que disfrutan de los mismos, etc.

3. Realizar una propuesta de mejora que sirva para rentabilizar la inversión en materia cultural, es decir, seleccionar aquellos servicios que maximizan el número de ciudadanos-clientes que disfrutan de los mismos y que a la vez minimizan el coste sin dejar de lado aquellos servicios que se consideran estratégicos.

Se trata de un trabajo original, basado en problemas reales y, fundamentalmente, práctico y aplicado. Se encuentra apoyado en las asignaturas cursadas en la diplomatura de Gestión y Administración Pública, y constituye un puente hacia la práctica profesional de un diplomado en GAP.

### ***1.3 Justificación de las asignaturas relacionadas de la titulación***

A continuación se detalla cada una de las asignaturas cursadas en la diplomatura de Gestión y Administración Pública, que han sido imprescindibles para la realización de los capítulos del presente TFC, y una breve justificación:

#### ***Capítulo del TFC:***

CAPITULO 2: Antecedentes (Situación de partida)

#### ***Asignaturas relacionadas:***

- Información y Documentación Administrativa/Informática Básica (IDA/IB)
- Información y Documentación Administrativa I (IDAI)
- Información y Documentación Administrativa II (IDAII)
- Derecho Autonómico y Local (DAL)
- Derecho Constitucional I (DCI)
- Derecho Constitucional II (DCII)
- Derecho Administrativo I (DAdmI)
- Derecho Administrativo II (DAdmII)
- Estructuras Políticas/Formas Políticas (EP/FP)
- Estructuras Políticas/Administración Pública (EP/AP)
- Sistema Económico y Financiero II (SEFII)
- Gestión Financiera y Contabilidad II (GFCII)
- Gestión de Recursos Humanos (GDRH)
- Teoría Social I (TSI)
- Teoría Social II (TSII)

- Control de Eficiencia en las Administraciones Públicas (CEAP)
- Gestión de Calidad (GCAL)

***Breve justificación:***

Las asignaturas de IDA han sido necesarias para recabar la información necesaria para llevar a cabo la realización de este proyecto, mediante las técnicas de documentación desarrolladas en dichas asignaturas, además de para procesar los datos mediante los programas informáticos en ellas estudiados. Las asignaturas de Derecho, tanto constitucional, administrativo, como autonómico y local, además de las asignaturas de Estructuras políticas, están presentes en este capítulo ya que en él se trata el funcionamiento del ayuntamiento y lo referente a legislación en materia de calidad. La asignatura de Gestión de Recursos Humanos está presente cuando se desarrolla la RPT del ayuntamiento de Xirivella. SEF II es de gran utilidad para desarrollar los presupuestos de la Casa de Cultura. Las asignaturas de Teoría Social ayudan a configurar la Casa de la Cultura dentro del mapa social en el que se inserta. CEAP será de gran utilidad a la hora de realizar el análisis previo de los programas culturales estudiados, ya que será de gran utilidad las técnicas estudiadas para evaluar las decisiones públicas desde un punto de vista económico. GCAL se encuentra presente en la parte de legislación, ya que en ella se estudian normas relacionadas con la calidad de los servicios.

***Capítulo del TFC:***

CAPITULO 3: Desarrollo (metodología y resultados).

***Asignaturas relacionadas:***

- Estadística I
- Estadística II
- Marketing en el sector Público
- Gestión de Calidad (GCAL)



***Breve justificación:***

Las asignaturas de Estadística, serán imprescindibles para realizar el análisis previo de los programas culturales, ya que en ellas se enseña a manejar datos y finalmente convertirlos en información de relevancia. Además en todas estas asignaturas se estudia la metodología de la realización de las encuestas para el sector público, por ello son tan relevantes en este trabajo.

***Capítulo del TFC:***

CAPITULO 4: Propuesta de mejora, conclusiones, bibliografía y anexos.

***Asignaturas relacionadas:***

- Gestión Administrativa I
- Gestión Administrativa II
- Gestión Administrativa III

***Breve justificación:***

Los conocimientos adquiridos en estas asignaturas serán de gran utilidad para realizar la propuesta de mejora para la Casa de Cultura de Xirivella.

## ***1.4 Objeto del presente trabajo***

La casa de Cultura de Xirivella lleva veinticinco años acercando la cultura a los ciudadanos de esta población. Si se echa un vistazo a los programas políticos en cuanto a los objetivos perseguidos en materia de cultura es fácil darse cuenta que no se sigue un programa nada claro. En las últimas elecciones dos escuetas líneas han resumido todo el programa político en materia cultural para la legislatura, por lo que queda en mano del gestor cultural realizar dichos programas, los cuales debido a la falta

de recursos para realizar un estudio en profundidad por parte de una empresa externa, se basan en la observación y en la propia experiencia del gestor.

El objeto del presente trabajo es realizar un estudio serio y riguroso para analizar de forma objetiva el impacto en la población, de los programas y servicios culturales ofrecidos por la Casa de Cultura de Xirivella, investigando cuáles son las necesidades reales de los ciudadanos en la actualidad y si estas se ajustan a los servicios ofertados. Además también se investigara cuáles son los gustos culturales más comunes entre la población para así poder orientar futuros eventos a las necesidades reales de la población.

Además, teniendo en cuenta la actual situación de crisis económica, como propuesta de mejora se buscara rentabilizar la inversión de la programación ofertada, buscando maximizar los beneficios, es decir, maximizar el número de ciudadanos-clientes que disfrutan con los servicios ofertados por la Casa de Cultura y minimizando el coste de dichos servicios.

Es conveniente a la hora de abordar cualquier reflexión sobre los programas culturales que se desarrollen, tener en cuenta el marco teórico en el que se fundamentan:

- a) Se consideran los derechos culturales como parte fundamental del desarrollo humano.
- b) Se entiende la cultura no solo como adquisición de saberes, estilos de vida, conjunto de obras y de instituciones, sino además, como un destino personal y colectivo, como creación de futuro: aproximando el hecho cultural a la vida cotidiana y potenciando el proceso que va desde la democratización de la cultura (la cultura al alcance de todos) hacia la democracia cultural (posibilidad de que cada ciudadano viva y participe de la cultura).

## *CAPITULO 2: Antecedentes (Situación de partida)*

### *2.1 Breve reseña histórica y características del municipio de Xirivella*

Xirivella, aunque es un pueblo grande, es una especie de barrio de la ciudad de Valencia, pegado a ella al final de la Av. del Cid. Todo el antiguo camino de Xirivella, camino carretero entre campos y acequias, es hoy en día una amplia avenida, calles laterales y grandes bloques de viviendas, con la línea divisoria que forma el nuevo cauce del río Turia. Este paisaje urbano también es actualmente el predominante en el interior del pueblo, pero todavía quedan rincones que recuerdan al pueblo antiguo, su ambiente y su historia: historia creada día a día por sus antepasados y que es su herencia.

Xirivella aparece en época romana como consecuencia de la victoria conseguida por los romanos sobre los cartagineses en la Segunda Guerra Púnica. Del nombre que los romanos dieron al lugar se deduce que en este término existía algún gran espesor de árboles y seguramente le pondrían por nombre *Silvilla* - que significa "pequeño bosque"- por encontrarse situado entre plantaciones de olivos, garroferos y pinos.

Hasta hace algunos años, todavía se conservaban como restos de época romana algunos muros derruidos en la calle San Joaquín, restos de canalizaciones de aguas, así como restos de calzada romana, hoy desaparecidas bajo el hormigón durante la construcción del Polígono Industrial. También entonces fue derruida la Alquería de Castillo, que conservaba numerosos elementos romanos. Hoy sólo se conservan algunas bases de columnas de esta construcción en el Polideportivo Municipal.

Del siglo VIII al XIII, Xirivella, bajo la dominación musulmana, pasó a ser un lugar de base agrícola bajo el dominio de un terrateniente.

Las influencias de la cultura árabe sobre la primitiva población de Xirivella fueron diversas; queda patente en ciertos elementos arquitectónicos, como el arco de medio punto o de herradura que proliferaba hasta hace poco al núcleo antiguo (calle del Forn), y que todavía se puede ver en La Closa.

Su influjo en el sistema económico local se realizó a través de plantaciones de frondosas moreras para la cría del gusano de seda, que adquirió cierta importancia, conservándose todavía en algunas casas viejas cañizos de diferentes alturas para la cría del gusano.

Obra musulmana es también el sistema de regadío a través de acequias como la de Benáger y Faitanar, que riegan la actual Huerta Alta, y la acequia de Xirivella, brazo de la acequia madre de Mislata que riega la Huerta Baja, que mejoraron notablemente el antiguo sistema de riegos ya existente de origen romano. Esta red acuífera transformó Xirivella en huerta. Como en el resto de la Comunidad Valenciana, Xirivella heredó de la cultura árabe muchas costumbres que nos han llegado hasta la actualidad, como es el pintar las fachadas de las casas de cal (emblanquecer), así como en las aficiones festivas (la música, el fuego, la pólvora, etc.).

En el momento de la Reconquista cristiana, Xirivella era un enclave árabe, entendida esta palabra como tribu o comunidad religiosa y política reunida. Sus tierras fueron conquistadas por el caballero provenzal Hugo de Forcalquer, vice maestro de la Orden de San Juan de Jerusalén, uno de los principales capitanes de Jaime I, casi al mismo tiempo que la ciudad de Valencia.

Poco después, el rey Don Jaime la donó al Comendador de Aldanyís de la Orden de Calatrava. En el Llibre del Repartiment constan varias donaciones de terrenos de Xirivella, a saber: una alquería con tierras de huerta junto a Nacarella, a los tortosinos Joan y Berenguer Dalfocea (28-7-1238) i algunas casas al caballero catalán Ponç de Montsoriu, descendiente de los barones de Montsoriu (19-8-1238), y unos viñedos en Silbella al tendero Adam (1-8-1238). Los colonos pagaban a los

Calatrava la parte concertada por el arrendamiento de las tierras más el obligado denme. Hasta hace unos años, todavía subsistía en la Pl. de la Iglesia la denominada Casa del Delme, que era donde se hacían efectivos el delme y el impuesto sobre las cosechas.

El 16 de agosto de 1386, los Calatrava pignoraron por once años las tierras de Xirivella a Pere de Boil i Castellar y a su mujer Caterina Díez. Efectúa esta entrega el maestro de la Orden, Gonzalo Muñoz. Este compromiso fue prorrogándose por muchos más años gracias a sucesivas renovaciones y después, para siempre. Este señorío definitivo de los Boil llegó por una decisión particular del Papa Clemente, residente en Avignon, acabando así con los supuestos derechos que la Orden del Hospital decía que tenía sobre Xirivella. El conocido historiador de la confederación catalano-aragonesa, Ramón Muntaner, ciudadano de Valencia, poseyó una alquería y tierras adyacentes situadas en Xirivella, consecuencia de su boda con la mujer valenciana Valençona Castell, cuyo padre parece que había adquirido tales tierras y alquería de la Orden de Calatrava. En esta alquería, Muntaner escribió su inmortal obra denominada comúnmente "La Crónica", obra clave de la literatura medieval universal, gracias a la cual el nombre de dicho pueblo, unido siempre al del cronista, se ha conocido en todo el mundo.

De la época medieval quedan todavía en pie la Casa del Dau en la calle de la Pelota, así como la Closa en el Camp de Baix, ambas recientemente restauradas. Otro edificio de origen medieval es la ya mencionada Casa del Delme, la cual desapareció bajo la piqueta "inmisirecorde" hace algunos años. Otros ejemplos de esta época son la Cruz de Calatrava que todavía se encuentra situada encima de una de las cúpulas de la iglesia parroquial de la Virgen de la Salud, así como la pila bautismal, conocida como la "pica de Xirivella", conservada también en esta iglesia. Con la expulsión de los moriscos de todos los reinos de España (1609), abandonaron Xirivella casi todos sus habitantes y quedó casi deshabitada: el señor feudal tuvo que traer pobladores de otros lugares para que la habitaran. Según algunos autores, el documento de Carta Puebla se otorgó el 17 de julio de 1611. La recuperación

demográfica fue rápida, ya que alrededor de 1683, se inició la reconstrucción de la iglesia parroquial, cuya capacidad indica que el número de vecinos sería importante.

Xirivella estuvo durante la mayor parte de su historia bajo el señorío de los Boil, hasta su emancipación en 1811, en virtud de la Ley de Señoríos. El año 1814 este señorío pasa al Marqués de Dos Aguas y, en la actualidad, gran parte de las tierras cultivables del término pertenecen a los herederos de Salvador Castillo, Marqués de Llanera.

Desde la época medieval hasta la actualidad, Xirivella ha participado, ha vivido y, en ocasiones ha padecido todos los acontecimientos históricos que han marcado la historia de nuestro País: las Germanías, en las que destacaron algunos labradores xirivellers; La Guerra de Sucesión, cuyas consecuencias todavía padecemos todos los valencianos; la Guerra del Francés, de la que podemos extraer alguna anécdota como aquella que refieren algunos historiadores, que al pie del campanario de Xirivella estuvo a punto de caer en poder de una patrulla española el mariscal Suchet, que entró en Xirivella con algunos hombres para hacer un reconocimiento el año 1812, durante los ataques franceses a la ciudad de Valencia y sus alrededores; la insurrección cantonalista durante la I República y la Guerra Incivil de los años 1936-1939.

Xirivella es un pueblo viejo y hablar de toda su historia ocuparía más espacio del que tenemos. Por ello, sirvan estas leves pinceladas de la historia que sus antepasados han dejado. Los xirivellers actuales seguirán viviendo y trabajando en Xirivella, creando también una historia que dejar a sus hijos, procurando que amen su pueblo y se sientan parte de él.

## *2.2 El Ayuntamiento de Xirivella*

### *2.2.1 Normativa básica de la administración local*

A la organización territorial del Estado se dedica el Título VIII de nuestra vigente Constitución, de 27 de diciembre de 1978, arts. 137 a 158, dividido en tres Capítulos, que tratan respectivamente de:

- a) Los principios generales.
- b) La Administración Local.
- c) Las Comunidades Autónomas.

En esta parte del trabajo nos dedicaremos a estudiar lo respectivo a la Administración Local.

Entre los entes locales destaca el Municipio por su importancia histórica.

Entrena Cuesta lo ha definido como el <<Ente Público menor territorial primario>>, basándose en su personalidad jurídica y titularidad de potestades, en su subordinación al Estado, en que reúne a cuantas personas se asientan en su territorio, y en el hecho de que es el primero de los Entes Públicos territoriales en que se organizan los ciudadanos para la persecución de sus intereses comunes.

Por su parte Martínez Marín lo define como << toda comunidad o comunidades humanas asentadas sobre un territorio delimitado y organizado bajo un Ayuntamiento o Concejo Abierto para la gestión de sus propios intereses>>.

Por lo que respecta a la Constitución española, se refiere al mismo en su art. 137, al establecer con carácter general, que << el Estado se organiza territorialmente en Municipios, en Provincias y en las

Comunidades Autónomas que se constituyan. Todas estas Entidades gozan de autonomía para la gestión de sus respectivos intereses>>.

Más concretamente, en el art.140, se dispone que << la Constitución garantiza la autonomía de los Municipios. Estos gozaran de personalidad jurídica plena. Su gobierno y administración corresponde a sus respectivos Ayuntamientos, integrados por los Alcaldes y los Concejales. Los concejales serán elegidos por los vecinos del Municipio mediante sufragio universal, igual, libre, directo y secreto, en la forma establecida por la Ley. Los Alcaldes serán elegidos por los Concejales o por los vecinos. La Ley regulará las condiciones en las que proceda el régimen de Concejo abierto>>.

Finalmente, el art. 1,1.º de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases de Régimen Local (LRL, en lo sucesivo), lo define como la Entidad básica de la organización territorial del Estado y cauce inmediato de participación ciudadana en los asuntos públicos, que institucionaliza y gestiona con autonomía los intereses propios de la respectiva colectividad. Por su parte el art. 11,1.º de este texto legal le confiere personalidad jurídica y plena capacidad para el cumplimiento de sus fines, es decir, con arreglo al art. 5 LRL, para adquirir, poseer, reivindicar, permutar, gravar o enajenar toda clase de bienes, celebrar contratos, establecer y explotar obras y servicios públicos, obligarse, interponer los recursos establecidos y ejercitar las acciones previstas en las leyes.

En el mismo sentido se pronuncia el art.6 del Reglamento de Organización, Funcionamiento y Régimen Jurídico de las entidades Locales, aprobado por el Real Decreto 2568/1986, de 28 de noviembre (ROFRJEL en adelante).

Por su parte, el art.4 de ROFRJEL le reconoce las potestades prerrogativas propias de toda Administración Pública:

- a) Reglamentaria y de autogobierno.
- b) Tributaria y financiera.



- c) De programación o planificación.
- d) Expropiatoria y de investigación, deslinde y recuperación de oficio de sus bienes.
- e) La presunción de legitimidad y la ejecutividad de sus actos.
- f) De ejecución forzosa y sancionadora.
- g) De revisión de oficio de sus actos y acuerdos.
- h) La inembargabilidad de sus bienes y derechos en los términos previstos en las leyes, las prelacións y preferencias y demás prerrogativas reconocidas a la Hacienda Pública para los créditos de las mismas, sin perjuicio de las que correspondan a las Haciendas del Estado y de las Comunidades Autónomas.

Conforme al art. 11,2.º LRL, los elementos del municipio son: el territorio o termino municipal, la población y la organización (que se tratará en el siguiente epígrafe del presente TFC).

Con relación al territorio, dispone el art.12,1.º LRL << el término municipal es el territorio donde el Ayuntamiento ejerce sus competencias>>, y está formado por territorios continuos, aunque se pueden mantener las condiciones de discontinuidad reconocidas en la actualidad, siendo, por lo demás, competencia del Ayuntamiento su división en distritos y en barrios y las variaciones de los mismos.

El numero 2.º de este art.12, añadido por la Ley 57/2003, de 16 de diciembre, de Medidas para la Modernización del Gobierno Local, dispone, por otra parte, que cada Municipio pertenecerá a una sola Provincia.

Por otro lado, la jurisdicción sobre el territorio no supone una propiedad de las tierras, sino un elemento esencial de la constitución de un Municipio, que permite permanecer a sus habitantes y proporcionarles riqueza, que son otros elementos indispensables para la existencia del Municipio.

Con relación a la población, esta es el elemento personal del Municipio, estando constituida por el conjunto de personas inscritas en el Padrón municipal, considerándose a las mismas como vecinos (art. 15 LRL y art. 55 del Real Decreto 2612/1996, de 20 de diciembre, RPDT en las siguientes citas), habiendo, por lo tanto, desaparecido con la reforma de la ley 4/1996, la distinción entre residentes, ausentes y transeúntes, vecinos y domiciliados. A estos efectos la condición de vecino se adquiere en el mismo momento de su inscripción en el Padrón.

Los arts. 18 LRL, 56 RPDT y 226 ROFRJEL, centran en el vecino el régimen de derechos y deberes de la población en atención a esta cualidad. A tal efecto, se establece que son derechos y deberes de los vecinos:

1. Ser elector y elegible, de acuerdo con lo dispuesto en la legislación electoral (constituida por la Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General
2. Participar en la gestión municipal, de acuerdo con lo dispuesto en las Leyes y, en su caso, cuando la colaboración con carácter voluntario de los vecinos sea interesada por los órganos de gobierno y administración municipal
3. Utilizar, de acuerdo con su naturaleza, los servicios públicos municipales, y acceder a los aprovechamientos comunales, conforme a las normas aplicables.
4. Contribuir mediante prestaciones económicas y personales legalmente previstas a la realización de las competencias municipales.
5. Ser informado, previa petición razonada, y dirigir solicitudes a la administración municipal con relación a todos los expedientes y documentación municipal, de acuerdo con lo previsto en el art.105 de la Constitución española, que ha sido desarrollado en esta punto por la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las

Administraciones Públicas y Procedimiento Administrativo Común.

6. Pedir la consulta popular en los términos previstos en la Ley (a ella se refiere el art.71 LRL, al establecer que, de conformidad con la legislación del Estado y de la Comunidad Autónoma, cuando esta tenga competencia estatutariamente atribuida para ello, el Alcalde, previo acuerdo por mayoría absoluta del pleno y autorización del Gobierno de la Nación, podrá someter a consulta popular aquellos asuntos de la competencia propia municipal y de carácter local que sean de especial relevancia para los intereses de los vecinos, con excepción de los relativos a la Hacienda Local).
7. Exigir la prestación y en su caso, el establecimiento del correspondiente servicio público, en el caso de constituir una competencia municipal propia de carácter obligatoria.
8. Ejercer la iniciativa popular en los términos previstos en la Ley.
9. Aquellos otros derechos y deberes reconocidos en las Leyes (en particular, especialmente, los reconocidos en el art.35 de la Ley 30/1992 de RJAP y PAC).

### *2.2.2 Estructura organizativa*

La organización constituye el tercero de los elementos del Municipio, junto a la población y el territorio, estando constituida por una serie de medios personales, simples o complejos e institucionales (los órganos de gobierno propiamente dichos) o burocráticos (el personal al servicio de cada Corporación), que desarrollan las actividades propias del Municipio para que este cumpla los fines que le son propios.

El art.19 LRL, establece que el Gobierno y la administración municipal, salvo en aquellos municipios que legalmente funcionen en

régimen de Concejo Abierto, corresponde al ayuntamiento integrado por el Alcalde y los Concejales.

Los concejales son elegidos mediante sufragio universal, igual, libre, directo y secreto, y el Alcalde es elegido por los Concejales o por los vecinos; todo ello en los términos que establezca la legislación electoral general.

El régimen de Concejo Abierto al que se ha hecho referencia, se aplicara conforme al citado art.29 LRL, modificado por la Ley Orgánica 2/2011, de 28 de enero, antes mencionada, conforme al cual:

1. Funcionan en Concejo Abierto:
  - a) Los municipios que tradicional y voluntariamente cuenten con ese singular régimen de gobierno y administración.
  - b) Aquellos otros en los que por su localización geográfica, la mejor gestión de los intereses municipales u otras circunstancias lo hagan aconsejable.
2. La constitución en concejo abierto de los municipios a los que se refiere el apartado b) del número anterior, requiere petición de la mayoría de los vecinos, decisión favorable por la mayoría de dos tercios de los miembros del Ayuntamiento y aprobación por la comunidad autónoma.
3. En el régimen de Concejo Abierto, el gobierno y la administración municipales corresponden a un Alcalde y a una asamblea municipal de la que forman parte todos los electores. Ajustan su funcionamiento a los usos, costumbres y tradiciones locales y, en su defecto, a lo establecido en esta Ley y las leyes de las Comunidades Autónomas de régimen local.

4. No obstante lo anterior, los Alcaldes de las corporaciones de menos de 100 residentes podrán convocar a sus vecinos en Concejo Abierto para decisiones de especial trascendencia para el municipio. Si así lo hicieren deberán someterse obligatoriamente el criterio de la Asamblea vecinal constituida al efecto.

Los municipios que con anterioridad venían obligados por Ley en función del número de residentes a funcionar en Concejo Abierto, podrán continuar con ese régimen especial de gobierno y administración si tras la sesión constituida de la Corporación, convocada la Asamblea Vecinal, así lo acordaran por unanimidad los tres miembros electos y la mayoría de los vecinos.

A tenor de lo dispuesto en el art.20 LRL (art.35,2º. ROFRJEL):

1. La organización municipal responde a las siguientes reglas:
  - a) El Alcalde, Tenientes de Alcalde, y el Pleno existen en todos los ayuntamientos.
  - b) La Junta de Gobierno Local existe en todos los municipios con población superior a 5.000 habitantes y en los de menos, cuando así lo disponga su reglamento orgánico o así lo acuerde el Pleno de su Ayuntamiento.
  - c) En los municipios de más de 5.000 habitantes en los que así lo disponga su Reglamento orgánico o lo acuerde el Pleno, existirán, si su legislación autonómica no prevé en este ámbito otra forma organizativa, órganos que tengan por objeto el estudio, informe o consulta de los asuntos que han de ser sometidos a la decisión del Pleno, así como el seguimiento de la gestión del Alcalde, la Junta de

Gobierno Local y los concejales que ostenten delegaciones, sin perjuicio de las competencias de control que correspondan al Pleno. Todos los grupos políticos integrantes de la Corporación tendrán derecho a participar en dichos órganos, mediante la presencia de concejales pertenecientes a los mismos en proporción al número de Concejales que tenga el Pleno.

d) La Comisión Especial de Sugerencias y Reclamaciones existe en los municipios señalados en el Título X, y en aquellos otros en que el Pleno así lo acuerde, por el voto favorable de la mayoría absoluta del voto legal de sus miembros, o así lo disponga su Reglamento orgánico.

e) La Comisión Especial de Cuentas existe en todos los municipios, de acuerdo con la estructura prevista en el art.116.

2. Las leyes de las Comunidades Autónomas sobre el régimen local podrán establecer una organización municipal complementaria a la prevista en el número anterior.

3. Los propios municipios, en los Reglamentos Orgánicos, podrán establecer y regular otros órganos complementarios, de conformidad con lo previsto en este artículo y en las leyes de las Comunidades Autónomas a las que se refiere el número anterior.

El art.119 ROFRJEL, señala como órganos complementarios:

1. Los Concejales Delegados.
2. Las Comisiones Informativas.

3. La Comisión Especial de Cuentas, que, conforme al nuevo art.20, es órgano necesario en todos los municipios.
4. Los Consejos Sectoriales.
5. Los órganos desconcentrados y descentralizados para la gestión de servicios.
6. Los representantes personales del Alcalde en los poblados y barriadas.
7. Las Juntas Municipales de Distrito.

### *2.2.3 Órganos de gobierno*

Como se acaba de estudiar la administración y organización municipal corresponde al Ayuntamiento integrado por el Alcalde y los Concejales. A continuación se verá cuáles son las funciones del Alcalde y del Ayuntamiento en Pleno:

Históricamente, el Alcalde era la pieza fundamental de la organización municipal, principal protagonista de la vida y actividad del Ayuntamiento. La palabra, Alcalde, deriva del término árabe “alkadi”, que significa “JUEZ”. La razón está en que antiguamente los alcaldes ejercían funciones judiciales. A partir de las Cortes de Cádiz de 19 de marzo de 1.812, se separan las funciones judiciales de las administrativas y se comienza a configurar el alcalde en su forma actual, es decir, como Presidente del Ayuntamiento y Jefe de la Admón. Municipal.

Es el Presidente del Ayuntamiento y de la Comisión de Gobierno, y según la Constitución en su artº 140, “el Alcalde será elegido por los concejales o por los vecinos”

Los Alcaldes de Madrid y Barcelona tienen el tratamiento de Excelencia; los de las demás capitales de provincia, de Ilustrísima; y los demás, de Señoría. Al igual que los demás miembros de las corporaciones locales, perciben retribuciones por el ejercicio de su cargo cuando lo desempeñan con dedicación exclusiva, en cuyo caso, serán dados de alta en el Régimen General de la Seguridad Social, asumiendo la corporación el pago de las cuotas empresariales.

Podemos destacar como atribuciones más representativas.

- Dirigir el gobierno y la administración municipal.
- Representar al Ayuntamiento.
- Convocar y presidir las reuniones del Pleno, de la Comisión de Gobierno y de cualquier otro órgano municipal, decidiendo los empates con su voto de calidad.
- Dictar Bandos.
- Publicar, ejecutar y hacer cumplir los acuerdos.
- Desempeñar la jefatura superior de todo el personal de la corporación.
- Ejercer la jefatura de la Policía Local, así como el nombramiento y sanción de los funcionarios que usen armas.
- Las contrataciones y concesiones de toda clase cuando su importe no supere el 10 por 100 de los recursos ordinarios del Presupuesto.
- La concesión de licencias, salvo que este legalmente atribuida al Pleno o Comisión de Gobierno.
- Adoptar personalmente y bajo su responsabilidad en caso de catástrofe o infortunios públicos, las medidas necesarias, dando cuenta inmediata al Pleno



- Sancionar las faltas de obediencia a su Autoridad o por infracción de las Ordenanzas municipales, salvo que esta facultad esté atribuida a otros órganos.

El Alcalde puede delegar ciertas atribuciones en la Comisión de Gobierno, en los miembros de la misma, o en los Tte. de Alcalde, y puede efectuar delegaciones específicas para cometidos concretos en cualquier concejal.

Hay atribuciones sin embargo que no son delegables. Están reguladas en el artº 21 de la Ley 7/85 de 2 de abril, Reguladora de Bases de Régimen Local.

El Ayuntamiento en Pleno es el órgano de gobierno y la administración local que ostenta la suprema jerarquía del municipio. Existirá en todos los municipios excepto en los que funcione en régimen de Concejo Abierto.

Según la Constitución, los Ayuntamientos están integrados por el Alcalde, que lo presidirá, y los concejales.

El Pleno se reunirá en sesiones ordinarias, al menos: una vez cada mes en los Ayuntamientos de municipios de más de 20.000 habitantes; cada dos meses en los Ayuntamientos de los municipios de una población entre 5.001 a 20.000 habitantes; cada tres meses en los municipios de hasta 5.000 habitantes. Y extraordinarias, cuando lo decida el Presidente o al menos una cuarta parte del número legal de miembros de la Corporación.

Los acuerdos se adoptan generalmente por mayoría simple de los miembros presentes, aunque en asuntos de mayor importancia, se exige una mayoría cualificada, que puede ser absoluta (imposición de tributos, aprobación de planes urbanísticos, etc.) o de las dos terceras partes del número de Concejales igual como mínimo a la mayoría absoluta de los que legalmente integren la Corporación (alteración del término municipal).

Entre sus atribuciones podemos destacar:

- Representativas, tanto de los vecinos, en cuanto a que sus miembros son elegidos por ellos, como del municipio en sí.
- Dirección y planificación municipales.
- Económico-financiera. Establecimiento de tributos, aprobación de presupuestos.
- Control y fiscalización, tanto del Alcalde, Comisión de Gobierno, como de otros órganos ejecutivos de menor rango.
- Otras funciones, como las de aprobación de plantilla, de personal, relación de puestos de trabajo, fijación de retribuciones complementarias de los funcionarios, etc.

#### *2.2.4 Servicios ofertados*

En correspondencia a los servicios los cuales los Ayuntamientos son competentes para prestar, están regulados en los Art. 25; 26; 27 y 28 LRL.

El primero de ellos dice así:

1. El Municipio, para la gestión de sus intereses y en el ámbito de sus competencias, puede promover toda clase de actividades y prestar cuantos servicios públicos contribuyan a satisfacer las necesidades y aspiraciones de la comunidad vecinal.
2. El Municipio ejercerá, en todo caso, competencias, en los términos de la legislación del Estado y de las Comunidades Autónomas, en las siguientes materias:
  - a) Seguridad en lugares públicos.

- b) Ordenación del tráfico de vehículos y personas en las vías urbanas.
- c) Protección civil, prevención y extinción de incendios.
- d) Ordenación, gestión, ejecución y disciplina urbanística; promoción y gestión de viviendas; parques y jardines, pavimentación de vías públicas urbanas y conservación de caminos y vías rurales.
- e) Patrimonio histórico-artístico.
- f) Protección del medio ambiente.
- g) Abastos, mataderos, ferias, mercados y defensa de usuarios y consumidores.
- h) Protección de la salubridad pública.
- i) Participación en la gestión de la atención primaria de la salud.
- j) Cementerios y servicios funerarios.
- k) Prestación de los servicios sociales y de promoción y reinserción social.
- l) Suministro de agua y alumbrado público; servicios de limpieza viaria, de recogida y tratamiento de residuos, alcantarillado y tratamiento de aguas residuales.
- m) Transporte público de viajeros.
- n) Actividades o instalaciones culturales y deportivas; ocupación del tiempo libre; turismo.
- o) Participar en la programación de la enseñanza y cooperar con la Administración educativa en la creación, construcción y sostenimiento de los centros docentes públicos, intervenir

en sus órganos de gestión y participar en la vigilancia del cumplimiento de la escolaridad obligatoria.

3. Sólo la Ley determina las competencias municipales en las materias enunciadas en este artículo, de conformidad con los principios establecidos en el artículo 2.

El Ayuntamiento de Xirivella asume todas las anteriores competencias enumeradas en la LRL, y se hace cargo de la gestión de las mismas a través de los siguientes departamentos:

- Bibliotecas Públicas Municipales.
- Cultura (Casa de Cultura).
- Educación.
- Deporte.
- Secretaria.
- Informática.
- Juventud.
- OMIC (Oficina Municipal de Información al Consumidor)
- Policía Local de Xirivella.
- Sanidad.
- Normalización Lingüística.
- Servicios Sociales.
- Servicio de Psicología.
- Urbanismo y Medio Ambiente.
- Servicios Económicos.
- Gabinete de Información.
- Agencia de Desarrollo Local (ADL)
- Participación Ciudadana.

El Art. 26 LRL dice así:

1. Los Municipios por sí o asociados deberán prestar, en todo caso, los servicios siguientes:

En todos los Municipios: alumbrado público, cementerio, recogida de residuos, limpieza viaria, abastecimiento domiciliario de agua potable, alcantarillado, acceso a los núcleos de población, pavimentación de las vías públicas y control de alimentos y bebidas.

En los Municipios con población superior a 5.000 habitantes equivalentes además: parque público, biblioteca pública, mercado y tratamiento de residuos.

En los municipios con población superior a 20.000 habitantes equivalentes, además: protección civil, prestación de servicios sociales, prevención y extinción de incendios e instalaciones deportivas de uso público.

En los Municipios con población superior a 50.000 habitantes equivalentes, además: transporte colectivo urbano de viajeros y protección del medio ambiente.

2. Los Municipios podrán solicitar de la Comunidad Autónoma respectiva la dispensa de la obligación de prestar los servicios mínimos que les correspondan según lo dispuesto en el número anterior cuando, por sus características peculiares, resulte de imposible o muy difícil cumplimiento el establecimiento y prestación de dichos servicios por el propio Ayuntamiento.
3. La asistencia de las Diputaciones a los Municipios, prevista en el artículo 36, se dirigirá preferentemente al establecimiento y adecuada prestación de los servicios públicos mínimos, así como la garantía del desempeño en las Corporaciones municipales de las

funciones públicas a que se refiere el número 3 del artículo 92 de esta Ley.

4. Sin perjuicio de lo establecido en el artículo 40, las Comunidades Autónomas podrán cooperar con las Diputaciones Provinciales, bajo las formas y en los términos previstos en esta Ley, en la garantía del desempeño de las funciones públicas a que se refiere el apartado anterior. Asimismo, en las condiciones indicadas, las Diputaciones Provinciales podrán cooperar con los entes comarcales en el marco de la legislación autonómica correspondiente.

### *2.2.5 Relación de Puestos de Trabajo (RPT)*

El artículo 15.1 de la Ley 30/1984 define las Relaciones de Puestos de Trabajo (RPT) de las Administraciones Públicas como “el instrumento técnico a través del cual se realiza la ordenación del personal, de acuerdo con las necesidades de los servicios”

Por su definición y contenido, las RPT implican una actividad compleja que va más allá del mero señalamiento del nivel retributivo de cada puesto. Además conecta dichas relaciones con la previsión de necesidades anterior a su publicación y con un análisis de cada puesto de trabajo para determinar sus características y fijar requisitos que deben cumplir las personas que los puedan desempeñar.

El artículo 74 de ordenación de puestos de trabajo de la Ley 7/2007, de 12 de abril, del Estatuto Básico del Empleado Público dice así:

“Las Administraciones Públicas estructuran su relación a través de relaciones de puestos de trabajo u otros instrumentos organizativos similares que comprenderán, al menos, la denominación de los puestos, los grupos de clasificación provisional, los cuerpos o escalas, en su caso, a

que estén adscritos, los sistemas de provisión y las retribuciones complementarias. Dichos instrumentos serán públicos.”

Siguiendo las citadas leyes se extraen las siguientes características:

Las relaciones comprenderán, conjunta o separadamente, los puestos de trabajo del personal funcionario de cada Centro gestor, el número y las características de los que puedan ser ocupados por personal eventual así como los de aquellos otros que puedan desempeñarse por personal laboral.

Las relaciones de puesto de trabajo indicaran, en todo caso, la denominación, tipo y sistema de provisión de los mismos, los requisitos exigidos para su desempeño, el nivel de complemento de destino y, en su caso, el complemento específico que corresponda a los mismos, cuando hayan de ser desempeñados por personal funcionario, o la categoría provisional y régimen jurídico aplicable cuando sean desempeñados por personal laboral.

Con carácter general, los puestos de trabajo de la Administración del Estado y de sus organismos Autónomos así como los de las Entidades Gestoras y Servicios Comunes de la Seguridad Social, serán desempeñados por funcionarios públicos.

La creación, modificación, refundición y supresión de puestos de trabajo se realizara a través de las relaciones de puestos de trabajo

En el **ANEXO 1: Relación de Puestos de Trabajo del Ayuntamiento de Xirivella**, se encuentra la Relación de Puestos de Trabajo en el cual se indican el número de puestos de trabajo dependientes del Ayuntamiento de Xirivella, el departamento al que pertenece cada puesto, el trabajo realizado, el grupo y subgrupo al que pertenece cada puesto y el requisito lingüístico requerido para cada puesto.

## *2.3 La Casa de Cultura*

### *2.3.1 Breve reseña histórica*

--1979-1986 "La prehistoria"--

Los Ayuntamientos democráticos en sus inicios tuvieron que emprender acciones y proyectos en diferentes y variados terrenos. Las carencias con las que se encontraron fueron muy grandes y fue necesario priorizar las inversiones a las necesidades más básicas del municipio: asfaltado de calles, ambulatorios, escolarizaciones, etc.

La política cultural de las dos primeras legislaturas estuvo enfocada a:

1. Renovación y ampliación de los fondos de la biblioteca, único Centro Cultural existente en la población de Xirivella.
2. Habilitación de nuevas instalaciones y puesta en marcha de algunas actividades.

Las primeras Casas de Cultura (1979-1984) así llamadas, fueron plantas bajas de alquiler, donde se ubicó un cine-club y el grupo de teatro local, ambas iniciativas desaparecieron con el paso del tiempo.

En aquella época los concejales de cultura (profesores de E.G.B y cartero) hacían las funciones político-técnicas, encargándose de programar actividades culturales con el apoyo de algunos voluntarios. Había unas ansias enormes de recuperar el tiempo perdido, de iniciar el camino hacia la normalización cultural, pero el terreno era muy árido y precisaba de muchas inversiones en todos los campos y en todos los ámbitos.

En cuanto al sector asociativo forjado en la lucha antifranquista: AA.VV., Asociaciones culturales y juveniles e incluso sindicales, sufren



en los primeros años posteriores a la transición una grave crisis que los aboca a la casi total desaparición. Debido a que gran parte de sus componentes, líderes y dirigentes pasan a gestionar la política cultural como concejales o alcaldes.

Se produce en esta etapa un claro reflujo del movimiento ciudadano al suponer ingenuamente que la administración pública, es decir, el ayuntamiento iba a resolver todos los problemas y cubrir todas las necesidades.

Con una política cultural sin definir, sin apenas instalaciones, con un bajo presupuesto, con un tejido asociativo prácticamente deshecho y con una falta de formación evidente, acceden a trabajar en los municipios muchos Animadores Culturales procedentes de muy diversos campos, ahora llamados Gestores Culturales.

--1987-2012 "La historia" --

A partir de 1987 con la contratación de un técnico de cultura (Gestor cultural) y la inauguración de un espacio físico llamado Casa de Cultura se da un paso adelante en la estructuración del área cultural, planteándose un proyecto de intervención cultural a corto plazo basado en 3 líneas fundamentales:

a) Organización y puesta en marcha de las nuevas instalaciones: Casa de Cultura de nueva planta y un Teatro (Salón de actos del ayuntamiento)

b) Creación de una oferta cultural estable.

c) Recomponer y crear nuevas relaciones con el sector asociativo (Banda de Música, Fallas, Clavarios, Scouts, etc.) y formalizar las relaciones con el sector educativo (Colegios, Institutos, E.P.A.).

Actualmente, además de la programación cultural ofertada, objeto del análisis del presente trabajo, la Casa de Cultura ofrece otra variedad de servicios como: ser la sede de la Escuela Municipal de Música, espacio

de ensayos de las compañías de teatro de Xirivella "ElsFlaquiibutti" y "T'EstimeTeatre", del grupo músico-vocal "Octambuli", de las Corales *Nacarella*, *Andarella* y *Silvella*, de la Orquesta "Turia e Camerata" y la Orquesta infantil-juvenil "Xirivita-Xiritata", de la Asociación Valenciana de Fotografía Digital y del *Ateneo Cultural*.

Se realizan numerosos cursos y actividades organizadas por la Regiduría de Cultura: Cursos de Dibujo y Pintura, Cerámica, Música, por diferentes asociaciones: curso de Yoga, curso de Fotografía, cursos de Payasos de la Escuela de Payasos "Los Hijos de Augusto", cursos de bailes de salón de la Asociación cultural "Espacios de expresión intercultural", etc.

Desde la Casa de Cultura se gestiona el uso del Teatro Auditorio Municipal, los equipos audiovisuales, la asistencia técnica y las subvenciones a las asociaciones culturales locales además de facilitar asesoramiento e información sobre diferentes temas del ámbito cultural.

### **2.3.2 Objetivos estratégicos básicos**

Como ya se ha expuesto, es conveniente a la hora de llevar a cabo cualquier reflexión sobre los programas culturales que se desarrollan, tener en cuenta el marco teórico sobre el cual se fundamentan:

a) Se consideran los derechos culturales como parte fundamental del desarrollo humano.

b) Se entiende la cultura no solo como adquisición de saberes, estilos de vida, conjunto de obras y de instituciones, sino además, como un destino personal y colectivo, como creación de futuro: Aproximando el hecho cultural a la vida cotidiana y potenciando el proceso que va desde la democratización de la cultura (la cultura al alcance de todos) hacia la democracia cultural (posibilidad de que cada ciudadano viva y participe de la cultura).

Por lo tanto son dos ejes fundamentales los que han guiado el trabajo en la gestión cultural desde su comienzo:

Posibilitar a todo el mundo el acceso a la cultura, considerando la cultura como un derecho humano y fomentar la participación como clave de la democracia cultural plena.

Desde esta perspectiva el gestor cultural de Xirivella planteo una serie de objetivos a largo y medio plazo que consistían en paliar la falta de hábitos culturales, la poca participación, la complejidad de una población de carácter migratorio sin identificación cultural con el propio municipio, la proximidad a la ciudad y la ausencia de una oferta cultural estable.

La situación de partida tendría que tener en cuenta por una parte la diversidad de la gente del municipio (procedencias, tradiciones culturales, edades, niveles económicos y culturales, etc.) y por otra el territorio y los recursos disponibles (materiales, personales y presupuestarios).

Los siguientes objetivos estratégicos básicos han sido establecidos por el gestor cultural a raíz de un conocimiento basado en la observación y en la propia experiencia, sin tener un estudio en profundidad de las necesidades reales de la población, situación que intenta corregir el presente trabajo:

1. Optimizar los recursos existentes teniendo en cuenta las limitaciones materiales, personales y presupuestarias.
2. Potenciar la sensibilización cultural a través de programas de difusión y promoción cultural que vayan generando hábitos culturales en la población.
3. Generar una oferta cultural reconocible y de referencia a través de una programación estable.

4. Trabajar la cultura desde el ámbito formativo y desde la creación.

5. Fomentar la participación y apoyar y asesorar a las asociaciones de carácter cultural estableciendo relaciones integradoras y complementarias.

6. Recuperar en la medida en que fuese posible las señales de identidad: a través de la catalogación y difusión del patrimonio cultural (tanto elementos tangibles como intangibles).

Durante las diferentes legislaturas los objetivos han ido ajustándose a la realidad cambiante y se han desarrollado diferentes programas, algunos de los cuales han superado la prueba del tiempo, han crecido y han perdurado con gran éxito, otros en cambio han cumplido su ciclo y han desaparecido.

Respetando y cumpliendo con las directrices políticas de los diferentes concejales de cultura, el gestor cultural siempre ha tenido en cuenta que convenía apostar más por la calidad que por la cantidad. Teniendo en cuenta que la cultura es un bien de uso y no de consumo. Y que hay que hacer rentable socialmente un presupuesto que es limitado, por eso hay que barajar actividades de calado popular con propuestas muy selectivas.

### ***2.3.3 Programas culturales***

Tal y como se ha visto en la introducción de este epígrafe, la Casa de Cultura se encarga de gestionar el uso de las instalaciones donde se ubican, el Teatro Municipal y los materiales técnicos audio-visuales. Pero además de lo señalado se desarrollan una larga lista de programas culturales que veremos a continuación. Al final de este punto se examinarán cuáles son los métodos publicitarios de la Casa de Cultura para dar a conocer su programación.

- a) *Mostra internacional de pallassos.*
- b) Programa de *teatre y dansa.*
- c) Campaña de teatro para escolares *Anem al Teatre.*
- d) Campaña de música para escolares *Musica a l'escola.*
- e) Programa de música *Musica en viu.*
- f) Programa de música *Musica al carrer.*
- g) Programa de *Cinema infantil i familiar.*
- h) Programa de cine de verano *Cinema a la fresca.*
- i) Programa de *exposicions.*
- j) Programas de formación en el tiempo libre y de ocio:
  - Talleres manuales y creativos: cerámica, pintura y dibujo.
  - Escuela municipal de música y escuela coral de música.
- k) Programas de promoción de la lectura del libro.
  - *Fira del llibre i alternativa.*
  - Cuentacuentos para adultos *Sopar de dijous.*
- l) Métodos publicitarios.

A continuación se realizara una breve descripción de cada uno de los programas, detallando al público al cual va dirigido y los objetivos de cada uno de los programas, además del presupuesto asignado a dicho programa en el 2011, el público asistente a la última edición, el precio de las entradas (si es que lo hay) y unas observaciones de la mano del gestor cultural:

***a) Mostra Internacional de Pallassos.***

Descripción: Se trata de un festival internacional de teatro especializado en la figura del payaso y del humor. Cuenta con 18 ediciones y se realiza en el mes de Noviembre.

Dirigido: A todo tipo de públicos, infantil y familiar, jóvenes y adultos.

Objetivos:

- Reivindicar y dignificar la figura del payaso en las Artes Escénicas.
- Ofrecer a la población una programación variada y de calidad para todo tipo de público, incluyendo compañías de todo el mundo
- Fomentar y dar apoyo a la formación pedagógica de profesionales y aficionados a las técnicas del clown.
- Sensibilizar y motivar a los espectadores de la *Mostra* en campañas de solidaridad de las ONGs: *Pallassos sense Fronteres*, *Payaospital* y Médicos sin Fronteras
- Contribuir a mejorar la imagen y la proyección cultural del municipio de Xirivella.

Presupuesto asignado: 83.674,4

Público asistente en la última edición: 10.500 personas aprox.

Precio de las entradas: 4 euros.

Observaciones: La *Mostra Internacional de Pallassos* es un festival reconocido por los profesionales y por el público que se ha hecho un lugar en la oferta y en el calendario de festivales importantes de la Comunidad Valenciana, además de tener una magnífica proyección a nivel estatal. Se ha convertido a lo largo de 18 ediciones en un modelo de proyecto cultural que engrandece y da prestigio al municipio de Xirivella.

Se están cumpliendo ampliamente los objetivos marcados. En la actualidad se está trabajando para cambiar algunas estrategias para paliar la falta de aforo de los espacios escénicos y poder así satisfacer la gran demanda.

Es importante tener en cuenta el gran número de colaboradores que hacen posible la gran magnitud del evento, a los cuales en las últimas ediciones se ha unido la ayuda conseguida del Ministerio de Cultura por un valor de 50.000 euros.

***b) Programa de Teatre y danza.***

Descripción: Exhibición de espectáculos de teatro y danza, profesionales y amateurs. Es uno de los programas periódicos dentro de la temporada, es realizado durante siete meses (Enero, Febrero, Marzo, Abril, Mayo, Octubre, Diciembre).

Dirigido: A público familiar, jóvenes y adultos.

Objetivos: Difusión cultural:

- Ofrecer a la población una programación estable y periódica de teatro.
- Fomentar la creación de hábitos culturales.
- Fomentar la sensibilización en las artes escénicas.

Presupuesto asignado: 20.468 euros.

Público asistente en la última edición: Media total de espectadores: 200 (58,48% de un aforo de 342). Total de espectadores de la temporada de 7 meses: 1400 espectadores.

Observaciones: La desaparición del *Circuit Teatral Valencia*, tal como había funcionado desde su creación hace ya más de 20 años, hizo que el Ayuntamiento de Xirivella (al igual que el resto de ayuntamientos) tenga que avanzar de su presupuesto el 100% de los cachets y esperar después al año siguiente a recibir la ayuda vía subvención, que va a parar al

depósito común del ayuntamiento y no directamente al pago de los cachés como pasaba antes.

En la actualidad y por iniciativa de los técnicos de cultura/programadores de los diferentes ayuntamientos que quieren participar, se está trabajando para reanudar de nuevo la coordinación y organizar giras de compañías para abaratar costes. Sin el apoyo ni de personal ni de recursos de *Teatres de la Generalitat Valenciana* como pasaba antes.

Precio de las entradas: 4,20 euros

***c) Campaña de teatro para escolares Anem al Teatre.***

Descripción: Campaña de teatro para escolares que cuenta con la coordinación de 30 municipios y la colaboración de diferentes entidades. El municipio de Xirivella fue uno de los impulsores y creadores de este proyecto intermunicipal.

Objetivos:

- Potenciar la actividad teatral en la población de Xirivella.
- Contribuir a la formación integral de los escolares del municipio.
- Contribuir a la formación de futuros espectadores de teatro.
- Potenciar la cooperación y colaboración entre las diferentes poblaciones que participan en el proyecto cultural.
- Optimizar todos los recursos de las diferentes poblaciones mediante la cooperación y la coordinación intermunicipal.

Dirigido: A la población escolar de Educación Infantil y Primaria.

Presupuesto asignado: 15.732 euros.

Público asistente en la última edición: 2500 escolares.

Observaciones: *Amen al teatre* es un programa muy consolidado y que está integrado en las agendas de actividades de todos los centros



escolares. Está muy bien valorado tanto por profesores como por el AMPA. Tanto la publicidad, la web y los regalos para los escolares están patrocinados por Bancaja. Como todos los años la falta de presupuesto limita las actuaciones hasta 6º de primaria.

Precio de las entradas: No se cobra entrada, aunque algunos ayuntamientos que participan en esta campaña cobran las entradas a un euro.

*d) Campaña de música para escolares Música a l'escola.*

Descripción: Se trata de una campaña de música para escolares donde se programan conciertos didácticos de diferentes estilos y formas de expresión.

Objetivos:

- Potenciar la actividad musical en la población de Xirivella.
- Contribuir a la formación integral de los escolares.
- Contribuir a la formación de futuros espectadores de conciertos de música.

Dirigido: A toda la población escolar de Educación Infantil.

Presupuesto asignado: 2414 euros.

Público asistente en la última edición: 1094 escolares.

Precio de las entradas: No se cobra entrada.

Observaciones: Se trata de un programa destinado a los escolares que al igual que ocurre con el del teatro está integrado en todas las agendas de actividades extraescolares de los diferentes colegios. Está muy bien valorado, aunque depende mucho de si los contenidos son adecuados a la edad de los niños a los que van dirigidos.

Se cuenta con la colaboración de los profesores de música y se hacen reuniones preparatorias antes de los conciertos.

El contenido de este programa siempre está condicionado a las ofertas que cada temporada hayan preparado los diferentes grupos de música que se dedican a este tipo de actividad didáctica. Es decir, hay muy poca oferta si se compara con el teatro. Por lo tanto se depende de la oferta para dirigir la propuesta más adecuada a los alumnos.

La limitación presupuestaria es un condicionante a la hora de ampliar la propuesta a otros niveles educativos.

*e) Programa de Música en Viu.*

Descripción: Concierto de música de diferentes estilos: Clásica, Pop, Jazz, Blues, Folk... Es uno de los programas periódicos dentro de la temporada, es realizado durante siete meses (Enero, Febrero, Marzo, Abril, Mayo, Octubre, Diciembre).

Objetivos: Difusión cultural:

- Ofrecer a la población una programación estable y periódica de música
- Fomentar la creación de hábitos culturales.
- Apoyar a músicos amateurs y profesionales.

Presupuesto asignado: 4.710 euros.

Dirigido: A público joven y adulto.

Precio de las entradas: 3,50 euros.

Público asistente en la última edición: 80 (80% de un aforo de 100).  
Total de espectadores de una temporada de 7 meses: 560.

Observaciones: La perseverancia y estabilidad han hecho que este programa haya creado un público fiel que asiste periódicamente a estos conciertos de música de pequeño formato.

Por un lado se cubre la asistencia de una oferta privada de conciertos en ambientes tipo “pub o bar musical” que no existe en el

municipio de Xirivella y por el otro, se favorece con esta iniciativa la consolidación de espacios públicos donde grupos valencianos de diferentes estilos: folk, Jazz, Blues... puedan actuar y presentar sus composiciones.

Se trata de un compromiso necesario de la iniciativa cultural pública para que este tipo de música no desaparezca acobardada por las propuestas musicales de fácil consumo, vulgares y poco creativas.

*f) Programa de música al carrer.*

Descripción: Este programa se realiza en colaboración y a iniciativa del CIM de Xirivella y se compone de dos o tres conciertos de la banda de música en diferentes plazas del municipio, durante el mes de junio.

Objetivos: Difusión cultural:

- Dar a conocer la banda de música del municipio y difundir su música.
- Ofrecer a la población una propuesta musical de producción propia.
- Fomentar los hábitos culturales en los barrios.

Presupuesto asignado: 900 euros.

Dirigido: A todos los públicos.

Público asistente en la última edición: Una media de 50 espectadores por concierto

Precio de las entradas: Es una actividad gratuita.

Observaciones: Esta actividad no tiene respuesta de público, en algunas ocasiones no acuden ni los familiares de los músicos.

El coste económico directo que soporta el ayuntamiento con la realización de esta actividad es muy bajo (alquiler de las sillas y la invitación a un refresco a los músicos en el último concierto), pero en el

coste indirecto es necesario tener en cuenta las horas de montaje del escenario, traslado de instrumentos, colocación de la pancarta, técnico de iluminación, etc...

En general, la iniciativa consiste en darle a la Banda de Música la oportunidad de tocar delante de un público, aunque el público no responde. Es una actividad muy cuestionable desde el punto de vista de la poca participación de público, aunque puede servir a la Banda en su motivación de seguir activa.

*g) Programa de Cinema infantil i familiar.*

Descripción: Proyección de películas de cine infantil de reciente estreno. Corresponde con a uno de los programas periódicos dentro de la temporada, es realizado durante siete meses (Enero, Febrero, Marzo, Abril, Mayo, Octubre, Diciembre).

Dirigido: A público infantil y familiar.

Objetivos: Difusión cultural:

- Ofrecer a la población infantil una programación estable y periódica de cine.
- Ofrecer una alternativa al tiempo de ocio de las familias que sea económica y cerca de casa.
- Fomentar la creación de hábitos culturales en los más pequeños.

Presupuesto asignado: 9.000 euros.

Público asistente en la última edición: La media de espectadores oscila en 190 personas (50% del aforo total del cine, 342)

El total de espectadores de una temporada de 7 meses y de dos funciones por mes es de 2.660.

Precio de las entradas: 2,50 euros.

Observaciones: Esta actividad se ha ido ajustando a las demandas y necesidades que se pensaba eran más prioritarias. Es decir, se comenzó proyectando películas para adultos e infantil y finalmente se ha visto que el público familiar es el que mejor responde a la propuesta, tanto por la actualidad de las películas como por el precio de las entradas. Se continúa proyectando películas para adultos puntualmente y como complementos de otras actividades (día de la mujer, semana de las personas mayores, etc...).

Como es lógico la oferta de cine es más bien modesta (una vez al mes), pero la limitación de presupuesto obliga a ello.

#### ***h) Programa de cine de verano Cinema a la fresca.***

Descripción: Proyección todos los meses de julio y agosto de películas al aire libre en los patios de los colegios.

Dirigido: A todos los públicos.

Objetivos: Difusión cultural:

- Ofrecer a las familias una programación estable y periódica de cine.
- Ofrecer una alternativa al tiempo de ocio de las familias que sea económica y cerca de casa.
- Fomentar la creación de hábitos culturales en los más pequeños.

Presupuesto asignado: 15.000 euros.

Público asistente en la última edición: 4.000 espectadores (una media de 444 por función).

Precio de las entradas: Entrada gratuita.

Observaciones: El éxito de esta actividad es bien notorio, desde su puesta en marcha cada verano la gente acude a las proyecciones de forma masiva. Son varias las características que hacen atractiva esta propuesta a

los ciudadanos: el hecho de que sea gratuita, la elección de las películas más o menos conocidas, estar al aire libre y cerca de sus viviendas.

En los últimos años esta actividad se ha visto afectada por diversas razones: la primera de ellas es más bien común a todas las actividades y radica en la bajada de asignación presupuestaria, otra razón es que las distribuidoras no quieren alquilar películas actuales si no se cobra un precio por la entrada a las proyecciones. Esto hace que solo se puedan proyectar películas que fueron estrenadas hace más de un año, con lo cual muchas de ellas ya se han visto al estar disponibles en los videoclubs. Aun con ello la respuesta del público sigue siendo muy satisfactoria, aunque no se produzca el aforo que otros años.

*i) Programa de exposiciones.*

Descripción: Se trata de la programación de exposiciones de artes plásticas, temáticas y didácticas tanto de profesionales como amateurs. Corresponde con a uno de los programas periódicos dentro de la temporada, es realizado durante siete meses (Enero, Febrero, Marzo, Abril, Mayo, Octubre, Diciembre).

Dirigido: A todos los públicos: escolares-infantiles, jóvenes y adultos.

Objetivos: Difusión cultural:

- Ofrecer a la población una programación estable de exposiciones de diferentes estilos y temáticas.
- Ofrecer a los escolares exposiciones como recurso didáctico.
- Promocionar el arte amateur y profesional.

Presupuesto asignado: 2000 euros.

Público asistente: una media de 30 personas aproximadamente por exposición, sin contar con las visitas escolares con las cuales el número de asistentes puede subir considerablemente. También se nota la bajada de público cuando el artista no tiene ninguna vinculación con el municipio.

Observaciones: Con el paso del tiempo y debido a la falta de presupuesto se ha ido reduciendo el gasto en esta actividad. Se ha dado cabida durante este tiempo a artistas tanto de Xirivella como de fuera del municipio. La programación ha ido cubriéndose sin mucha repercusión, excepto aquellas exposiciones colectivas de artistas de Xirivella o aquellas otras que entidades bancarias ofrecen de forma gratuita, los montajes de las cuales son de mucha calidad y su difusión extraordinaria.

Con las obras que donan los artistas a cambio de organizarles una exposición han ido ampliándose los fondos artísticos municipales.

*j) Programas de formación en el tiempo libre y de ocio:*

*- Talleres manuales y creativos: cerámica, pintura y dibujo.*

Dirigido: Jóvenes y adultos

Objetivos:

- Ofrecer a la población una alternativa creativa para su tiempo libre.
- Posibilitar las relaciones sociales.
- Fomentar la participación.

Presupuesto asignado: 16.555 euros.

Público asistente: Se realiza en dos temporadas al año: de octubre a enero y de febrero a junio. En los talleres de cerámica se crean dos grupos por temporada, compuesto cada grupo de 15 personas; y en los talleres de dibujo y pintura se crean cuatro grupos por temporada compuestos de 15 personas en cada grupo. A lo largo del año el público asistente es de 180 personas.

Precio: 115 euros.

Observaciones: Este es uno de los programas más antiguos que la Casa de Cultura ofrece a la población. Se decidió en su día como consecuencia de

la limitación presupuestaria, ofrezco solamente talleres para jóvenes/adultos (a partir de 14 años). Los talleres y el número de alumnos se han adaptado al espacio disponible en la Casa de Cultura.

Todos los años se repite una dinámica similar: a la hora de inscribirse se produce una gran afluencia de gente, y durante el avance del curso se dan de baja algunas personas.

*- Escuela municipal de música y escuela coral de música.*

Dirigido: A infantiles jóvenes y adultos.

Objetivos:

- Ofrecer a la población una alternativa formativa para su tiempo libre.
- Posibilitar la relación social.
- Fomentar la participación.

Presupuesto asignado: 60.960 euros

Alumnos matriculados en el curso 2010/2011: 229 alumnos

Precio asignaturas:

- 1 asignatura: 66 euros
- 2 asignaturas: 99,50 euros
- Coral Nacarella (de 4 a 8 años): 30 euros
- Coral Andarella (de 9 a 17 años): 58,50 euros
- Orquesta (conjunto instrumental): Gratis
- Coral Silvella (de 18 años o más): Gratis

*k) Programas de promoción de la lectura del libro.*



*- Fira del llibre i alternativa.*

Descripción: Se organiza conjuntamente con la Biblioteca, Juventud, Participación ciudadana y ADL (Agencia de Desarrollo Local).

Dirigido: A público familiar, jóvenes y adultos.

Objetivos:

- Ofrecer un lugar de encuentro intergeneracional que mejore la relación social y sirva para crear lazos de vecindad.
- Potenciar la participación de las asociaciones locales con el fin de dar a conocer sus actividades a la población.
- Difundir y fomentar las actividades y servicios culturales, juveniles y de otros departamentos.

Presupuesto asignado:

Cultura: 6.019 euros.

Biblioteca: 1.246 euros.

Juventud: 3.975,60 euros.

Público asistente: 5000 aproximadamente.

Observaciones: Actualmente esta actividad ha pasado a llamarse "La Fira" y está unida a la Feria del Comercio y sus resultados han sido muy valorados por todos los participantes. Además cabe destacar que han podido mantenerse la colaboración económica de los participantes tradicionales.

*- Cuentacuentos para adultos Sopar de Dijous.*

Dirigido: A jóvenes y a adultos.

Objetivos: Difusión cultural:

- Recuperar el arte de la narración oral y los valores literarios del cuento y el relato corto.
- Fomentar la lectura.
- Posibilitar la relación social y ofrecer una alternativa creativa al tiempo libre.

Presupuesto asignado: 5000 euros.

Público asistente: Una media de 80 personas.

Total de espectadores: Corresponde con a uno de los programas periódicos dentro de la temporada, es realizado durante siete meses (Enero, Febrero, Marzo, Abril, Mayo, Octubre, Diciembre). En la temporada el total de espectadores es de 560.

Precio: 3,50 euros.

Observaciones: Esta actividad es organizada de forma conjunta con la Biblioteca Municipal, es una actividad en la que se une de forma inigualable entretenimiento y cultura, y ha sido acogida de forma muy satisfactoria por una parte de los ciudadanos desde sus comienzos. El Sopar de Dijous tiene una fama bien merecida y ha sido copiada por otros municipios. Su pequeño formato se acopla perfectamente a la capacidad técnica del aforo del salón de actos de la Casa de Cultura, que es de 100 personas. La proximidad y comunicación con los artistas que intervienen en la obra hacen de esta actividad una magnífica experiencia para su público. Puede resumirse que es una actividad que se caracteriza por su bajo coste y su gran rendimiento (satisfacción de público y artistas). Una propuesta de cultura popular para un público fiel.

### **1) Métodos publicitarios.**

Este punto va a dedicarse a estudiar los métodos publicitarios de los que dispone la Casa de Cultura para hacer llegar la programación a los posibles clientes. En concreto, nos estamos refiriendo a la programación mensual, aquella que se realiza a lo largo del año.

Todos los meses se diseña un cartel en el cual se comparte la publicidad para todos los eventos de ese mes, ahorrando así los costes excesivos que se tendrían si se hiciese por separado. Aprovechando las nuevas tecnologías, este diseño es colgado en la web del ayuntamiento, y es posible encontrarlo si se navega en ella. También es enviado por correo electrónico a todas las personas que han registrado su correo electrónico en la base de datos de la Casa de Cultura. Actualmente la base de datos cuenta con unos 400 correos electrónicos aproximadamente, perteneciendo la mayoría de ellos a ayuntamientos, casas de cultura, asociación, etc. El número de particulares que recibe por correo electrónico la programación, es a priori, reducido.

Además de usar internet como medio de difusión de la programación mensual, la Casa de Cultura imprime el diseño en forma de trípticos. Parte de los trípticos son repartidos por el municipio de forma que veremos a continuación, pero la gran mayoría de los trípticos impresos son enviados por correo postal a todos los ciudadanos cuya dirección figura en la base de datos. El número de personas que recibe la programación por correo postal es de 4500 aproximadamente cada mes, contando entre particulares, organizaciones, asociación, etc.

Otro de los métodos de difusión es la colocación de carteles impresos con el diseño de la programación mensual en diferentes puntos del municipio de Xirivella. A continuación se va detallar los puntos clave en los que se reparten los trípticos y se pegan los carteles:

En total se rotulan 8 carteles de las siguientes medidas que van colocados en los siguientes lugares:

- 2 carteles de 175 X 120:
  - Panel publicitario Avenida de Desamparados.
  - Panel publicitario Plaza España
- 4 carteles de 70 X 100:
  - Centro sociocultural Barrio de la Luz
  - Biblioteca
  - Piscina cubierta
  - Mercado
- 1 cartel de 120 X 84 en la Casa de Cultura
- 1 cartel de 112 X 92 en la entrada del Teatro Auditorio Municipal.

Los trípticos son repartidos por el municipio entre los diferentes organismos públicos del municipio. Además algunos comercios privados también ofrecen la posibilidad de dejar allí los trípticos para repartirlos.

### *2.3.4 Programas de subvenciones*

Cada año la Casa de Cultura de Xirivella concede una serie de subvenciones a fin de perseguir tres objetivos: el primero de ellos el fomentar la participación ciudadana en la cultura del municipio; el segundo objetivo que se persigue concediendo las subvenciones es fomentar y apoyar la producción cultural propia de la localidad; y el tercer objetivo es fomentar la integración de grupos procedentes de diferentes tradiciones culturales.

Los criterios de asignación de las ayudas a los diferentes grupos y asociaciones se realizan sobre la base de la programación de actividades y el número de socios de cada grupo.

A continuación se detalla cual ha sido la forma de reparto de las ayudas a los diferentes colectivos en el año 2011:

**Tabla 1: Programa de subvenciones Casa de Cultura**

ENTIDAD O ASOCIACION CULTURAL	ASIGNACION
ASOCIACION CORAL BARRI LA LLUM (Programa de colaboración con la Coral)	1.000 €
ASOCIACION CULTURAL "CORAL ANDARELLA" (Programa de colaboración con la Escuela Coral Municipal)	1.500 €
GRUPO DE TEATRO FLAQUIBUTTI DE XIRIVELLA (Ayuda a la producción de espectáculos, cursos de payasos y otras actividades)	700 €
GRUPO DE DANZA "FALLA DR. GOMEZ FERRER" (Programa de promoción y difusión del Folclore valenciano)	1.000 €
GRUPO DE DANZA "FALLA MONT DE PIETAT" (Programa de promoción y difusión del Folclore valenciano)	1.000 €
CENTRO CULTURAL ANDALUZ (Programa de actividades y promoción cultural)	1.000 €
CLAVARIOS SAN VICENTE FERRER (Altar)	1.000 €
CENTRO CULTURAL CASTILLA LA MANCHA (Programa	3.500 €

de actividades y promoción cultural)	
ASOCIACION CULTURAL "MES RIURE" (Programa de promoción cultural, talleres y cursos)	300 €
ORQUESTA XIRIVELLA-XIRITATA	400 €
ASOCIACION VALENCIANA FOTOGRAFIA DIGITAL	500 €
<b>TOTAL PRESUPUESTO AYUDAS A ENTIDADES</b>	<b>11.900 €</b>

### *2.3.5 Presupuestos de ingresos y gastos*

A continuación se va a realizar una descripción de los Presupuestos Generales de 2011 en la Casa de Cultura, para compararlos con la Previsión de Ingresos y Gastos de 2012, atendiendo a la previsible reducción del gasto como consecuencia de la difícil situación económica que atraviesa el Ayuntamiento de Xirivella a causa de su excesivo endeudamiento.

Se comienza con la comparación de los gastos de 2011 y la previsión de los gastos de 2012:

**Tabla 2: Partida 1: Programa de Música, Teatro y Cine**

Partida 1: Programa de Música, Teatro y Cine

ACTIVIDAD	PPTO. 2011	PPTO. 2012
PROGRAMA ESTABLE DE TEATRO	20.468 €	16.000 €

“MOSTRA INTERNACIONAL DE PAYASSOS”	83.674 €	83.000 €
PROGRAMA DE CONCIERTOS “MUSICA EN VIU”	4.710 €	1.500 €
PROGRAMA DE CINE FAMILIAR	9.000 €	8.500 €
PROGRAMA DE CINE DE VERANO	15.000 €	7.500 €
CAMPAÑA TEATRO ESCOLAR “ANEM AL TEATRE”	15.732 €	12.000 €
CICLO DE MUSICA PARA ESCOLARES	2.414 €	2.000 €
<b>TOTAL</b>	<b>151.000 €</b>	<b>130.500 €</b>

En esta primera partida, la cual hace referencia a los Programas de Música, Teatro y Cine, se puede observar una importante reducción en el volumen total de gastos realizados en 2011 con los previstos de realizar en 2012, los cuales pasan de 151.000 euros a 130.500 euros, siendo la diferencia de ahorro de 19.500 euros. Con relación a cada una de las actividades es el Programa de conciertos de “Música en Viu” el que sufre un mayor recorte presupuestario, siendo este año el gasto asignado a esta actividad de un 69% menos que el año anterior. La siguiente actividad que sufre un mayor recorte es el cine de verano, siendo este de un 50%. La programación estable de teatro y la campaña escolar de teatro también sufren recortes significativos de un 25% aproximadamente cada una de las actividades. El programa de cine familiar y el ciclo de música para escolares también sufren recortes pero de una forma menos significativa. Es la “Mostra Internacional de Pallassos” la única actividad que mantiene asignada la misma cantidad de gasto con respecto al año anterior.

**Tabla 3: Partida 2: Programa de exposiciones.**

Partida 2: Programa de exposiciones.

ACTIVIDAD	PPTO. 2011	PPTO. 2012
PROGRAMA DE EXPOSICIONES	2000 €	600 €
<b>TOTAL</b>	<b>2000 €</b>	<b>600 €</b>

La segunda partida presupuestaria de la Casa de Cultura, referente al programa de exposiciones también es reducida de forma muy acusada de 2011 a 2012, siendo esta reducción de un 70%, pasando el gasto para el programa de exposiciones de 2.000 euros en 2011 a 600 en 2012.

**Tabla 4: Partida 3: Programa Feria del Libro.**

Partida 3: Programa Feria del Libro.

ACTIVIDAD	PPTO. 2011	PPTO.2012
PROGRAMA FERIA DEL LIBRO	7.000 €	6.000 €
NARRACION ORAL PARA ADULTOS "SOPAR DE DIJOURS"	5.000 €	1.500 €
<b>TOTAL</b>	<b>12.000 €</b>	<b>7.500</b>

Esta tercera partida también es reducida, al igual que las anteriores examinadas. La feria del libro apenas sufre una pequeña reducción porcentual en comparación al "Sopar de Dijous" el cual pasa de gastarse 5.000 euros en 2011 a 1.500 en 2012.



**Tabla 5: Partida 4: Programas de formación y tiempo libre.**

Partida 4: Programas de formación y tiempo libre.

ACTIVIDAD	PPTO. 2011	PPTO.2012
ESCUELA MUNICIPAL DE MUSICA	60.960 €	71.000 €
CURSOS Y TALLERES CASA DE CULTURA	16.555 €	15.000 €
ANIMACION SOCIO CULTURAL Y FIESTAS	11.000 €	7.500 €
<b>TOTAL</b>	<b>89.000 €</b>	<b>93.500 €</b>

Esta es la única partida que en su totalidad aumenta el gasto con respecto al año anterior, y es debido al aumento del gasto en la Escuela Municipal de Música, el cual supone 10.000 euros más que el año anterior. Por lo que respecta a los cursos y talleres de la Casa de Cultura y la Animación socio-cultural y fiestas, sus partidas son reducidas también pero en una proporción muy pequeña.

**Tabla 6: Partida 5: Gastos diversos.**

Partida 5: Gastos diversos.

ACTIVIDAD	PPTO. 2011	PPTO. 2012
PUBLICIDAD	13.775 €	-
OTROS GASTOS	3.775 €	-

TAQUILLA	7.550 €	-
INFRAESTRUCTURA	900 €	-
FIESTA FIN DE CURSO	0 €	-
FOTOCOPIADORA	1.000 €	-
<b>TOTAL</b>	<b>27.000 €</b>	<b>18.000 €</b>

Por último, en los Gastos diversos también está prevista una reducción del gasto, pasando de 27.000 a 18.000 euros de un año al otro. El desglose del presupuesto de 2012 no figuraba en los archivos de la Casa de Cultura.

En cuanto a los ingresos, se repite la misma dinámica en el año 2011 que en la previsión de ingresos de 2012, siendo estos los siguientes:

**Tabla 7: Previsión de ingresos 2012**

<b>INGRESOS</b>	<b>2011 y 2012</b>
SUBVENCION CONSELLERIA DE GOVERNACIO, ESCOLA MUNICIPAL DE MUSICA	16.653 €
SUBVENCION IVAC, AYUDAS PARA LA REALIZACION DE ACTIVIDADES AUDIOVISUALES	2.500 €
SUBVENCION DE TEATROS DE LA COMUNIDAD VALENCIANA PARA EL CIRCUTO VALENCIANO DE TEATRO Y DANZA	16.000 €

SUBVENCION SARC-DIPUTACION DE VALENCIA PROYECTO SINGULAR: MOSTRA INTERNACIONAL DE PALLASSOS	4.000 €
SUBVENCION TEATROS DE LA COMUNIDAD VALENCIANA PARA LOS SECTORES TEATRAL Y CIRCENSE	8.000 €
SUBVENCION MINISTERIO DE CULTURA MOSTRA INTERNACIONAL DE PALLASSOS	50.000 €
PATROCINADORES MOSTRA (FUNDACION BANCAJA)	10.900 €
TAQUILLA MOSTRA	11.401 €
MATRICULA ESCUELA MUNICIPAL DE MUSICA	24.022 €
MATRICULA TALLER DE CERAMICA	3.540 €
MATRICULA TALLERES DIBUJO Y PINTURA	7.080 €
TAQUILLA CINE FAMILIAR	5.298 €
TAQUILLA "SOPAR DE DIJOURS"	1.824 €
TAQUILLA "MUSICA EN VIU"	1.236 €
TAQUILLA TEATRE	3.841 €

TOTAL INGRESOS

166.297 €

Al realizar una comparativa general entre los presupuestos de 2011 y 2012, puede observarse la tendencia al ahorro por parte del ayuntamiento como medida de austeridad de la actual crisis económica que sufre el país. Los gastos totales del presupuesto de 2011 ascienden a 281.000 euros, mientras que los gastos previstos para 2012 ascienden a 250.100 euros, siendo la reducción del gasto de 30.900 euros, una diferencia importante teniendo en cuenta el espacio de tiempo en el que se da.

En resumen, respecto a los presupuestos previstos para 2012, se observa que el gasto es de 250.000 y los ingresos de 166.297, siendo la diferencia de 83.702, que es la parte real a la que deberá hacer frente el Ayuntamiento de Xirivella.

## *2.4 Legislación*

### *2.4.1 Real Decreto 951/2005 por el que se establece el marco general para la mejora de la calidad en la administración y corrección de errores*

El presente epígrafe recoge la justificación normativa del trabajo, por que como bien es conocido, la Administración Pública se caracteriza por prestar servicios a los ciudadanos, y en la actualidad constituye una preocupación para sus órganos directivos el poder evaluar el nivel de satisfacción de los ciudadanos con los servicios recibidos, y a continuación implementar políticas de gestión que permitan una mejora continua en dicha prestación.

En la Administración General del Estado el enfoque de esta cuestión se realiza desde la óptica de la gestión de la calidad en los servicios públicos. En otras Administraciones (en la Generalitat Valenciana, por ejemplo) el enfoque está inmerso en un plan más general de modernización de la administración.

Tal y como se recoge en la Constitución, España es un Estado políticamente descentralizado y en consecuencia existen tres niveles de Administración Pública. La política de calidad de la Administración General del Estado, aun no siendo obligatoria en su formulación para el resto de Administraciones, si constituye un modelo de referencia para todas ellas.

La política de calidad de la Administración Pública Española tiene sus raíces en el proceso de modernización administrativa abordado a finales de los años 80, inspirado en las recomendaciones de la OCDE. En 1994 se desarrolló un Plan de Modernización de la Administración General del Estado que logró introducir la Gestión por Objetivos y otros elementos de la cultura empresarial en la administración pública estatal. En 1995 continuó desarrollándose un proyecto singular del Plan, el Observatorio de la Calidad de los Servicios Públicos, concebido como un macro-diagnóstico del funcionamiento de la Administración General del Estado. En 1997 se promulgó la Ley de Organización y Funcionamiento de la Administración General del Estado (LOFAGE), que además de otros principios, instauraba singularmente el principio de servicio a los ciudadanos, entendido como el aseguramiento de la efectividad de sus derechos cuando se relacionan con la administración y de la mejora continua de los servicios y prestaciones públicas.

En aplicación de los mandatos legales antes mencionados, a lo largo de 1998 y 1999 se pusieron en marcha las iniciativas de:

- a. Un programa de racionalización y simplificación de los procesos administrativos.
- b. La apertura de una ventanilla única empresarial.

- c. La incorporación intensiva a la sociedad de la información.

Los objetivos políticos anteriormente descritos se concretaron en el Plan de Calidad para la administración General del Estado, elaborado, coordinado y desarrollado por la Secretaría del Estado para la Administración Pública y que se compuso de las siguientes actuaciones:

- a. Aprobación del Real Decreto 1259/99 por el que se establecían y regulaban las Cartas de Servicios en la Administración General del Estado.
- b. Creación de los Premios a las Mejores Prácticas y del Premio a la Calidad en la Administración General del Estado.
- c. Implantación de un programa de autoevaluación.

El Plan de Calidad para la Administración General del Estado se revisa y amplía a través de la aprobación del Real Decreto 951/2005, por el que se establece el marco general para la mejora de la calidad en la Administración General del Estado y su corrección de errores (Ver ANEXO2).

El nuevo marco integra de forma coordinada y sinérgica seis programas para impulsar la mejora continua de los servicios públicos en la Administración General del Estado, mediante la participación de los distintos actores interesados: decisores políticos y órganos superiores, gestores y sociedad civil.

Los seis programas para impulsar la mejora continua de los servicios públicos en la Administración General del Estado son los siguientes:

1. Programa de Análisis de la demanda y evaluación de la satisfacción de los usuarios.

2. Programa de Cartas de Servicios.
3. Programa de Quejas y Sugerencias.
4. Programa de Evaluación de la Calidad de las Organizaciones.
5. Programa de Reconocimiento (Certificación de Organizaciones y Premios).
6. Programa de Observatorio de la Calidad de los Servicios Públicos.

Para el desarrollo de los programas de calidad, se han elaborado unas guías prácticas con instrucciones operativas de carácter orientativo, que contienen los correspondientes criterios metodológicos y de gestión y que además incorporan aspectos de índole normativa para la aplicación y desarrollo del Real Decreto 951/2005

#### *2.4.2 Guía de orientación para la realización de estudios de análisis de la demanda y encuestas de satisfacción*

El Programa de análisis de la demanda y evaluación de la satisfacción de los usuarios es uno de los seis programas integrados en el Real Decreto 951/2005.

Para conocer la opinión de los usuarios y mejorar la calidad de los servicios, los órganos, organismos y entidades de la Administración General del Estado realizan estudios de análisis de la demanda y de evaluación de la satisfacción de los usuarios con respecto a los servicios de cuya prestación son responsables, utilizando para ello técnicas cuantitativas y cualitativas.

La guía de orientación para la realización de estudios de análisis de la demanda y de encuestas de satisfacción, contiene las técnicas de

investigación social que se consideran más adecuadas para la realización de este tipo de estudios.

La información obtenida por esta y otras vías será utilizada por el Observatorio de la Calidad de los Servicios Públicos, para analizar la calidad de los mismos, facilitando a los ciudadanos información global al respecto.

La primera edición de la guía de orientación para la realización de estudios de análisis de la demanda y encuestas de satisfacción, data del año 2006, y fue realizada por el Equipo Técnico de la Subdirección General de Calidad de los Servicios, dependiente del Ministerio de Administraciones Públicas y compuesto por Ana Ruiz Martínez, Consuelo Hidalgo Gómez, María Jesús Giménez de Diego Y Joaquín Ruiz López como coordinador.

La guía en su introducción comienza haciendo referencia a que los ciudadanos que se acercan a las Administraciones en busca de sus servicios lo hacen buscando “unas determinadas necesidades y expectativas, que deben ser satisfechas con criterios de excelencia”, siendo esta la razón por la que el análisis de la demanda para la detección de las necesidades y expectativas de los usuarios y de los servicios públicos, es incluida en el Real Decreto 951/2005 anteriormente estudiado, y a su vez la razón de la realización de dicha guía. Además también se hace referencia a la Resolución de 6 de febrero de 2006 de la Secretaria General para la Administración Pública por la que se establecen directrices para el desarrollo de los programas contemplados en el Real Decreto 951/2005, siendo esta Resolución la que contempla la realización de dicha Guía como marco orientativo y metodológico para la realización de los correspondientes estudios de análisis de la demanda y de encuestas de satisfacción, como forma de acercar la opinión de los usuarios a la gestión de calidad de los servicios ofrecidos.

La guía de orientación para la realización de estudios de análisis de la demanda y de encuestas de satisfacción trata de conseguir tres objetivos bien diferenciados:



1. Orientar a todos aquellos organismos que no tienen puesto en marcha un sistema para la medición de la satisfacción de los usuarios, mediante un modelo sencillo y aportándoles recomendaciones para su creación en cada una de las fases de su diseño.
2. Intentar mejorar los sistemas de medición de la satisfacción de aquellos organismos que ya cuentan con un modelo para tal medición.
3. Presentar un modelo estándar de medición de la satisfacción hacia el que se pueden orientar los organismos con un modelo ya establecido, con el objetivo de poder contrastar los resultados con organismos similares.

Dos de los principales problemas que resultan de la realización de la guía se deben al ejercicio de integración de una realidad muy heterogénea en dos ámbitos:

- a) Por un lado la diversidad de servicios que presta la Administración, los diferentes ciudadanos a los que se dirigen y sus canales de prestación.
- b) Por otro lados, la heterogeneidad en las distintas metodologías aplicables a la investigación social.

En lo que respecta al contenido de la guía, esta comienza con la introducción conceptual de la Calidad de Servicio y la Satisfacción de los Usuarios y después desarrolla cada una de las fases, presentando la base teórica, unas recomendaciones y algunos ejemplos prácticos con el fin de aportar ideas al lector. En este sentido, la guía se centra en el estudio de la Calidad Percibida por los usuarios de los servicios de las Administraciones Publicas, entendida como la relación entre la Calidad Esperada (Expectativa) y la Calidad Realizada (Percepción).

El segundo capítulo de la guía se centra en la definición del alcance de la medición de la satisfacción de los usuarios, esto es la definición de que es lo que se pretende medir, atendiendo al enfoque metodológico, el segmento de usuarios, el canal de prestación, el tipo de servicio y el ciclo de vida.

Así en el apartado 3 se incluye una descripción de la metodología cualitativa aplicable al análisis de la demanda, en los términos establecidos por el Real Decreto, incluyendo una propuesta metodológica que permite obtener los dos resultados previstos tras la realización de este tipo de análisis: conocer los requisitos del servicio desde la perspectiva del usuario, y desde esa misma perspectiva, definir los atributos del mismo y su importancia relativa.

Los siguientes apartados abordan las diferentes fases de un estudio por encuesta para medir el grado de satisfacción con los servicios. Así los apartados 4 y 5 se dedican al diseño muestral, el sexto a la selección del modelo de medición de la satisfacción más adecuado, el séptimo a la consideración de las escalas más apropiadas para cuantificarla, y finalmente los últimos apartados contemplan desde los diferentes métodos de aplicación de la encuesta, hasta la estructura del informe de resultados, pasando por aspectos relevantes a la hora de redactar el cuestionario o los criterios para definir la periodicidad del estudio.

Por último se incluye además de un anexo bibliográfico y un modelo de cuestionario orientativo, una guía rápida para la realización de este tipo de estudios, a modo de resumen de los contenidos incluidos en esta guía.

## **CAPITULO 3: Desarrollo (metodología y resultados).**

### **3.1 Realización del estudio de los servicios ofertados en la actualidad.**

Para la realización del estudio previo de los servicios ofertados por la Casa de Cultura de Xirivella, se ha realizado como trabajo de campo la recogida de datos disponibles sobre la programación ofertada en los últimos años, con el fin de realizar un análisis de la situación actual teniendo en cuenta diferentes variables: coste del servicio, número de ciudadanos que se benefician de dichos servicios, duración de dichos servicios, tipos de ciudadanos que disfrutaban de los mismos, etc.

El programa informático utilizado para realizar el estudio de los servicios ofertados en la actualidad ha sido el Statgraphics. Este es un programa informático dirigido por menús que integra una gran variedad de análisis estadísticos y gráficos de alta resolución.

Gracias a la colaboración del Gestor Cultural y de todo su equipo, se tuvo la posibilidad de investigar entre los archivos disponibles en la Casa de Cultura. Los datos que se pudieron obtener corresponden a los diferentes espectáculos que se dan de forma continua la mayor parte de los meses del año, los cuales son los más importantes tanto en número de asistentes como en el número de veces que se oferta la actividad durante el año por la Casa de Cultura de Xirivella, estos programas son: *Cine familiar; Cine a la fresca; Mostra Internacional de Pallassos; Música en Viu; Sopar de Dijous y Teatre.*

Los datos fueron recogidos en una tabla de MS Excel para proceder a su análisis. Estos fueron los siguientes:

- El tipo de evento (Cine, Mostra...)
- El nombre del espectáculo concreto.

- La Fecha de realización del espectáculo (se pudo recopilar datos desde actuaciones de 2007 principios de 2012)
- El número de entradas vendidas. Se hizo distinción entre los diferentes precios de las entradas que se asocian a determinadas características de los ciudadanos. Así cabe distinguir entre el número de entradas para jubilados, las de menores de 14 años y aquellas con Carnet Jove, las cuales son un 50% más baratas que el resto de entradas, que son aquellas en las que no se cumplen ninguna de las anteriores características. Esto da la posibilidad de posteriormente estudiar tanto el número total de entradas que se vendieron en cada espectáculo, como diferenciar el número de entradas que se vendió a cada uno de los grupos anteriormente mencionados.
- En cada espectáculo también se diferencia entre el número de entradas que se vendieron en las taquillas de la Casa de Cultura de aquellas que se hicieron a través del *Servicam*.
- El precio de las entradas, entre los que se detalla el precio “original” y el reducido.
- El gasto total que supone para la Casa de Cultura cada actuación. El gasto total queda desglosado en:
  1. *Cache*: es el precio que se paga a los artistas contratados, es decir, el coste de contratar el espectáculo.
  2. *Imprenta* (gasto compartido por los cuatro/cinco eventos de cada mes, por lo que se divide entre cuatro para cada actuación): gasto en sobre (gasto total de enviar los trípticos por correo), más el gasto de imprimir los carteles y los trípticos.
  3. *Diseño*: gasto incurrido al diseñar los tríptico y carteles (también es compartido por todos los espectáculos)
  4. *Colla*: gasto por el pago del personal que está en taquilla los días de los eventos.
  5. *Cartelons*: gasto en imprimir los carteles de gran tamaño.
- Ingresos de cada actuación por la venta de las entradas.

- Beneficio como diferencia entre ingresos y gastos.

En la Casa de la Cultura de Xirivella se realizan diferentes actividades destinadas principalmente a los ciudadanos de Xirivella. Las actividades se han codificado como:

**Tabla 8: Codificación actividades Casa de Cultura**

Cod_Actividad	Actividad
1	Cine
2	Cine a la Fresca
3	Mostra de Pallassos
4	Música en Viu
5	Sopar de Dijous
6	Teatre

A partir del gasto total de una actividad y del importe recaudado con la venta de entradas se ha obtenido la variable beneficio la cual también se ha codificado

**Tabla 9: Codificación variable beneficio**

Cod_Beneficio	Beneficio
1	]500 0]
2	] 0 -500]
3	] -500 -1000]
4	] -1000 -1500]
5	] -1500 -2000]
6	] -2000 -2500]
7	] -2500 -3000]

Si realizamos una tabla de frecuencias cruzadas para las variables TIPO DE EVENTO según COD BENEFICIO obtenemos los siguientes resultados:

**Tabla 10: Tabla de frecuencias cruzadas Tipo de Evento según Cód. Beneficio**

	1	2	3	4	5	6	7	Fila Total	
cine	4 3,60% 14,29% 40,00%	18 16,22% 64,29% 56,25%	6 5,41% 21,43% 31,58%	0 0,00% 0,00% 0,00%	0 0,00% 0,00% 0,00%	0 0,00% 0,00% 0,00%	0 0,00% 0,00% 0,00%	0 0,00% 0,00% 0,00%	28 25,23%
cine a la fr	0 0,00% 0,00% 0,00%	0 0,00% 0,00% 0,00%	0 0,00% 0,00% 0,00%	0 0,00% 0,00% 0,00%	0 0,00% 0,00% 0,00%	18 16,22% 66,67% 72,00%	9 8,11% 33,33% 64,29%	0 0,00% 0,00% 0,00%	27 24,32%
mostra	0 0,00% 0,00% 0,00%	3 2,70% 16,67% 9,38%	3 2,70% 16,67% 15,79%	5 4,50% 27,78% 71,43%	4 3,60% 22,22% 16,00%	3 2,70% 16,67% 21,43%	0 0,00% 0,00% 0,00%	0 0,00% 0,00% 0,00%	18 16,22%
musica en vi	0 0,00% 0,00% 0,00%	5 4,50% 41,67% 15,63%	7 6,31% 58,33% 36,84%	0 0,00% 0,00% 0,00%	0 0,00% 0,00% 0,00%	0 0,00% 0,00% 0,00%	0 0,00% 0,00% 0,00%	0 0,00% 0,00% 0,00%	12 10,81%
sopar de dij	6 5,41% 42,86% 60,00%	6 5,41% 42,86% 18,75%	2 1,80% 14,29% 10,53%	0 0,00% 0,00% 0,00%	0 0,00% 0,00% 0,00%	0 0,00% 0,00% 0,00%	0 0,00% 0,00% 0,00%	0 0,00% 0,00% 0,00%	14 12,61%
teatre	0 0,00% 0,00% 0,00%	0 0,00% 0,00% 0,00%	1 0,90% 8,33% 5,26%	2 1,80% 16,67% 28,57%	3 2,70% 25,00% 12,00%	2 1,80% 16,67% 14,29%	4 3,60% 33,33% 100,00%	0 0,00% 0,00% 0,00%	12 10,81%
Columna Total	10 9,01%	32 28,83%	19 17,12%	7 6,31%	25 22,52%	14 12,61%	4 3,60%	111 100,00%	

La información que encontramos en cada una de las celdas es:

- Frecuencia Observada
- Porcentaje de tabla
- Porcentaje de fila
- Porcentaje de columna

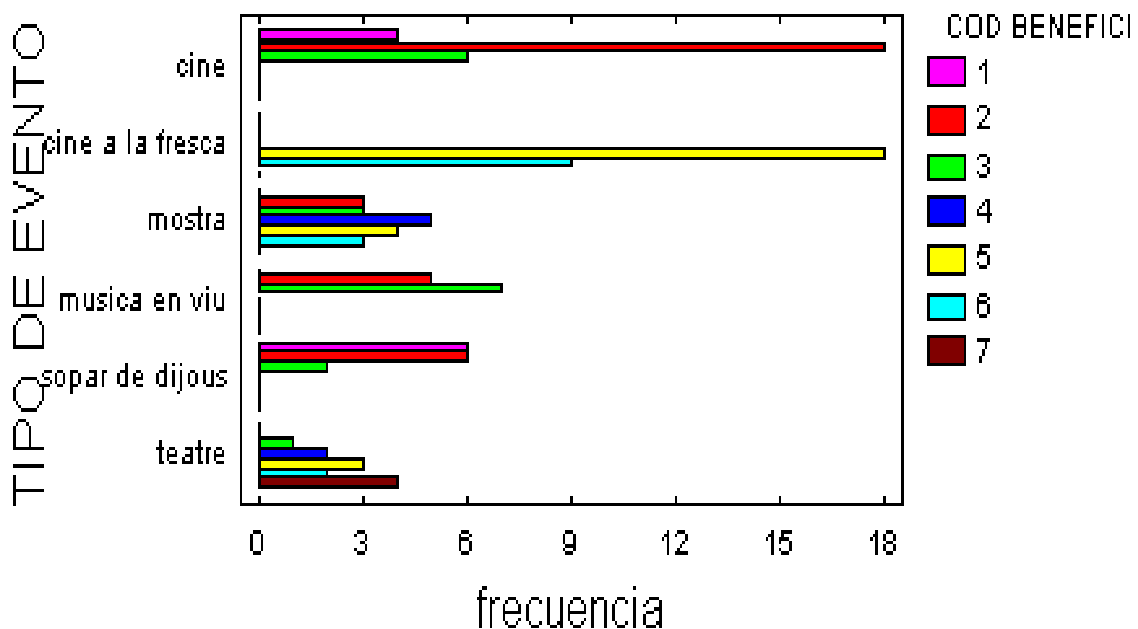
Teniendo en cuenta el beneficio para cada tipo de evento celebrado por la Casa de Cultura de Xirivella observamos en la tabla que:

El *Cine* desde enero de 2010 hasta diciembre de 2011, teniendo en cuenta un total de 28 casos estudiados, que corresponden a 28 sesiones, el 14% de las veces ha tenido un beneficio de 0 a 500 euros; el 64% pérdidas de 0 a 500; y el 21% de las veces ha tenido pérdidas de 500 a 1000 euros. Por otro lado en el *Cine a la fresca*, de los 27 casos estudiados el 66% de ellas se ha obtenido una pérdida de 1500 a 2000 euros, siendo el 34%

restante pérdidas de 2000 a 2500 euros. Entre los 18 espectáculos estudiados en la *Mostra Internacional de Pallassos* de 2010 y 2011 hay más diferencias en el beneficio obtenido de unos a otros espectáculos que lo que ocurre con el resto de espectáculos estudiados. En 16% de las veces se obtiene una pérdida de 0 a 500 euros; el 16% de 500 a 1000; el 27% de 1000 a 1500; el 22% de 1500 a 2000 y el 16% de 2000 a 2500. Con La Música en Viu el 58% de las veces ha tenido pérdidas de 500 a 1000 y el 42% obtiene pérdidas de 0 a 500. Por su parte, el *Sopar de Dijous* obtiene un beneficio de 0 a 500 euros el 42% de las veces, siendo las pérdidas de entre 0 y 1000 el 58 % restante. El *Teatre* es la actividad que mayor número de veces incurre en las pérdidas más grandes, siendo el 33% de las veces de entre 2500 y 3000 euros.

Podemos también observar un diagrama de barras en el que para cada actividad se ha obtenido la frecuencia absoluta del código del beneficio.

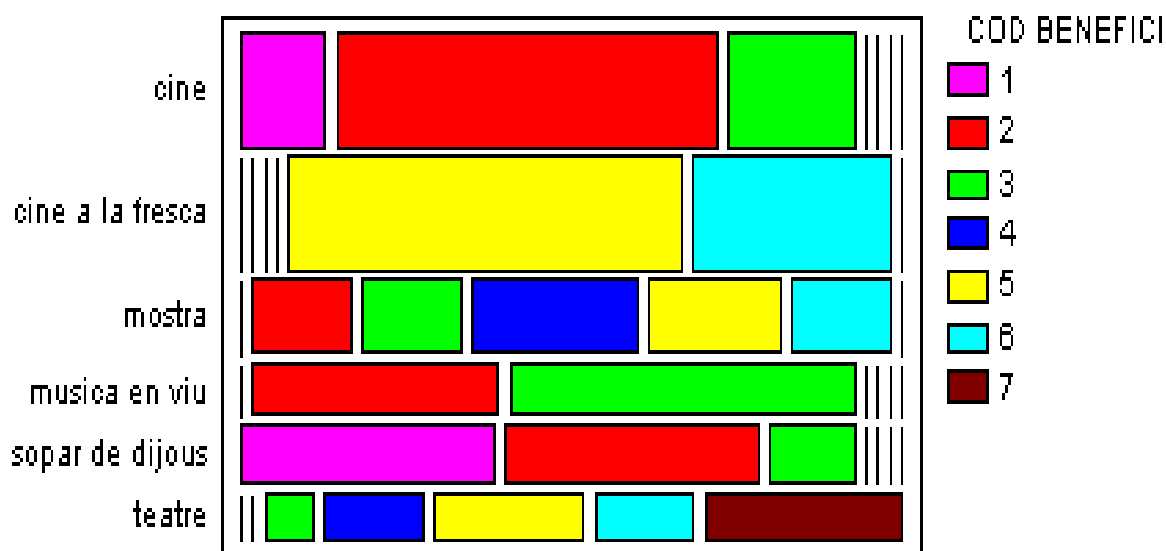
**Gráfico 1: Diagrama de barras frecuencia beneficio.**



Lo que a nosotros nos interesa es que principalmente el código del beneficio fuera 1, es decir, que se obtuviera un beneficio de entre 0 y 500 euros que es el máximo beneficio encontrado en nuestra muestra.

También podemos observar el siguiente gráfico en el que claramente se muestra que las únicas actividades que en ocasiones no producen pérdidas son el *Cine* y el *Sopar de Dijous*. Para el *Cine*, el porcentaje de veces que no se producen pérdidas es el 14.28%, en el caso del *Sopar de Dijous* este porcentaje es del 42.86%

**Gráfico 2: Grafico de mosaico para Tipo de Evento según Cód. Beneficio**



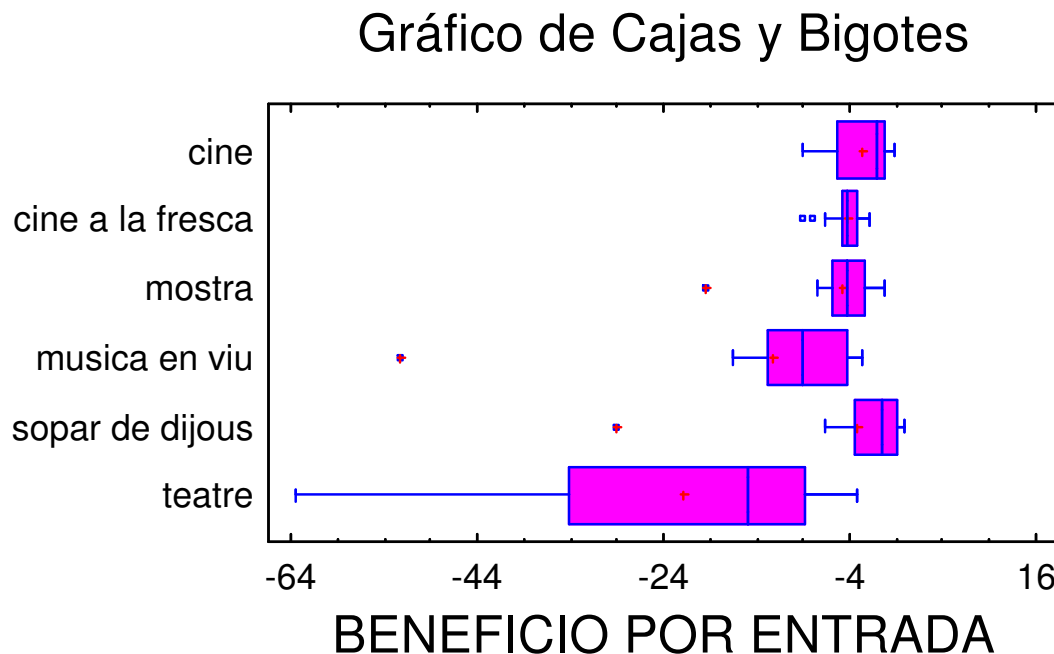
Luego si únicamente nos interesara el beneficio obtenido, claramente la mejor actividad a realizar es el *Sopar de Dijous*. Pero al tratarse de servicios públicos entre los cuales el objetivo principal no es el fin lucrativo, se prestará más atención a aquellas actividades que causen el menor gasto posible, no únicamente aquellos eventos que perciben beneficios. Observando el Gráfico 2 claramente se observa que los espectáculos que generan menos pérdidas son el *Cine* en primer lugar



seguido de *Sopar de Dijous* y la *Música en Viu* respectivamente. Siendo los espectáculos que generan más pérdidas el *Cine a la Fresca*, la *Mostra Internacional de Pallassos* y el *Teatro*.

A la vista del Gráfico de Caja y Bigotes Múltiple para las variables BENEFICIO POR ENTRADA según TIPO DE EVENTO ponemos de nuevo de manifiesto que las actividades que producen beneficio en positivo en ocasiones son el *Cine* y el *Sopar de Dijous* confirmando lo comentado anteriormente. Con esta herramienta estadística se observa claramente que en la actividad de *Teatro* es donde se produce mayor número de pérdidas a la vista del beneficio en negativo obtenido. Además es una actividad donde la variabilidad del beneficio es muy grande lo cual puede ser debido a las diferentes obras propuestas o a la publicidad que de las mismas se haga, así como a si son conocidas ya por los ciudadanos.

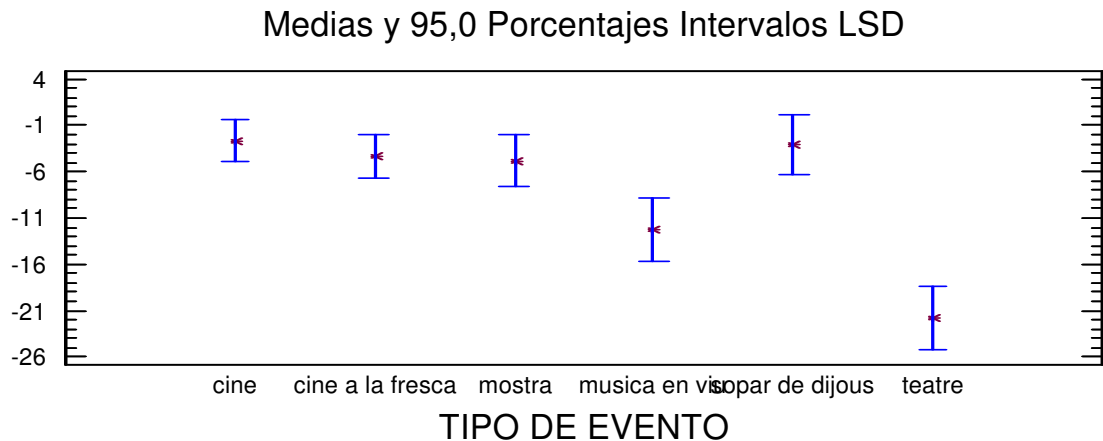
**Gráfico 3: Caja Bigotes de Beneficio por entrada según evento.**



Claramente el beneficio obtenido por entrada depende del tipo de actividad y lo podemos confirmar a través del resultado obtenido con la herramienta ANOVA (Análisis de la varianza).

**Grafico 4: Medias y 95,0 porcentajes LSD para Beneficio por entrada**

BENEFICIO POR ENTRADA



según Tipo de evento.

**Tabla 11: ANOVA para BENEFICIO POR ENTRADA según TIPO DE EVENTO**

Análisis de la Varianza					
Fuente	Sumas de cuad.	Gl	Cuadrado Medio	Cociente-F	P-Valor
Entre grupos	3938,89	5	787,778	10,98	0,0000
Intra grupos	7463,63	104	71,7657		
Total (Corr.)	11402,5	109			

Como el p-valor resulta menor que el riesgo de primera especie 0.05 entonces claramente el beneficio medio obtenido por entrada según el tipo de evento es diferente para algunos eventos.

**Tabla 12 de Medias para BENEFICIO POR ENTRADA según TIPO DE EVENTO con 95,0 intervalos LSD**

TIPO DE EVENTO	Frec.	Media	Error Estándar (s agrupada)	Límite inf.	Límite sup.
cine	28	-2,64934	1,60096	-4,89423	-0,404443
cine a la fresc	26	-4,31562	1,66139	-6,64525	-1,98598
mostra	18	-4,84029	1,99674	-7,64017	-2,04042
musica en viu	12	-12,2288	2,4455	-15,6579	-8,79964
sopar de dijous	14	-3,09248	2,26409	-6,26724	0,0822862

teatre	12	-21,7604	2,4455	-25,1895	-18,3312
-----					
Total	110	-6,58797			

A la vista de los intervalos LSD obtenidos según la actividad podemos observar numéricamente en la tabla o visualmente en el gráfico que el beneficio medio por entrada es similar para todas las actividades pero resulta inferior para la *Música en Viu* y todavía inferior para el *Teatre*.

En el anterior estudio encontramos un ligero inconveniente en la aplicación del ANOVA y es que la variable beneficio por entrada no es normal para todos los tipos de eventos lo cual nos lleva a utilizar el contraste de Kruskal-Wallis través del cual nos plantearíamos si las medianas obtenidas para el beneficio por entrada son iguales o no. A la vista del p-valor del contraste como es menor que el riesgo de primera especie 0.05 entonces deducimos que no todas las medianas son iguales y para saber cuáles son distintas recurriremos al gráfico de caja y bigotes múltiples obtenido para el beneficio por entrada según la variable tipo de evento.

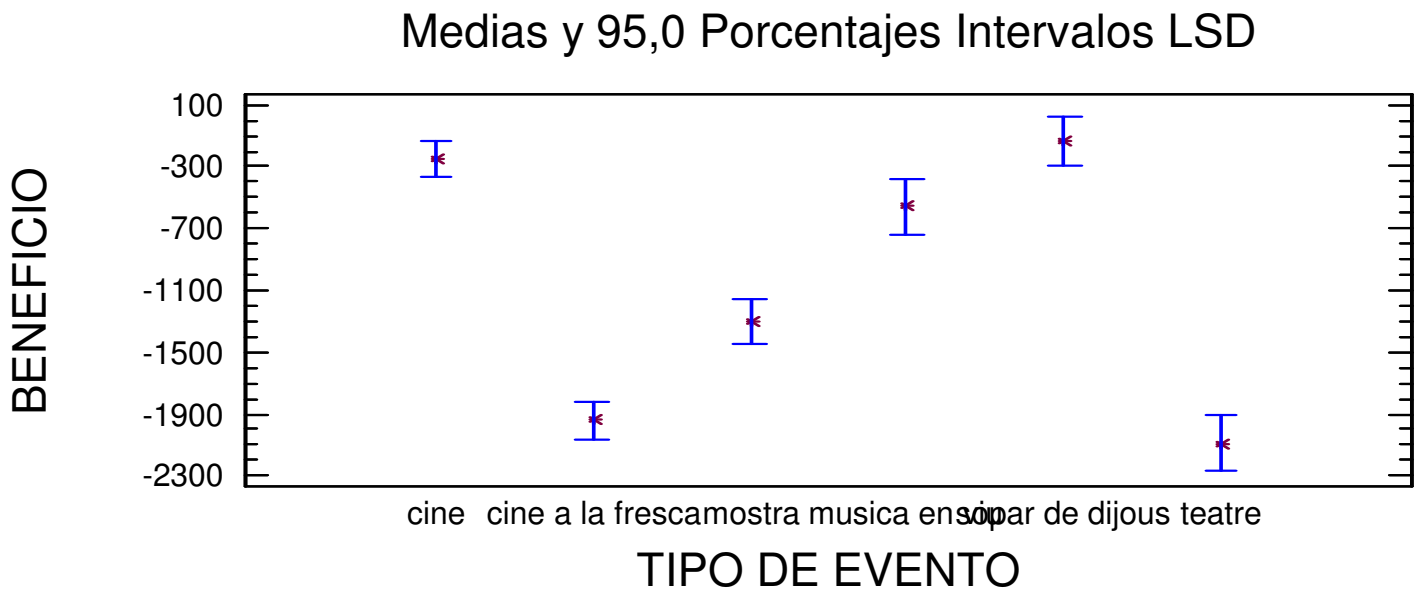
**Tabla 13: Tamaño muestral y rango promedio para tipo de evento**

TIPO DE EVENTO	Tamaño muestral	Rango Promedio
-----		
cine	28	71,9643
cine a la fresca	26	54,3077
mostra	18	53,7778
musica en viu	12	29,4167
sopar de dijous	14	81,0
teatre	12	18,5833

Estadístico = 40,5926 P-valor = 1,13398E-7

Un resultado similar se obtiene para la variable beneficio en función del tipo de evento salvo que en este caso el cine a la fresca y el teatro presentan valores medios de beneficio iguales, seguido de la Música en Viu y finalmente no se presentan diferencias para los otros tres tipo de actividades.

**Grafico 5: Medias y 95,0 porcentajes LSD para Beneficio según Tipo de evento**

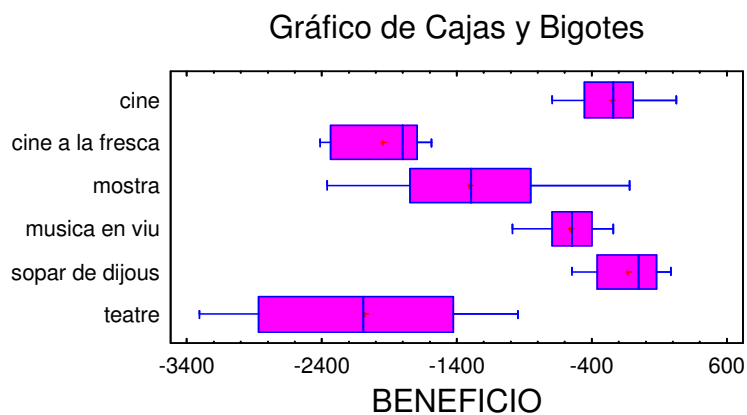


**Tabla 14: ANOVA para BENEFICIO según TIPO DE EVENTO**

Análisis de la Varianza

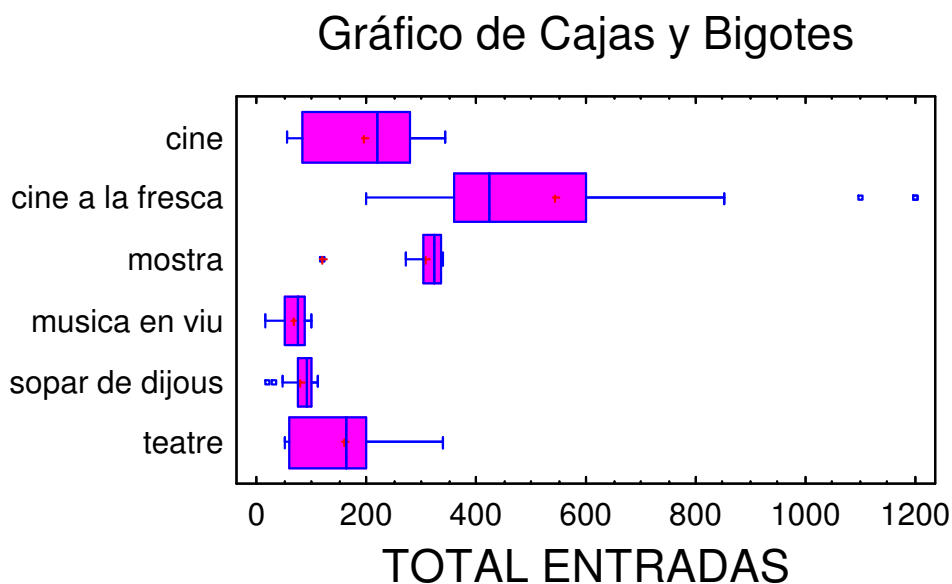
Fuente	Sumas de cuad.	Gl	Cuadrado Medio	Cociente-F	P-Valor
Entre grupos	6,80064E7	5	1,36013E7	71,31	0,0000
Intra grupos	2,00271E7	190	735,0		
Total (Corr.)	8,80335E7	11			

**Grafico 6: Cajas y Bigote de Beneficio según Tipo de Evento**



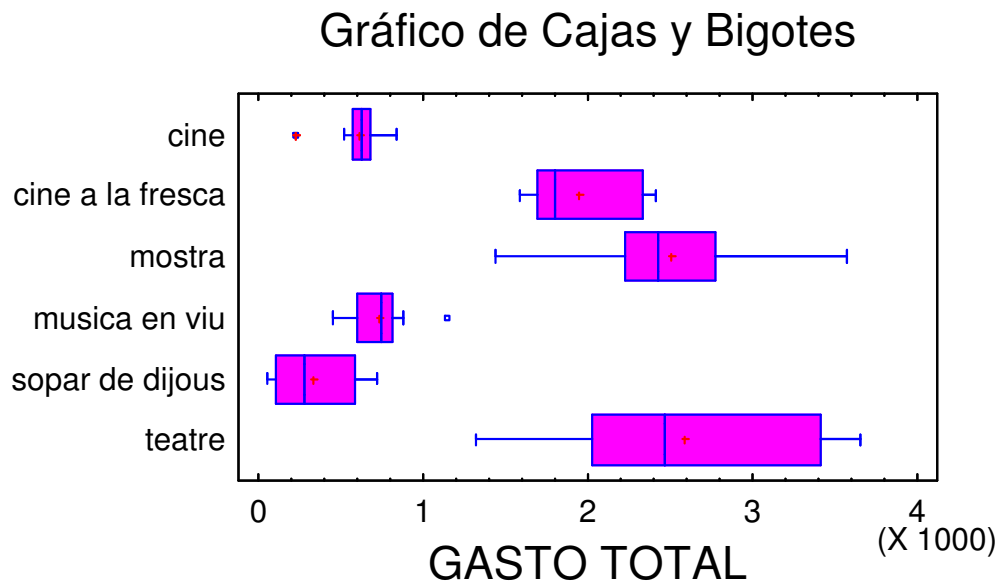
Si realizamos ahora un gráfico de Caja y Bigotes Múltiple para las variables TOTAL ENTRADAS según TIPO DE EVENTO podemos observar que la actividad que más entradas vende, aunque esta actividad es totalmente gratuita es el *Cine a la Fresca* salvo que esto no es del todo preciso pues realmente no se han medido el número de entradas vendidas más bien se ha contabilizado el número aproximado de asistentes a cada sesión. La siguiente actividad que más entradas vende es la *Mostra Internacional de Plassos* con una media aproximada de 340 entradas, seguida del *Cine*, que vende de media 220 entradas y del *Teatre* que vende de media 170 entradas.

**Gráfico 7: Cajas y Bigote de Total Entradas según Tipo de Evento**



A partir del Gráfico de Caja y Bigotes Múltiple para la variable GASTO TOTAL según TIPO DE EVENTO, claramente la actividad que mayor gasto tiene es el teatro seguida de la Mostra de Plassos sin embargo la Mostra no presenta grandes pérdidas pues se compensan con la recaudación obtenida por la venta de entradas.

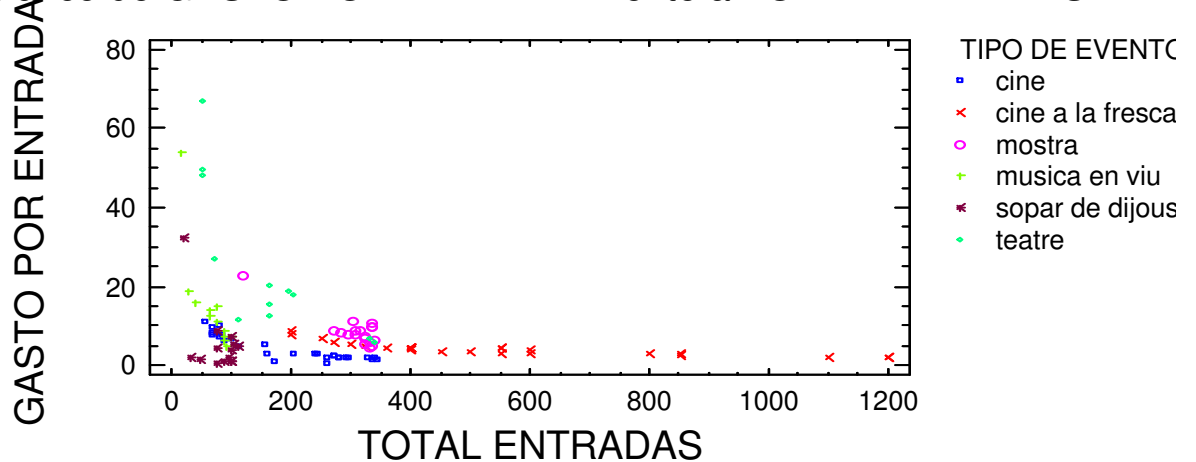
**Grafico 8: Cajas y Bigote de Gasto Total según Tipo de Evento**



Si realizamos un Gráfico X-Y para GASTO POR ENTRADA frente a TOTAL ENTRADAS y en colores pintamos los distintos tipos de actividades a nivel descriptivo podemos observar que la actividad que más entradas vende es el Cine a la fresca y que principalmente el mayor gasto por entrada se presenta en el Teatre y en la Musica en Viu.

**Grafico 9: X-Y por gasto por entrada frente a total de entradas**

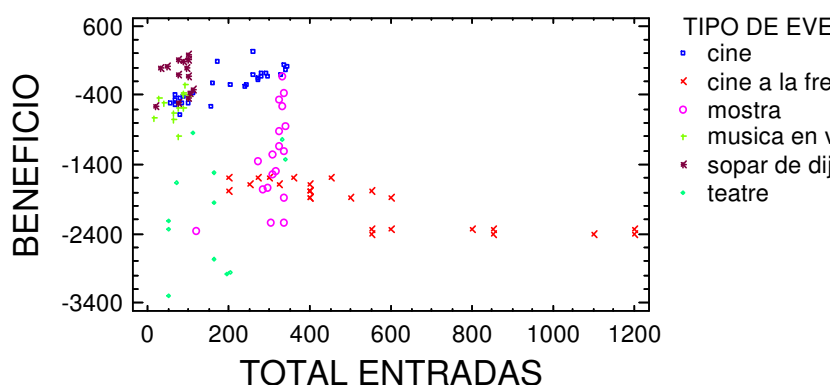
**Gráfico de GASTO POR ENTRADA frente a TOTAL ENTRADAS**



Si realizamos este mismo gráfico para las variables BENEFICIO según TOTAL DE ENTRADAS, a nivel descriptivo las actividades que más beneficios presentan son el Cine y el Sopar de Dijous.

**Gráfico 10: X-Y por beneficio frente a total de entradas.**

Gráfico de BENEFICIO frente a TOTAL ENTRADAS



## 3.2 Realización de la encuesta

### 3.2.1 Selección del tipo de encuesta (definición del alcance)

La encuesta es una de las fuentes de información primaria existentes, con la particularidad de que ha de ser muy específica y totalmente adaptada al problema de decisión analizado. Se trata de una modalidad de obtener información basada en el examen no exhaustivo, o parcial, de los componentes de una población, o universo que está constituida por el conjunto de ciudadanos de los que se desea obtener cierta información, dicha población en este estudio son los ciudadanos habitantes en el municipio valenciano de Xirivella.

La utilidad de las encuestas es la común a cualquier fuente de información, pero en el sector público sirve específicamente: para obtener información sobre el nivel de satisfacción de un servicio público, para plantear la posible segmentación de los ciudadanos ofreciéndoles servicios públicos diferenciados, para analizar la imagen de un servicio público y para averiguar el posicionamiento de un servicio público, es decir para mostrar la situación relativa de un servicio respecto a otros. En el caso que nos ocupa se trata de estudiar cual es la satisfacción y las necesidades de los ciudadanos respecto a los servicios ofertados por la Casa de Cultura de su municipio.

Para realizar un estudio de satisfacción teniendo en cuenta que las administraciones públicas se caracterizan por su heterogeneidad, un primer paso fundamental en el diseño de un modelo de medición es la definición exacta de los elementos que intervienen en el alcance de la medición. Entre otros aspectos hay que considerar las siguientes variables intervinientes: el enfoque metodológico; los segmentos de usuarios; el canal de prestación; el tipo de servicio; el ciclo de vida.

En cuanto al enfoque metodológico, este puede ser abordado de diferentes modos: visión cliente externo (encuesta de satisfacción); visión cliente experto o auditor (cliente misterioso), que consiste en la técnica utilizada por las empresas para evaluar la calidad en la atención al cliente, los clientes misteriosos actúan como clientes comunes que realizan una compra o consumen un servicio y luego entregan un reporte sobre cómo fue su experiencia; visión del cliente interno (encuesta espejo, encuesta interna...), las cuales permiten medir objetivamente la opinión de los empleados, su satisfacción y su compromiso con la empresa.

Por lo que respecta a los segmentos de usuario estos pueden ser: ciudadanos; empresario/autónomos; gestorías y otras administraciones.

El canal de prestación del estudio de satisfacción puede ser: presencial, la cual se trata de aquella encuesta que se desarrolla mediante una entrevista encuestado-encuestador de manera personal e individual. Esta modalidad requiere un equipo de entrevistadores los cuales



disponen de un cuestionario escrito y suelen durar las entrevista sobre una media hora aproximadamente por cada entrevistado. Este tipo de canal permite recoger una gran cantidad de información de cada uno de los entrevistados. Otro canal de prestación sería la encuesta telefónica. Esta modalidad se basa en una encuesta personal que utiliza el teléfono como base de la entrevista, lo cual implica que la mayoría de la población debe disponer del mismo y que la entrevista no puede durar mucho tiempo, por lo que la cantidad de información obtenida no será alta. Otro canal sería la encuesta online: en este tipo de encuesta el ciudadano deberá disponer de ordenador y conexión a internet, además no podrá ser muy extensa y cuenta con el inconveniente de no poder encontrar las direcciones de correo electrónico de los ciudadanos a los que se desea entrevistar. Existen otras modalidades de canal de prestación como es la encuesta portal, la encuesta personal denominada “ómnibus” o la encuesta denominada de “panel”.

Atendiendo al tipo de servicio que se desea analizar este puede ser informativo, asistencial, de trámites u otras situaciones.

Y en cuanto al ciclo de vida se puede tratar de potenciales clientes; usuarios recientes; clientes actuales u otras situaciones.

En nuestro caso particular, el enfoque metodológico usado será el de la visión del cliente externo (encuesta de satisfacción), ya que nos interesa conocer la opinión de los ciudadanos del municipio con respecto a la satisfacción con los servicios ofertados en la Casa de Cultura de Xirivella. En cuando a los segmentos de usuarios estos serán los ciudadanos del municipio. El canal de prestación del estudio será la encuesta personal. El tipo de servicio que se desea analizar podría catalogarse como un servicio asistencial. Y por lo que respecta hacia el ciclo de vida de los clientes estos serán usuarios recientes mayoritariamente.

### *3.2.2 Determinación del tamaño muestral*

Para determinar el tamaño muestral hay que tener en cuenta varios factores que influyen, como son, por un lado el error que se desea cometer (la relación existente es inversa pues menos error implica tener que aumentar el tamaño muestral) y por otro el tamaño de la población o universo, siendo ahora la relación directa, es decir para un error dado, cuanto mayor sea el tamaño de la población o universo, mayor debe ser el tamaño de la muestra.

Las variables que intervienen en la determinación del tamaño muestral son las siguientes:

El tipo de muestreo. El diseño que se utilice, condicionará el tamaño de la muestra que se necesitará en el estudio, así un muestreo no aleatorio necesitara menos tamaño muestral que un estudio basado en un muestreo aleatorio.

El tamaño poblacional (N), que como ya se ha visto cuanto mayor sea el tamaño de la población objeto de estudio, mayor será el tamaño de la muestra necesario para obtener la misma representatividad. Pero es conveniente tener en cuenta que esto solo sucede en poblaciones pequeñas o finitas, pues a medida que aumenta el tamaño de la población los incrementos muestrales necesarios se van reduciendo, hasta que tienden a 0. Ello ocurre con tamaños de población que estadísticamente tienden a infinito, es decir poblaciones de más de 90.000 habitantes.

La varianza poblacional ( $\sigma^2_{p/q}$ ) es una medida de la dispersión de los resultados, es decir de la homogeneidad o heterogeneidad de la distribución de una determinada característica en la población. Cuanto más heterogénea sea esta distribución (más dispersión, mayor varianza), mayor será el tamaño muestral requerido. Cuando no se dispone de esta información previa o cuando se pretende obtener información de más de una variable (que es lo más común) y además las variables que se utilizan son de distinta naturaleza (cuantitativas y cualitativas) se utiliza la

fórmula de cálculo de la varianza para proporciones (p/q) presuponiendo máxima dispersión (p=q=50), es decir, consideramos que el porcentaje de la población que posee la característica analizada (p) es del 50%, y el porcentaje de población que no posee la característica analizada (q) es también del 50%, por lo que p+q=100%.

El error muestral (e) es el nivel de precisión que se prefija para las estimaciones, es decir, la magnitud de las desviaciones respecto a los valores reales poblacionales que se obtendrían en el supuesto de que se aplicara de forma repetida el mismo procedimiento de muestreo sobre la misma población. El error muestral se utiliza para el cálculo del intervalo de confianza de las estimaciones. El intervalo de confianza nos indica los valores extremos entre los que oscilaría la media o proporción poblacional con un grado de probabilidad preestablecido (o nivel de confianza). El nivel de confianza para el error máximo admitido (K), es sistemáticamente el valor K=2, que representa el nivel de confianza del 95,5% y cuya correspondencia se debe a la distribución normal que se supone para los parámetros poblacionales.

En el caso en que se midan valores de una variable de forma porcentual, las dos fórmulas de cálculo para determinar el tamaño muestral (n), viene dada por las dos fórmulas mostradas en el Cuadro 1. La primera para el supuesto de que la encuesta se efectúe en una población o universo de tamaño infinito, se entiende por tal de más de 90.000 individuos (N > 90.000), y la segunda para una población o universo finito, es decir con menos de 90.000 individuos (N < 90.000).

**Cuadro 1: Formulas para determinar tamaños muestrales en el caso de valores porcentuales.**

Poblaciones infinitas

$$n = p * q * k^2 / e^2$$

poblaciones finitas

$$n = N * p * q * K^2 / e^2 * (N-1) + p * q * K^2$$

Para determinar el tamaño muestral de la encuesta de satisfacción de los servicios ofertados en la Casa de Cultura de Xirivella se va a usar la fórmula para determinación del tamaño muestral en poblaciones finitas, pues la población de Xirivella es de 30.910 habitantes. A continuación, en el **Cuadro2** se realizará el estudio de la determinación del tamaño muestral atendiendo a diferentes errores muestrales, estos van a ser del 2%; 3%; 4%; 5%; 6%; 7%; 8%; 9% y 10% para continuar con la selección de cuál será el tamaño de la muestra atendiendo a los recursos disponibles para la realización de las encuestas.

**Cuadro 2: Tamaños muestrales (n) para diversos errores, con un nivel de confianza del 95,5 % (K=2) en el supuesto de N = 30.910.**

(Error = 2%)

$$n = 30.910 * 50 * 50 * 2^2 / 2^2 * (30.909) + 50 * 50 * 2^2 = \mathbf{2312 \text{ encuestas}}$$

(Error = 3%)

$$n = 30.910 * 50 * 50 * 2^2 / 3^2 * (30.909) + 50 * 50 * 2^2 = \mathbf{1072 \text{ encuestas}}$$

(Error = 4%)

$$n = 30.910 * 50 * 50 * 2^2 / 4^2 * (30.909) + 50 * 50 * 2^2 = \mathbf{612 \text{ encuestas}}$$

(Error = 5%)

$$n = 30.910 * 50 * 50 * 2^2 / 5^2 * (30.909) + 50 * 50 * 2^2 = \mathbf{394 \text{ encuestas}}$$

(Error = 6%)

$$n = 30.910 * 50 * 50 * 2^2 / 6^2 * (30.909) + 50 * 50 * 2^2 = \mathbf{275 \text{ encuestas}}$$

(Error = 7%)

$$n = 30.910 * 50 * 50 * 2^2 / 7^2 * (30.909) + 50 * 50 * 2^2 = \mathbf{202 \text{ encuestas}}$$

(Error = 8%)

$$n = 30.910 * 50 * 50 * 2^2 / 8^2 * (30.909) + 50 * 50 * 2^2 = \mathbf{155 \text{ encuestas}}$$

(Error = 9%)

$$n = 30.910 * 50 * 50 * 2^2 / 9^2 * (30.909) + 50 * 50 * 2^2 = \mathbf{122 \text{ encuestas}}$$

(Error = 10%)

$$n = 30.910 * 50 * 50 * 2^2 / 10^2 * (30.909) + 50 * 50 * 2^2 = \mathbf{99 \text{ encuestas}}$$

### *3.2.3 Selección de la muestra*

El siguiente paso para realizar la encuesta, a la vez que la determinación del tamaño muestral es la selección de la muestra, tipo de muestreo a utilizar para la realización de la encuesta de satisfacción. La selección de la muestra consiste en determinar el método a través del cual se elegirán a los componentes de la muestra. Existen diferentes posibilidades a la hora de seleccionar la muestra, a continuación se nombran algunas:

- Muestreo aleatorio simple
- Muestreo estratificado (a una o varias características) complementado con el de Rutas aleatorias (u otros métodos)
- Muestreo aleatorio sistemático
- Muestreo de las “rutas aleatorias”

En la práctica los dos primeros métodos son los más utilizados. El primero de ellos, el muestreo aleatorio simple consiste en numerar a todos los individuos de una determinada población, y mediante una tabla de números aleatorios, o mejor aún mediante un generador de números aleatorios, determinar cuáles van a ser los encuestados dependiendo del tamaño muestral elegido. Hay que tener en cuenta que con este método de selección de la muestra, cada componente de la población o universo, debe estar perfectamente definido. Ello nos ayudara a poder ponerse en contacto con la persona que debe ser entrevistada.

Dependiendo del caso que se nos presente podrían existir diferentes características en los resultados de las opiniones de las encuestas dependiendo de diferentes grupos existentes dentro del universo a estudiar. Así por ejemplo, en nuestro estudio de la satisfacción de los servicios de cultura, a la hora de valorar la satisfacción de cada uno de los espectáculos, no tendrán la misma información personas que si han asistido a dichos espectáculos como aquellas que nunca lo han hecho. A estos grupos que contienen a ciudadanos cuyo comportamiento es muy

diferente respecto a la variable que se está analizando, se le denomina “estrato”. Por lo tanto a la hora de seleccionar la muestra es preciso ver si existiesen grupos con comportamientos diferentes, y seleccionar un método de selección de la muestra que no distorsione estas realidades. El método aleatorio simple sí que distorsiona estos comportamientos, pues al elegir a la muestra de forma aleatoria, al azar se elegirá a personas tanto de un grupo como del otro. Para evitar este posible error que significaría la no representatividad de la muestra, lo que se hace es realizar una estratificación de la población, es decir, determinar la variable, o variables, que suponen relevantes para explicar comportamientos diferenciados respecto a la variable que se está analizando. En ello consiste el segundo tipo de muestreo.

La selección de la muestra para la encuesta de Xirivella, se ha realizado mediante un método estratificado en el cual se diferencia de entre los ciudadanos de Xirivella aquellos que en los últimos 12 meses, antes de la realización de la encuesta, han asistido por lo menos una vez a eventos programados por la Casa de Cultura de aquellos ciudadanos que no lo han hecho. Para poder conseguir un buen número de encuestados que tuviesen información objetiva sobre los servicios ofertados, es decir aquellos que habían asistido en los últimos 12 meses a algún evento, se ha realizado un gran porcentaje del total de las encuestas a la entrada de 3 eventos diferentes realizados por la Casa de Cultura en un mes. Para que sean los clientes recientes los que valoren la satisfacción percibida. El resto han sido seleccionadas al azar entre los ciudadanos de Xirivella para conocer variables en las cuales hay que tener en cuenta a toda la población. Ello se detallara mejor en el punto *3.2.4 Cuestionario previo y cuestionario definitivo de la encuesta* de este mismo trabajo.

### 3.2.4 Ficha técnica

**Tabla 15: FICHA TECNICA DE LA ENCUESTA**

REALIZADA POR	Mario Gallardo Palomino.
NONBRE DE LA ENCUESTA	Encuesta de satisfacción Casa de Cultura Xirivella.
UNIVERSO	Población del municipio de Xirivella como principales receptores de los servicios ofrecidos.
MARCO MUESTRAL	Clientes recientes de los servicios ofertados y ciudadanos elegidos al azar en el municipio de Xirivella.
ENFOQUE METODOLOGICO	Cliente externo (encuesta de satisfacción).
CANAL	Encuesta personal.
TAMAÑO MUESTRAL	133 encuestas (error=8,5 aprox.).
FECHA	Octubre 2012.
OBJETIVO	Medir el grado de satisfacción de los servicios ofertados por la Casa de Cultura de Xirivella y como objetivo secundario conocer los hábitos y



	gustos culturales.
Nº DE PREGUNTAS	33 preguntas.
TIPO DE PREGUNTAS	Cerradas (35), Abiertas (1)

### *3.2.5 Cuestionario previo y cuestionario definitivo de la encuesta*

Antes de realizar la encuesta definitiva de satisfacción se ha procedido a la realización de un cuestionario previo para comprobar que la encuesta definitiva está diseñada de forma que la información obtenida de ella tenga la máxima calidad posible, ya que la información obtenida en ella es la base para que el gestor público pueda tomar sus decisiones.

Con la realización de un cuestionario previo se busca intentar minimizar los posibles defectos efectuados durante su realización. Entre estos defectos, se desea comprobar que todas las preguntas están bien redactadas y son perfectamente comprensibles por las personas encuestadas. También se desea comprobar que además de entenderse, el lugar elegido para la realización de la encuesta, es el correcto para que los ciudadanos encuestados tengan suficiente información para contestar. Por último, se desea comprobar que los encuestados, además de entender y tener suficiente información, desean facilitarla.

Antes de la realización del cuestionario previo, se ha consultado a 2 expertos, para comprobar posibles errores de contenido y forma. Una vez corregidos estos errores se han realizado 30 encuestas a la entrada de un evento en la Casa de Cultura, al azar entre los 110 asistentes. También se han realizado 10 encuestas al azar a pie de calle entre ciudadanos del municipio, en distintas posiciones del mismo.

El cuestionario previo comienza con el nombre del cuestionario y una breve descripción del objetivo del mismo, pidiendo que se conteste con total sinceridad y agradeciendo la participación. Se ha tenido en cuenta el cuidado de la presentación del mismo, ya que una deficiente presentación puede predisponer en contra al entrevistado. Las preguntas están agrupadas por temas, pudiendo el cuestionario desglosarse en tres apartados diferentes: el primero de ellos hace referencia a los hábitos y gustos culturales más comunes entre los encuestados. En la segunda parte de la encuesta se pide información sobre la casa de la cultura, pidiéndose que se valoren cada uno sus servicios ofertados en la programación mensual. Y en la tercera parte se pregunta sobre los datos personales (edad, sexo, estudios y ocupación). El formato original que finalmente se le dio al cuestionario puede encontrarse en el **ANEXO 3: Formato final del cuestionario previo**.

Una vez realizados los cuestionarios previos, se pudo comprobar que se habían cometido varios errores que se subsanarían a la hora de realizar en cuestionario definitivo. Entre estos errores figuran los siguientes:

- Basándome en la respuesta que obtuve de los encuestados al proponerles la realización de la encuesta, y también dándole un simple vistazo, fue fácil darse cuenta que el primer y más grave error se encontraba en la extensión de la misma. Para solucionar este error se tuvo que suprimir, combinar o modificar algunas de las preguntas. También se han suprimido, modificado o combinado algunas de las posibles respuestas de cada pregunta. Para poder realizar estos cambios se analizaron las encuestas con el Dyane (software de diseño y análisis de encuestas), y dependiendo de los resultados se eliminaron las respuestas que obtuvieron una contestación inferior al 2%, así en la pregunta del tipo de obras teatrales a las que se había asistido, por ejemplo, solo un 1% de los encuestados respondieron grabado y Comics, por lo que estas dos respuestas serian eliminadas para el cuestionario definitivo.

- Otro de los problemas que se pudo observar con la experimentación directa a los encuestados fue que se algunos de los encuestados tenían dificultades a la hora de entender las instrucciones de la encuesta, muchos de ellos pasaron por alto instrucciones de tipo “pase a la preg.3”. Esto fue también solucionado en la encuesta definitiva aumentando la fuente de estas instrucciones y poniéndola en negrita.
- La pregunta 1 referida a que actividades culturales se habían realizado en el último año, contenían sub preguntas que se repetían con algunas de las siguientes preguntas de la encuesta, por lo que estas fueron eliminadas para la encuesta definitiva.
- Dado el escaso número de contestaciones afirmativas a la pregunta de si se había asistido a espectáculos de danza, se decidió eliminarla por completo junto con sus predecesoras.
- Las preguntas 33 y 34 que estaban situadas al final de la encuesta, han pasado a estar en la primera parte de la encuesta, ya que estas hacen referencia a hábitos culturales.
- También se ha modificado la “ruta” que siguen los encuestados durante la realización de la encuesta, es decir se definió mejor los estratos de población que debían responder a cada pregunta. Por ejemplo, la pregunta 26 referente a si se conoce o no la programación cultural, te llevaba directamente a la pregunta 33 si la respuesta era negativa, saltando la parte en la que se valoran los eventos culturales. No obstante, es posible no conocer la programación de la Casa de Cultura y sin embargo haber asistido a algún evento en el último año y poder valorar la satisfacción percibida. Por ello han sido mejor definidos los estratos en la encuesta definitiva.

Una vez realizados todos los cambios, la encuesta definitiva ya está lista para ser realizada a los encuestados. La encuesta una vez modificada paso de tener 38 preguntas a tener 33. A continuación se detalla la estructura final de la encuesta, y el formato final que tuvo puede verse en el **ANEXO 4: Formato final del cuestionario definitivo.**

Todas las preguntas de la primera parte están referidas a los últimos 12 meses:

**Tabla 16: Parte 1: Hábitos y consumos culturales más frecuentes en términos anuales**

PREGUNTA	ITEM
1	Actividades realizadas (lectura bibliotecas)
2	Asistencia actividades culturales varias
3	Asistencia actividades culturales varias II
4	Frecuencia asistencia exposiciones de arte
5	Razones de no haber ido a exposición de arte
6	Preferencia exposiciones de arte
7	Frecuencia asistencia a obras de teatro
8	Razones de no haber ido a obras de teatro
9	Preferencia obras de teatro
10	Frecuencia asistencia a conciertos
11	Razones de no haber ido a conciertos

12	Preferencia conciertos
13	Frecuencia asistencia espectáculos circenses
14	Asistencia otros espectáculos en vivo
15	Tipo de espectáculos en vivo a los que se ha asistido
16	Frecuencia asistencia al cine
17	Razones de no haber ido al cine
18	Razones de no haber ido más veces al cine
19	Preferencia tipo de películas
20	Preferencia origen de las películas
21	Medio de información de los nuevos estrenos

Se han realizado saltos de pregunta en la encuesta para diferenciar estratos dentro de la muestra. Con ello se consigue que determinadas preguntas solo sean contestadas por las personas que cumplan unas determinadas características. Por ejemplo, la pregunta 5 (razones de no haber asistido a exposiciones de arte) solamente será contestada por aquellas personas que no hayan asistido a exposiciones de arte en los últimos 12 meses, es decir, aquellas que respondieron “5. Ninguna” en la pregunta 4 (Frecuencia asistencia exposiciones de arte). Los saltos de pregunta realizados pueden verse en el **ANEXO 4: Formato final del cuestionario definitivo**.

**Tabla 17: Parte 2: Nivel de satisfacción Casa de Cultura**

<b>PREGUNTA</b>	<b>ITEM</b>
22	Conocer Casa de Cultura
23	Conocer programación cultural
24	Medio de información de la programación cultural
25	Frecuencia asistencia Casa de Cultura
26	Razones de no asistencia a los eventos de la Casa de Cultura
27	Preferencia tipo de evento ofertado
28	Medición de satisfacción de los diferentes eventos
29	Actividades que no se ofertan (pregunta abierta)

**Tabla 18: Parte 3: Datos personales**

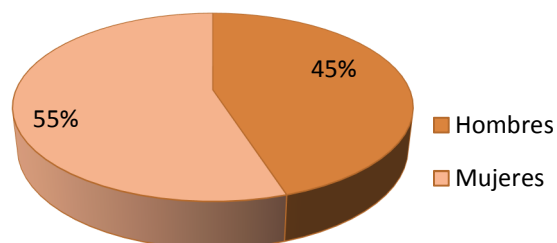
<b>PREGUNTA</b>	<b>ITEM</b>
30	Sexo
31	Edad

32	Situación Laboral
33	Nivel de estudios

### 3.2.6 Informe de la encuesta y difusión de los resultados

Con el objetivo de medir el grado de satisfacción de los servicios ofertados por la Casa de Cultura de Xirivella, y como objetivo secundario conocer los hábitos y gustos culturales más comunes entre los vecinos, se han realizado un total de 133 encuestas. Una parte de los cuestionarios fueron realizados en diferentes puntos del municipio de Xirivella, otra parte fueron realizados entre los asistentes de tres espectáculos diferentes realizados por la Casa de Cultura durante el mes de Octubre. Estos espectáculos fueron el Sopar de Dijous, Música en Viu y Cine.

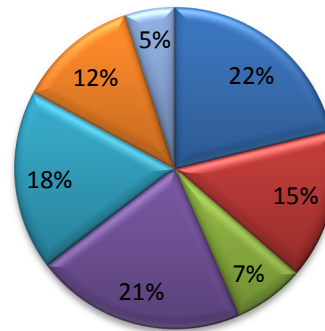
Se realizó el 45% de los cuestionarios a hombres y el 55% restante a mujeres. Por lo que se puede afirmar que existe una buena representatividad en cuanto a sexo, habiendo un número similar de hombres y de mujeres.



**Gráfico 11: Sexo de los encuestados**

Tal y como se aprecia en el gráfico 12, el 22% de los encuestados son empleados del sector privado, el 21% se encuentra en situación de desempleo, el 18% son estudiantes, mientras que el 15% son empleados del sector público. La menor representación en los resultados dependiendo de la situación laboral de los encuestados es para los jubilados y pensionistas (12% de los encuestados), Autónomos (7% de los encuestados) y cuidados de la casa (solo en 5% de los encuestados).

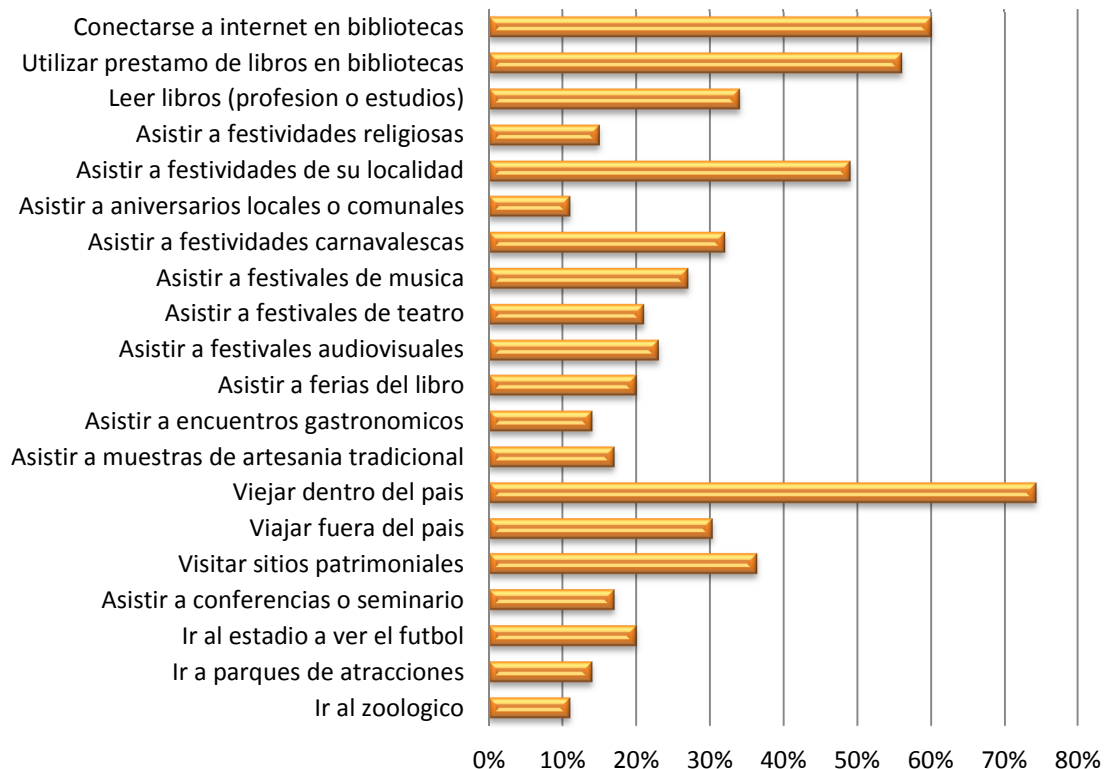
- empleado del sector privado
- Empleado del sector publico
- Autonomo
- Desempleado
- Estudiante
- Jubilado o pensionista
- Cuidado de la casa



**Gráfico 12: Nivel de estudio de los encuestados**

Teniendo en cuenta el nivel de estudios de los encuestados se puede afirmar que están representados todas las personas con diferentes niveles de estudios: el 9% tiene solamente educación primaria, el 20% posee el título de educación secundaria obligatoria, el 12% afirma haber cursado hasta bachiller, el 10% son técnicos medios, el 10% son técnicos superiores, el 24% son diplomados, licenciados o graduados, el 7% posee master o postgrado y un 6% no tiene ningún estudio.

Los resultados de la encuesta en las tres primeras preguntas del



**Gráfico 13: Personas que realizaron o suelen realizar determinadas actividades culturales en el último año**

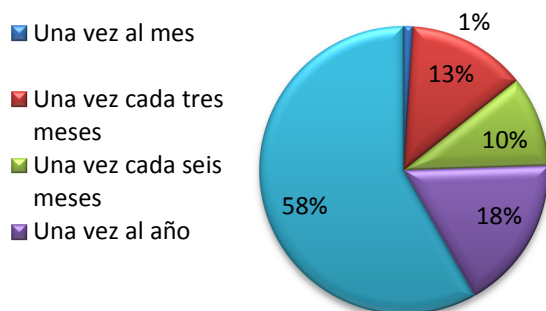


cuestionario referidas a los hábitos culturales más frecuentes en los últimos 12 meses son: viajar dentro del país, conectarse a internet a través de bibliotecas, utilizar el préstamo de libros en alguna biblioteca y asistir a festividades tradicionales propias de su localidad con tasas del 74%, 60%, 56% y 49% respectivamente. A estas actividades les siguen visitar sitios patrimoniales como monumentos, lugares históricos o arqueológicos, siendo un 36% los que reconocen haberlo hecho, leer libros relacionados con la profesión o estudios de cada uno, con un 34%, asistir a actividades carnavalescas, con un 32% y viajar fuera del país, habiéndolo realizado un 30% de los encuestados.

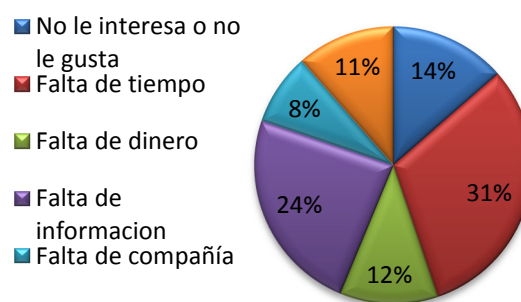
En posiciones intermedias encontramos asistir a festivales de música con un 27%, asistir a festivales audiovisuales o de teatro, junto con ir a ferias del libro o al estadio de futbol a ver un partido con porcentajes que rondan el 20%.

Entre las actividades menos frecuentes nos encontramos ir al zoo, asistir a actividades religiosas, asistir a aniversarios locales y comunales, asistir a encuentros gastronómicos o a muestras de artesanía tradicional, ir a conferencias y seminario e ir a parques de atracciones con porcentajes menores del 18% todos ellos.

Más del 55% de la población encuestada afirma no haber visitado ninguna vez un museo en los últimos 12 meses, siendo un 42% los que sí que lo han hecho. En concreto el 18% afirma visitar museos una vez al año, el 10% lo hace cada 6 meses, el 13% una vez cada tres meses, y solo un 1% visita museos de forma mensual.

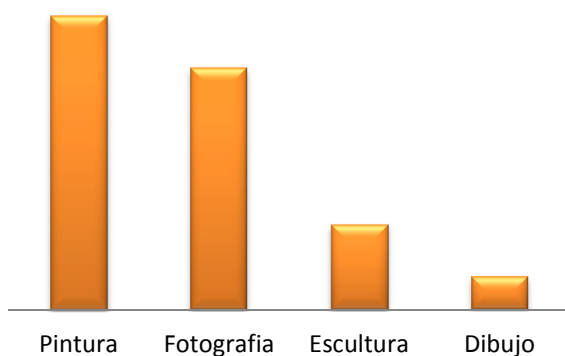


**Gráfico 14: Frecuencia asistencia a exposiciones de arte**



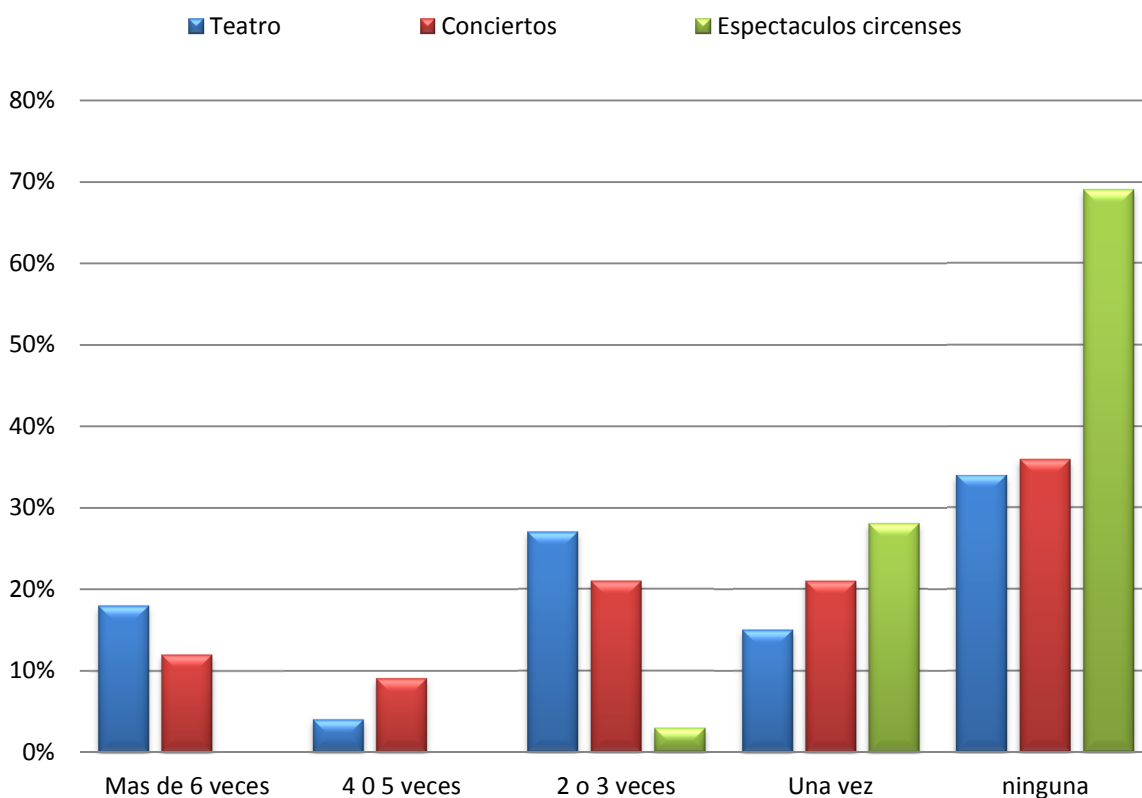
**Gráfico 15: ¿Por qué no ha asistido a exposiciones de arte?**

De entre el 58% de la población analizada que no ha asistido a exposiciones de arte, el 31% no lo hizo por falta de tiempo y el 24% no asistió por falta de información. Al 14% de la población no le interesa o no le gusta, a un 12% no asiste por falta de dinero, y un 11% y 8% respectivamente no asisten por falta de compañía o costumbre y preparación.



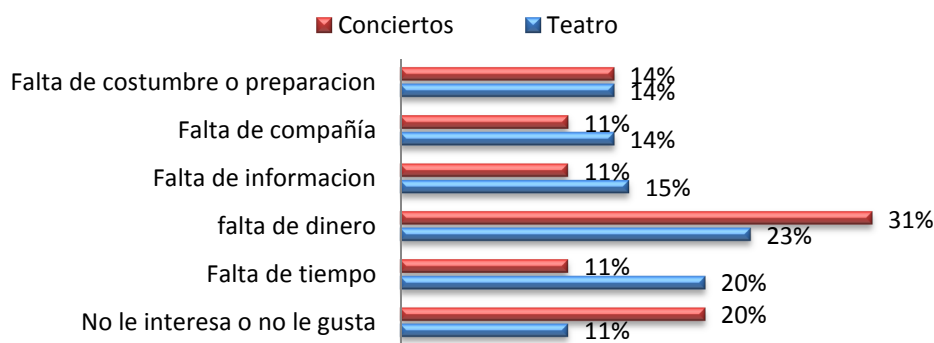
**Gráfico 16: ¿Qué tipo de exposiciones prefiere?**

Las exposiciones favoritas de la población entre la gente que en el último año visitó por lo menos en una ocasión exposiciones de arte son pintura y fotografía, con tasas del 45% y 37% respectivamente. Las exposiciones de escultura solo les gustan a un 13% y las de dibujo a un 5%.



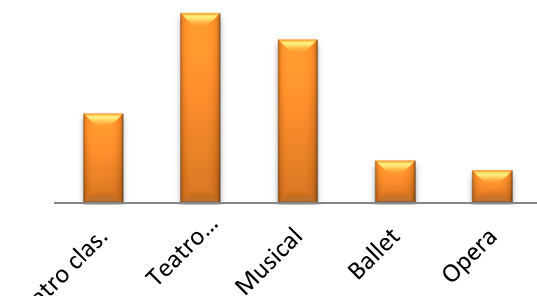
**Gráfico 17: Frecuencia de asistencia anual de diferentes espectáculos**

Para analizar los resultados de la encuesta con respecto a la frecuencia con la que acudió la población a diferentes tipos de espectáculos vamos a comenzar por el teatro. El 34% de la población afirma no haber asistido al teatro en los últimos 12 meses. El 15% dice haber ido por lo menos una vez, el 27% ha ido 2 o 3 veces, solo el 4% ha ido entre 4 o 5 veces y el 18% afirma haber ido 6 veces o más. Algo parecido es lo que sucede con la asistencia a los conciertos, el 57% fue una o ninguna vez a un concierto en el último año, el 21% ha ido 2 o 3 veces, el 9% 4 o 5 veces y un 12% a asistido a conciertos más de 6 veces. La asistencia al circo es notablemente inferior asistiendo una vez al año el 28% y no habiendo asistido ninguna un 69%. Solo un 3% afirma haber ido entre 2 y 3 veces. Las diferencias entre el número de veces que se asiste al circo en un año en comparación con las que se hace a espectáculos de teatro o conciertos, puede deberse a que los circos suelen ser actuaciones temporales.



**Gráfico 18: Motivos de no asistir a conciertos ni obras de teatro**

Entre las personas que no asistieron en el último año al teatro, es decir, el 34% de la población, el 23% no asistió por falta de dinero, siendo este el principal motivo, y el 20% no asistió por falta de tiempo. Las demás razones de no haber asistido, como son por falta de costumbre o preparación, por falta de compañía, por falta de información o porque no le interesa o no le gusta tienen frecuencias similares de alrededor del 14% cada una de ellas.



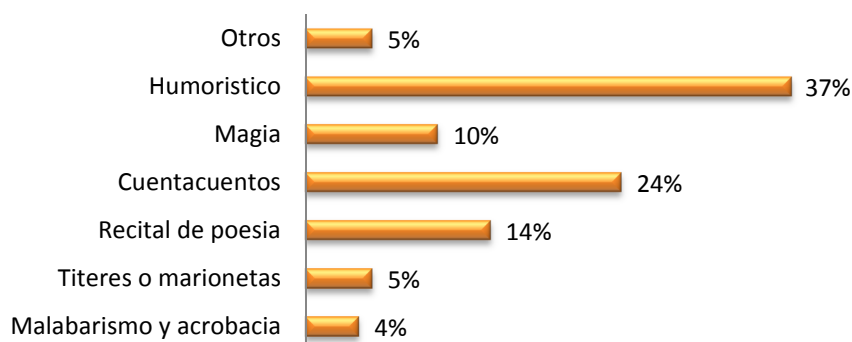
**Gráfico 19: Preferencia obras de teatro.**

A la pregunta de qué tipo de obras teatrales se prefiere, el teatro contemporáneo y el musical son las preferidas por la población, habiendo sido estas elegidas como las favoritas por el 36% y 31% respectivamente entre población que asistió por lo menos a una obra teatral en el

último año. El teatro clásico le sigue como favorita con una tasa del 17%. El ballet y la opera son poco reconocidas con solo un 8% y un 6%.

Con respecto al tipo de conciertos favoritos entre la población que en el último año asistió por lo menos una vez a un concierto, el 39% prefiere conciertos de música pop, al 15% les gusta la música clásica y el rock, siendo un 12% los que prefieren el rap & reggae. Un 9% contestó que prefiere conciertos de música electrónica, un 7% los prefiere de

música folclórica y solo un 3% de los encuestados les gustan los conciertos de música heavy.



**Gráfico 20: Asistencia a otros espectáculos en vivo.**

Entre el 66% de la población que afirma haber asistido en el último año a otros espectáculos en vivo diferentes

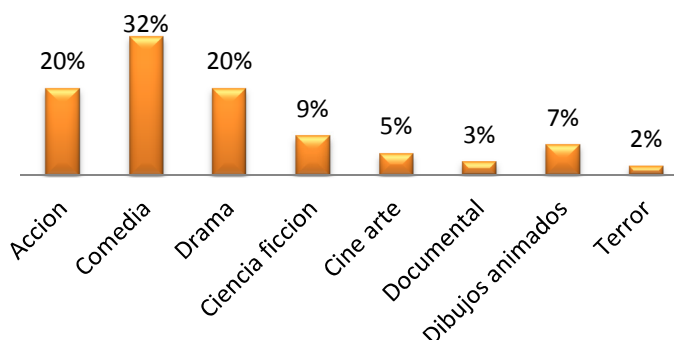
a los que ya se les había preguntado, el 37% afirma haber asistido a espectáculos humorísticos. Los espectáculos de cuentacuentos son los más visitados después de los humorísticos con una tasa del 24% de asistencia, seguidos de los recitales de poesía con un 14%. El 10% de la población afirma haber asistido a espectáculos de magia y a los espectáculos de títeres o marionetas y malabarismo o acrobacias solo el 5% ha asistido a cada uno de ellos. Otro 5% afirma haber asistido a otros espectáculos diferentes de los mencionados, pero no especifican a cuales.

El cuestionario continúa preguntando el número de veces que se asistió al cine en los últimos años, el 80% de la población afirma haber asistido por lo menos una vez. El 42% ha asistido entre una y tres veces, el 20% lo ha hecho entre cuatro y seis veces, el 9% ha asistido entre 7 y 11 veces, y el 9% restante afirma haber asistido más de 12 veces.

El 20% de los encuestados no asistió en el último año al cine y las razones son: el 65% por la falta de dinero, por falta de compañía el 14%, por cansancio, flojera o pereza el 14%, y solo el 7% no asistió por falta de costumbre o preparación. Al 80% de la población que sí que asistió al cine se les pregunto que cuales eran las razones de no ir al cine con más frecuencia y la razón principal, apoyada por un 64% de la población es que se considera el precio de las entradas muy alto. El 22% no asistió con

más frecuencia por falta de tiempo en la semana y el 14% no lo hizo por falta de nuevas películas.

Entre el tipo de películas preferidas entre las personas que sí que asistieron al cine en el último año por lo menos una vez, se encuentran las de



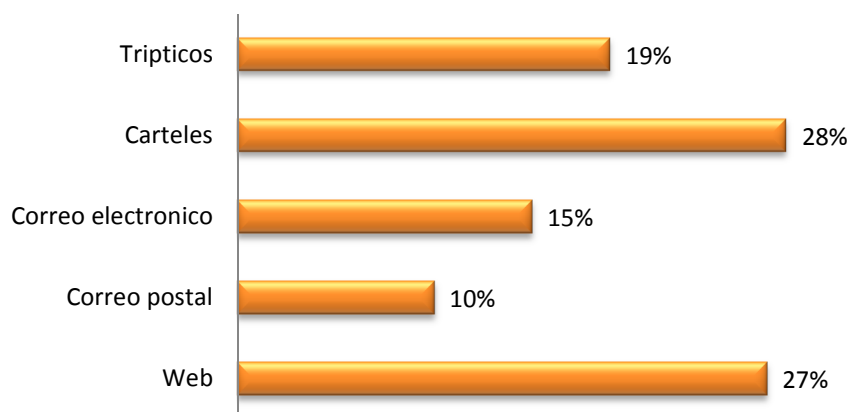
**Gráfico 21: Películas favoritas.**

de comedia, acción y drama, con tasas del 32%, 20% y 20% respectivamente. Las de ciencia ficción y dibujos animados les siguen como favoritas con tasas de 9 y 7% respectivamente. Las películas de terror, documental y cine arte son las menos preferidas con tasas inferiores al 5%.

Por lo que respecta a los gustos sobre el origen de preferencia de las películas entre las personas que sí que asistieron en el último año por lo menos una vez al cine están las películas españolas las preferidas, seguidas de las americanas con tasas muy similares las dos de alrededor del 40%. El 23% las prefiere europeas y solo un 2% afirma preferir las películas latinoamericanas.

En cuanto al canal de comunicación a través del cual los asistentes al cine se informan de los nuevos estrenos, son los sitios web los más utilizados para este propósito, utilizándolo un 32% de la población. La televisión y la radio son los dos canales más utilizados para informarse de los nuevos estrenos después de los sitios web. Los canales menos utilizados para este fin son las revistas con un 9%, publicidad en la vía pública con un 7%, diarios con un 5% y en el interior del cine con un 5%.

En la segunda parte de la encuesta se preguntó a los encuestados a cerca de la Casa de Cultura de Xirivella. Se quería saber si se conocía o no esta institución y si se conocía o no la programación mensual que esta realiza. También se les preguntó sobre la frecuencia de asistencia en el último año a eventos programados por la Casa de Cultura de Xirivella, y en caso negativo saber las razones por las que no se asistió. Además se pidió a la gente que sí que conoce la programación cultural que indicasen cual es el medio a través del cual se informan entre los utilizados por la Casa de Cultura para promocionarse con el fin de ver cuáles son los más efectivos.



**Gráfico 22: Canal de información programación cultural**

Otra de las preguntas que se realizó en esta parte del cuestionario llevaba a elegir a los encuestados los programas favoritos entre los que se ofertan de manera más continua en la casa de la cultura y que son objeto de estudio. La pregunta 28 pide que se valore a las personas que sí que han asistido en el último año a algún programa ofertado por la Casa de Cultura de Xirivella, sobre los programas ofertados de más calado, teniendo que valorar determinadas características de cada uno de ellos. Los resultados de esta parte de la encuesta son los siguientes:

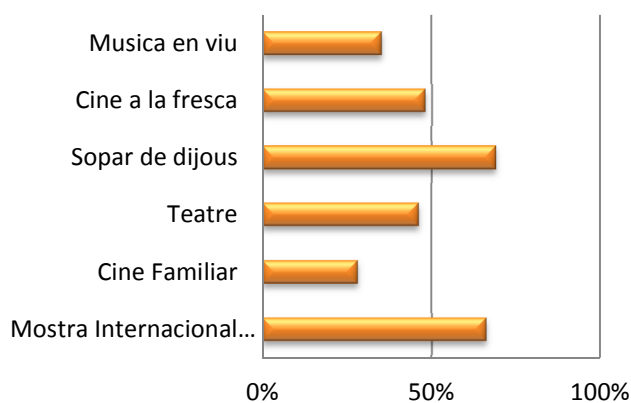
El 80% de la población afirma conocer la Casa de Cultura de Xirivella, frente al 20% que no la conoce. La programación mensual la conoce el 70% de los encuestados, aunque esto no significa que la

consulte mensualmente. El 30% restante afirma no conocer dicha programación.

El canal de información para conocer la programación mensual utilizado entre la gente que si conoce la programación, es la mayoría de las veces la página web del ayuntamiento y los carteles que se cuelgan estratégicamente en distintas partes del municipio de Xirivella. El 28% de los encuestados contestó que eran los carteles a través de los cuales se informaba de la programación mensual, por otro lado, el 27% de la población afirma informarse de la programación mensual a través de la página web del municipio.

Con el fin de conocer la frecuencia con la que la gente acude a eventos programados por la Casa de Cultura de Xirivella se les pregunto cuántas veces habían asistido a eventos programados por esta en el último año: El 40% de la población no ha asistido en el último año ninguna vez o no lo ha hecho nunca en su vida. En concreto es el 18% el que no ha asistido nunca a ningún espectáculo o evento. El 13% solo ha ido una vez en el último año, el 16% de la población ha ido de 2 a 3 veces, el 10% ha ido de 4 a 5 veces, y el 18% ha ido más de 6 veces en el último año.

Las razones que más peso tienen de no haber asistido a los eventos programados son: la falta de información, con una tasa del 30%, porque no le interesa o no le gusta y por falta de costumbre o preparación, con tasas del 20% ambas. Le sigue la falta de dinero con un 15%. La falta de



**Grafico 23: Tipo de evento preferido.**

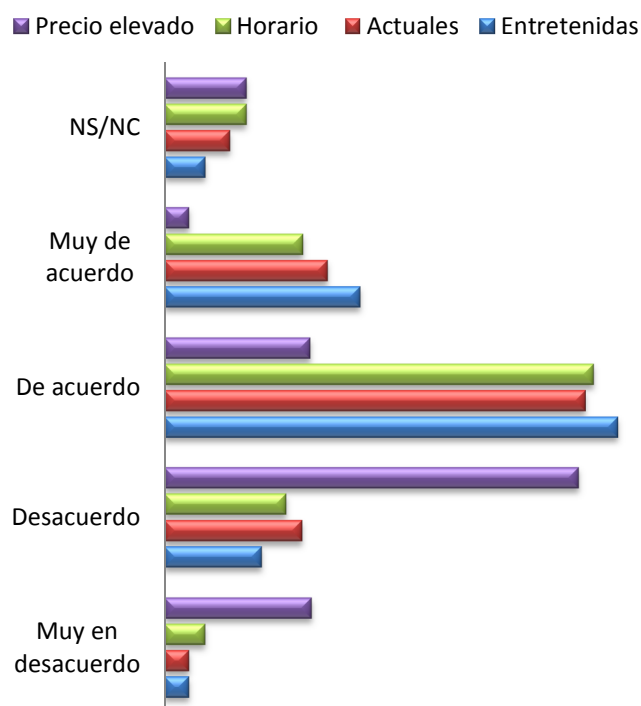
tiempo o de compañía son las razones con menos peso entre las posibles contestaciones con un 10 y un 5%.

La pregunta 27 pide que se señalen los espectáculos que más gustan a la población,



pudiendo elegir cada persona varias respuestas.

Los programas que más gustan entre las personas que asistieron el último año por lo menos más de una vez a eventos programados por la Casa de Cultura son el Sopar de Dijous y la Mostra Internacional de Pallassos, con frecuencias cada una del 69 y 66% cada una. El siguiente evento favorito entre los encuestados es el cine a la fresca, afirmando gustarle al 48% de la población. También el teatro es escogido como favorito por un porcentaje del 46%. Los programas menos seleccionados como favoritos son los conciertos con un 35% y el cine familiar, el cual solo es seleccionado como favorito por un 28% de los encuestados.

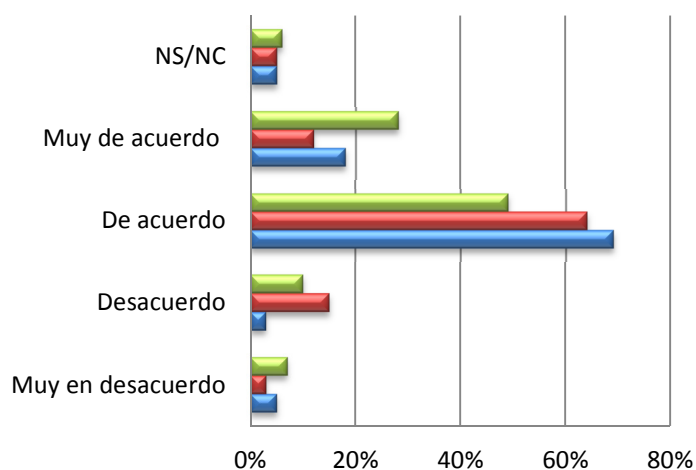


**Gráfico 24: Satisfacción Cine Familiar.**

muy en desacuerdo con esta afirmación. Son un 18% de los encuestados los que están de acuerdo con el que el precio del Cine Familiar es elevado, y solo un 3% considera que es muy elevado. El 10% no sabe o no contesta. El horario en el que se proyectan las películas es percibido como adecuado por el 53% de los encuestados y como muy adecuado por el 17%. Solo en 20% esta desacuerdo o muy desacuerdo con el horario en el

El gráfico 24 muestra el nivel de satisfacción de diferentes ítems con respecto al Cine Familiar. Los ítems que se miden son si el precio es el elevado, si el horario de las proyecciones de las películas es el adecuado, si las películas con actuales y si son entretenidas para toda la familia. Por lo que respecta al precio, entre las personas que en el último año visitaron la Casa de Cultura por lo menos en una ocasión, el 51% está en desacuerdo en que sea elevado y el 18% está

que se proyectan las películas. Las películas son percibidas como actuales por el 52% de la población encuestada, estando muy de acuerdo con esta afirmación el 20%. Sin embargo el 17% no está de acuerdo y el 3% está muy en desacuerdo. El 56% de las personas encuestadas está de acuerdo en que las películas son entretenidas para toda la familia, siendo el 24% los que están muy de acuerdo. Tan solo el 12% está en desacuerdo con esta afirmación y el 3% muy en desacuerdo.



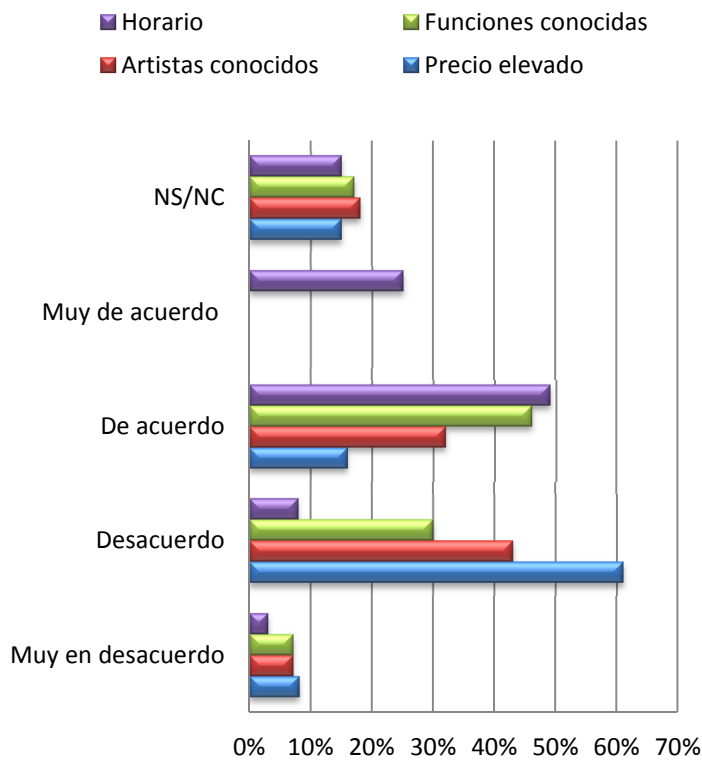
Los mismos ítems fueron preguntados en los cuestionarios para el Cine a la Fresca, exceptuando la valoración del precio, ya que esta actividad es gratuita. Los resultados pueden verse en el gráfico 25.

	Muy en desacuerdo	Desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	NS/NC
Entretenidas	7%	10%	49%	28%	6%
Actuales	3%	15%	64%	12%	5%
Horario	5%	3%	69%	18%	5%

**Gráfico 25: Satisfacción Cine a la Fresca.**

El 69% está de acuerdo con el horario de las proyecciones siendo el 18% de la población los que están muy de acuerdo. Tan solo el 8%

no están satisfechos. El porcentaje de encuestados que considera las películas como actuales es del 64% siendo el 12% los que están muy de acuerdo con la afirmación de que son actuales. El 15% está en desacuerdo con la afirmación y el 3% está muy en desacuerdo. Por lo que respecta al tipo de películas que se proyectan, el 49% está de acuerdo con que las películas son entretenidas para toda la familia, siendo el 28% los que están de acuerdo con esta afirmación. Por su parte, el 17% no considera entretenidas las películas que se proyectan.

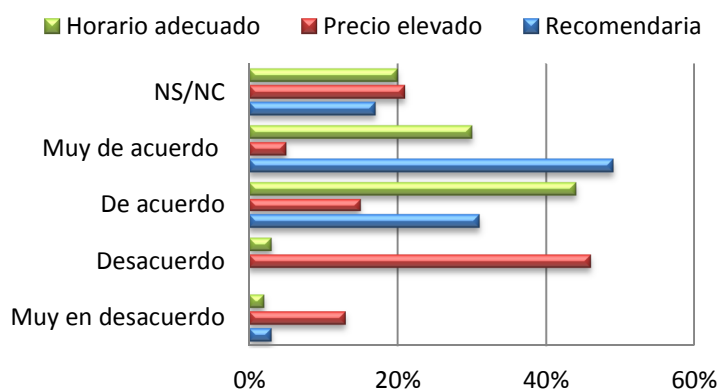


**Gráfico 26: Satisfacción Teatro.**

Los resultados del estudio de la valoración por parte de los ciudadanos hacia el Teatre se pueden ver en el gráfico 26. El 50% está de acuerdo con que el horario de las funciones es el adecuado, estando el 25% muy de acuerdo con esta afirmación. Solo en 11% está en desacuerdo o muy en desacuerdo. Con respecto a la valoración del precio, solo el 16% está de acuerdo con que el precio es elevado. Por

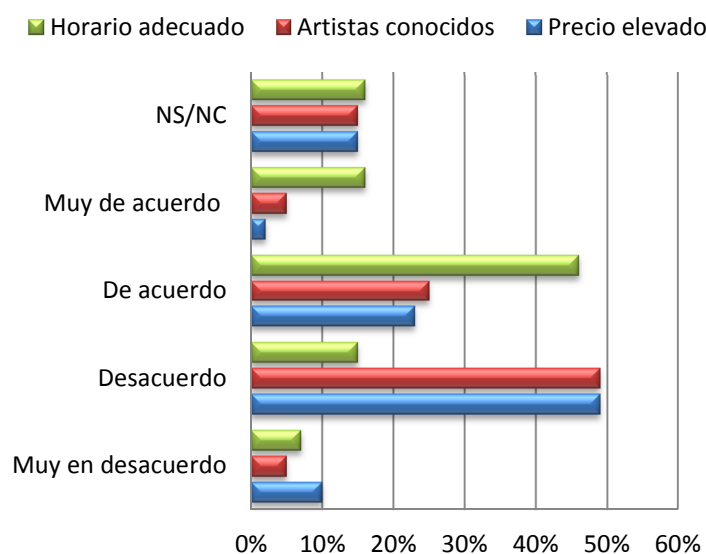
otro lado el 69% está en desacuerdo o muy desacuerdo con que el precio es elevado. Cuando se les pregunto a los encuestado si los artistas eran conocidos, el 50% considera que no son conocidos, siendo el 32% los que consideran que si que lo son. El 18% restante no lo sabe o no contesta. Por lo que respecta a las funciones, el 46% está de acuerdo en que estas son conocidas, y el 37% esta desacuerdo o muy en desacuerdo.

El gráfico 27 muestra la satisfacción percibida por los ciudadanos respecto a la Mostra Internacional de Pallassos. Los resultados indican que el 80% de la población está de acuerdo o muy de acuerdo en que recomendaría visitar la



**Gráfico 27: Satisfacción Mostra Internacional de Pallassos**

Mostra a familiars o amigues. Tan solo un 3% no lo haría. El 17% de los encuestados no sabe o no contesta. El 20% está de acuerdo con la afirmación de que el precio es elevado. El 59% está en desacuerdo o muy desacuerdo con esta información. Un 21% de la población no lo sabe o no contesta. Por su parte el 74% de la población está de acuerdo o muy de acuerdo con el horario de las funciones. Solo un 5% no está de acuerdo.



**Gráfico 28: Satisfacción Música en Viu.**

El Gráfico 28 muestra la satisfacción de la población con respecto a la Música en Viu. Como datos más relevantes, el 59% está en desacuerdo o muy desacuerdo en que el precio de las entradas sea elevado. El 54% cree que los artistas no son conocidos frente al 24% que está de acuerdo en que sí que los

conocidos. Por último, el 62% de los encuestados considera que el horario de las funciones es el adecuado, frente al 22% que está en desacuerdo o muy en desacuerdo.

La pregunta abierta la cual daba la posibilidad a los encuestados de dar su opinión sobre espectáculos que le gustaría que se ofertasen pero que no lo hacen en la actualidad, ha sido contestada por un número muy limitado de personas. A modo de ejemplo, algunas de las contestaciones fueron las siguientes: mejor calidad en los monólogos, baile para jubilados, más espectáculos musicales, veladas de boxeo, más teatro musical, más teatro clásico, más conciertos de hip-hop.

## *CAPITULO 4: Propuesta de mejora, conclusiones, bibliografía y anexos*

### *4.1 Propuesta de actuación de aplicación a la Casa de Cultura*

La mejora de los métodos de difusión de la programación cultural es uno de las propuestas de mejora del presente trabajo. Como ya se ha visto, la Casa de Cultura de Xirivella cuenta con diferentes métodos de publicidad de los eventos que prepara. El correo electrónico, el reparto de trípticos, el correo portal, la página web del ayuntamiento y los carteles pegados en puntos estratégicos del municipio, son los medios con los que cuenta. Tal y como revelaron las encuestas, la gente que conoce la programación cultural se informa a través de los carteles, la página web y los trípticos, siendo muy bajo el porcentaje de personas que lo hace a través de correo electrónicos y menos aún a través de correo postal. A continuación se van a exponer las mejoras destinadas a la mejora de los métodos de publicidad empleados en la Casa de Cultura.

Vamos a comenzar con la mejora en la página web. Cuando se abre la página web del ayuntamiento de Xirivella actualmente hay que realizar un largo recorrido hasta dar con la programación. Una vez abierta la página principal, hay que buscar entre los diecinueve enlaces que encontramos a la derecha de la pantalla, una vez encontramos el enlace titulado "Departamento de Cultura", cliqueamos en él y abre la página de la Casa de Cultura dentro de la página del ayuntamiento. Una vez aquí tenemos que encontrar entre la descripción de la Casa de Cultura, un enlace que se titula "ver programación". Con todo ello conseguimos dar por fin con la programación. En definitiva, hay que clicar hasta dos veces una vez dentro de la página principal del ayuntamiento para poder saber algo de la programación, y esto solo si la estamos buscando de forma concienzuda, ya que no es nada intuitivo. Uno de los puntos que

se deben mejorar en este aspecto es cambiar el nombre de “departamento de cultura” por “Casa de Cultura”, ya que este segundo nombre es más claro y preciso. Pero si realmente se le quiere sacar partido a este recurso (la página web) para publicitar la programación cultural, se deberá hacer a través de publicidad mediante pop ups. El pop ups está considerado como una de las herramientas de marketing más agresiva ya que se trata de ventanas que emergen automáticamente al acceder a una página y que no son abiertas por el usuario de forma voluntaria. Con ello se conseguiría que todas las personas que accedan a la página web del ayuntamiento conociesen la programación cultural sin que la tuviesen que buscar de forma activa. La ventana bloquearía la navegación del usuario durante un par de segundos (normalmente entre 3 a 5) antes de que tenga la opción de cerrarla para continuar con la visita a la web del ayuntamiento. Lo que se busca es llamar la atención sobre la programación, para que posteriormente pueda ser buscada mediante el método actual, sin que llegue a resultar molesto para usuarios de la web. No es necesario que la imagen que aparezca como pop ups sea la del cartel publicitario con toda la programación, ya que este suele ser largo y no da tiempo a llamar la atención a aquellos usuarios que en un principio no navegaban con la intención de buscar esa información. Se trataría de publicitar solo el espectáculo más representativo de la programación de ese mes concreto, o aquel que se prevé va a tener una mayor repercusión. Con el fin de que una vez llamada la atención, el usuario de la web lo busque posteriormente de forma activa llegando con ello a la página de la Casa de Cultura y con esto a toda la programación de ese mes. También sería posible que en vez de un solo programa aparezca en forma de pop ups el abrir la página, lo haga al azar cada vez uno de los que se ofertan ese mes. Con esta mejora se conseguiría incrementar el número de personas que conocen la programación cultural en un porcentaje muy alto, tanto entre personas dentro como fuera del municipio. Además el coste en publicidad es muy reducido, debido al medio informático del mismo.

Otra de las mejoras relacionadas con la web podría ser la creación de un perfil en alguna red social. Se podría empezar por Facebook, ya que

es la red social más utilizada en la actualidad. En el perfil se podrá publicar de forma periódica la programación que se oferta, o diferentes recursos multimedia de eventos ya realizados. Se debería mantener actualizada e intentar conseguir el mayor número de “amigos” posible. Se recomienda que se comience por gente del municipio de Xirivella a la hora de buscar “amigos”. A través de esta aplicación se pueden compartir los eventos que se realicen entre todos los “amigos” de la Casa de Cultura. Teniendo en cuenta la gran repercusión que esta plataforma está teniendo en la actualidad, es necesario que la Casa de Cultura se actualice en este camino. Esto mismo se podría hacer con diferentes redes sociales existentes, como por ejemplo Tuenti, Twitter, etc.

El correo postal como método de publicidad para anunciar los programas mensuales que oferta la Casa de Cultura también debe ser modificado si se desea mejorar la eficiencia y eficacia de los métodos utilizados para anunciarse. Como se ha podido comprobar el número de personas que se informan a través de este medio es muy limitado, solo un 10% afirma utilizarlo. Este porcentaje es muy reducido en comparación al número de sobres que se envían cada mes. De media en los últimos años se vienen enviando unos 4200 sobres cada mes a tenor de la base de datos con la que cuenta la Casa de Cultura. Unos 3000 aproximadamente son enviados a ciudadanos del municipio de Xirivella, repartidos entre el municipio y el barrio de la luz. El resto son enviados a ciudadanos o asociaciones de diferentes pueblos de la Comunidad Valenciana. El envío de tantos sobres tiene asociados el gasto de la impresión del tríptico que va dentro del sobre, más el propio gasto del reparto, concedido a Correos. Con apoyo de datos analizados en la encuesta, teniendo en cuenta el gasto en comparación con los resultados, la mejor opción sería eliminar por completo este método de publicidad. Con ello se recortaría el gasto destinado a este fin o se podría utilizar para mejorar otro medio de publicidad como los que se están comentando.

El correo electrónico es también uno de los medios menos utilizados por los usuarios para conocer la programación cultural, ello es debido principalmente a que la base de datos de que dispone la Casa de

Cultura en cuanto a correos electrónicos es muy limitada, como ya se ha visto, solo se conocen 450 direcciones de e-mail. Sin embargo, siendo menor el número de direcciones de correo que se conocen en comparación a los enviados por correo postal, es mayor el porcentaje de gente que se entera de la programación a través de este medio. Esto quiere decir, que aunque en la actualidad sea un método de publicidad poco utilizado para conocer la programación, en un futuro con las debidas mejoras, podría convertirse en uno de los principales para fidelizar clientes. Además el coste asociado a él es muy bajo, llegando a ser casi nulo. Para ello es primordial concentrar esfuerzos en conseguir el mayor número de direcciones de correo electrónico hábiles que se pueda. Centrándose primeramente en conseguir las direcciones de correo de los habitantes del municipio de Xirivella y municipios cercanos. Ello puede hacerse de forma directa, preguntándole a la gente que entre a la Casa de Cultura, por ejemplo, o preguntándole a los clientes de los diferentes eventos, etc. O de forma indirecta, compartiendo bases de datos con los diferentes departamentos del municipio, o de otros municipios atendiendo a la ley de protección de datos.

Tal y como se estudió en el epígrafe de 2.3.3 punto 1, otros de los métodos utilizados para promocionar la programación es la colocación de carteles y el reparto de trípticos. Las encuestas revelaron que los carteles son el principal medio a través del cual los ciudadanos se informan de la programación cultural, un 27% de los encuestados se informan a través de este medio. A través de trípticos son un 19%. Asumiendo la efectividad de estos medios para difundir la programación, como propuesta de mejora se deberán aumentar el número de los mismos que se colocan o distribuyen en el municipio.

Vamos a comenzar con los carteles de grandes dimensiones. Actualmente se imprimen 8 carteles de este tipo que son distribuidos por el municipio de la siguiente manera: 2 carteles (de medidas de 175 X 120) son colocados en vallas publicitarias en la vía pública, uno al comienzo de la Avenida Desamparados y otro en la Plaza de España; 4 carteles (de medidas de 100 X 70) colocados en diferentes edificios públicos (Centro



Sociocultural B° de la Luz, Biblioteca, Piscina cubierta, Mercado); 1 cartel (de medidas 118 X 84), colocado en la Casa de Cultura; y 1 cartel (de medidas 112 X 92) en la entrada del Teatro Auditorio Municipal. Como mejora se propone aumentar el número de carteles que se colocan, sobre todo aquellos que se colocan en la vía pública. Por ejemplo, se podría colocar otro cartel en la Avenida del Camí Nou, ya que esta es una de las más concurridas del municipio y entrada principal al mismo, también se podría colocar otro en el Carrer de l'Art de la Seda, debido al gran número de comercios que se localizan en esta calle, y la gran afluencia de gente que la concurre. Con respecto a los carteles de medidas 100 X 70 que se colocan en los distintos edificios públicos, también deberían colocarse más, por ejemplo, no se coloca ninguno en el Polideportivo municipal, siendo este un centro muy concurrido del municipio. También se deberá colocar un cartel de estas medidas en el campo de fútbol municipal del Barrio de la Luz, ya que el número de equipos y por lo tanto movimiento de gente, es muy elevado. En principio y debido a la falta de presupuesto asignado, será suficiente con estos 4 nuevos carteles, que amplían en gran medida la posibilidad de ser vistos por más población.

En cuanto a los trípticos, que como hemos visto se distribuyen junto con los carteles pequeños pedidos a las compañías, además de colocarlos en los lugares ya mencionados, podían colocarse también en los bancos o cajas de ahorro del municipio y en las farmacias. Estos son lugares muy frecuentados por los ciudadanos y por lo tanto lugares idóneos para repartirlos. Actualmente existen 21 bancos o cajas de ahorro en el municipio y 6 farmacias. Para cubrir tantos locales podrían usarse los trípticos que dejan de enviarse como consecuencia de la eliminación del envío de correo.

Otro tipo de mejoras que se pueden implementar una vez obtenidos los resultados de las encuestas, son las de orientar la programación mensual hacia espectáculos que han sido seleccionados como favoritos por un mayor porcentaje de población. A continuación se

detalla en que afecta estas mejoras aplicadas a cada uno de los programas:

Una de los programas de la Casa de Cultura estudiados durante el presente trabajo ha sido el de exposiciones artísticas. Este programa tiene como objetivos: ofrecer a la población una programación estable de exposiciones de diferentes estilos y temáticas; ofrecer a los escolares exposiciones como recurso didáctico y promocionar el arte profesional y amateur. Con el fin de poder mejorar el impacto de este programa entre la población, se encuestó a la población para saber cuáles son la frecuencia con la que acude a exposiciones, cuáles son sus exposiciones favoritas, y por qué motivos no asisten. Los resultados pueden verse con detalle en el epígrafe anterior. Como se pudo ver, visitar exposiciones de arte no es una actividad demasiado realizada, casi un 60% afirma no haberla realizado en el último año, y el 20% solo lo hizo una vez. Los motivos de no haber asistido son en un 24% de los casos por falta de información. Aun así, se recomienda seguir con este programa para poder cumplir con los objetivos. Se debería mejorar la promoción de este espectáculo, ello se hará aumentando el número de carteles repartidos de forma estratégica como se ha visto anteriormente para todos los programas mensuales. Además, siguiendo los resultados de las encuestas, sería conveniente alternar la oferta entre exposiciones de pintura y de fotografía, ya que han sido el tipo de exposiciones elegidas como favoritas por los encuestados.

En la encuesta también se les preguntó a los ciudadanos de Xirivella sobre sus hábitos con respecto al teatro. Se quiso saber la frecuencia con la que se acudieron al teatro en el último año, cuáles son los motivos de no haber asistido, y cuáles son las representaciones teatrales favoritas de aquellas personas que por lo menos acudieron en una ocasión al teatro en el último año. También se les pidió que opinasen sobre el nivel de satisfacción que percibían de las obras teatrales que se ofertan en la Casa de Cultura de Xirivella, las conclusiones las veremos más adelante. De momento, recordar los objetivos que se persiguen con el

servicio de teatro y las conclusiones a las cuales se llega tras ver los resultados de los hábitos generales de asistencia al teatro:

El teatro en la casa de la cultura es realizado a lo largo de 7 meses (una representación por mes). Entre sus objetivos se encuentran: ofrecer a la población una programación estable y periódica de teatro, fomentar la creación de hábitos culturales, y fomentar la sensibilización en las artes escénicas. El 34% de la población afirma no haber asistido al teatro en los últimos 12 meses. El 15% dice haber ido por lo menos una vez, el 27% ha ido 2 o 3 veces, solo el 4% ha ido entre 4 o 5 veces y el 18% afirma haber ido 6 veces o más. La falta de dinero y tiempo son los motivos generales por los cuales la gente no asiste al teatro. Las obras preferidas por la gente que asiste al teatro son las de teatro contemporáneo y los musicales, seguido del teatro clásico. Con ello se propone como mejora orientar la programación teatral hacia este tipo de obras, evitando ofertar obras de ballet u ópera, ya que no tienen un buen recibimiento por la población. Otra de las propuestas referidas al teatro consiste en utilizar algún método para fidelizar clientes: como se ha visto en la encuesta, entre la gente que asiste al teatro, la mayoría lo hizo más de una vez al año, esto quiere decir que el tipo de espectadores del teatro suele repetir. Como método para fidelizar clientes podría introducirse el concepto de “Carnet Amigos del Teatro”, que será explicado posteriormente, como recurso de fidelización que también podrá ser introducido para otros eventos.

También se le pregunto a la población acerca de sus hábitos con respecto a la asistencia a conciertos. Las encuestas revelaron, tal y como ya hemos visto, que es una actividad a la que la gente que asiste suele repetir, tal y como ocurre con el teatro. La gente que no asiste con más frecuencia afirma no hacerlo por falta de dinero principalmente, lo cual nos indica que se consideran las entradas a este tipo de eventos como muy elevadas. El 40% de las personas prefieren conciertos de Pop, por lo que la programación de la Música en Viu debería ir orientada a este tipo de conciertos, como propuesta de mejora. Este estilo musical va seguido de la música rock y clásica.

Siguiendo con los gustos generales de los distintos tipos de eventos, se obtuvo información del tipo de películas preferidas por los ciudadanos. Como propuesta de mejora se propone proyectar en las sesiones de Cine y Cine a la fresca, películas de comedia, acción o drama recomendadas para todos los públicos, principalmente, ya que estas han sido elegidas como las favoritas por la población. En este punto, no se va a olvidar las películas de dibujos animados, ya que los más pequeños son principalmente el público al que se desea llegar.

En cuanto al Sopar de Dijous, las encuestas revelaron que los gustos de la población en cuanto a este tipo de espectáculos son los siguientes. Los más visitados son los espectáculos humorísticos y cuentacuentos, seguidos de los recitales de poesía y la magia. Por lo tanto se propone que la programación del Sopar de Dijous se oriente sobre todo a este tipo de espectáculos.

Tras analizar las encuestas se ha llegado a la conclusión de que a diferencia de lo que ocurre por ejemplo con el cine, en el cual la asistencia es mayor, en espectáculos como Sopar de Dijous, Teatre y Música en Viu, son muy a menudo la gente que repite. Como propuesta de mejora se podría poner en marcha el funcionamiento del denominado “Carnet Amigos de la Casa de Cultura”.

El “Carnet Amigos de la Casa de Cultura” funcionaría de la siguiente manera. A principio de la temporada serán sorteados 150 carnets entre los ciudadanos de Xirivella que se inscriban en el sorteo previamente anunciado. El carnet sería válido por dos temporadas y daría lugar a una serie de derechos y obligaciones. Como privilegios por poseer el carnet, el primer día de la venta de entradas de cualquier espectáculo programado por la Casa de Cultura se destinara exclusivamente a las personas poseedoras de la tarjeta, y podrán adquirir hasta 2 entradas. Además se disfrutara de 2 invitaciones cuando la Casa de Cultura lo considere oportuno. El poseedor de la tarjeta podrá ser invitado especial, en inauguraciones, estrenos o reuniones informales con actores y actrices. Su opinión será valorada y tenida en cuenta a la hora

de proponer la programación de algún espectáculo. La única obligación que tienen los poseedores de la tarjeta es usarla como mínimo 4 veces por temporada, en caso contrario la tarjeta será anulada y le será entregada a la primera persona de la lista de espera que se creó con el sorteo de las mismas. Con este carnet la Casa de Cultura podrá fidelizar clientes y a la vez recompensarlos por su fidelidad.

Tal y como se ha visto en las encuestas, la satisfacción de la población hacia los eventos programados por la Casa de Cultura es bastante positiva. En concreto el Cine, por ejemplo, la mayoría de los encuestados están de acuerdo o muy de acuerdo en que las películas son actuales, el horario de las proyecciones es el adecuado, las películas son entretenidas para toda la familia y el precio no es elevado. Por su parte, el Cine a la fresca también recibe buenas críticas por los ciudadanos del municipio, la mayoría de la gente está de acuerdo en que las películas son entretenidas para toda la familia, están de acuerdo también en que son actuales, y contentos con el horario de las proyecciones. El teatro, por su parte deja un poco que desear en algunos aspectos, por ejemplo, el precio no es percibido como elevado, pero a la hora de valorar a los artistas que suelen actuar las opiniones son más diversas, no se está de acuerdo en que sean conocidos ni los artistas ni las funciones. La Mostra Internacional de Pallassos es la que recibe las mejores valoraciones. Casi todo el mundo la recomendaría a familiares o amigos y están de acuerdo con el horario de las proyecciones. El precio no es percibido como elevado, aunque tiene peor valoración que el precio en los otros espectáculos.

Como se vio a la hora de analizar los presupuestos de ingresos y gastos la situación económica del ayuntamiento de Xirivella es complicada. Ello lleva a la reducción presupuestaria en materia de cultura, al igual que en otras materias, pero quizás es la cultura de las primeras de las que se prescinde y sufre recortes tan severos como los analizados. Es este uno de los motivos por los que se realizan las siguientes propuestas:

Si se analiza la situación económica actual es fácil darse cuenta que es necesario aumentar el precio de casi todas las programaciones. Esta es otra de las propuestas de mejora del presente trabajo. Como ya se ha visto, la población no considera elevados los precios que pagan por asistir a los eventos de la Casa de la Cultura y ello nos da un poco de margen de maniobra, recordar que no demasiado, pues el precio es muy elástico. Una pequeña variación sobre él podría desencadenar una variación grande sobre la demanda. Otro de los motivos a través de los cuales se justifica esta subida de precios es a causa del recorte presupuestario sufrido en este último año. Por ejemplo el teatro pasa de tener asignados 21.000 euros a tener 16.000; la Música en Viu pasa de 5.000 a 1.500; el Cine a la Fresca de 15.000 a 7.500 y el Sopar de Dijous de 5000 a 1500. La Mostra y el Cine familiar son los únicos a los que se les mantuvo sus partidas prácticamente intactas. Se propone que el precio del Teatro aumente desde los 4,20 que se está cobrando actualmente por las entradas hasta 5,20 euros. Por los espectáculos de Música en Viu se está cobrando 3,50 euros, precio el cual podría aumentar hasta los 4 euros. El Cine Familiar podría aumentarse hasta los 3,50 euros. Por su parte se recomienda no tocar el precio del Sopar de Dijous ni de la Mostra Internacional de Pallassos.

Si la situación económica continuase agravándose en los siguientes años hasta tal punto que se tuviese que recortar el número de eventos programados o eliminar alguno de ellos, se propone que las decisiones tengan en cuenta el estudio de los servicios ofertados en la actualidad realizado en este TFC. Entre otras conclusiones, tras el análisis se ha llegado a la conclusión de que el espectáculo que genera más beneficio, o menos pérdidas, es el Sopar de Dijous, como se ha podido ver. Junto con el Sopar de Dijous los eventos principales que menos pérdidas generan son la Música en Viu y el Cine Familiar. Y los que más pérdida tienen son el Teatre, la Mostra Internacional de Pallassos y el Cine a la Fresca. Por lo tanto como medida de recorte se propone prescindir de buena parte de los espectáculos de Cine a la Fresca realizados durante el verano, ya que uno de los principales motivos de que sea el espectáculo que más pérdidas genera es la gratuidad de su entrada. También se podría

plantear la posibilidad de recortar el número de veces que se hace Teatre al año, ya que este evento también genera pérdidas muy grandes. Con respecto a la Mostra Internacional de Pallassos no se recomienda recortar ya que es uno de los eventos mejor valorados del municipio y contribuye a mejorar la imagen y la proyección cultural del municipio de Xirivella, dado su amplio reconocimiento.

## *4.2 Conclusiones*

El presente proyecto, entre otros, tenía como objetivo realizar un análisis y un estudio de los servicios ofertados por la Casa de Cultura del municipio de Xirivella, para averiguar a través de una investigación realizada mediante encuestas cual es la satisfacción y las necesidades de los ciudadanos respecto a estos servicios ofertados. Tras la realización de la correspondiente encuesta se ha podido llegar a diferentes conclusiones en este sentido.

Puede afirmarse que la satisfacción general en cuanto a los principales servicios de cultura ofertados es bastante buena. Los encuestados que formaron parte de la muestra de la población de Xirivella que conocen los eventos de la Casa de la Cultura, por lo general, tal y como se vio en el informe de la encuesta, valoraron como positivo los diferentes aspectos de las eventos sobre los que se les pregunto. De esta forma, la Mostra Internacional de Pallassos fue la que recibió las mejores valoraciones llegando a estar el 80% de la muestra de acuerdo o muy de acuerdo en que recomendaría visitar la Mostra a familiares y amigos. Siendo este un gran indicador de que la satisfacción percibida de la Mostra es un positiva. Otros indicadores de la satisfacción positiva percibida de la Mostra Internacional de Pallassos es que el 74% de la población está contenta con el horario de las funciones y solo el 20% opinan que el precio es elevado. Además, cuando se les pidió a los ciudadanos que seleccionasen entre sus actuación favoritas el 66% eligió la Mostra Internacional de Pallassos.

Junto con la Mostra, también se llega a la conclusión a través de las encuestas realizadas que el Sopar de Dijous es otra de los eventos programados mejor valorado por los ciudadanos, reconociendo estar entre sus favoritos para un 69% de los encuestados de Xirivella. En este sentido, se concluye también que el Sopar de Dijous se encuentra entre las necesidades culturales de la población de Xirivella pues el 66% de los encuestados afirma haber asistido en el último año a algún evento de este tipo. Siendo los más visitados, y por lo tanto los propuestos para ser elegidos como representados, espectáculos humorísticos y cuentacuentos principalmente. Buscando con ello ofertar en la Casa de Cultura de Xirivella el tipo de espectáculos que se acercan más a las necesidades reales de la población en este tipo de espectáculos en vivo.

En la pregunta del tipo de evento favorito, el Teatre y el Cine a la Fresca ofertados en la Casa de Cultura recibieron buenas críticas. En cuanto al Cine a la Fresca el informe de la encuesta desvela que recibe buenas opiniones en cuanto a la satisfacción percibida, ya que, la actualidad de las películas, el horario de las proyecciones y la actualidad de las mismas son valorados como positivos. Sin embargo a la hora de valorar la satisfacción de a las obras del Teatre, las opiniones son más diversas, como ya se ha visto. Con el fin de mejorar la satisfacción del Teatro y adecuar la oferta a los gustos reales de la población, ya que no se pueden contratar obras más reconocidas debido a los recortes presupuestarios, se propone seleccionar obras de teatro contemporáneo y musicales para que sean representadas en el Teatre. El representar este tipo de obras y no otro se debe a que han sido seleccionados por la población como favoritos. A la hora de seleccionar películas para el Cine a la Fresca tendrán mejor acogidas las películas de acción, comedia y drama.

La Música en Viu y el Cine Familiar son los eventos menos favoritos entre los encuestados, pero aun así, por lo general reciben buenas críticas a la hora de valorar la satisfacción individual de cada uno de ellos. Aun así, con el fin de adecuar los espectáculos a los gustos



reales, se propone proyectar películas de acción, comedia y drama; y dar conciertos principalmente de música pop, antes que de otros estilos.

A lo largo del trabajo se ha diseccionado el funcionamiento de la Casa de Cultura y se ha llegado a la conclusión de que existen formas más eficientes de gestionar la publicidad que las utilizadas hoy por hoy. Por ello en la propuesta de mejora se señalan diferentes opciones que pueden contribuir a mejorar la gestión en este sentido. Además se ha tenido en cuenta no generar costes adicionales con las propuestas recomendadas ya que la actual situación económica no lo permite. Así, se propone la eliminación del correo postal como medio de publicitar la programación, debido a su bajo impacto, tal y como han concluido las encuestas. También se propone la introducción de publicidad pop ups en la página web del ayuntamiento como medio eficaz y a la vez económico de publicitarse. En este sentido se ha propuesto aumentar el número de carteles colocados por el municipio, ya que las encuestas revelaron que este es el principal medio por el cual la gente se informa de la programación.

También se ha visto que la actual situación presupuestaria es bastante complicada para la Casa de Cultura. Los presupuestos han sido ampliamente recortados, y las previsiones para años posteriores no indican que esta será la dinámica con la que se continuara en los próximos años. Con el fin de cumplir con los objetivos del presente TFC se ha expuesto un análisis de la situación actual en cuanto a las implicaciones económicas de los principales eventos programados, es decir sobre los que cae un mayor peso presupuestario. Tras el análisis se ha llegado a la conclusión de que el espectáculo que genera más beneficio, o menos pérdidas, es el Sopar de Dijous, como se ha podido ver. Junto con el Sopar de Dijous los eventos principales que menos pérdidas generan son la Música en Viu y el Cine Familiar. Y los que más pérdida tienen son el Teatre, la Mostra Internacional de Pallassos y el Cine a la Fresca.

Si continúa la actual situación de recortes presupuestario, no quedara más remedio que verse abocado a subir los precios de los eventos con el fin de paliar esta medida, o quitar directamente algún evento, o parte de él tal y como se ha visto en la propuesta de mejora. En el caso de tener que prescindir de algún evento habrá que tomar la decisión de eliminar entera o parcialmente el Teatre o el Cine a la Fresca.

Como conclusión general después de haber analizado toda la gestión sobre la programación que se realiza en la Casa de Cultura de Xirivella, se puede afirmar que tanto el Gestor Cultural como su equipo, están realizando un excelente trabajo por fomentar la cultura entre los ciudadanos del municipio de Xirivella, a pesar de los obstáculos que tendrán que sortear debido a la crisis financiera que atraviesa nuestro país.

### 4.3 Anexos

#### ANEXO 1: Relación de Puestos de Trabajo del Ayuntamiento de Xirivella

NU M.	DEPARTAMENT	Lloc de Treball	Gru po	D		Requisit
1	SECRETARIA	Secretari. Caparea secretaria	A1	0	30	C1-3
2	ECONÒMICA	Interventor	A1	0	30	C1-3
3	ECONÒMICA	Tresorer	A1	0	30	C1-3
4a	ECONÒMICA	vice interventor	A1	0	30	C1-3
5	BENESTAR SOCIAL	Capd'Àrea Bienestar Social	A1	0	28	C1-3
7	ALCALDIA	Tècnic de Serveis informatics-Cap Àrea TICS	A1	0	28	C1-3
8	POLICIA	Intendent Principal	A1	0	30	C1-3
9	URBANISME I MEDI AMBIENT	Tècnic de Serveis Jurídics, capservei	A1	0	24	C1-3
10	URBANISME I MEDI AMBIENT	Arquitecte de Serveis Urbanis. i Oficina Tècnica, capàrea	A1	0	28	C1-3
11	URBANISME I MEDI AMBIENT	Tècnic de Manteniment e Infraestructures urbanístiques capservei	A1	0	24	C1-3
12	BENESTAR SOCIAL	tècnic de biblioteca i arxius, cap de secció	A1	A2	26	C1-3
13	URBANISME I MEDI AMBIENT	tècnic de Medi Ambient, cap de secció	A1	0	25	C1-3
14	ECONÒMICA	Tècnic de Gestió Tributaria, Cap Secció	A2	0	21	C1-3
15	URBANISME I MEDI AMBIENT	Tècnic Sanitari, cap de secció	A1	0	25	C1-3
16	SECRETARIA	Tècnic de Patrimoni i Administració General, Cap Secció	A2	0	21	C1-3
17	BENESTAR SOCIAL	Psicòleg/Logopeda, cap de negociat	A1	0	25	C1-3
18	ALCALDIA	tècnic de N. lingüística Jefatura Negoc.	A1	0	25	PL6-5
19	SECRETARIA	Tècnic de RRHH, capservei	A1	A2	26	C1-3
20	BENESTAR SOCIAL	Gestor Cultural cap de servei	A1	A2	26	C1-3
21	ECONÒMICA	Tècnic de comptabilitat i pressupostos, capservei	A1	A2	26	C1-3
22	BENESTAR SOCIAL	Coordinador Esportiu, cap de servei	A1	A2	26	C1-3
23a	BENESTAR SOCIAL	Psicòleg/Logopeda	A1	0	24	C1-3
23b	BENESTAR SOCIAL	Psicòleg/Logopeda	A1	0	24	C1-3
23c	BENESTAR SOCIAL	Psicòleg/Logopeda	A1	0	24	C1-3
23d	BENESTAR SOCIAL	Psicòleg/Logopeda	A1	0	24	C1-3
24	SECRETARIA	Tècnic de contractació i Regim Jurídic, capsecció	A2	0	22	C1-3
25	BENESTAR SOCIAL	Tècnic de desenvolupament local, cap de negociat.	A2	0	21	C1-3
26	POLICIA	Intendent	A2	0	26	C1-3
27	URBANISME I MEDI AMBIENT	Arquitecte superior. cap negociat	A1	0	24	C1-3
28	URBANISME I MEDI AMBIENT	Arquitecte tècnic de planejament i disciplina, cap negociat	A2	0	24	C1-3
29	URBANISME I MEDI AMBIENT	Enginyer tècnic, cap de negociat	A2	0	21	C1-3
30	BENESTAR SOCIAL	Treballador Social, capsecció	A2	0	25	C1-3
31a	POLICIA	Inspector	A2	0	25	C1-3
31b	POLICIA	Inspector	A2	0	25	C1-3
32a	BENESTAR SOCIAL	Treballador Social	A2	0	23	C1-3
32b	BENESTAR SOCIAL	Treballador Social	A2	0	23	C1-3
32c	BENESTAR SOCIAL	Treballador Social	A2	0	23	C1-3

ANALISIS DE SATISFACCION Y PROPUESTA DE MEJORA MEDIANTE ENCUESTA DE LOS  
SERVICIOS OFERTADOS EN LA CASA DE CULTURA DE XIRIVELLA

33	ALCALDIA	Tècnic de gestióinformàticacapnegociat	A2	0	24	C1-3
35a	BENESTAR SOCIAL	Educador Social	A2	0	23	C1-3
35b	BENESTAR SOCIAL	Educador Social	<b>A2</b>	<b>0</b>	<b>21</b>	<b>C1-3</b>
36	BENESTAR SOCIAL	AgentDesenvolupament Local	A2	0	21	C1-3
37	BENESTAR SOCIAL	Tècnicd'Igualtat , cap de negociat	A2	0	21	C1-3
38	ECONOMICA	tècnic de recaptació, capnegociat	A2	0	21	C1-3
39	ALCALDIA	AdministratiugestióInformació, capnegociat	C1	0	22	C1-3
40a	BENESTAR SOCIAL	Animador Jovenil, capnegociat	C1	0	22	C1-3
40b	BENESTAR SOCIAL	Animador Jovenil	C1	0	20	C1-3
40c	BENESTAR SOCIAL	Animador Jovenil	C1	0	20	C1-3
41	ALCALDIA	Administratiugestióinformació, capnegociat	C1	0	22	C1-3
42	SECRETARIA	Administratiu de secretaria, cap de negociat.	C1	0	22	C1-3
43	ALCALDIA	Tècnicd'administració de sistemesinformatics, capnegociat	C1	0	22	B1-2
44a	ALCALDIA	Administratiud'urbanisme, capnegociat	C1	0	21	C1-3
44b	URBANISME I MEDI AMBIENT	Admtiu.d'Urbanisme.CapNegociat.	C1	0	21	C1-3
45a	POLICIA	Oficial diurne	C1	0	21	B1-2
45b	POLICIA	Oficial diurne	C1	0	21	B1-2
45c	POLICIA reten	Oficial diurne reten	C1	0	21	B1-2
45d	POLICIA	Oficial diurne	C1	0	21	B1-2
45e	POLICIA reten	Oficial nocturne reten	C1	0	21	B1-2
45f	POLICIA	Oficial nocturne	C1	0	21	B1-2
46	ECONÒMICA	inspector rendes i exaccions, capnegociat	C1	0	20	C1-3
47	URBANISME I MEDI AMBIENT	Administratiu de consum, cap de negociat	C1	0	21	C1-3
48	ECONOMICA	Admtiu. De despeses, capNegociat.	C1	0	21	B1-2
49a	SECRETARIA	Administratiu de gestió de personal, capNegociat	C1	0	21	C1-3
49b	SECRETARIA	Administratiud'administració de personal, cap de negociat	C1	0	21	C1-3
50	ECONOMICA	Admtratiu de gestió tributaria, capnegociat.	C1	0	21	B1-2
51	ECONOMICA	administratiu oficina pressupuestaria compres i control de despeses, capnegociat	C1	C2	18	B1-2
52	ALCALDIA	TècnicAux.Serveis.Informatics	C1	0	17	B1-2
53	BENESTAR SOCIAL	Tècnic auxiliar gestió Cultural	C1	0	20	C1-3
54	POLICIA	Administratiu de Policia, capnegociat	C1	C2	18	C1-3
55a	URBANISME I MEDI AMBIENT	Delineant	C1	0	20	B1-2
55b	URBANISME I MEDI AMBIENT	Delineant GIS	C1	0	20	B1-2
56a	BENESTAR SOCIAL	Tècnic Auxiliar Biblio.	C1	0	20	C1-3
56b	BENESTAR SOCIAL	Tècnic Auxiliar Biblio.	C1	0	17	C1-3
56c	BENESTAR SOCIAL	Tècnic Auxiliar Biblio.	C1	0	17	C1-3
57a	ECONOMICA	Administratiu de Tresoreria.	C1	0	20	B1-2
57b	ECONÒMICA	Administratiu de Tresoreria.	C1	0	20	B1-2
58	ECONÒMICA	Administr.Gestió Tributaria	C1	0	20	C1-3
59	URBANISME I MEDI AMBIENT	Encarregat de Brigades	C2	0	18	A2-1
60a	ALCALDIA	Administratiu de Gestió de la Informació	C1	0	19	C1-3
60b	ALCALDIA	Administratiu de Gestió de la Informació	C1	0	19	C1-3
60c	ALCALDIA	Administratiu de Gestió de la Informació	C1	0	19	C1-3
60d	ALCALDIA	Administratiu de Gestió de la Informació	C1	0	19	C1-3
60e	ALCALDIA	Administratiu de Gestió de la Informació	C1	C2	18	C1-3
60f	ALCALDIA	Administratiu de Gestió de la Informació	C1	C2	18	C1-3

ANALISIS DE SATISFACCION Y PROPUESTA DE MEJORA MEDIANTE ENCUESTA DE LOS SERVICIOS OFERTADOS EN LA CASA DE CULTURA DE XIRIVELLA

60g	ALCALDIA	Administratiu de Gestió de la Informació	C1	0	19	C1-3
61	BENESTAR SOCIAL	Tècnic d'activitats esportives	C1	0	19	C1-3
62a	POLICIA	Agent reten i patrullero	C1	0	19	B1-2
62b	POLICIA	Agent reten i patrullero	C1	0	19	B1-2
62c	POLICIA	Agent reten i patrullero	C1	0	19	B1-2
62d	POLICIA	Agent reten i patrullero	C1	0	19	B1-2
62e	POLICIA	Agent reten i patrullero	C1	0	19	B1-2
62f	POLICIA	Agent reten i patrullero	C1	0	19	B1-2
62g	POLICIA	Agent reten i patrullero	C1	0	19	B1-2
62h	POLICIA reten	Agent reten i patrullero	C1	0	19	B1-2
62i	POLICIA	Agent reten i patrullero	C1	0	19	B1-2
62j	POLICIA	Agent reten i patrullero	C1	0	19	B1-2
62k	POLICIA reten	Agent reten i patrullero	C1	0	19	B1-2
62l	POLICIA reten	Agent reten i patrullero	C1	0	19	B1-2
62m	POLICIA	Agent reten i patrullero	C1	0	19	B1-2
62n	POLICIA	Agent reten i patrullero	C1	0	19	B1-2
62ñ	POLICIA	Agent reten i patrullero	C1	0	19	B1-2
62o	POLICIA	Agent reten i patrullero	C1	0	19	B1-2
62p	POLICIA	Agent de reten i brigada nocturna	C1	0	17	B1-2
62q	POLICIA	Agent de reten i brigada nocturna	C1	0	19	B1-2
62r	POLICIA reten	Agent de reten i brigada nocturna	C1	0	19	B1-2
62s	POLICIA	Agent de reten i brigada nocturna	C1	0	19	B1-2
62t	POLICIA	Agent de reten i brigada nocturna	C1	0	19	B1-2
62u	POLICIA	Agent de reten i brigada nocturna	C1	0	19	B1-2
62v	POLICIA lloccastelló	Agent de reten i brigada nocturna	C1	0	19	B1-2
62w	POLICIA	Agent de reten i brigada nocturna	C1	0	19	B1-2
62x	POLICIA	Agent de reten i brigada nocturna	C1	0	19	B1-2
62y	POLICIA	Agent de reten i brigada nocturna	C1	0	19	B1-2
62z	POLICIA	Agent motorista	C1	0	17	B1-2
62a a	POLICIA	Agent motorista	C1	0	17	B1-2
62a b	POLICIA	Agent motorista	C1	0	19	B1-2
62a c	POLICIA	Agent motorista	C1	0	17	B1-2
62a d	POLICIA	Agent de Barri	C1	0	19	B1-2
62a e	POLICIA	Agent de Barri	C1	0	19	B1-2
62a f	POLICIA	Agent oficina segona activitat	C1	0	19	B1-2
63	BENESTAR SOCIAL	Administratiu Cultura	C1	C2	17	C1-3
64	URBANISME I MEDI AMBIENT	Capatàs Jardins	C2	0	18	A2-1
65	ECONÒMICA	Auxiliar d'inspecció	C2	0	18	B1-2
66	URBANISME I MEDI AMBIENT	Auxiliar Administratiu de Consum	C2	0	18	C1-3
67 a	ECONOMICA	Aux. Administratiu. Gestió Tributaria	C2	0	18	B1-2
67 b	ECONOMICA	Aux. Administratiu gestió Tributaria	C2	0	18	B1-2
68	ECONOMICA	Aux. Administratiu d'ingresos i pressupostos	C2	0	18	B1-2

ANALISIS DE SATISFACCION Y PROPUESTA DE MEJORA MEDIANTE ENCUESTA DE LOS  
SERVICIOS OFERTADOS EN LA CASA DE CULTURA DE XIRIVELLA

70	BENESTAR SOCIAL	Auxiliar Biblioteca i arxius	C2	0	18	B1-2
71	ECONÒMICA	Aux.àreaeconòmica i serveieconòmic-financier	C2	0	18	C1-3
72	SECRETARIA	Aux.Administratiu Estadística	C2	0	18	C1-3
73a	URBANISME I MEDI AMBIENT	Aux.Administratiu d'urbanisme	C2	0	18	C1-3
73b	URBANISME I MEDI AMBIENT	Aux.Administratiu d'urbanisme	C2	0	18	C1-3
74	SECRETARIA	Aux.Admin. Personal	C2	0	14	C1-3
75	URBANISME I MEDI AMBIENT	Encarregat Instalac. Esporti.	C2	0	18	B1-2
76a	SECRETARIA	Aux. Adm. del negociat Secretaria	C2	0	18	C1-3
76b	SECRETARIA	Aux. Adm. del negociat Secretaria	C2	0	18	C1-3
77	ALCALDIA	Auxiliar Administratiu de desenvolupament local	C2	0	18	B1-2
78	ECONÒMICA	Oficial magatzen i conserge d'instal.lacions	C2	0	16	B1-2
79	BENESTAR SOCIAL	Aux.Administratiu serveis socials	C2	0	16	C1-3
80	POLICIA	Aux.Administratiu policia	C2	0	16	B1-2
81	BENESTAR SOCIAL	Aux.Administratiu Benestar Social	C2	NQ	14	C1-3
82	SECRETARIA	Aux.Administratiu Secretaria	C2	NQ	14	B1-2
83	BENESTAR SOCIAL	Aux.Administratiu esports	C2	0	16	B1-2
84a	URBANISME I MEDI AMBIENT	Oficial Llanterner d'obres i jardins	C2	0	16	A2-1
84b	URBANISME I MEDI AMBIENT	Oficial Llanterner de obres i jardins	C2	0	16	A2-1
85a	URBANISME I MEDI AMBIENT	Oficial jardiner	C2	0	16	A2-1
85b	URBANISME I MEDI AMBIENT	Oficial Jardiner	C2	0	16	A2-1
86a	URBANISME I MEDI AMBIENT	Oficial Electricista	C2	0	16	A2-1
86b	URBANISME I MEDI AMBIENT	Oficial Electricista	C2	0	14	A2-1
87	URBANISME I MEDI AMBIENT	Oficial Administratiu de vigilancia i manteniment d'instal.lacions	C2	0	16	B1-2
88a	BENESTAR SOCIAL	ofic.infraes.culturales	C2	0	14	B1-2
88b	BENESTAR SOCIAL	ofic.infraes.culturales	C2	0	14	B1-2
89a	URBANISME I MEDI AMBIENT	Oficial obres	C2	0	16	A2-1
89b	URBANISME I MEDI AMBIENT	Oficial Obres	C2	0	16	A2-1
89c	URBANISME I MEDI AMBIENT	Oficial Obres	C2	0	16	A2-1
89d	URBANISME I MEDI AMBIENT	Oficial Obres	C2	0	16	A2-1
89e	URBANISME I MEDI AMBIENT	Oficial Obres	C2	0	16	A2-1
89f	URBANISME I MEDI AMBIENT	Oficial Obres	C2	0	14	A2-1
89g	URBANISME I MEDI AMBIENT	Oficial Obres	C2	NQ	14	A2-1
90	ALCALDIA	Notificador/a	NQ	0	14	B1-2
91	ALCALDIA	Notificador Atenció SIR	NQ	0	14	B1-2
92	ALCALDIA	Ordenança/notificador	NQ	0	12	B1-2
93a	ALCALDIA	Ordenança	NQ	0	12	B1-2
93b	BENESTAR SOCIAL	Ordenança	NQ	0	14	B1-2
93c	BENESTAR SOCIAL	Ordenança	NQ	0	14	B1-2
94a	BENESTAR SOCIAL	Operari d'Instalacions Esport.	NQ	0	12	B1-2
94b	BENESTAR SOCIAL	Operari d'Instalacions Esport.	NQ	0	12	B1-2
94c	BENESTAR SOCIAL	Operari d'Instalacions Esport.	NQ	0	12	B1-2
94d	BENESTAR SOCIAL	Operari d'Instalacions Esport.	NQ	0	12	B1-2
94e	BENESTAR SOCIAL	Operari d'Instalacions Esport.	NQ	0	14	B1-2
94f	BENESTAR SOCIAL	Operari d'Instalacions Esport.	NQ	0	12	B1-2
94g	BENESTAR SOCIAL	Operari d'Instalacions Esport.	NQ	0	12	B1-2
94h	BENESTAR SOCIAL	Operari d'Instalacions Esport.	NQ	0	12	B1-2

ANALISIS DE SATISFACCION Y PROPUESTA DE MEJORA MEDIANTE ENCUESTA DE LOS  
SERVICIOS OFERTADOS EN LA CASA DE CULTURA DE XIRIVELLA

95a	BENESTAR SOCIAL	ConsergeCol·legiPúb.	NQ	0	14	B1-2
95b	BENESTAR SOCIAL	ConsergeCol·legiPúb.	NQ	0	14	B1-2
95c	BENESTAR SOCIAL	ConsergeCol·legiPúb.	NQ	0	14	B1-2
95d	BENESTAR SOCIAL	ConsergeCol·legiPúb.	NQ	0	14	B1-2
95e	BENESTAR SOCIAL	ConsergeCol·legiPúb.	NQ	0	14	B1-2
95f	BENESTAR SOCIAL	ConsergeCol·legiPúb.	NQ	0	14	B1-2
95g	BENESTAR SOCIAL	ConsergeCol·legiPúb.	NQ	0	12	B1-2
96a	BENESTAR SOCIAL	operarisd'Instal.municipals	NQ	0	14	B1-2
96b	BENESTAR SOCIAL	operarisd'Instal.municipals	NQ	0	12	B1-2
96c	URBANISME I MEDI AMBIENT	operarisd'Instal.municipals	NQ	0	14	B1-2
97	BENESTAR SOCIAL	Conser.benestar social.	NQ	0	14	B1-2
98	BENESTAR SOCIAL	ConsergeInstal.lacionsMunicipals	NQ	0	14	B1-2
99b	URBANISME I MEDI AMBIENT	Peó/Conductor	NQ	0	14	A2-1
100	URBANISME I MEDI AMBIENT	Lector Contadors-Peopolivalent	NQ	0	14	A2-1
101 a	URBANISME I MEDI AMBIENT	Peópolivalent	NQ	0	12	A2-1
101 b	URBANISME I MEDI AMBIENT	Peópolivalent	NQ	0	13	A2-1
101 c	URBANISME I MEDI AMBIENT	Peópolivalent	NQ	0	12	A2-1
101 d	URBANISME I MEDI AMBIENT	Peópolivalent	NQ	0	12	A2-1
101 e	URBANISME I MEDI AMBIENT	Peópolivalent	NQ	0	12	A2-1
102 a	BENESTAR SOCIAL	aux.ajuda a domicili	NQ	0	12	A2-1
102 b	BENESTAR SOCIAL	aux.ajuda a domicili	NQ	0	13	A2-1
102 c	BENESTAR SOCIAL	aux.ajuda a domicili	NQ	0	12	A2-1
103 a	ALCALDIA	Netejador/Netejadora	NQ	0	13	A2-1
103 b	ALCALDIA	Netejador/Netejadora	NQ	0	12	A2-1
103 c	ALCALDIA	Netejador/Netejadora	NQ	0	13	A2-1

**ANEXO 2: Real Decreto 951/2005 por el que se establece el marco general para la mejora de la calidad en la administración y corrección de errores.**

## CAPÍTULO I

### Disposiciones generales

**Artículo 1.** Objeto.-Este real decreto tiene por objeto establecer el marco general para la mejora de la calidad en la Administración General del Estado y regular los aspectos básicos de los programas que lo integran, de

acuerdo con los principios recogidos en el artículo 3 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, y en los artículos 3 y 4 de la Ley 6/1997, de 14 de abril, de Organización y Funcionamiento de la Administración General del Estado.

**Artículo 2.** Marco general para la mejora de la calidad en la Administración General del Estado.-El marco general para la mejora de la calidad en la Administración General del Estado está integrado por un conjunto de programas para mejorar la calidad de los servicios públicos, proporcionar a los poderes públicos información consolidada para la toma de decisiones al respecto y fomentar la transparencia mediante la información y difusión pública del nivel de calidad ofrecido a los ciudadanos.

**Artículo 3.** Programas de calidad.-1. Integran el marco general para la mejora de la calidad en la Administración General del Estado los siguientes programas:

- a) Programa de análisis de la demanda y de evaluación de la satisfacción de los usuarios de los servicios.
- b) Programa de cartas de servicios.
- c) Programa de quejas y sugerencias.
- d) Programa de evaluación de la calidad de las organizaciones.
- e) Programa de reconocimiento.
- f) Programa del Observatorio de la Calidad de los Servicios Públicos.

2. Corresponde a los órganos y organismos que se señalan en el artículo 4 la responsabilidad directa en la implantación, gestión y seguimiento interno de estos programas.

3. Los Subsecretarios de los departamentos y los titulares de los organismos públicos determinarán el órgano o unidad a los que, de



acuerdo con lo establecido en el capítulo I del título II y en el capítulo I del título III de la Ley 6/1997, de 14 de abril, de Organización y Funcionamiento de la Administración General del Estado, se asignan las funciones de coordinación y seguimiento global de los programas en su respectivo ámbito.

4. Las autoridades señaladas en el apartado anterior remitirán a la Secretaría General para la Administración Pública, dentro del primer semestre de cada año, un informe conjunto de seguimiento de los programas de calidad.

**Artículo 4.** **Ámbito de aplicación.**-Las disposiciones contenidas en este real decreto serán de aplicación a la Administración General del Estado, a sus organismos autónomos y a las Entidades Gestoras y Servicios Comunes de la Seguridad Social.

## CAPÍTULO II

### Programa de análisis de la demanda y de evaluación de la satisfacción de los usuarios

**Artículo 5.** **Definición.**-1. Con la finalidad de conocer la opinión de los usuarios y mejorar la calidad de los servicios, los órganos y organismos de la Administración General del Estado realizarán estudios de análisis de la demanda y de evaluación de la satisfacción de los usuarios con respecto a los servicios de cuya prestación sean responsables, utilizando para ello técnicas de investigación cualitativas y cuantitativas.

2. Los estudios de análisis de la demanda tendrán por objeto la detección de las necesidades y expectativas de los usuarios acerca de los aspectos esenciales del servicio, en especial sus requisitos, formas y medios para acceder a él y los tiempos de respuesta. La periodicidad de estos estudios se determinará, en su caso, en la correspondiente carta de servicios.

3. Los trabajos de evaluación de la satisfacción de los usuarios tendrán por objeto la medición de la percepción que tienen estos sobre la

organización y los servicios que presta. Las mediciones de la percepción se realizarán de forma sistemática y permanente.

4. Los gastos asociados a la realización de estos estudios y trabajos de investigación deberán asumirse por cada órgano u organismo con cargo a sus presupuestos ordinarios.

**Artículo 6.** Garantías de fiabilidad y seguridad.-1. Para el diseño de los trabajos de investigación, ya sean encuestas, sondeos, entrevistas, grupos de discusión o cualesquiera otros, se emplearán modelos de referencia que respeten las características y necesidades de cada órgano u organismo y prevean todas las dimensiones o atributos relevantes desde el punto de vista del usuario y que permitan la posterior consolidación y comparación de resultados a escala del conjunto de la Administración General del Estado.

2. Los trabajos de investigación deberán contar con las garantías de confidencialidad para las personas que colaboren en ellos y se desarrollarán dentro del marco metodológico general que establezca el Ministerio de Administraciones Públicas de acuerdo con el Centro de Investigaciones Sociológicas.

**Artículo 7.** Resultados.-Los resultados de los trabajos de investigación se utilizarán en el desarrollo de los programas incluidos en este real decreto, particularmente en el proceso de elaboración y actualización de las cartas de servicios y, en su caso, para abordar otras acciones de mejora continua.

### CAPÍTULO III

#### Programa de cartas de servicios

**Artículo 8.** Definición.-1. Las cartas de servicios son documentos que constituyen el instrumento a través del cual los órganos, organismos y entidades de la Administración General del Estado informan a los ciudadanos y usuarios sobre los servicios que tienen encomendados, sobre los derechos que les asisten en relación con aquellos y sobre los compromisos de calidad en su prestación.

2. Los órganos, organismos y entidades de la Administración General del Estado podrán elaborar cartas relativas al conjunto de los servicios que gestionan y cartas que tengan por objeto un servicio específico.

3. Podrán, asimismo, elaborarse cartas que tengan por objeto un servicio en cuya prestación participan distintos órganos u organismos, dependientes de la Administración General del Estado o de esta y otras Administraciones públicas. Estas cartas se tramitarán conforme al procedimiento que determine el Ministerio de Administraciones Públicas.

**Artículo 9.** Estructura y contenido de las cartas de servicios.-Las cartas de servicios expresarán de forma clara, sencilla y comprensible para los ciudadanos su contenido, que se estructurará en los siguientes apartados:

a) De carácter general y legal:

1.º Datos identificativos y fines del órgano u organismo.

2.º Principales servicios que presta.

3.º Derechos concretos de los ciudadanos y usuarios en relación con los servicios.

4.º Fórmulas de colaboración o participación de los usuarios en la mejora de los servicios.

5.º Relación sucinta y actualizada de la normativa reguladora de las principales prestaciones y servicios.

6.º Acceso al sistema de quejas y sugerencias regulado en el capítulo IV.

b) De compromisos de calidad:

1.º Niveles o estándares de calidad que se ofrecen y, en todo caso:

Plazos previstos para la tramitación de los procedimientos, así como, en su caso, para la prestación de los servicios.

Mecanismos de información y comunicación disponibles, ya sea general o personalizada.

Horarios, lugares y canales de atención al público.

2.º Medidas que aseguren la igualdad de género, que faciliten al acceso al servicio y que mejoren las condiciones de la prestación.

3.º Sistemas normalizados de gestión de la calidad, medio ambiente y prevención de riesgos laborales con los que, en su caso, cuente la organización.

4.º Indicadores utilizados para la evaluación de la calidad y específicamente para el seguimiento de los compromisos.

c) Medidas de subsanación en caso de incumplimiento de los compromisos declarados, acordes con el contenido y régimen jurídico de prestación del servicio, con independencia de lo establecido en los artículos 139 a 144 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, desarrollados por el Reglamento de los procedimientos de las Administraciones públicas en materia de responsabilidad patrimonial, aprobado por el Real Decreto 429/1993, de 26 de marzo.

Deberá señalarse expresamente el modo de formular las reclamaciones por incumplimiento de los compromisos, cuyo reconocimiento corresponderá al titular del órgano u organismo al que se refiera la carta, y que en ningún caso darán lugar a responsabilidad patrimonial por parte de la Administración.

En el supuesto de que se prevean medidas de subsanación de contenido económico, estas requerirán informe preceptivo favorable del Ministerio de Economía y Hacienda.

d) De carácter complementario:

1.º Direcciones telefónicas, telemáticas y postales de todas las oficinas donde se prestan cada uno de los servicios, indicando claramente para las terceras la forma de acceso y los medios de transporte público.

2.º Dirección postal, telefónica y telemática de la unidad operativa responsable para todo lo relacionado con la carta de servicios, incluidas las reclamaciones por incumplimiento de los compromisos.

3.º Otros datos de interés sobre la organización y sus servicios.

En el caso de las cartas que se prevén en los apartados 2 y 3 del artículo 8 la información estará referida al servicio determinado del que se trate.

**Artículo 10.** Elaboración y gestión de la carta de servicios.-1. La Secretaría General para la Administración Pública impulsará la implantación generalizada de las cartas de servicios y colaborará con los órganos y organismos que lo requieran en su elaboración.

2. Los Subsecretarios de los ministerios dispondrán lo necesario para que los órganos del departamento y los organismos vinculados o dependientes de él elaboren su correspondiente carta de servicios y para que lleven a cabo su actualización periódica, de acuerdo con el procedimiento establecido en este real decreto.

3. Corresponde a los titulares de los órganos y organismos a los que se refiera la carta de servicios la responsabilidad de su elaboración, gestión y seguimiento interno, así como la aplicación en cada caso de las medidas de subsanación previstas en el artículo 9.c).

4. Las cartas se actualizarán periódicamente en función de las circunstancias y, en cualquier caso, al menos cada tres años.

**Artículo 11.** Aprobación y difusión de la carta de servicios.-1. Las cartas de servicios y sus posteriores actualizaciones serán aprobadas mediante resolución del Subsecretario del departamento al que pertenezca el órgano o esté vinculado o adscrito el organismo proponente, previo informe favorable de la Secretaría General para la Administración Pública, y del Ministerio de Economía y Hacienda para los supuestos previstos en el último inciso del párrafo c) del artículo 9.

2. La resolución a que se refiere el apartado anterior se publicará en el «Boletín Oficial del Estado», lo que dará cuenta de la aprobación de la carta y de su disponibilidad para el público.

3. Cada órgano u organismo llevará a cabo las acciones divulgativas de su carta que estime más eficaces, garantizando siempre que puedan ser conocidas por los usuarios en todas sus dependencias con atención al público, en el servicio de atención e información al ciudadano del correspondiente ministerio y a través de Internet.

4. Las cartas de servicios deberán estar disponibles, asimismo, en los servicios de información y atención al ciudadano del Ministerio de Administraciones Públicas y de las Delegaciones, Subdelegaciones del Gobierno y Direcciones Insulares, así como en la dirección de Internet [www.administracion.es](http://www.administracion.es).

**Artículo 12.** Seguimiento de las cartas de servicios.-1. Los órganos y organismos realizarán un control continuo del grado de cumplimiento de los compromisos declarados en su carta de servicios, a través de los indicadores establecidos al efecto, del análisis de las reclamaciones por incumplimiento de aquellos y de las evaluaciones de la satisfacción de los usuarios a que se refiere el artículo 5.

2. Los órganos y organismos remitirán a la unidad a la que se refiere el artículo 3.3 en el primer trimestre de cada año, un informe sobre el grado de cumplimiento de los compromisos en el año anterior, en el que explicitarán las desviaciones y las medidas correctoras adoptadas, así como las medidas de subsanación aplicadas, en su caso. La Inspección General de Servicios del departamento podrá verificar el grado de cumplimiento de los compromisos de calidad declarados en las cartas por los procedimientos que estime convenientes.

3. Esta información sobre las cartas de servicios se incorporará al informe conjunto sobre los programas de calidad que, de acuerdo con el artículo 3.4, deben remitir las Subsecretarías a la Secretaría General para la Administración Pública.

4. La Secretaría General para la Administración Pública determinará el procedimiento por el que las organizaciones públicas podrán solicitar voluntariamente la certificación de sus cartas de servicios, a la vista del rigor en su elaboración, de la calidad de los compromisos asumidos y de su grado de cumplimiento.

**Artículo 13.** Cartas de servicios electrónicos.-1. Los departamentos y organismos que cuenten con servicios electrónicos operativos publicarán, además de las mencionadas anteriormente, cartas de este tipo de servicios, en las que se informará a los ciudadanos sobre los servicios a los que pueden acceder electrónicamente y en las que se indicarán las especificaciones técnicas de uso y los compromisos de calidad en su prestación.

2. Las cartas de servicios electrónicos, que se tramitarán conforme a lo previsto en los artículos 10, 11 y 12 estarán disponibles en Internet y en soporte impreso.

## CAPÍTULO IV

### Programa de quejas y sugerencias

**Artículo 14.** Definición.-Los órganos y organismos incluidos en el ámbito de aplicación de este real decreto determinarán la unidad responsable de la gestión de las quejas y sugerencias con objeto de recoger y tramitar tanto las manifestaciones de insatisfacción de los usuarios con los servicios como las iniciativas para mejorar su calidad. Dicha unidad deberá, asimismo, ofrecer a los ciudadanos respuesta a sus quejas o sugerencias, informarles de las actuaciones realizadas y, en su caso, de las medidas adoptadas.

**Artículo 15.** Presentación y tramitación de las quejas y sugerencias.-1. La ubicación, dentro de cada órgano u organismo, de la unidad a la que se refiere el artículo anterior se señalará de forma visible y será la más accesible para su localización y utilización por los usuarios.

2. Los usuarios podrán formular sus quejas o sugerencias presencialmente, por correo postal y por medios telemáticos. Las quejas y sugerencias presentadas por correo electrónico o a través de Internet deberán estar suscritas con la firma electrónica del interesado.
3. Si las quejas o sugerencias se formulan presencialmente, el usuario cumplimentará y firmará el formulario o registro diseñado a tal efecto por el órgano u organismo al que vayan dirigidas. Los usuarios podrán, si así lo desean, ser auxiliados por los funcionarios responsables en la formulación de su queja o sugerencia. La Secretaría General para la Administración Pública definirá el contenido mínimo que debe constar en dichos formularios.
4. Formuladas las quejas y sugerencias de los modos señalados en los apartados anteriores, los usuarios recibirán constancia de su presentación a través del medio que indiquen.
5. Para identificar los motivos que originan las quejas y sugerencias y los aspectos a los que se refieren, las quejas y sugerencias se clasificarán de modo que suministren información relevante sobre la prestación y mejora del servicio. La clasificación se adaptará a la estructura básica de códigos que se determine al efecto.

**Artículo 16.** Contestación.-1. Recibida la queja o sugerencia, la unidad a la que se refiere el artículo 14 informará al interesado de las actuaciones realizadas en el plazo de 20 días hábiles.

2. El transcurso de dicho plazo se podrá suspender en el caso de que deba requerirse al interesado para que, en un plazo de 10 días hábiles, formule las aclaraciones necesarias para la correcta tramitación de la queja o sugerencia.
3. Si, transcurrido el plazo establecido, no hubiera obtenido ninguna respuesta de la Administración, el ciudadano podrá dirigirse a la Inspección General de Servicios del departamento correspondiente para conocer los motivos de la falta de contestación y para que dicha



Inspección proponga, en su caso, a los órganos competentes la adopción de las medidas oportunas.

**Artículo 17.** Actuaciones de las unidades responsables.-1. La Inspección General de Servicios de cada departamento hará el seguimiento de las quejas y sugerencias relativas a los órganos, unidades y organismos de su ámbito, tanto central como periférico.

2. El seguimiento de las quejas y sugerencias de los servicios periféricos integrados en las Delegaciones y Subdelegaciones del Gobierno corresponderá a la Inspección General de Servicios del Ministerio de Administraciones Públicas.

3. A estos efectos, la unidad a la que se refiere el artículo 14 remitirá a la Inspección General de Servicios de su respectivo ministerio, en el mes de enero de cada año, un informe global de las quejas y sugerencias recibidas en el año anterior, estructurado conforme a la clasificación prevista en el artículo 15.5 y en el que se incluirá una copia de las contestaciones dadas a las quejas y sugerencias.

**Artículo 18.** Seguimiento.-La información de seguimiento de las quejas y sugerencias recibidas, así como de las respuestas y medidas adoptadas, en su caso, se incorporará al informe conjunto al que se refiere el artículo 3.4..

**Artículo 19.** Efectos.-Las quejas formuladas conforme a lo previsto en este real decreto no tendrán, en ningún caso, la calificación de recurso administrativo ni su presentación interrumpirá los plazos establecidos en la normativa vigente. Estas quejas no condicionan, en modo alguno, el ejercicio de las restantes acciones o derechos que, de conformidad con la normativa reguladora de cada procedimiento, puedan ejercer aquellos que en se consideren interesados en el procedimiento.

## CAPÍTULO V

### Programa de evaluación de la calidad de las organizaciones

**Artículo 20.** Definición y objeto.-1. El Ministerio de Administraciones Públicas determinará los modelos de gestión de calidad reconocidos conforme a los que se realizará la evaluación de los órganos u organismos de la Administración General del Estado, sin perjuicio de otros modelos que ya se vengán aplicando o puedan aplicarse en distintos departamentos ministeriales. La evaluación se articulará en dos niveles: autoevaluación y evaluación externa.

2. La autoevaluación es un ejercicio regular por el que las propias organizaciones analizan sus procesos y resultados de gestión para identificar los puntos fuertes y las deficiencias y determinar consecuentemente los oportunos planes de mejora.

3. La evaluación externa es el proceso por el que los órganos o unidades a los que se refiere el artículo 3.3 realizan un examen agregado de ámbito ministerial, con el fin de optimizar los resultados de la autoevaluación y de los planes de mejora establecidos. El examen agregado consistirá en la validación de las autoevaluaciones en curso o en la realización de evaluaciones, conforme al modelo de aprendizaje e innovación diseñado al efecto por el Ministerio de Administraciones Públicas, efectuadas en ambos casos por la correspondiente Inspección General de Servicios. Las actuaciones mencionadas en segundo término tendrán adicionalmente el propósito de iniciar a las organizaciones evaluadas en la práctica de la autoevaluación.

**Artículo 21.** Desarrollo.-1. Para realizar su autoevaluación, los órganos y organismos tomarán como referencia, de entre los modelos a los que se refiere el artículo 20.1 el más adecuado a su situación.

2. Durante los preparativos y la realización de las autoevaluaciones contarán con el apoyo de la unidad a la que se refiere el artículo 3.3 así como, en su caso, con el soporte formativo que proporcione la Secretaría General para la Administración Pública.

3. En función de los resultados de cada ejercicio periódico de autoevaluación, validados según lo previsto en el artículo 20.3, las

organizaciones autoevaluadas elaborarán sus planes o programas de mejora. La unidad ministerial responsable de la evaluación externa asesorará en el desarrollo de los planes de mejora elaborados, con la finalidad de identificar mejores prácticas y promover la transferencia de las lecciones y métodos aprendidos de las iniciativas de mejora implantadas. Las organizaciones examinarán el cumplimiento de sus objetivos de mejora en la siguiente autoevaluación que se realice.

4. La Secretaría General para la Administración Pública coordinará el proceso global y analizará su evolución de cara a facilitar que los resultados de las evaluaciones sean susceptibles de comparación y aprendizaje.

## CAPÍTULO VI

### Programa de reconocimiento

**Artículo 22.** Objeto.-Este programa tiene la finalidad de contribuir, mediante el reconocimiento de las organizaciones, a la mejora de la calidad y a la innovación en la gestión pública, a través de dos subprogramas o acciones:

- a) El reconocimiento a la excelencia.
- b) Los premios a la calidad e innovación en la gestión pública.

**Artículo 23.** Reconocimiento a la excelencia.-1. El reconocimiento a la excelencia consiste en la certificación, por parte del Ministerio de Administraciones Públicas, de las organizaciones conforme a los modelos de gestión de calidad a los que se refiere el artículo 20 y la concesión de un sello, según el nivel de excelencia comprobado.

2. Podrán solicitar esta certificación, siguiendo el procedimiento que se determine oportunamente, aquellas organizaciones que hayan realizado su correspondiente autoevaluación de acuerdo con lo previsto en el artículo 21.

**Artículo 24.** Premios a la calidad e innovación en la gestión pública.-1. Los premios a la calidad e innovación en la gestión pública están destinados a reconocer y galardonar a las organizaciones públicas que se hayan distinguido en alguno de los siguientes ámbitos:

- a) La excelencia de su rendimiento global por comparación a modelos de referencia reconocidos.
- b) La innovación en la gestión de la información y del conocimiento, así como de las tecnologías.
- c) La calidad e impacto de las iniciativas singulares de mejora implantadas.

2. No obstante lo dispuesto en el artículo 4 los premios a la calidad e innovación en la gestión pública estarán abiertos a los órganos y organismos de la Administración General del Estado, de las Administraciones de las comunidades autónomas, de la Administración local y de las ciudades de Ceuta y Melilla, así como a otros entes de derecho público.

3. Los departamentos ministeriales de la Administración General del Estado dispondrán lo necesario para desarrollar en sus respectivos ámbitos un primer nivel de premios, alineados con los premios a la calidad e innovación en la gestión pública, para, por una parte, promover la participación del mayor número posible de organizaciones en su ámbito interno y, por otra, para facilitar la preselección de candidaturas a estos últimos.

**Artículo 25.** Características de los premios.-1. Los premios tendrán las características, modalidades, contenido y efectos que determine el Ministerio de Administraciones Públicas.

2. Los premios se convocarán por orden del Ministro de Administraciones Públicas.

## CAPÍTULO VII

## Programa del Observatorio de la Calidad de los Servicios Públicos

**Artículo 26.** Creación y fines.-1. Se constituye el Observatorio de la Calidad de los Servicios Públicos como plataforma de análisis periódico y uniforme de la percepción ciudadana sobre los servicios públicos de la Administración General del Estado, con el fin de proponer iniciativas generales de mejora y facilitar a los ciudadanos información global sobre la calidad en la prestación de los servicios.

2. El Observatorio, adscrito al Ministerio de Administraciones Públicas a través de la Secretaría General para la Administración Pública, integrará a representantes de los órganos y organismos prestadores de los servicios, así como de los agentes socioeconómicos que se señalan en los artículos siguientes. Cuando se constituya, se adecuará al criterio de paridad entre hombres y mujeres.

3. Los servicios públicos objeto de análisis serán preferentemente los de mayor demanda ciudadana o relevancia social en cada momento.

4. Los costes de funcionamiento del Observatorio y de elaboración de sus estudios no supondrán en ningún caso incremento del gasto público y se financiarán con cargo al presupuesto de gastos del Ministerio de Administraciones Públicas.

**Artículo 27.** Recogida y análisis de datos.-1. El Observatorio de la Calidad de los Servicios Públicos utilizará los datos procedentes de las evaluaciones de la satisfacción de los usuarios a que se refiere el capítulo II. No obstante, en razón del objetivo y fin de la medición, podrá disponer de otros datos de mayor especificidad; a tales efectos, se establecerán protocolos de actuación con los órganos y organismos prestadores de los servicios indicados en el artículo 26.3.

2. El Observatorio de la Calidad de los Servicios Públicos incluirá, también, datos de la percepción ciudadana sobre los servicios públicos; para ello, el Ministerio de Administraciones Públicas encargará la realización de estudios de opinión en la materia.

**Artículo 28.** Información y participación social.-1. El Observatorio de la Calidad de los Servicios Públicos articulará un sistema de comunicación regular con informadores clave representativos de los agentes socioeconómicos para completar la valoración de la calidad de los servicios ofertados y fomentar la participación ciudadana.

2. Estos informadores clave serán propuestos por los órganos de representación y participación actualmente constituidos en la Administración General del Estado o, en su defecto, por las entidades sociales más representativas y serán designados por el Secretario General para la Administración Pública.

3. El Observatorio de la Calidad de los Servicios Públicos informará periódicamente del nivel de calidad con el que se prestan los servicios públicos. En todo caso, anualmente presentará y difundirá públicamente un informe de evaluación global del conjunto de los servicios públicos analizados, que reflejará la información descrita en este capítulo, así como la derivada de la aplicación de los otros programas de calidad regulados en este real decreto. Asimismo, el informe anual incluirá las conclusiones y recomendaciones o propuestas de mejora derivadas de la consideración conjunta de toda la información antes referida.

## CAPÍTULO VIII

### Responsabilidades y competencias en los programas

**Artículo 29.** Competencias generales.-1. Los titulares de los órganos y organismos señalados en el artículo 4 serán responsables de la implantación, desarrollo y seguimiento interno de los programas de calidad señalados en los párrafos a), b), c) y d) del artículo 3.1.

2. Corresponde a los departamentos ministeriales, a través de la unidad a la que se refiere el artículo 3.3, la coordinación y seguimiento, en su ámbito respectivo, de la implantación de los programas mencionados en el apartado anterior.

3. Corresponde al Ministerio de Administraciones Públicas, de acuerdo con lo establecido en el artículo 15.1.c) de la Ley 6/1997, de 14 de abril, de Organización y Funcionamiento de la Administración General del Estado, el impulso, la coordinación y el seguimiento global de los programas que integran el marco general para la mejora de la calidad en la Administración General del Estado, así como la gestión de los programas señalados en los párrafos e) y f) del artículo 3.1.

**Artículo 30.** Funciones de la Secretaría General para la Administración Pública.-Para la ejecución de las competencias y facultades que, dentro del marco establecido por la Ley 6/1997, de 14 de abril, de Organización y Funcionamiento de la Administración General del Estado, y por el conjunto de la normativa aplicable, este real decreto asigna al Ministerio de Administraciones Públicas, la Secretaría General para la Administración Pública desarrollará, de conformidad con lo establecido en el Real Decreto 1320/2004, de 28 de mayo, por el que se desarrolla la estructura orgánica básica del Ministerio de Administraciones Públicas, las siguientes funciones:

a) Relativas al marco general en su conjunto:

- 1.º Coordinar, asegurar la integración de sus distintos programas y hacer su seguimiento global.
- 2.º Elaborar las directrices prácticas para la aplicación de los programas.
- 3.º Impulsar, asesorar y apoyar a las unidades responsables de los distintos órganos y organismos en el desarrollo de los programas de calidad.
- 4.º Armonizar los programas de formación en materia de calidad y, en su caso, desarrollar acciones formativas relacionadas con los distintos programas.
- 5.º Recibir información sobre otras iniciativas de calidad, según lo previsto en la disposición adicional primera.

6.º Representar a la Administración española en organismos y foros internacionales relacionados con las materias y funciones de su competencia.

b) Relativas al programa de análisis de la demanda y de evaluación de la satisfacción de los usuarios:

1.º Impulsar la implantación de metodologías de detección de necesidades y de medición de la satisfacción de los usuarios.

2.º Elaborar y armonizar los parámetros generales de análisis de la satisfacción.

3.º Establecer las garantías de fiabilidad y las metodologías generales de los trabajos de investigación.

c) Relativas al programa de cartas de servicios:

1.º Establecer las directrices metodológicas para la elaboración de las cartas de servicios y el procedimiento específico para las cartas de servicios de gestión compartida.

2.º Emitir el informe previo a la aprobación de las cartas de servicios al que se refiere el artículo 11.1.

3.º Certificar, a petición de las organizaciones, cartas de servicios, a la vista de las verificaciones que prevé el artículo 12.2.

4.º Hacer el seguimiento global del grado de cumplimiento de los compromisos de las cartas de servicios, así como de las medidas de subsanación aplicadas, en su caso.

d) Relativas al programa de quejas y sugerencias:

1.º Establecer los requisitos generales de los formularios de quejas y sugerencias.

2.º Establecer la estructura de codificación de las quejas y sugerencias a la que se refiere el artículo 15.5.



3.º Hacer el seguimiento global de las quejas y sugerencias.

e) Relativas al programa de evaluación de organizaciones:

1.º Colaborar con los órganos y organismos en la implantación y seguimiento de los programas de evaluación conforme a modelos de gestión de calidad en los términos previstos en el artículo 21.

2.º Determinar los modelos de gestión de calidad reconocidos a los que se refiere el artículo 20.1.

3.º Diseñar y promover la utilización del modelo de aprendizaje e innovación en calidad para las evaluaciones a las que se refiere el artículo 20.3.

4.º Coordinar el proceso global de evaluación al que se refiere el artículo 21.4.

f) Relativas al programa de reconocimiento:

1.º Certificar organizaciones públicas conforme a modelos de gestión de calidad, según lo previsto en el artículo 23 y asignar la cuantía económica que les corresponda conforme a lo previsto en el artículo 31.

2.º Certificar, conforme a los modelos de gestión de calidad previstos en este real decreto, la capacitación de funcionarios como evaluadores de organizaciones públicas candidatas a los premios a los que se refiere el artículo 24.1 y 2.

3.º Gestionar el proceso de los premios a la calidad e innovación en la gestión pública.

g) Relativas al Observatorio de la Calidad de los Servicios Públicos:

1.º Organizar el dispositivo necesario para la recogida y análisis de datos y suscribir con los órganos y organismos afectados los protocolos de actuación a los que se refiere el artículo 27.1.

2.º Encargar la realización de los estudios de opinión a los que se refiere el artículo 27.2.

3.º Gestionar el panel de informadores clave al que se refiere el artículo 28.1.

4.º Elaborar los informes a los que se refiere el artículo 28.3

Téngase en cuenta que, según establece el Real Decreto 1418/2006, de 1 de diciembre (BOE del 14), por el que se aprueba el Estatuto de la Agencia Estatal de Evaluación de las Políticas Públicas y la Calidad de los Servicios, se sustituye la referencia que contiene este artículo 30 a la «Secretaría General para la Administración Pública» por «Agencia Estatal de Evaluación de las Políticas Públicas y la Calidad de los Servicios», respecto al desarrollo de las funciones señaladas en los párrafos a), 4.º; b), 2.º y 3.º; c), 3.º; e), 2.º y 3.º; f), 1.º, y g).

## CAPÍTULO IX

### Incentivos

**Artículo 31.** Incentivos al rendimiento.-1. La participación del personal en los programas de calidad regulados en este real decreto, en la medida que estos alcancen los resultados previstos según las evaluaciones reguladas en el artículo 20.2 y 3 deberá ser considerada por los responsables de los diferentes programas de gasto al determinar los criterios de distribución del importe disponible para atender el complemento de productividad, como una de las circunstancias objetivas a que se refieren las normas reguladoras del citado complemento.

2. En cada ejercicio presupuestario, hasta un máximo de 10, de entre los órganos y organismos certificados conforme a lo previsto en el artículo 23 podrán ser acreedores por una sola vez a una dotación económica adicional para su personal en concepto de complemento de productividad.

A estos efectos, la Ley de Presupuestos Generales del Estado fijará en cada ejercicio el importe máximo que percibirán estos 10 órganos u organismos. Esta cantidad se distribuirá entre ellos en función del número y composición de sus efectivos, a fin de salvaguardar el debido equilibrio en las percepciones individuales del personal que preste servicios en cada uno de ellos.

3. Aquellos órganos u organismos a los que se haya acreditado la dotación económica a que se refiere el apartado anterior sólo podrán volver a recibirla por un concepto análogo si hubiese transcurrido un periodo de tres años.

### **ANEXO 3: Formato final del cuestionario previo**



## ENCUESTA DE SATISFACCIÓN CASA DE CULTURA DE XIRIVELLA

La siguiente encuesta forma parte del Trabajo de Final de Carrera (TFC) de un alumno que se encuentra cursando la diplomatura de Gestión y Administración Pública en la Universidad Politécnica de Valencia. El objetivo de la encuesta es medir el grado de satisfacción de los ciudadanos de Xirivella con respecto a la Casa de Cultura, con el fin de seguir mejorando de forma continua los servicios ofertados. La encuesta es anónima por lo que se le pide que conteste con total sinceridad y ante todo agradecemos su participación.

### I. ACTIVIDADES CULTURALES MAS FRECUENTES EN TERMINOS ANUALES

1. En los **últimos 12 meses**, ¿ha asistido o realizado alguna de las siguientes actividades artístico-culturales profesional o amateur?

SI NO

- ¿Ha leído libros relacionados con su profesión o estudios?
- ¿Ha asistido o utilizado los servicios de préstamo de libros de alguna Biblioteca?
- ¿Ha utilizado las conexiones a internet a través de bibliotecas?
- ¿Visita Museos, exposiciones o galerías de arte?
- ¿Ha visitado monumentos y yacimientos?
- ¿Ha asistido a representaciones de artes escénicas?
- ¿Ha asistido a representaciones de musicales?
- ¿Ha asistido al cine?

### II. CONSUMO DE BIENES Y SERVICIOS CULTURALES ARTES VISUALES

2. En los últimos 12 meses, ¿a asistido a **exposiciones de arte**?

SI  *pase a la preg.4*

NO  *pase a la preg.3*

3. ¿Por qué no ha asistido a exposiciones?

- a. No le interesa o no le gusta
- b. Falta de tiempo
- c. Falta de dinero
- d. Falta de información
- e. Falta de compañía

- f. Falta de costumbre o preparación
- g. Cansancio, flojera, pereza
- h. Otras, ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

Respuestas	
1	2

*Pase a la preg.6*

4. ¿Con que frecuencia acude a exposiciones de arte?

- a. Todas las semanas
- b. Una vez al mes
- c. Una vez cada tres meses
- d. Una vez cada seis meses
- e. Una vez al año

Respuesta

5. ¿De que tipo?

- a. Pintura
- b. Fotografía
- c. Escultura
- d. Grabado
- e. Instalación
- f. Dibujo
- g. Comics
- h. Otras, ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

Respuestas	
1	2

### ESPECTACULOS EN VIVO

6. Durante los últimos 12 meses, ¿cuantas veces ha asistido a **obras de teatro**?

- a. Mas de 6 veces
- b. 4 o 5 veces
- c. 2 o 3 veces
- d. Una vez
- e. Ninguna vez
- f. Nunca en su vida

Respuesta

*Pase a la preg.8*

*Pase a la preg.7*

7. ¿Por qué no ha ido?

- a. No le interesa o no le gusta
- b. Falta de tiempo
- c. Falta de dinero
- d. Falta de información
- e. Falta de compañía
- f. Falta de costumbre o preparación
- g. Cansancio, flojera, pereza
- h. Otras, ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

Respuestas	
1	2

Pase a la preg. 9

8. ¿Cuál es el método que utiliza usted **principalmente** para informarse sobre obras de teatro?

- a. Radio
- b. Televisión
- c. Prensa escrita
- d. Internet
- e. Publicidad en espacios públicos
- f. Amigos y/o familiares

Respuestas	
1	2

9. En los **últimos 12 meses**, ¿cuántas veces ha asistido a **espectáculos de danza**?

- a. Mas de 6 veces
- b. 4 o 5 veces
- c. 2 o 3 veces
- d. Una vez
- e. Ninguna
- f. Nunca en su vida

Respuesta	

Pase a la preg. 11

Pase a la preg. 10

10. ¿Por qué no ha ido?

- a. No le interesa
- b. Falta de tiempo
- c. Falta de dinero
- d. Falta de información
- e. Falta de compañía
- f. Falta de costumbre o preparación
- g. Cansancio, flojera, pereza
- h. Otras, ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

Respuestas	
1	2

Pase a la preg. 12

11. ¿A que tipo de espectáculo asistió principalmente?

- a. Ballet
- b. Danza folclórica
- c. Danza moderna contemporánea

Respuesta	

12. En los **últimos 12 meses**, ¿cuántas veces ha asistido a **conciertos o recitales en vivo**?

- a. Mas de 6 veces
- b. 4 o 5 veces
- c. 2 o 3 veces
- d. Una vez
- e. Ninguna
- f. Nunca en su vida

Respuesta	

Pase a la preg. 14

Pase a la preg. 13

13. ¿Por qué no ha ido?

- a. No le interesa o no le gusta
- b. Falta de tiempo
- c. Falta de dinero
- d. Falta de información
- e. Falta de compañía
- f. Falta de costumbre o preparación
- g. Cansancio, flojera, pereza
- h. Otras, ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

Respuestas	
1	2

Pase a la preg. 15

14. ¿A que tipo de conciertos o recitales fue principalmente?

- a. Música clásica
- b. Música folclórica
- c. Música pop
- d. Música electrónica
- e. Música rap & reggae
- f. Música rock
- g. Música heavy
- h. Música punk
- i. Salsa

Respuesta	

15. En los **últimos 12 meses**, ¿cuántas veces ha ido al **circo o a espectáculos circenses**?

- a. Mas de 6 veces
- b. 4 o 5 veces
- c. 2 o 3 veces
- d. Una vez
- e. Ninguna
- f. Nunca en su vida

Respuesta	

16. En los últimos 12 meses, ¿ha asistido a otros **espectáculos en vivo**?

SI  *pase a la preg. 17*

NO  *pase a la preg. 18*

**17. ¿Cuáles?**

- a. Pantomima
- b. Malabarismo
- c. Acrobacia
- d. Títeres o marionetas
- e. Paya
- f. Recital de poesía
- g. Cuentacuentos
- h. Magia
- i. Humorismo
- j. Otras, ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

Respuestas	
1	2

**CINE**

**18. En los últimos 12 meses, ¿ha ido al cine?**

- a. Sí - *Pase a la preg. 20*
- b. No
- c. No ha ido nunca en su vida } *Pase a la preg. 19*

Respuesta

**19. ¿Por qué no ha ido?**

- a. No le interesa o no le gusta
- b. Falta de tiempo
- c. Falta de dinero
- d. Falta de compañía
- e. Falta de información
- f. Falta de costumbre o preparación
- g. Cansancio, flojera, pereza
- h. Otras, ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

Respuestas	
1	2

*Pase a la preg. 25*

**20. En los últimos 12 meses, aproximadamente, ¿cuántas veces ha ido al cine?**

- a. 12 veces o más
- b. De 7 a 11 veces
- c. De 4 a 6 veces
- d. De 1 a 3 veces

Respuesta

**21. ¿Por qué no va más frecuentemente al cine?**

- a. Falta de nuevas películas
- b. El precio de la entrada es muy alto
- c. Falta de tiempo en la semana
- d. Muchas colas en las taquillas
- e. Falta de estacionamiento
- f. Otras, ¿Cuales? \_\_\_\_\_

Respuesta

**22. ¿Qué tipo de películas prefiere?**

- a. Acción
- b. Comedia
- c. Drama
- d. Ciencia ficción
- e. Cine arte
- f. Documental
- g. Dibujos animados
- h. Otras, ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

Respuestas	
1	2

**23. ¿Cuál es el país de origen de las películas que prefiere?**

- a. Españolas
- b. De EE.UU.
- c. Europeas
- d. Latinoamericanas
- e. Chilenas
- f. Asiáticas
- g. Otras, ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

Respuestas	
1	2

**24. ¿Cómo se informa de los nuevos estrenos?**

- a. Sinopsis en las salas
- b. Diario
- c. Radio
- d. TV
- e. Revistas
- f. Sitios web
- g. Publicidad en la vía pública
- h. En el interior del cine
- i. Otras, ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

Respuestas	
1	2

**CASA DE CULTURA DE XIRIVELLA**

**25. ¿Conoce la Casa de Cultura de Xirivella?**

- > Sí
- > No

**26. ¿Conoce la programación cultural ofertada por la Casa de Cultura del Ayuntamiento de Xirivella? (Cine, Teatro, Sopar de dijous, Música en viu, Mostra internacional de pallassos, etc.)**

- > Sí
- > No  *Pase a la preg. 33*



27. ¿A través de que medio se informa de la programación cultural?

- a. Pagina Web del Ayuntamiento de Xirivella
- b. Correo postal
- c. Correo electrónico
- d. Carteles
- e. Trípticos (panfletos)

Respuesta
-----------

28. ¿Con que frecuencia acudió en los últimos 12 meses a los eventos programados por la Casa de Cultura? (Cine, Teatre, Sopar de dijous, Musica en viu, Mostra internacional de pallassos, etc.)

- a. Mas de 6 veces
- b. 4 o 5 veces
- c. 2 o 3 veces
- d. Una vez
- e. Ninguna
- f. Nunca he asistido

Respuesta
-----------

29. ¿Por qué no acude a los eventos programados por la Casa de Cultura de Xirivella?

- a. No me interesa o no me gusta
- b. Falta de dinero
- c. Falta de tiempo
- d. Falta de información
- e. Falta de compañía
- f. Falta de costumbre o preparación
- g. Cansancio, flojera o pereza
- h. Otros, ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

Respuestas	
1	2

30. Señale con una X cual de los siguientes programas le gusta más. Puede señalar varios:

- a. Mostra internacional de Pallassos
- b. Cine familiar
- c. Teatre
- d. Sopar de dijous (cuentacuentos)
- e. Cine a la fresca (cine de verano)
- f. Musica en viu (conciertos)

Respuestas	
1	2

31. Conteste a las siguientes afirmaciones referidas a los servicios que oferta la Casa de la Cultura de Xirivella (1) Muy en desacuerdo; (2) Desacuerdo; (3) de acuerdo; (4) Muy de acuerdo; (5) NS/NC:

**CINEFAMILIAR**

- Las películas son entretenidas para toda la familia
- Las películas son actuales
- El horario de las proyecciones es el adecuado
- El precio es elevado

**CINE A LA FRESCA**

- Las películas son entretenidas para toda la familia
- El horario de las proyecciones es el adecuado
- Son películas actuales.

**TEATRE**

- El precio es elevado
- Los artistas son conocidos
- Las funciones son conocidas
- El horario de las funciones es el adecuado

**MOSTRA INTERNACIONAL DE PALLASSOS**

- Recomendaría visitar la mostra a familiares y amigos
- El precio es elevado
- Es entretenida para toda la familia

**MUSICA EN VIU**

- El precio es elevado
- Los artistas son conocidos
- El horario de los conciertos es el adecuado



32. ¿Qué actividades le gustaría que se ofertasen que no le hacen en la actualidad?


**TIEMPO LIBRE EN EL AÑO**

33. Durante los últimos 12 meses, ¿usted ha participado o asistido a:

- a. festividades religiosas?
- b. festividades tradicionales propias o características de su localidad?
- c. aniversarios locales o comunales?
- d. actividades callejeras o carnavalescas?
- e. festival o encuentro de música?
- f. festival o encuentro de teatro?
- g. festival o encuentro audiovisual (cine o video)?  
ferias del libro?
- h. muestras o encuentros gastronómicos?
- i. muestras de artesanía tradicional?

Respuestas	
1	2

34. ¿Durante los últimos 12 meses, ha realizado alguna de las siguientes actividades?

- a. Viajar dentro del país
- b. Viajar fuera del país
- c. Visitas a sitios patrimoniales (monumentos o lugares históricos o arqueológicos)
- d. Asistir a conferencias o seminarios
- e. Ir al estadio a ver el fútbol
- f. Ir a parques de atracciones
- g. Ir al zoológico
- h. Asistir a una feria artesanal

Respuestas	
1	2

**ULTIMAS PREGUNTAS**

35. ¿Cuál es su sexo?

- a. Masculino
- b. Femenino

Respuesta

36. ¿Cuál es su edad?

- a. De 15 a 24
- b. De 25 a 34
- c. De 35 a 44
- d. De 45 a 54
- e. De 55 a 64
- f. De 65 a 74
- g. 75 años o más

Respuesta

37. ¿Cuál es su situación laboral actual?

- a. Empleado sector privado
- b. Empleado sector público
- c. Autónomo
- d. Desempleado
- e. Estudiante
- f. Jubilado o pensionista

Respuesta

38. ¿Cuál es su nivel de estudios?

- a. Educación primaria
- b. Educación secundaria obligatoria
- c. Bachiller
- d. Técnico medio
- e. Técnico superior
- f. Diplomado, Licenciado, Graduado
- g. Postgrado o Master
- h. Sin estudios

Respuesta

Muchas gracias por participar



## ANEXO 4: Formato final del cuestionario definitivo



UNIVERSIDAD  
POLITECNICA  
DE VALENCIA

Facultad de Administración y Dirección de Empresas | 1  
Gestión y Administración Pública

### ENCUESTA DE SATISFACCIÓN CASA DE CULTURA DE XIRIVELLA

La siguiente encuesta forma parte del Trabajo de Final de Carrera (TFC) de un alumno que se encuentra cursando la diplomatura de Gestión y Administración Pública en la Universidad Politécnica de Valencia. El objetivo de la encuesta es medir el grado de satisfacción de los ciudadanos de Xirivella con respecto a la Casa de Cultura, con el fin de seguir mejorando de forma continua los servicios ofertados. La encuesta es anónima por lo que se le pide que conteste con total sinceridad y ante todo agradecemos su participación.

#### I. ACTIVIDADES CULTURALES MÁS FRECUENTES EN TERMINOS ANUALES

1) En los últimos 12 meses, ¿Ha realizado alguna de las siguientes actividades?

	SI	NO
• Leer libros de su profesión o estudios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Utilizar el préstamo de libros de alguna biblioteca	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Conectarse a internet en bibliotecas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2) Durante los últimos 12 meses, ¿Usted ha asistido a? Puede señalar varias:

- festividades religiosas
- festividades tradicionales propias de su localidad
- aniversarios locales o comunales
- actividades carnavalescas
- festival de música
- festival de teatro
- festival audiovisual (cine o video)
- ferias del libro
- encuentros gastronómicos
- muestras de artesanía tradicional

3) Durante los últimos 12 meses, ¿Ha realizado alguna de las siguientes actividades?

- Viajar dentro del país
- Viajar fuera del país
- Visitas a sitios patrimoniales (monumentos o lugares históricos o arqueológicos)
- Asistir a conferencias o seminarios
- Ir al estadio a ver el fútbol
- Ir a parques de atracciones
- Ir al zoológico

#### II. CONSUMO DE BIENES Y SERVICIOS CULTURALES

4) Durante los últimos 12 meses, ¿Cuántas veces acudió a exposiciones de arte?

1. Una vez al mes	} <b>Pase a la preg.6</b>	Respuesta
2. Una vez cada tres meses		
3. Una vez cada seis meses		
4. Una vez al año		
5. Ninguna -----	<b>Pase a la preg.5</b>	

5) ¿Por qué no ha ido?

1. No le interesa o no le gusta	} Respuestas
2. Falta de tiempo	
3. Falta de dinero	
4. Falta de información	
5. Falta de compañía	
6. Falta de costumbre o preparación	
<b>Pase a la preg.7</b>	

6) ¿Qué tipo de exposiciones de arte prefiere?

1. Pintura	} Respuestas
2. Fotografía	
3. Es cultura	
4. Dibujo	
5. Otras, ¿Cuáles? _____	

#### III. ESPECTACULOS EN VIVO

7) Durante los últimos 12 meses, ¿Cuántas veces ha asistido a obras de teatro?

1. Mas de 6 veces	} <b>Pase a la preg.9</b>	Respuesta
2. 4 o 5 veces		
3. 2 o 3 veces		
4. Una vez		
5. Ninguna -----	<b>Pase a la preg.8</b>	



**8)** ¿Por qué no ha ido?

1. No le interesa o no le gusta
2. Falta de tiempo
3. Falta de dinero
4. Falta de información
5. Falta de compañía
6. Falta de costumbre o preparación

**Respuestas**

1	2
---	---

**Pase a la preg.10**

---

**9)** ¿Qué representaciones teatrales prefiere?

1. Teatro clásico
2. Teatro contemporáneo
3. Musical
4. Ballet
5. Opera
6. Otras, ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

**Respuestas**

1	2
---	---

---

**10)** En los últimos 12 meses, ¿Cuántas veces ha asistido a conciertos?

1. Mas de 6 veces
2. 4 o 5 veces
3. 2 o 3 veces
4. Una vez
5. Ninguna

**Respuesta**

1	2
---	---

**Pase a la preg.12**  
**Pase a la preg.11**

---

**11)** ¿Por qué no ha ido?

1. No le interesa o no le gusta
2. Falta de tiempo
3. Falta de dinero
4. Falta de información
5. Falta de compañía
6. Falta de costumbre o preparación

**Respuestas**

1	2
---	---

**Pase a la preg.13**

---

**12)** ¿A que tipo de conciertos fue principalmente?

1. Música clásica
2. Música folclórica
3. Música pop
4. Música electrónica
5. Música rap & reggae
6. Música rock
7. Música heavy
8. Otras, ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

**Respuestas**

1	2
---	---

**13)** En los últimos 12 meses, ¿Cuántas veces ha ido al circo o a espectáculos circenses?

1. Mas de 6 veces
2. 4 o 5 veces
3. 2 o 3 veces
4. Una vez
5. Ninguna

**Respuesta**

1	2
---	---

---

**14)** En los últimos 12 meses, ¿Ha asistido a otros espectáculos en vivo?

SI  **pase a la preg.15**

NO  **pase a la preg.16**

---

**15)** ¿Cuáles?

1. Malabarismo y acrobacia
2. Títeres o marionetas
3. Recital de poesía
4. Cuenta cuentos
5. Magia
6. Humorística
7. Otros, ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

**Respuestas**

1	2
---	---

**IV. CINE**

**16)** En los últimos 12 meses, ¿Cuántas veces ha ido al cine?

1. 12 veces o mas
2. De 7 a 11 veces
3. De 4 a 6 veces
4. De 1 a 3 veces
5. Ninguna

**Respuesta**

1	2
---	---

**Pase a la preg.18**  
**Pase a la preg.17**

---

**17)** ¿Por qué no ha ido?

1. Falta de dinero
2. Falta de compañía
3. Falta de costumbre o preparación
4. Cansancio, flojera, pereza

**Respuestas**

1	2
---	---

**Pase a la preg.22**

---

**18)** ¿Por qué no va más frecuentemente al cine?

1. Falta de nuevas películas
2. El precio de la entrada es muy alto
3. Falta de tiempo en la semana

**Respuesta**

1	2
---	---



**19) ¿Qué tipo de películas prefiere?**

1. Acción
2. Comedia
3. Drama
4. Ciencia ficción
5. Cine arte
6. Documental
7. Dibujos animados
8. Terror

Respuestas	
1	2

**20) ¿Cuál es el país de origen de las películas que prefiere?**

1. Españolas
2. De EE.UU.
3. Europeas
4. Latinoamericanas

Respuestas	
1	2

**21) ¿Cómo se informa de los nuevos estrenos?**

1. Diario
2. Radio
3. TV
4. Revistas
5. Sitios web
6. Publicidad en la vía pública
7. En el interior del cine

Respuestas	
1	2

**V. CASA DE CULTURA DE XIRIVELLA**

**22) ¿Conoce la Casa de Cultura de Xirivella?**

➤ Si

➤ No

**23) ¿Conoce la programación cultural ofertada por la Casa de Cultura del Ayuntamiento de Xirivella? (Cine, Teatre, Sopar de dijous, Música en viu, Mostra internacional de pallassos, etc.)**

➤ Si  **Pase a la preg.24**

➤ No  **Pase a la preg.25**

**24) ¿A través de que medio se informa de la programación cultural?**

1. Pagina Web del Ayuntamiento de Xirivella
2. Correo postal
3. Correo electrónico
4. Carteles
5. Trípticos (panfletos)

Respuesta

**25) ¿Con que frecuencia acudió en los últimos 12 meses a los eventos programados por la Casa de Cultura?**

1. Mas de 6 veces
2. 4 o 5 veces
3. 2 o 3 veces
4. Una vez
5. Ninguna
6. Nunca he asistido

} **Pase a la preg.27**

} **Pase a la preg.26**

Respuesta

**26) ¿Por qué no acude a los eventos programados por la Casa de Cultura de Xirivella?**

1. No me interesa o no me gusta
2. Falta de dinero
3. Falta de tiempo
4. Falta de información
5. Falta de compañía
6. Falta de costumbre o preparación

Respuestas	
1	2

**Pase a la preg.30**

**27) Señale cuales de los siguientes programas le gusta más. Puede señalar varios:**

- Mostra internacional de Pallassos
- Cine familiar
- Teatre
- Sopar de dijous (cuentacuentos)
- Cine a la fresca (cine de verano)
- Música en viu (conciertos)

**28) Contestar a las siguientes afirmaciones referidas a los servicios que oferta la Casa de la Cultura de Xirivella**

**(1)** Muy en desacuerdo;  
**(2)** Desacuerdo  
**(3)** de acuerdo  
**(4)** Muy de acuerdo  
**(5)** NS/NC:

*GINEFAMLIAR*

- Las películas son entretenidas para toda la familia
- Las películas son actuales
- El horario de las proyecciones es el adecuado
- El precio es elevado



**CINE A LA FRESCA**

- Las películas son entretenidas para toda la familia
- El horario de las proyecciones es el adecuado
- Son películas actuales.

**TEATRO**

- El precio es elevado
- Los artistas son conocidos
- Las funciones son conocidas
- El horario de las funciones es el adecuado

**MOSTRA INTERNACIONAL DE PALLASSOS**

- Recomendaría visitar la muestra a familiares y amigos
- El precio es elevado
- Es entretenido para toda la familia

**MUSICA EN VIVO**

- El precio es elevado
- Los artistas son conocidos
- El horario de los conciertos es el adecuado

**29)** ¿Qué actividades le gustaría que se ofertasen que no le hacen en la actualidad?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**ULTIMAS PREGUNTAS**

**30)** ¿Cuál es su sexo?

1. Masculino
2. Femenino

Respuesta

\_\_\_\_\_

**31)** ¿Cuál es su edad?

1. De 15 a 24
2. De 25 a 34
3. De 35 a 44
4. De 45 a 54
5. De 55 a 64
6. De 65 a 74
7. 75 años o más

Respuesta

\_\_\_\_\_

**32)** ¿Cuál es su situación laboral actual?

1. Empleado sector privado
2. Empleado sector público
3. Autónomo
4. Desempleado
5. Estudiante
6. Jubilado o pensionista
7. Cuidado de la casa

Respuesta

\_\_\_\_\_

**36)** ¿Cuál es su nivel de estudios?

1. Educación primaria
2. Educación secundaria obligatoria
3. Bachiller
4. Técnico medio
5. Técnico superior
6. Diplomado, Licenciado, Graduado
7. Postgrado o Master
8. Sin estudios

Respuesta

\_\_\_\_\_

Muchas gracias por participar

## **ANEXO 5: Índice de Tablas, Gráficos y Cuadros.**

### **TABLAS**

Tabla 1: Programa de subvenciones Casa de Cultura.....	pág.52
Tabla 2: Partida 1: Programa de Música, Teatro y Cine.....	pág.53
Tabla 3: Partida 2: Programa de exposiciones.....	pág.55
Tabla 4: Partida 3: Programa Feria del Libro.....	pág.55
Tabla 5: Partida 4: Programas de formación y tiempo libre.....	pág.56
Tabla 6: Partida 5: Gatos diversos.....	pág.56
Tabla 7: Previsión de ingresos 2012.....	pág.57
Tabla 8: Codificación actividades Casa de Cultura.....	pág.68
Tabla 9: Codificación variable beneficio.....	pág.68
Tabla 10: Tabla de frecuencias cruzadas Tipo de Evento según Cód. Beneficio.....	pág.69
Tabla 11 ANOVA para BENEFICIO POR ENTRADA según TIPO DE EVENTO.....	pag.73
Tabla 12 de Medias para BENEFICIO POR ENTRADA según TIPO DE EVENTO con 95,0 intervalos LSD.....	pag.73
Tabla 13: Tamaño muestral y rango promedio para tipo de evento...pag.	74
Tabla 14: ANOVA para BENEFICIO según TIPO DE EVENTO.....	pag.75
Tabla 15: FICHA TECNICA DE LA ENCUESTA.....	pag87
Tabla 16: Parte 1: Hábitos y consumos culturales más frecuentes en términos anuales.....	pág.91
Tabla 17: Parte 2: Nivel de satisfacción Casa de Cultura.....	pág.93

Tabla 18: Parte 3: Datos personales.....pág.93

## GRÁFICOS

Grafico 1: Diagrama de barras frecuencia beneficio.....pág.70

Gráfico 2: Grafico de mosaico para Tipo de Evento según Cód. Beneficio.....pág.71

Gráfico 3: Caja Bigotes de Beneficio por entrada según evento. ....pág.72

Grafico 4: Medias y 95,0 porcentajes LSD para Beneficio por entrada según Tipo de evento.....pág.73

Grafico 5: Medias y 95,0 porcentajes LSD para Beneficio según Tipo de evento.....pág.75

Grafico 6: Cajas y Bigote de Beneficio según Tipo de Evento.....pág.75

Grafico 7: Cajas y Bigote de Total Entradas según Tipo de Evento...pág.76

Grafico 8: Cajas y Bigote de Gasto Total según Tipo de Evento.....pág.77

Grafico 9: X-Y por gasto por entrada frente a total de entradas.....pág.77

Grafico 10: X-Y por beneficio frente a total de entradas. ....pág.78

Gráfico 11: Sexo de los encuestados.....pág.94

Grafico 12: Nivel de estudios de los encuestados.....pág.95

Gráfico 13: personas que realizaron o suelen realizar determinadas actividades culturales en el último año.....pág.95

Gráfico 14: Frecuencia asistencia a exposiciones de arte.....pág.97

Gráfico 15: ¿Por qué no ha asistido a exposiciones de arte?.....pág.97

Grafico 16: ¿Qué tipo de exposiciones prefiere?.....pág.97

Gráfico 17: Frecuencia de asistencia anual de diferentes espectáculos.....	pág.98
Gráfico 18: Motivos de no asistir a conciertos ni obras de teatro.....	pág.99
Gráfico 19: Preferencia obras de teatro.....	pág.99
Gráfico 20: Asistencia a otros espectáculos en vivo.....	pág.100
Gráfico 21: Películas favoritas.....	pág.101
Gráfico 22: Canal de información programación cultural.....	pág.102
Gráfico 23: Tipo de evento preferido.....	pág.103
Gráfico 24. Satisfacción Cine Familiar.....	pág.104
Gráfico 25: Satisfacción Cine a la Fresca.....	pág.105
Gráfico 26: Satisfacción Teatro.....	pág.106
Gráfico 27: Satisfacción Mostra Internacional de Pallassos.....	pág.106
Gráfico 28: Satisfacción Música en Viu.....	pág.107

## **CUADROS**

Cuadro 1: Formulas para determinar tamaños muestrales en el caso de valores porcentuales.....	pág.82
Cuadro 2: Tamaños muestrales (n) para diversos errores, con un nivel de confianza del 95,5 % (K=2) en el supuesto de N = 30.910. ....	pág.84

#### *4.4 Bibliografía*

- Libro: LUIS M. RIVERA VILAS (2004) Marketing para las administraciones públicas, Gestión de la satisfacción en un servicio público. Valencia: Editorial de la Universidad Politécnica de Valencia.
- Libro: FERNANDO MARTOS NAVARRO (2012) Guardia Civil, Temario para la preparación de oposiciones. Sevilla: Editorial MAD, S.L.
- Libro: DANIEL PEÑA JUAN ROMO (2003) Introducción a la estadística para las ciencias sociales. Madrid: Editorial McGraw-Hill/Interamericana de España.
- Libro: BARTOLOME CENZANO, JOSE CARLOS (2002) La Comunidad Valenciana: Derecho Autonómico e Instituciones Políticas. Editorial Tirant lo Blanch S.L.
- Documento web: R. GARCIA (2001) Curso básico de: Statgraphics Plus Versión 5.1 Copyright 1994-2001 por Statistical Graphics Corp. (en línea) [sisoft.ucm.es](http://www.sisoft.ucm.es), <<http://www.sisoft.ucm.es/Manuales/sgwin51esp.pdf>> (visitado 04/2012).
- Documento web: AYUNTAMIENTO DE XIRIVELLA (en línea), [xirivella.es](http://www.xirivella.es), <<http://www.xirivella.es/es/xirivella-ajuntament/servicios-que-ofrece>> (visitado 3/2012); <<http://www.xirivella.es/es/xirivella-ajuntament/junta-de-gobierno-local>> (visitado 3/2012); <<http://www.xirivella.es/es/xirivella-ajuntament/casa-de-cultura>> (visitado 3/2012).