

UNIVERSIDAD DE PUERTO RICO  
RECINTO DE RÍO PIEDRAS

***Informe Final de Resultados\****

lunes, 18 de noviembre de 2019

Título:

**Estudio de Necesidades Sobre los Servicios de  
Vida Independiente**

Proponente:

Prof. Lesley O. Irizarry Fonseca, Ph.D., CRC  
Escuela Graduada de Consejería en Rehabilitación  
Facultad de Ciencias Sociales

Consejo Estatal de Vida Independiente

**Sometida al**

**Decanato Auxiliar de Gestión y Obtención de Fondos Externos**

**Decanato de Estudios Graduados e Investigación**

**Fecha del Proyecto:** octubre 2018 al 30 de septiembre de 2019

***\*IMPORTANTE: Lea la Cláusula de Confidencialidad en la página dos de este documento antes de leer el informe y refiérase a la página 9 de este documento, sección I.D, en la cual se describe el alcance del Informe Preliminar.***

**Personas responsables del proyecto:****Prof. Lesley O. Irizarry Fonseca, Ph.D., CRC**

Catedrática Auxiliar  
Escuela Graduada de Consejería en Rehabilitación  
Facultad de Ciencias Sociales, U.P.R., R.P.  
787-764-000, x-87413, 87405 / Fax:787-763-4199  
lesley.irizarry@upr.edu

**Consultores:**

1. Prof. Roberto Frontera Benvenuti, Ph. D., CRC
2. Prof. Robinson Vázquez Ramos, Ph. D., CRC

**Colaboradores:**

1. Emy G. Del Toro Toro, Ph.D.
2. Natalia Hernández, Estudiante Graduada de CORE
3. Lisneisy Nieves Pérez, Estudiante Graduada de CORE
4. Rose Guerrero Cardona, Estudiante Graduada de CORE
5. Joyce Marie Grafals, Estudiante Graduada de CORE
6. Urmarie Cintrón Torres, Estudiante Graduada de CORE
7. Iancarlo Díaz González, Estudiante Graduada de CORE
8. Griselly Menéndez, Oficial Administrativo

**Cláusula de Confidencialidad**

**El lector de este informe está moral y éticamente obligado a acatar los acuerdos de confidencialidad que se garantizaron a los participantes en el estudio.** Las personas responsables del proyecto, así como sus colaboradores, establecieron las garantías de confidencialidad y sus límites en cada fase del proyecto. La Invitación a Participar (la cual fue aprobada por CEVI) que recibieron, leyeron y aceptaron todos los participantes que contestaron los cuestionarios o participaron en los grupos focales, establecía que para proteger su identidad y el contenido de sus respuestas, se tomarían las siguientes medidas: 1. que su nombre no aparecería en la hoja de respuestas; 2. que cada cuestionario tendría un código numérico para propósitos del análisis de los resultados; 3. que los resultados de este estudio se analizarán de forma grupal y no individual, por lo que no se podrán identificar las respuestas individuales; 4. que el personal, de la los Centros o Proveedores de servicios o CEVI, no podrá identificar sus respuestas individuales; 5. que para proteger la confidencialidad de sus respuestas, las personas a cargo de analizar los resultados, no son empleados de los Centros ni de CEVI y que por petición de CEVI, será la Escuela Graduada de Consejería en Rehabilitación de la Universidad de Puerto Rico, quien se encargará de analizar los datos obtenidos; 6. que su participación es libre y voluntaria, por lo que tiene derecho a retirarse del estudio en cualquier momento, sin penalidad alguna; 7. que si decide no participar del estudio y es empleado de alguno de los Centros, no se van a afectar sus condiciones de empleo con MAVI o CEPVI antes, durante y después del estudio; y 8. que si decide no participar del estudio y es consumidor de MAVI o CEPVI, no se van a afectar los servicios que recibe de estos Centros antes, durante y después del estudio.

## Tabla de Contenido

	<b>Página</b>
<b>Página de Título</b>	<b>1</b>
<b>Proponentes y Colaboradores</b>	<b>2</b>
<b>Cláusula de Confidencialidad</b>	<b>2</b>
<b>Tabla de Contenido</b>	<b>3</b>
<b>I. Introducción</b>	<b>8</b>
<b>A.</b> Trasfondo y Necesidad de los Servicios	8
<b>B.</b> Descripción del Estudio de Necesidades	9
<b>C.</b> Meta y Servicios del Proyecto	9
<b>D.</b> Descripción del Plan de Trabajo	10
<b>E.</b> Aspectos Fiscales	11
<b>II. Metodología</b>	<b>11</b>
A. Diseño	11
B. Muestra	12
C. Instrumentos	15
<b>III. Hallazgos</b>	<b>29</b>
A. Hallazgos de Encuesta a Consumidores	29
Tabla 1 - Frecuencia, por ciento y puntuación promedio sobre los servicios medulares de VI para los consumidores	31
Tabla 2 - Frecuencia, por ciento y puntuación promedio sobre necesidad de servicios	34

Tabla 3 - Frecuencia, porciento y puntuación promedio sobre otras necesidades de VI	35
Tabla 4 - Accesibilidad y Otros Aspectos Administrativos	37
<b>Hallazgos a Encuesta a Consumidores por Región</b>	<b>43</b>
<b>A.1 Hallazgos Encuesta a Consumidores – Región Metro</b>	<b>43</b>
Tabla 5 - Frecuencia, porciento y puntuación promedio sobre los servicios medulares de VI para los consumidores - Metro	45
Tabla 6 - Frecuencia, porciento y puntuación promedio sobre necesidad de servicios -Metro	46
Tabla 7 - Frecuencia, porciento y puntuación promedio sobre otras necesidades de VI - Metro	48
Tabla 8 - Accesibilidad y Otros Aspectos Administrativos - Metro	49
<b>A.2 Hallazgos Encuesta a Consumidores – Región Central</b>	<b>53</b>
Tabla 9 - Frecuencia, porciento y puntuación promedio sobre los servicios medulares de VI para los consumidores - Región Central	54
Tabla 10 - Frecuencia, porciento y puntuación promedio sobre necesidad de servicios – Región Central	56
Tabla 11- Frecuencia, porciento y puntuación promedio sobre otras necesidades de VI – Región Central	57
Tabla 12 - Accesibilidad y Otros Aspectos Administrativos – Región Central	59
<b>A.3 Hallazgos Encuesta a Consumidores – Región Norte</b>	<b>62</b>
Tabla 13 - Frecuencia, porciento y puntuación promedio sobre los servicios medulares de VI para los consumidores -Región Norte	64
Tabla 14 - Frecuencia, porciento y puntuación promedio sobre necesidad de servicios – Región Norte	65
Tabla 15 - Frecuencia, porciento y puntuación promedio sobre otras necesidades de VI - Región Norte	66
Tabla 16- Accesibilidad y Otros Aspectos Administrativos - Región Norte	68

#### A.4 Hallazgos Encuesta a Consumidores – Región Norte Central 70

Tabla 17 - Frecuencia, porciento y puntuación promedio sobre los servicios medulares de VI para los consumidores - Norte Central	71
Tabla 18 - Frecuencia, porciento y puntuación promedio sobre necesidad de servicios – Región Norte Central	72
Tabla 19 - Frecuencia, porciento y puntuación promedio sobre otras necesidades de VI - Región Norte Central	73
Tabla 20 - Accesibilidad y Otros Aspectos Administrativos – Norte Central	74

#### A.5 Hallazgos Encuesta a Consumidores – Región Este 76

Tabla 21- Frecuencia, porciento y puntuación promedio sobre los servicios medulares de VI para los consumidores - Este	78
Tabla 22- Frecuencia, porciento y puntuación promedio sobre necesidad de servicios – Este	79
Tabla 23- Accesibilidad y Otros Aspectos Administrativos - Este	81

#### A.6 Hallazgos Encuesta a Consumidores – CEPVI Sur 82

Tabla 24- Frecuencia, porciento y puntuación promedio sobre los servicios medulares de VI para los consumidores - CEPVI Sur	84
Tabla 25- Frecuencia, porciento y puntuación promedio sobre necesidad de servicios – CEPVI Sur	86
Tabla 26- Frecuencia, porciento y puntuación promedio sobre otras necesidades de VI - CEPVI Sur	87
Tabla 27- Accesibilidad y Otros Aspectos Administrativos - CEPVI Sur	89

#### A.7 Hallazgos Encuesta a Consumidores – CEPVI Oeste 92

Tabla 28- Frecuencia, porciento y puntuación promedio sobre los servicios medulares de VI para los consumidores - CEPVI Oeste	94
Tabla 29- Frecuencia, porciento y puntuación promedio sobre necesidad de servicios – CEPVI Oeste	96

Tabla 30- Frecuencia, porciento y puntuación promedio sobre otras necesidades de VI - CEPVI Oeste	97
Tabla 31- Accesibilidad y Otros Aspectos Administrativos- CEPVI Oeste	98
<b>B. Hallazgos de Encuesta a Consumidores con Discapacidad Intelectual</b>	<b>101</b>
Tabla 32 - Frecuencia, porciento y puntuación promedio sobre las necesidades de servicios de VI de los participantes con DI	102
<b>C. Hallazgos Encuesta a Padres/Madres/Tutores</b>	<b>108</b>
Tabla 33- Frecuencia, porciento y puntuación promedio sobre los servicios medulares de VI para los consumidores	110
Tabla 34- Frecuencia, porciento y puntuación promedio sobre necesidad de servicios	112
Tabla 35- Frecuencia, porciento y puntuación promedio sobre otras necesidades de VI	114
Tabla 36 - Accesibilidad y Otros Aspectos Administrativos	115
<b>D. Hallazgos Encuesta de Profesionales</b>	<b>121</b>
Tabla 37 – Frecuencia, porciento y puntuación promedio por tema de Capacitación – Vida en Comunidad	122
Tabla 38 - Frecuencia, porciento y puntuación promedio por tema de Capacitación – Prevención de ser Institucionalizado	123
Tabla 39 - Frecuencia, porciento y puntuación promedio por tema de Capacitación – Vida Post -secundaria	123
Tabla 40 - Frecuencia, porciento y puntuación promedio sobre los servicios medulares de VI para los consumidores	124
Tabla 41 - Frecuencia, porciento y puntuación promedio sobre necesidad de Servicios de VI	126

Tabla 42 - Frecuencia, porciento y puntuación promedio sobre otras Necesidades de VI	129
Tabla 43 - Frecuencia, porciento y puntuación promedio sobre otros Servicios complementarios de VI	131
Tabla 44 - Accesibilidad y Otros Aspectos Administrativos	132
E. Hallazgos Encuesta Digital	140
F. Hallazgos de Grupos Focales de Consumidores	142
G. Hallazgos de Grupos Focales de Familiares	145
H. Hallazgos Grupos Focales red de Vida Independiente	148
I. Hallazgos Grupo Focal Fuentes de Referido	150
<b>IV. Síntesis de Hallazgos y Recomendaciones</b>	<b>151</b>
<b>Anejos, Tablas, Gráficas y Figuras</b>	
<b>Anejo A</b> – Cuestionario para Consumidores	
<b>Anejo B</b> - Cuestionario para Consumidores con Discapacidad Intelectual.	
<b>Anejo C</b> – Cuestionario para Consumidores Familiares	
<b>Anejo D</b> – Cuestionarios para Consumidores Profesionales	
<b>Anejo E</b> - Tabla de Frecuencias y Porcientos De Necesidades por Condición y Grupo de Edad Según los Profesionales	
<b>Anejo F</b> – Invitaciones a Participar	
<b>Anejo G</b> – Aspectos Fiscales	
<b>Anejo H</b> – Plan de Trabajo	

# I. Introducción

## A. Trasfondo y Necesidad de los Servicios

El **Consejo Estatal de Vida Independiente** (CEVI) tiene la misión de promover la filosofía de vida independiente a través del: control del consumidor, apoyo de pares, autoayuda y autodeterminación, acceso igual e intercesión individual y de sistemas que desarrollen al máximo el liderazgo, la auto-gestión, independencia, productividad e inclusión social.

Por otra parte, bajo la sección 704 Capítulo 1, Título VII de la Ley de Rehabilitación de 1973, según enmendada por WIOA 2014, al CEVI se le requiere presentar un Plan Estatal de Vida Independiente cada tres años a la Administración de Vida en Comunidad. Para el desarrollo de este plan es preciso identificar las necesidades de vida independiente de las personas con impedimentos a nivel estatal. Los resultados del estudio serán utilizados para desarrollar y validar los objetivos del Plan Estatal de Vida Independiente.

Con tal objetivo en agenda, CEVI solicitó la colaboración de la Escuela Graduada de Consejería en Rehabilitación de la Universidad de Puerto Rico (CORE) para desarrollar dicho estudio. La Universidad de Puerto Rico (UPR), a su vez, está llamada a colaborar con las entidades de la Comunidad, en particular aquellas que velan por los servicios provistos a las personas con diversidad funcional, para el logro de las metas que sus responsabilidades ministeriales exigen. La UPR, a través de sus programas académicos profesionales como CORE, debe responder a la solicitud del CEVI para colaborar en el fortalecimiento de la oferta de servicios de los centros y proveedores de vida independiente. Es basado en dicho principio que la Escuela Graduada de Consejería en Rehabilitación, se solidariza con CEVI ante su solicitud de colaboración.

## **B. Descripción del Estudio de Necesidades**

Este proyecto tiene el objetivo de aportar con información confiable al estudio abarcador de necesidades de servicios de vida independiente de las personas con impedimentos en Puerto Rico para cumplir con la reglamentación federal de realizar un estudio cada tres años que permita la identificación de metas y prioridades del Plan Estatal. El estudio incluirá encuestas, entrevistas, grupos focales y evaluación de informes gubernamentales con el propósito de identificar lo siguiente:

1. Identificar la población no atendida o pobremente atendida y las áreas geográficas con mayor necesidad de servicios de vida independiente.
2. Establecer las prioridades de servicios de vida independiente para que las personas con impedimento puedan vivir de manera independiente.
3. Identificar las barreras para fortalecer la red de vida independiente en Puerto Rico.

## **C. Metas y objetivos que espera obtener al brindar este servicio.**

Las metas y objetivos específicos del estudio fueron delineados por acuerdo entre representantes del CEVI y CORE. Por determinación del CEVI, previo al comienzo del estudio se estableció que las necesidades de servicios de vida independiente, para efectos de este estudio, **se establecerían a través de la opinión o el sentir de profesionales especializados con experiencia en el campo, la población de personas con diversidad funcional a la que se le brindan servicios en los Centros y Proveedores de Vida Independiente, así como sus familiares.**

Específicamente, los servicios que CORE proveyó a CEVI se dividieron en tres fases. Las fases fueron las siguientes:

**FASE I**

1. Desarrollo y validación de cuestionarios dirigidos a identificar las necesidades de diversos grupos de consumidores y personas con impedimentos en cuanto a las necesidades de servicios de vida independiente.
2. En colaboración con CEVI, definir el tipo de muestreo, el tamaño de la muestra y las características de las personas que contestarán los cuestionarios.

**FASE II**

3. En colaboración con CEVI, administrar los cuestionarios y conducir los grupos focales.
4. Desarrollar la metodología y las preguntas guías de varios grupos focales con consumidores, familiares y profesionales, dirigidos a identificar las necesidades de las personas con impedimentos en cuanto a servicios de vida independiente.
5. En colaboración con CEVI, definir las características de las personas que participarán de los grupos focales y los lugares donde se llevarán a cabo los mismos.

**FASE III**

6. Analizar los datos obtenidos a través de los cuestionarios y de los grupos focales y redactar un informe de los hallazgos.
7. Presentar el informe de hallazgos a CEVI y ofrecer asesoramiento en la interpretación de los mismos.
8. Preparación del informe de cierre del proyecto a la Universidad de Puerto Rico y a CEVI.

**D. Descripción del Plan de Trabajo**

El Plan de Trabajo se presenta en el **Anejo H**. El plan comenzó su fase activa en octubre de 2018 y concluye la misma con el informe final a CEVI el cual fue entregado el 13 de septiembre de 2019.

La sede oficial del proyecto estuvo en las instalaciones de CORE en el edificio Plaza Universitaria, Torre Central, Piso 4. Las actividades enumeradas en el Plan de Trabajo del 1 y 2 (Fase 1) y 4 – 8 (Fases II y III) se realizaron principalmente en CORE y en algunos casos en CEVI (Hato Rey). La actividad 3 (Fase II) se realizaron principalmente en las instalaciones regionales de los centros y proveedores de servicios de vida independiente, y los Centros de Servicios Transicionales (CTS) del Departamento de Salud.

Las actividades que se realizaron en las instalaciones de CORE se limitaron a reuniones profesionales de coordinación, planificación, desarrollo de instrumentos, grupos focales, análisis de datos y redacción de informes. Las encuestas y administración de cuestionarios se realizaron fuera de CORE.

## **E. Aspectos Fiscales**

El **Anejo G** presenta el estado de situación fiscal del proyecto al lunes, 28 de octubre de 2019.

## **F. Metodología**

Diseño de Investigación

### **A. Contexto**

Al describir el diseño de investigación para este estudio, debemos contextualizar las dimensiones que conforman el acercamiento científico recomendado para el análisis de los datos. Primero, el **Consejo Estatal de Vida Independiente (CEVI)** tiene la misión de promover la filosofía de vida independiente a través del: control del consumidor, apoyo de pares, autoayuda y autodeterminación, acceso igual e intercesión individual y de sistemas que desarrollen al máximo el liderazgo, la autogestión, independencia, productividad e inclusión social. Segundo, la sección 704 Capítulo 1, Título VII de la Ley de Rehabilitación de 1973, según enmendada por WIOA 2014, le requiere al CEVI presentar un Plan Estatal de Vida Independiente cada tres años a la Administración de Vida en Comunidad. Para el desarrollo de este plan se hace preciso identificar de forma empírica las necesidades de vida independiente de las personas con impedimentos a

nivel estatal. Por tal razón, esta investigación responde a una iniciativa de CEVI con el propósito de atender las necesidades de la clientela servida.

Para cumplir a cabalidad esta encomienda, CEVI solicitó la colaboración de la **Escuela Graduada de Consejería en Rehabilitación de la Universidad de Puerto Rico (CORE)** para desarrollar una investigación comprensiva y abarcadora que permita el fortalecimiento de la oferta de servicios de los centros y proveedores de vida independiente. Partiendo de la afinidad en sus misiones y responsabilidades de ambas partes, CORE aceptó la solicitud de colaboración de CEVI dirigida a realizar un estudio de necesidades sobre los servicios de vida independiente para las personas con impedimentos en Puerto Rico. En este contexto, el estudio de necesidades estuvo enmarcado en tres (3) objetivos fundamentales:

1. Establecer las prioridades de servicios para que las personas con impedimento puedan vivir de manera independiente.
2. Identificar las barreras para fortalecer la red de vida independiente en Puerto Rico.
3. Identificar la población no atendida o pobremente atendida y las áreas geográficas con mayor necesidad de servicios de vida independiente.

Una vez delimitados los objetivos del estudio, tanto CORE como CEVI acuerdan que las necesidades de servicios de vida independiente se establecerán a través de la opinión o el sentir de profesionales especializados con experiencia en el campo, la población de personas con diversidad funcional a la que se le brindan servicios en los Centros, Proveedores de Vida Independiente, así como sus familiares.

## **B. Métodos**

Uno de los diseños de investigación de mayor relevancia para obtener un perfil de las necesidades de los consumidores y evaluar la calidad de los servicios es el enfoque mixto (Cook & Reichardt, 2005). A tales efectos, los investigadores recomendaron la utilización de un diseño de investigación mixto de triangulación de carácter descriptivo-exploratorio (DMT-DE), para cumplir

los objetivos establecidos en el estudio de necesidades de los consumidores adscritos al sistema de servicios del Consejo Estatal de Vida Independiente (CEVI). El objetivo principal del DMT-DE es explorar y describir de manera profunda un fenómeno o situación (Hernández, Fernández & Batista, 2014). Este diseño tiene un valor práctico ya que es uno flexible que permite a los investigadores cumplir con los objetivos del estudio e incorporar diversas técnicas para la recolección y análisis de los datos.

Para ampliar el marco de acción al recopilar la evidencia empírica necesaria los investigadores recomendaron la utilización del DMT-DE con diversas modificaciones técnicas. Por ejemplo, originalmente se recomendó un diseño mixto de triangulación en fases paralelas, para la interpretación de la evidencia. No obstante, por la naturaleza del estudio se recomendó incorporar una técnica de carácter secuencial para la recolección de datos. Incorporar en el DMT-DE un modelo en fases secuenciales permite la integración de varios enfoques para estudiar un problema utilizando la interdependencia metodológica o sea el desarrollo de una fase depende de la otra (Creswell & Plano, 2007; Ponce, 2011 & Tashakkori, 2009). Esta estrategia de combinar ambas permite la integración de varios enfoques para estudiar un problema. El acercamiento utilizado para conducir la investigación fue estructurado de forma secuencial de la siguiente forma

<b>Fase I</b>	<b>Fase II</b>	<b>Fase III</b>
<p><b>CUALITATIVA</b></p> <p><i>(Revisar literatura, definir el alcance, la muestra, los indicadores de opinión y crear los instrumentos.)</i></p>	<p><b>CUANTITATIVA / CUALITATIVA</b></p> <p><i>(Administración de los instrumentos, realizar análisis estadístico preliminar y conducir los grupos focales.)</i></p>	<p><b>CUALITATIVA</b></p> <p><i>(Realizar el análisis final e integrativo de los hallazgos y presentar informe final.)</i></p>

En este diseño los resultados de las fases cualitativa y cuantitativas fueron analizados de forma paralela dando igualdad de peso al tipo de evidencia al describir el fenómeno en todas sus dimensiones. La evidencia empírica que recopiló en la Fase I estuvo constituida una revisión de

literatura científica que junto al peritaje de los facultativos de CORE y el personal adscrito Comité Ejecutivo de CEVI, que dio paso a definir el alcance de estudio, las características de la muestra, los indicadores de opinión y la creación de los instrumentos. La Fase II incluyó dos estrategias para la recopilación de datos. Para la etapa cuantitativa se administraron los instrumentos **Tipo-Encuesta** a varios sectores tales como: profesionales en la prestación de servicios a personas con impedimentos que reciben servicios de vida independiente en los Centros, proveedores de vida independiente, personas con impedimentos que reciben los servicios en estos centros, personas con impedimento que reciben servicios en los Centros Transicionales del Departamento de Salud (ver sección de descripción de la muestra), así como los familiares de los consumidores. De forma similar, la evidencia recopilada durante la fase cuantitativa fue utilizada para el desarrollo de la etapa cualitativa. Al analizar los hallazgos preliminares, se prepararon unas preguntas guías para conducir diversos grupos focales. Entre los sectores que fueron convocados y participaron de los grupos focales se encuentra personal de los municipios y organizaciones de la comunidad que ofrecen servicios a personas con impedimentos y son fuentes de referido para los centros y proveedores de servicios de vida independiente.

Los hallazgos que se obtuvieron a través de los componentes cualitativos y cuantitativos permitieron a los investigadores conocer la congruencia o correspondencia entre los argumentos establecidos por cada sector, los resultados de las encuestas en la fase cuantitativa y la revisión de literatura científica. Además, permitió a los investigadores triangular, consolidar o ponderar los resultados de todas las fases, en igualdad de peso, para indagar sobre el fenómeno en todas sus dimensiones, comparar los hallazgos con la literatura científica y generar recomendaciones (Ponce, 2011), lo que es cónsono a la Fase III. Por tanto, el DMT-DE incorporando elementos secuenciales para la recopilación de datos y paralelos en su contexto, interpretación y credibilidad representó una herramienta idónea para esta investigación ya que cumplió con los parámetros

para el análisis de evidencia científica (cualitativa y cuantitativa) dentro del sistema de servicios para personas con impedimentos adscritos a CEVI.

### **C. Selección de los participantes**

Al utilizar un DMT-DE, uno de los aspectos de mayor relevancia en la selección de los participantes, es la forma en que se contextualiza el universo. Para esta investigación, el universo no es de carácter teórico, ya fue claramente definido tanto por los investigadores de CORE como el personal del Comité Ejecutivo de CEVI. Por la naturaleza del estudio, siendo uno de tipo descriptivo-exploratorio, la selección de los participantes no estuvo condicionada necesariamente a los parámetros estadísticos que demarcan un estudio experimental. Para fines de este estudio, solo se utilizan algunos de los supuestos de la experimentación para constatar las propiedades que adjudican representatividad numérica y contextual a las muestras. En este caso, la selección de los participantes fue de carácter no probabilístico, ya que la técnica de aleatorización no es un procedimiento adecuado para atender la complejidad del universo. Bajo estas circunstancias, la unidad muestral idónea incluye a los participantes, su disponibilidad, accesibilidad al participar, sus características y los estratos naturales a los que pertenecen dentro del sistema de servicios de CEVI. La muestra de participantes (**n= 193/269**) estuvo constituida por dos grupos mayores los gerenciales (directores, coordinadores y agentes de referido) y los protagonistas (consumidores y familiares).

Respondiendo esta situación, el DMT-DE, permitió a los investigadores incorporar un muestreo estratificado intencional u opinático con propósito. Este tipo de muestreo supone o exige conocimiento del universo a estudiar y consiste en que los investigadores escogen intencionalmente y no al azar, las categorías o estratos que ellos consideran típicas del fenómeno a estudiar (Ander-Egg, 1995). La selección de los participantes estuvo condicionada a los estratos naturales por Centro a los que pertenecen los participantes entre los que se encuentran los gerenciales y protagonistas consumidores adscritos al sistema de servicios de vida independiente.

Para constituir las muestras dentro de los programas de servicio auspiciados por CEVI, se tomaron en consideración factores asociados a los criterios de inclusión establecidos, el rol de los participantes dentro de la institución, capacidad de opinión, la calidad de los informantes, así como su disponibilidad de participar voluntariamente dentro de unos parámetros éticos y de confidencialidad.

De facto, aunque este estudio no se diseñó de forma experimental, los investigadores realizaron un cotejo minucioso de la presencia de varios supuestos que rigen el proceso de constituir las muestras tanto en la fase cuantitativa como en la cualitativa. Al evaluar ejercicio de muestreo establecido por los investigadores, con el nivel de participación de los participantes, se puede concluir que la muestra obtenida cumplió cabalmente con los elementos de representatividad numérica y lógica-contextual dentro de los parámetros relacionados a los objetivos de la investigación. Este planteamiento fortalece la validez de los resultados del estudio en torno al perfil de los participantes, prioridades de servicios, barreras y población poco servida por zona geográfica. Por tanto, los hallazgos están sustentados por testimonios catalogados como fuente primaria con una base de participación sustancial. Este argumento, solidifica la calidad de la evidencia obtenida a través de las impresiones, opiniones y recomendaciones de todos los participantes en torno a las necesidades de servicios de vida independiente.

Para efectos de visualizar el efecto del proceso de muestreo a través de instancias de evaluación, se realizó un desglose global de los participantes por cada uno de los enfoques. El análisis descriptivo fue dividido al recopilar la evidencia cuantitativa y cualitativa durante la Fase II donde se administran instrumentos tipo encuesta y se conducen grupos focales. La segunda fase se refiere a la recopilación de los datos basados en los **insumos (cuanti-cuali)** de los gerenciales y protagonistas. Estos insumos, fueron recopilados mediante la utilización de instrumentos tipo-encuesta y técnicas de investigación cualitativas como grupos focales. Para contextualizar el nivel de participación en la fase cuantitativa, se describen los estratos naturales

por Centro en el sistema de servicios de CEVI, la cantidad de participantes, el universo esperado y el por ciento de participación.

A continuación, se describe la relación numérica global de los participantes consumidores de los Centros y Proveedores de servicios de vida independiente y CTS que cumplieron cabalmente con los criterios de inclusión y que voluntariamente accedieron a participar bajo los parámetros de confidencialidad en las encuestas.

**Participantes (Consumidores) por Estratos o Centros en la Fase Cuantitativa  
(Encuestas)**

CENTRO	Universo (Valor Esperado)	Muestra ** (Valor Observado)	Por Ciento (%) de Participación
MAVI Metro	49	50	102%
MAVI Norte	15	15	100%
MAVI Este	5	6	120%
MAVI Central	15	15	100 %
MAVI Norte Central	9	1	11%
CEPVI Sur	32	14	44 %
CEPVI Noroeste	11	7	63%
CEPVI Suroeste	8	8	100%
Sub TOTAL	144	116	80%
CTS	9	19	211%
<b>TOTAL</b> (Consumidores)	<b>153</b>	<b>135</b>	<b>88% *</b>

(\*  $Z = 9.40$ ,  $p < .05$ ), \*\*  $K-S$ ,  $Z = .44$ ,  $p = .98$ )

Para evaluar la representatividad numérica y lógica-contextual de la muestra se tomaron en consideración dos (2) factores importantes, la cantidad general de participantes en el universo, así como la distribución porcentual por cada uno de los centros o estratos naturales que constituyen la muestra. Para analizar el nivel de representatividad óptimo los investigadores identificaron un

universo finito de **n=153**. En términos de estadísticos, para que la muestra fuese representativa al 80% de confianza de una **N=320**, hacían falta al menos 152 participantes. Al administrar los instrumentos a cada uno de los participantes en los estratos identificados de forma natural, se obtuvo una participación de **n=135**. Los resultados de la evaluación sobre la participación general determinaron que la cantidad de participantes para la fase cuantitativa sobrepasó el índice de confianza del 80% lo que la califica como una muestra sustancial en términos numéricos (Isaac & Michael, 1981).

Concurrente al ejercicio de representatividad numérica, para conocer la representatividad lógica-contextual según la composición de los estratos naturales entre la muestra y el universo, se realizó una Prueba Kolmogorov -Smirnov (K-S) para distribuciones independientes. La K-S comparó la distribución porcentual de participantes observados en cada uno de los estratos de la muestra versus la misma distribución porcentual de los estratos esperados en el universo. Los resultados indicaron que no existe diferencia significativa entre la distribución de participantes por estratos esperados en el universo y la distribución de participantes observados a través de los estratos naturales en la muestra (**K-S, Z=.44, p=.98**). Este análisis estadístico nos permite concluir que la evidencia recopilada durante la fase cuantitativa proviene de una muestra representativa en términos estadísticos y sustantiva en términos de sus características. Estos datos, junto a los criterios de inclusión, calidad de los informantes y un nivel de participación general de **88%**, (**Z= 9.40, p<.001**) abonan validez de resultados obtenidos en a través del enfoque cuantitativo.

Para contextualizar la legitimidad y credibilidad de los datos obtenidos durante la fase cualitativa, los investigadores se dieron a la tarea de evaluar la participación de los gerenciales y protagonistas a través de los grupos focales. A continuación, se presenta el desglose de los participantes por sus estratos naturales por grupos como quedaron constituidos en la fase cualitativa.

**Participantes por Estratos o Grupos en la Fase Cualitativa  
(Grupos Focales)**

<b>Estratos Naturales</b>	<b>Universo (Valor Esperado)</b>	<b>Muestra ** (Valor Observado)</b>	<b>Por Ciento (%) de Participación</b>
Familiares	16	9 (2 grupos; 6 y 3)	56%
Consumidores	20	13 (2 grupos; 9 y 4)	65%
Profesionales/Red de Vida Independiente	12	10 (1 grupo)	83%
Agentes de la Comunidad	12	6 (1 grupo)	50%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>38</b>	<b>63% *</b>

(\* **Z = 2.01, p <.05**), \*\* **K-S, Z=1.06, p=.21**)

Debido a la complejidad de la muestra y la naturaleza de las técnicas utilizadas para recopilar la evidencia cualitativa, la representatividad no estriba en estadígrafos porcentuales como en los estudios descriptivos tipo-encuesta y sí depende en su totalidad de la calidad de los informantes que constituyen los grupos. Sin embargo, a través del DMT-DE los investigadores tiene la potestad de considerar postulados adicionales para monitorear en nivel de participación en cada uno de los estratos. Como se llevó a cabo en la sección anterior, en el enfoque cualitativo se evaluó el nivel de participación general y la representatividad lógica-contextual de la muestra por grupos. Para analizar el nivel de participación óptimo para los grupos focales, los investigadores identificaron un universo finito de **N=60**. Al conducir seis (6) sesiones de grupos focales, se obtuvo un nivel de participación general significativo de un **63% (n=38, Z=2.01, p<.05)**. En adición, para evaluar el nivel de participación por grupos o estratos, los investigadores establecieron a priori como índice mínimo un 20% por ciento. la cantidad de participantes para la fase cualitativa fue sustancial ya que el criterio mínimo establecido por los investigadores para los grupos focales fue de un mínimo de **30%**. El nivel de participación de los cuatro (4) grupos

identificados fluctuó entre el 50% y 83%, lo que la califica como una muestra representativa en términos numéricos para este tipo de enfoque.

Para conocer la representatividad lógica-contextual según la composición de los estratos naturales en el enfoque cualitativo, también se realizó una Prueba **Kolmogorov-Smirnov (K-S)** para distribuciones independientes. La K-S comparó la distribución porcentual de participantes observados en cada uno de los grupos de la muestra versus la misma distribución porcentual de los participantes esperados en el universo. Al igual que sucedió en el enfoque cuantitativo, los resultados indicaron que no existe diferencia significativa entre la distribución de participantes por estratos esperados en el universo y la distribución de participantes observados a través de los estratos naturales en la muestra (**K-S, Z=1.06, p=.21**). Este análisis estadístico nos permite concluir que la evidencia recopilada durante la fase cualitativa proviene de una muestra sustancial sólida y fidedigna en términos de sus características. Estos datos, junto a los criterios de inclusión, calidad de los informantes y un nivel de participación general significativo de **63%** (**p<.05**), abonan la legitimidad y credibilidad de resultados obtenidos en a través del enfoque cualitativo.

A la luz del análisis y ponderación entre la evidencia (**cuanti-cuali**) recopilada durante la **Fase II** a nivel Isla, puede ser utilizada de manera amplia y profunda para realizar una evaluación abarcadora sobre la necesidad de servicios de vida independiente, identificar las barreras para la efectividad de los programas, así como la identificación de la clientela poco servida por el sistema de servicios de CEVI. La próxima sección de este informe presenta un resumen de los resultados y las recomendaciones para fortalecer el Plan Estatal de Vida Independiente para el próximo trienio.

#### **D. Instrumentos**

Una de las fases medulares del estudio de necesidades de vida independiente de las personas con impedimentos servidos por los Centros o Proveedores de Servicios de Vida Independiente fue el diseño, construcción y validación de los instrumentos que fueron utilizados

tanto para la fase cuantitativa como la fase cualitativa del estudio. Para el desarrollo de los instrumentos se formalizó un equipo de trabajo que estuvo constituido por tres profesionales a nivel doctoral, que ocupan puestos docentes en programas de consejería en rehabilitación acreditados, tienen vasta experiencia tanto en el proceso académico, profesional, investigativo y con amplio historial de colaboración y compromiso con la prestación de servicios a las personas con impedimentos y MAVI. Este equipo de trabajo tuvo la encomienda de revisar literatura, realizar entrevistas parciales, consultar directamente a funcionarios de MAVI, CEPVI, CTS, y CEVI y revisar los trabajos de investigación, informes oficiales y material institucional relacionado a estudios anteriores para construir cada uno de los instrumentos. El contenido final de los instrumentos y preguntas guías de los grupos focales fue el producto de un proceso continuo de revisión que incluyó la participación activa de CEVI. Durante la fase cuantitativa se crearon cuatro (5) Instrumentos Tipo-Encuesta y durante la fase cualitativa se generaron preguntas guías para conducir seis (6) grupos focales. A continuación, se presenta una descripción de los instrumentos que fueron desarrollados en cada una de las fases.

### **Fase Cuantitativa (Encuestas)**

Los Instrumentos que fueron diseñados y creados para ser utilizados durante la fase cuantitativa mantuvieron básicamente el mismo formato. Estos incluyeron la **Hoja de Invitación a Participar** (ver Anejo F), la cual fue personalizada para cada sector encuestado y elaboraba información específica sobre el estudio y los elementos asociados a la participación de cada individuo como por ejemplo voluntariedad, derechos, riesgos, alcance de la participación, compensación económica y confidencialidad de la información compartida. Las instrucciones generales de cada instrumento incluyen información sobre el propósito del estudio, las áreas a ser consideradas para obtener la opinión de los participantes, el tiempo para contestar y la forma de analizar los datos, así como información para contactar a la investigadora principal en caso de duda o pregunta. A continuación, se presenta una breve descripción general de las encuestas que

fueron administradas a los Consumidores, familiares de los consumidores y a los profesionales laborando en los distintos Centros (MAVI) y Proveedores de servicios de vida independiente (CEPVI).

Encuesta para Consumidores de los Centros y Proveedores de Servicios de Vida Independiente sobre las Necesidades de las Personas con Impedimentos en Cuanto a los Servicios de Vida Independiente

Por consenso con el personal de CEVI, MAVI, CEPVI y Departamento de Salud, se desarrolló una encuesta de necesidades dirigida a los consumidores. La encuesta fue titulada **Encuesta para Consumidores de los Centros y Proveedores de Servicios de Vida Independiente sobre las Necesidades de las Personas con Impedimentos en Cuanto a los Servicios de Vida Independiente. Forma General (ver Anejo A).**

La Encuesta fue diseñada para conocer las necesidades de servicios de vida independiente de la persona con impedimento, en función de su experiencia como consumidor de uno de los centros o proveedores de servicios de vida independiente.

La encuesta está dividida en 2 partes. La primera parte está constituida por 16 preguntas de datos demográficos. La segunda parte está constituida por 99 preguntas que se subdividen en 5 secciones: Necesidad de Servicios Medulares de Vida Independiente (5), Necesidad de Servicios de Vida Independiente (43) Necesidad de Servicios Complementarios (39). Para determinar el grado de necesidad se les solicitó a los participantes que seleccionaran las 10 áreas de mayor necesidad para ellos y las categorizaran en orden de importancia. Por otra parte, para auscultar aspectos administrativos y de accesibilidad (12) se creó una Escala Likert de tres (3) puntos que fluctuó entre 3= Muy adecuado y 1= No adecuado. La encuesta está constituida por seis (6) secciones que se dividen de la siguiente manera:

**SECCIÓN A:** Datos de los Participantes en la Encuesta

**SECCIÓN B:** Encuesta para Consumidores sobre las Necesidades de los Cinco (5) Servicios Medulares de Vida Independiente

**SECCIÓN C:** Encuesta para Consumidores sobre las Necesidades de los Servicios de Vida Independiente

**SECCIÓN D:** Encuesta para Consumidores sobre las Necesidades de Otras Destrezas de Vida Independiente

**SECCIÓN E:** Encuesta para Consumidores sobre Accesibilidad y Otros Aspectos Administrativos

**SECCIÓN F:** Preguntas Abiertas

### Encuesta A Consumidores Con Discapacidad Intelectual (Centros, Proveedores y Departamento De Salud)

Por consenso con el personal de CEVI, MAVI, CEPVI y Departamento de Salud, se desarrolló una encuesta de necesidades dirigida a los consumidores con discapacidad intelectual, tomando en consideración el nivel de complejidad del instrumento de Encuesta a los Consumidores discutido en el punto anterior. La encuesta fue titulada **Encuesta A Consumidores Con Discapacidad Intelectual (Centros, Proveedores y Departamento De Salud) (Ver Anejo B)**.

La Encuesta fue diseñada para conocer la opinión del consumidor de MAVI, CEPVI o de los CTS con discapacidad intelectual y que se le dificultara responder el instrumento desarrollado, en cuanto a las destrezas de vida independiente que son importantes para ellos.

La encuesta está dividida en 3 partes. La primera parte está constituida por 3 preguntas de datos sociodemográficos. La segunda contiene 26 reactivos que exploran áreas de vida independiente. Se preparó una escala nominal donde los participantes respondían entre mucho o poco, para indicar cuán importante era para el/ella desarrollar las destrezas de vida independiente que contenían los reactivos. La tercera parte contiene cuatro (4) preguntas abiertas dirigidas a explorar aspectos de vida independiente y vida en comunidad.

Encuesta para Padres/Madres o Tutores de los Consumidores de los Centros y Proveedores de Servicios de Vida Independiente sobre las Necesidades de las Personas con Impedimentos en Cuanto a los Servicios de Vida Independiente

Por consenso con el personal de CEVI se desarrolló una encuesta de necesidades dirigida a los padres/madres/tutores de los consumidores de los servicios de vida independiente. La encuesta fue titulada **Encuesta para Padres/Madres o Tutores de los Consumidores de los Centros y Proveedores de Servicios de Vida Independiente sobre las Necesidades de las Personas con Impedimentos en Cuanto a los Servicios de Vida Independiente (Ver Anejo C)**. La Encuesta fue diseñada para conocer la opinión de los padres/madres/tutores de los consumidores que reciben servicios de los Centros o Proveedores de servicios de vida independiente en cuanto a las necesidades de vida independiente de sus familiares.

La encuesta está dividida en 2 partes. La primera parte contiene 14 preguntas de datos sociodemográficos. La segunda parte está constituida por 98 preguntas que se subdividen en 5 secciones: Necesidad de Servicios Medulares de Vida Independiente (5), Necesidad de Servicios de Vida Independiente (43) Necesidad de Servicios Complementarios (39). Para determinar el grado de necesidad se les solicitó a los participantes que seleccionaran las 10 áreas de mayor necesidad de sus familiares y las categorizaran en orden de importancia. Por otra parte, para auscultar aspectos administrativos y de accesibilidad (11) se creó una Escala Likert de tres (3) puntos que fluctuó entre 3= Muy adecuado y 1= No adecuado. La encuesta está constituida por seis (6) secciones que se dividen de la siguiente manera:

**SECCIÓN A:** Datos de los Participantes en la Encuesta

**SECCIÓN B:** Encuesta para Padres/Madres o Tutores de Consumidores sobre las Necesidades de los Siete (5) Servicios Medulares de Vida Independiente

**SECCIÓN C:** Encuesta para Padres/Madres o Tutores de Consumidores sobre las Necesidades de los Servicios de Vida Independiente

**SECCIÓN D:** Encuesta para Padres/Madres o Tutores de Consumidores sobre las Necesidades de Otros Servicios de Vida Independiente

**SECCIÓN E:** Encuesta para Padres/Madres o Tutores de Consumidores sobre Accesibilidad y Otros Aspectos Administrativos

**SECCIÓN F:** Preguntas Abiertas

Encuesta para Profesionales de los Centros y Proveedores de Servicios de Vida Independiente sobre las Necesidades de las Personas con Impedimentos en Cuanto a los Servicios de Vida Independiente

Por otra parte, en consenso con el personal de CEVI, se desarrolló una encuesta de necesidades dirigida a los profesionales de los centros y proveedores de servicios de vida independiente titulada: **Encuesta para Profesionales de los Centros y Proveedores de Servicios de Vida Independiente sobre las Necesidades de las Personas con Impedimentos en Cuanto a los Servicios de Vida Independiente (Ver anejo D)**. La Encuesta para profesionales de los centros y proveedores de servicios de vida independiente fue diseñada para auscultar la opinión de estos profesionales, que en función de su experiencia y peritaje podían identificar las necesidades de las personas con impedimentos, en cuanto a los servicios de vida independiente. Además, se exploró la necesidad de capacitación de estos profesionales.

La encuesta está dividida en 2 partes. La primera parte explora datos sociodemográficos a través de 5 preguntas. Además, contiene una pregunta sobre necesidades de capacitación. La segunda parte está constituida por 161 preguntas que se subdividen en 6 secciones: Necesidad de Servicios Medulares de Vida Independiente (5), Necesidad de Servicios de Vida Independiente (12,) Servicios de Vida Independiente en Función de la Edad y Tipo de Impedimento (43), Necesidad de Servicios Complementarios (15) y otras destrezas (37). Para determinar el grado de necesidad se les solicitó a los participantes que seleccionaran las 10 áreas de mayor necesidad y las categorizaran en orden de importancia. Para auscultar aspectos administrativos y de accesibilidad (16) se creó una Escala Likert de tres (3) puntos que fluctuó entre 3= Muy adecuado y 1= No adecuado.

La encuesta se divide en ocho (8) secciones. Las secciones son las siguientes:

**SECCIÓN A:** Datos de los Participantes en la Encuesta y Necesidad de Capacitación

**SECCIÓN B:** Encuesta para Profesionales de los Centros sobre las Necesidades de los Cinco (5) Servicios Medulares de Vida Independiente

**SECCIÓN C:** Encuesta para Profesionales de los Centros sobre las Necesidades de los Servicios de Vida Independiente.

**SECCIÓN D:** Encuesta para Profesionales de los Centros sobre las Necesidades de los Servicios de Vida Independiente en Función de la Edad y Tipo de Impedimento

**SECCIÓN E:** Encuesta para Profesionales de los Centros sobre las Necesidades de Otras Destrezas de Vida Independiente

**SECCIÓN F:** Encuesta para Profesionales de los Centros sobre Servicios Complementarios

**SECCIÓN G:** Encuesta para Profesionales de los Centros sobre Accesibilidad y Otros Aspectos Administrativos

**SECCIÓN H:** Preguntas Abiertas

### Encuesta Digital de Necesidades de Servicios de Vida Independiente

Con el propósito de impactar aquella población de personas con impedimentos que no se encuentra recibiendo servicios de vida independiente, se desarrolló una encuesta por medio electrónico, a través de *Microsoft Forms*. Esta encuesta se titula: **Encuesta de Necesidades de Servicios de Vida Independiente (Ver anejo I)**. La encuesta contiene 17 preguntas que exploran conocimiento sobre los servicios de vida independiente, las posibles necesidades en el área de vida independiente, el centro más cercano donde podrían recibir los servicios, así como necesidades luego de una emergencia, como lo fue el Huracán María en el 2017. El propósito de la encuesta fue recopilar información sobre la necesidad e interés de estas personas de recibir servicios de vida independiente.

### **Fase Cualitativa (Grupos Focales)**

Para constituir la fase cualitativa, la Escuela Graduada de Consejería en Rehabilitación de la UPR programó la celebración de seis grupos focales. Cada uno de los Grupos Focales fue realizado bajo los más altos estándares de confidencialidad y conducta responsable con sujetos humanos en la investigación. La duración de cada Grupo Focal fluctuó entre hora y media (1.5) y tres (3) horas con periodos de descanso y meriendas. Cada uno de los participantes autorizó su participación firmando la Invitación a Participar, luego de haberse leído y discutido la misma. De forma similar, se discutieron de forma grupal los elementos esenciales de su participación tales como propósito, magnitud de los hallazgos, criterios de inclusión, riesgos, beneficios, tipo de grabación, límites de la confidencialidad, derechos de los participantes y las instancias correspondientes en caso de dudas, preguntas o recomendaciones. A continuación, se describe el contenido de las preguntas guías utilizadas para conducir cada Grupo Focal por sector.

#### **Grupo Focal Consumidores.**

Las preguntas guías utilizadas para conducir el Grupo Focal de los consumidores estuvieron dirigidas a identificar aquellos servicios recibidos de vida independiente que le permiten vivir de forma independiente, así como aquellos factores que inciden en la prestación de servicios. A través de los argumentos a cada pregunta se generó una discusión que incluyó recomendaciones para el mejoramiento de los servicios.

#### **Grupo Focal Familiares de los Familiares de Consumidores.**

El segundo Grupo Focal estuvo constituido por familiares de los consumidores que reciben o recibieron servicios de los Centros o Proveedores de servicios de vida independiente. El objetivo primordial de este grupo fue conocer los servicios de mayor necesidad de sus familiares, áreas geográficas o poblaciones que ellos entendían no estaban siendo atendidas o están siendo pobremente atendidas, y factores que inciden en la prestación de servicios. A través de los

argumentos a cada pregunta se generó una discusión que incluyó recomendaciones para el mejoramiento de los servicios.

#### Grupo Focal Fuentes de Referido

El Grupo Focal de las fuentes referido estuvo constituido por Programas de Municipios y Organizaciones de la Comunidad de distintos pueblos de la isla que proveen servicios a personas con impedimentos y sirven como fuente de referido a los Centros o Proveedores de servicios de vida independiente. El objetivo primordial de este grupo fue conocer cuáles son las necesidades de vida independiente que han podido identificar dentro de la población a la que le prestan servicios, áreas geográficas o poblaciones que ellos entendían no estaban siendo atendidas o están siendo pobremente atendidas, y factores que inciden en la prestación de servicios. En este contexto, se identificaron los retos internos, externos y las alternativas para optimizar los servicios de vida independiente.

#### Grupo Focal Red de Vida Independiente, Directores y Supervisores de los Centros y Proveedores de Servicios de Vida Independiente.

El Grupo Focal de este grupo de profesionales estuvo constituido por representantes de la Junta de CEVI, así como los Directores y Supervisores de MAVI y CEPVI. El objetivo primordial de este grupo fue conocer cómo se puede fortalecer la Red de Vida Independiente, identificar las necesidades de servicios de vida independiente a la población de personas con impedimento, áreas geográficas o poblaciones que ellos entendían no están siendo atendidas o están siendo pobremente atendidas, y factores que inciden en la prestación de servicios. De forma similar, el grupo pudo generar posibles recomendaciones para el mejoramiento de la calidad de los servicios.

### III. Hallazgos

#### **A. Hallazgos de Encuesta para Consumidores de los Centros y Proveedores de Servicios de Vida Independiente sobre las Necesidades de las Personas con Impedimentos en Cuanto a los Servicios de Vida Independiente**

##### **Descripción de los participantes**

A manera de describir las características generales de los participantes, se analizó el sexo, la edad, centro donde recibe los servicios, los años recibiendo servicios de vida independiente, el grado académico alcanzado, raza, estado civil, pueblo de residencia, con quien vive, y el tipo de impedimento. Un total de 81 personas, todos consumidores activos, contestaron la Encuesta. De éstos, 46 (56.8%) son del sexo femenino y 35 (43.2%) del sexo masculino. Al observar la edad de este grupo, 1 (1.3%) se encontraban entre los 5 y 19 años y 8 (6.2%) indicaron tener 20 y 24 años, la mayor parte de los participantes, 40 (50%), se encontraban entre 25 – 52 años y 30 (38.7) indicaron tener 53 años o más, un participante no indicó su edad. En cuanto a la raza, 74 (91.4%) personas indicaron ser Hispano/puertorriqueño, 4 (4.9%) indicaron ser de raza blanca, y otros 3 participantes indicaron ser de raza indio americano, asiático e Hispano/otro, respectivamente. Al explorar el pueblo de residencia, la mayor parte de los participantes indicaron residir en el área metropolitana (San Juan, Bayamón, Carolina, Cataño, Guaynabo, Trujillo Alto (33, 40.5%), 13 (16.1%) de la Región Sur Central (Caguas, Gurabo, Humacao, Aguas Buenas, San Lorenzo), 12 (14.8%) del área sur (Ponce, Yauco, Coamo); 14 (17.3%) del Noroeste y Suroeste (Sabana Grande, Moca, Aguada), 7 (8.6%) Región Norte (Arecibo, Vega Baja), 2 ( 2.4%) indicaron ser de la Región Este (Río Grande, Canóvanas).

Se auscultó entre los participantes su estado civil, 48 (59.3%) indicaron ser soltero/a, 13 (16%) casado/a, 10 (12.3%) son separados/divorciados, 7 (8.6) viudo/a y 3 (3.7%) convive. El 59.2% vive con padre/madre o ambos, 19.7% (16) vive con la pareja, 16% (13) indicaron vivir solos, y 3 (3.7%) personas viven con otros familiares, como por ejemplo hermano/a. Al explorar el grado

académico más alto, 24 (29.6%) participantes indicaron tener diploma de cuarto año o equivalente, 22 (27.2%) menos de cuarto año de escuela superior, 14 (17.3%) grado asociado, 12 (14.8%) bachillerato, 3 (3.7%) indicaron tener maestría y certificación de destrezas bajo la Ley 53 de 2016 respectivamente, y otras 3 (3.7%) personas no respondieron la pregunta. El 95.1% no se encuentra estudiando actualmente y solo un 16% se encuentra trabajando. Entre los lugares de empleo identificados se encuentran centros de lavado de autos (*car wash*), tiendas, y restaurantes de comida rápida. Al explorar la fuente de ingreso principal del hogar, el 35.8% (29) indicó recibir seguro social, 21% (17) ingreso de la familia, 16% (13) ayudas del gobierno, 4.9% (4) sueldo propio, y un 3.7% (3) seleccionó la alternativa de otro, como la pensión por retiro, 15 personas no respondieron la pregunta.

Como se enteraron de los servicios, 23 (28.4%) personas indicaron a través de un familiar, 17(21%) a través de referido, 5 (6.2%) por un profesional, 2 (2.5%) a través del internet, y 31(38.3%) seleccionaron la alternativa de otro. Entre las fuentes identificadas se encuentran, oficinas de municipios, opúsculos, Rehabilitación Vocacional, los Centros MAVI y CEPVI, amistades, periódicos, y profesionales de la salud. En cuanto a la condición que presenta el participante, 29 (35.8%) personas indicaron tener una discapacidad física, 24 (29.6%) discapacidad cognitiva, 19 (23.5%) indicaron tener discapacidad visual, 18 (22.2%) discapacidad mental/emocional, y 11 (13.6%) discapacidad auditiva, además, 11(13.6%) seleccionaron la alternativa de otro. Es importante señalar que los datos no suman un 100% debido a la comorbilidad o presencian de más de una condición. Al explorar los años que lleva recibiendo servicios, 52 (63.4%) participantes indicaron llevar entre 1 a 5 años, 12 (14.6%) indicaron llevar entre 6 a 10 años, 3 (3.6%) entre 10 a 15 años, y 4 (4.88%) personas indicaron llevar 20 años o más. En cuanto a cómo se transporta para llegar al Centro, 36 (44.4%) personas indicaron que un familiar los lleva, 22 (27.2%) llegan a través de vehículo propio, 16 (19.8%) personas indicaron que utilizan la transportación pública, 5 (6.2%) seleccionaron la alternativa de otros, y 2 no

respondieron la pregunta. Ejemplos de otros fueron: *servicio de CEPVI, Transportación de Centro de Envejecientes, Departamento de Educación – guagua gratuita*. Por otra parte, se exploró el Centro donde recibe los servicios, el 35.5% recibe servicios de la MAVI - Región Metro, 14 (18.4%) – CEPVI Región Sur, 11 (14.5%) MAVI – Región Central, 8 (10.5%) – MAVI – Región Norte, 7 (9.2%) CEPVI - Región Noroeste, 3 (3.9%) indicaron recibir servicios en CEPVI – Región Suroeste, MAVI (PSVI) – Región Norte Central, y MAVI – Región Este respectivamente.

## **SECCIÓN B**

En la Sección B se les solicitó a los participantes que colocaran los 5 servicios medulares de vida independiente en orden de necesidad para ellos utilizando los números del 1 al 5, donde 1 era el de más necesidad y 5 el de menos necesidad. La Tabla 1 presenta la frecuencia, porciento y puntuación promedio para cada uno de los servicios medulares de acuerdo a la opinión de los encuestados. Los servicios se presentan en el orden de necesidad identificado por los participantes al calcular el promedio del orden otorgado entre el 1 al 5. El servicio medular más importante o de mayor necesidad para los participantes fue los servicios de destrezas de vida independiente, donde 39 (54.2%) lo identificaron como el servicio número 1 y obtuvo un promedio de 4.03 de un máximo de 5.00. Los otros servicios y el orden asignado se pueden observar en la Tabla 1.

Tabla 1- Frecuencia, Porciento y Puntuación Promedio sobre la Necesidad de los Servicios Medulares de los Consumidores

Servicios	Columna A <i>f (%)</i>	Columna B $\bar{X}$	Columna B <i>Frecuencia con la que se ofrece el servicio</i>			Columna C <i>Frecuencia Capacitación del personal</i>		
			OR <i>f (%)</i>	OL <i>f (%)</i>	NO <i>f (%)</i>	CC <i>f (%)</i>	PC <i>f (%)</i>	NO <i>f (%)</i>
1. Destrezas de Vida Independiente	39(54.2%)	4.03	60 (85.7%)	7 (10.0%)	3 (4.3%)	58 (90.6%)	5 (7.8%)	1 (1.6%)
3. Servicios de Intercesoría	16 (22.9%)	3.33	49 (74.2%)	10 (15.2%)	7 (10.6%)	55 (91.7%)	3 (5.0%)	2 (3.3%)
2. Consejería de pares	14(19.7%)	3.07	49 (72.1%)	12 (17.6%)	7 (10.3%)	48 (78.7%)	13 (21.3%)	0 (0%)
4. Información y Referido	25 (35.2%)	2.81	49 (74.2%)	10 (15.2%)	7 (10.6%)	51 (86.4%)	7 (11.9%)	1 (1.7%)
5. Servicios de Transición	29(42.0%)	2.36	45 (69.2%)	8 (12.3%)	12 (18.5%)	49 (87.5%)	7 (12.5%)	0 (0%)

**Los participantes tuvieron la oportunidad de añadir comentarios y/o recomendaciones para cada uno de los servicios medulares.** Se observa entre las recomendaciones la necesidad de mayor oferta de servicios, capacitación en destrezas de vida independiente y transportación. Entre los comentarios (sin editar por los investigadores) se encuentran los siguientes:

<b>Vida Independiente</b>
<i>Aumento de servicios para pueblos limítrofes. Mayor servicio de transportación para obtener los servicios.</i>
<i>Mayor práctica para los servicios de vida independiente.</i>
<i>Que se traiga más personas y talleres al área oeste y pueblos limítrofes. Que se den talleres en las comunidades.</i>
<i>Transportación</i>
<i>Deben ofrecer servicios o clases de manualidades, que puedan ayudarme a tener un pasatiempo que me pueda brindar un ingreso adicional.</i>
<b>Consejería de Pares</b>
<i>Charlas de auto-estima.</i>
<b>Intercesoría</b>
<i>Conferencia de asuntos del diario – derechos, La Ley ADA, etc.</i>
<i>Que divulguen un poco más el tema de la Intercesoría.</i>
<b>Información y Referido</b>
<i>Asistencia económica.</i>
<i>Información de agencias.</i>
<i>Más cooperación del personal.</i>
<b>Servicios de Transición</b>
<i>Documentación de orientación en vida comunitaria.</i>
<i>Que se ofrezcan con más regularidad.</i>

## **SECCIÓN C**

**Sección C.** En esta parte de la encuesta se presentó una lista de servicios relacionados al logro de una vida independiente. Se auscultó la opinión de los participantes sobre **43 servicios** y se proveyeron espacios en blanco para que los participantes incluyeran servicio(s) adicionales. Para discriminar entre los servicios, cada participante seleccionó los **10 servicios** que representan mayor necesidad para ellos como consumidores. Luego, el participante ordenó los 10 servicios seleccionados **en términos de mayor a menor necesidad**, otorgándole el número uno (1) al de mayor necesidad, el dos (2) al que representa el de segunda mayor necesidad y así sucesivamente hasta el diez (10). Para cada uno de los 10 servicios, el participante indicó cuan capacitado está el personal del centro para ofrecer el servicio seleccionando una de las siguientes alternativas: Cabalmente capacitado **CC**, Parcialmente capacitado **PC**, No está capacitado **NO**. Los resultados se presentan en la Tabla 2. Las puntuaciones promedio en esta sección fluctúan **entre un mínimo de 1.0 y un máximo de 10.0**, de acuerdo al orden asignado por los participantes entre 1 al 10, entendiéndose que a mayor promedio mayor la necesidad de ese servicio al compararse con los demás servicios en la lista.

La Tabla 2 incluye los 10 servicios identificados por los participantes como más necesitados. De los 43 servicios incluidos en la encuesta, los primeros cinco (5) identificados por los consumidores como de mayor necesidad para ellos son los siguientes: el 1. *Higiene personal* (identificado por el 33.3% de los participantes con un promedio de 8.23); el 3. *Mantenimiento del Hogar*; 4. *Manejo de presupuesto* identificados por un 40.7% de los participantes cada uno y un promedio de 7.55 y 6.96 respectivamente); el 8. *Literacia en Computadoras* (identificado por el 39.5% de los participantes con un promedio de 6.77); y 9. *Uso de sistemas de información digital* (identificado por el 38.3% de los participantes con un promedio de 6.22).

**Tabla 2** - Frecuencia, por ciento y puntuación promedio para necesidad de servicio entre los participantes consumidores sobre los servicios de vida independiente.

Servicios	Columna A <i>f (%)</i>	Columna B $\bar{x}$	Columna C <i>Frecuencia Capacitación del personal</i>		
			CC <i>f (%)</i>	PC <i>f (%)</i>	NO <i>f (%)</i>
1. Higiene personal	27 (33.3%)	8.23	39 (92.9%)	3 (7.1%)	0 (0%)
3. Mantenimiento del hogar	33 (40.7%)	7.55	39 (90.7%)	3 (7.0%)	1 (2.3%)
4. Manejo de presupuesto	33 (40.7%)	6.96	32 (80.0%)	6 (15.0%)	2 (5.0%)
8. Literacia en uso de computadoras	32 (39.5%)	6.77	32 (86.5%)	1 (2.7%)	4 (10.8%)
9. Uso de sistemas de información digital	31 (38.3%)	6.22	33 (86.8%)	3 (7.9%)	2 (5.3%)
20. Capacitación en legislación y derechos	33 (40.7%)	6.06	26 (32.1%)	5 (76.2%)	1 (1.2%)
6. Orientación y movilidad	28 (34.6%)	6.00	29 (82.9%)	5 (14.3%)	1 (2.9%)
2. Confección de alimentos	36 (44.4%)	5.96	40 (93.0%)	2 (4.7%)	1 (2.3%)
5. Uso de transportación pública	30 (37.0%)	5.72	26 (76.5%)	5 (14.7%)	3 (8.8%)
15. Consejería de pares para escuchar sus necesidades	27 (33.3%)	5.50	33 (84.6%)	4 (10.3%)	2 (5.1%)

**SECCIÓN D.**

**Sección D.** En esta parte de la encuesta se auscultó la opinión de los participantes sobre las necesidades de otros servicios de vida independiente. Se auscultó la opinión de los participantes sobre 39 servicios y se proveyeron espacios en blanco para que los participantes incluyeran servicio(s) adicionales. Para discriminar entre los servicios, cada participante seleccionó los **diez (10) servicios** que representan mayor necesidad entre los consumidores. Luego, el participante ordenó los 10 servicios seleccionados **en términos de mayor a menor necesidad**, otorgándole el número uno (1) al de mayor necesidad, el dos (2) al que representa el de segunda mayor necesidad y así sucesivamente hasta el diez (10). Para cada uno de los 10 servicios, el participante indicó cuan capacitado está el personal del centro para ofrecer el servicio seleccionando una de las siguientes alternativas: Cabalmente capacitado **CC**, Parcialmente capacitado **PC**, No está capacitado **NO**. Los resultados se presentan en la Tabla 3. Las puntuaciones promedio en esta sección fluctúan **entre un mínimo de 1.0 y un máximo de**

**10.0**, esto de acuerdo al orden asignado por los participantes entre 1 al 10, entendiéndose que a mayor promedio mayor la necesidad de ese servicio al compararse con los demás servicios en la lista.

La Tabla 3 incluye los 10 servicios identificados por los participantes como más necesitados. De los 39 servicios incluidos en la encuesta, el servicio de mayor necesidad identificado por los participantes fue 3. *cepillarse los dientes*, con un 24.7% y un promedio 7.62. Además, entre las primeras áreas identificadas también se encuentran: 1. *Bañarse solo* (31.2% y un promedio de 7.59); 33. *Conseguir un empleo* (31.2% y un promedio de 6.65); 20. *Lavarse el cabello y peinarlo* (36% y un promedio de 6.57); y 25. *Manejo de dinero*, que, aunque representó uno de los servicios que más consumidores identificaron como necesario (41.6%), ocupa el quinto lugar en el orden de necesidad, identificado con un promedio de 6.32. Otros servicios identificados con mayor necesidad se podrán observar en la Tabla 3.

**Tabla 3** - Frecuencia, porciento y puntuación promedio para otras necesidades de servicio de VI de los consumidores.

Servicios	Columna A f (%)	Columna B $\bar{x}$	Columna C		
			Frecuencia Capacitación del personal		
			CC f (%)	PC f (%)	NO f (%)
3.Cepillarse los dientes	19(24.7%)	7.62	28 (93.3%)	2 (6.7%)	0 (0%)
1.Bañarse solo.	24(31.2%)	7.59	29 (87.9%)	3 (9.1%)	1 (3.0%)
33. Conseguir un empleo	24(31.2%)	6.65	29 (80.6%)	4 (11.1%)	2 (5.6%)
20. Lavarse el cabello y peinarlo	20(26.0%)	6.57	27 (90.0%)	2 (6.7%)	1 (3.3%)
25. Manejo de dinero	32 (41.6%)	6.32	27 (81.8%)	4 (12.1%)	2 (6.1%)
32. Usar la computadora	29(37.7%)	6.18	24 (72.7%)	6 (18.2%)	3 (9.1%)
26. Manejo de una cuenta de banco	24(31.2%)	5.47	25 (80.6%)	3 (9.7%)	3 (9.7%)
6. Aseo personal	19(24.7%)	5.47	23 (85.2%)	3 (11.1%)	1 (3.7%)
31. Visitar solo al médico para un chequeo rutinario	19 (24.7%)	5.31	24 (72.7%)	6 (18.2%)	3 (9.1%)
13. Lavar ropa	21(27.3%)	5.28	27 (84.4%)	3 (9.4%)	2 (6.3%)

## **SECCIÓN E**

**Sección E.** En esta parte de la encuesta se auscultó la opinión de los participantes sobre diversos aspectos relacionados a accesibilidad y administración de las instalaciones físicas y de los servicios que se ofrecen en los centros. Los participantes debían indicar cuan adecuados consideraban los servicios utilizando la escala: **Muy adecuado, Poco adecuado y No es adecuado**. Los resultados se presentan en la Tabla 4. La pregunta base para cada aspecto o tema fue: **¿Son adecuados los siguientes servicios para satisfacer las necesidades de los consumidores?**

La Tabla 4 incluye los 12 servicios o aspectos presentados sobre los cuales los participantes emitieron su opinión. En general, los servicios fueron evaluados como muy adecuados por la mayor parte de los participantes. Para efectos del análisis de la opinión de los participantes, las puntuaciones promedio para cada área tendrán el siguiente significado: Muy Adecuado – 3.00 a 2.50; Poco Adecuado – 2.49 a 2.00; No es Adecuado – 1.99 a 1.00.

La puntuación promedio obtenida entre todos los participantes (73) a través de todos los ítems (12) de esta sección fue de 2.78, con una desviación estándar de .334. En términos globales, esta puntuación promedio es una muy alta la cual sugiere una opinión muy favorable de los participantes con respecto a los aspectos de accesibilidad y administrativos de los Centros. Por otra parte, al analizar de forma global las respuestas de los participantes, se observó que el 100% (100) de éstos obtuvo puntuaciones promedio que fluctuaron entre 3.0 y 2.50, lo que también sugiere una opinión muy favorable sobre la accesibilidad y aspectos administrativos de los centros.

**Tabla 4 – Accesibilidad y Otros Aspectos Administrativos**

<b>Actividad</b>	<b>Muy adecuada</b> <b>3</b> <b>f (%)</b>	<b>Poco adecuada</b> <b>2</b> <b>f (%)</b>	<b>No es adecuada</b> <b>1</b> <b>f (%)</b>	<b>Promedio</b> $\bar{x}$
1. Accesibilidad de instalaciones físicas.	64 (87.7%)	7 (9.6%)	2 (2.7%)	2.85
2. Espacios adecuados para las actividades programáticas.	55 (76.4%)	10 (13.9%)	7 (9.7%)	2.67
3. Localización de las instalaciones físicas.	68 (94.4%)	3 (4.2%)	1 (1.4%)	2.93
4. Horario de servicios.	69 (93.2%)	4 (5.4%)	1 (1.4%)	2.92
5. Estacionamiento de las instalaciones físicas.*	48 (65.8%)	15 (20.5%)	10 (13.7%)	2.52
6. Transportación.*	47 (71.2%)	9 (13.6%)	10 (15.1%)	2.56
7. Estrategias de divulgación sobre los servicios.	56 (77.8%)	10 (13.9%)	6 (8.3%)	2.69
8. Tiempo por el que se ofrecen los servicios.	65 (89.0%)	5 (6.8%)	3 (4.1%)	2.85
9. Tiempo que toma comenzar a recibir los servicios.	59 (80.8%)	12 (16.4%)	2 (2.7%)	2.78
10. Tiempo que toma efectuar los referidos recomendados.	55 (85.9%)	7 (10.9%)	2 (3.1%)	2.83
11. Tiempo que toma efectuar las coordinaciones interagenciales.	52 (83.9%)	9 (14.5%)	1 (1.6%)	2.82
12. Equipo adecuado para ofrecer los servicios.	71 (93.4%)	4 (5.3%)	1 (1.3%)	2.92

Por otra parte, en esta sección los participantes tuvieron la oportunidad de añadir comentarios y/o recomendaciones para cada uno de los aspectos explorados. Entre los comentarios (sin editar por los investigadores) se encuentran los siguientes:

<b>Facilidades Físicas</b>
<i>Hay poco espacio</i>
<i>muy pequeño</i>
<i>muy pequeño,</i>
<b>Estacionamiento</b>
<i>cuando hay actividades no tienen estacionamiento</i>
<i>No tienen</i>
<b>Transportación</b>
<i>no hay transportación para acceder al lugar</i>
<i>tener transportación,</i>

<b>Estrategias de Divulgación</b>
<i>calendario</i>
<i>en las iglesias mas promoción,</i>
<i>orientar y promover sobre las leyes.</i>
<b>Personal</b>
<i>Entiendo que el personal esta muy preparado y tiene el deseo de hacer un trabajo de excelencia y muchas veces el sistema de ejecutar los servicios le impriden hacer un buen trabajo.</i>

## **SECCIÓN F**

**Sección F. Preguntas Abiertas.** En esta parte de la encuesta se auscultó la opinión de los participantes en torno a otros temas. Se presentaron **tres (3) preguntas** las cuales se discuten a continuación.

*1. Mencione los cinco (5) servicios que más necesita para desarrollar las destrezas que le permitan vivir de manera independiente.*

**Resumen de respuestas:** Entre las respuestas de los consumidores se identificaron unos servicios que estos entienden que les puede ayudar a una vida independiente. Entre los servicios identificados se encuentran: empleo, transportación, manejo de presupuesto, confección de alimentos, mantenimiento del hogar, y servicios de intercesoría. Algunas de las respuestas sin editar se presentan a continuación:

<b>Servicios Necesarios para una vida independiente</b>
<i>Alfabetización</i>
<i>Manejo de dinero</i>
<i>Mantenimiento del hogar</i>
<i>Transportación</i>
<i>Aprender a cocinar</i>

<i>Aprender a conducir</i>
<i>Empleo</i>
<i>Aprender a guiar</i>
<i>Manejar dinero</i>
<i>Mejorar la transportación</i>
<i>Orientación de abogados</i>
<i>Braille. Tecnología. Equipo asistido</i>
<i>Como pagar el agua y la luz</i>
<i>Tener un ingreso</i>
<i>Conseguir un empleo</i>
<i>Aprender a guiar/ conducir</i>
<i>Equipo de asistencia tecnológica para leer</i>
<i>Defenderse sobre la sociedad actual</i>
<i>Mantener un empleo</i>
<i>Aprender a leer</i>
<i>Mover personal con más facilidades a diferentes pueblos. Hay muchas personas que viven en los campos y no tienen acceso.</i>
<i>Recreación</i>
<i>Manejo de emociones</i>

Computadora
Poder ir a la universidad

2. En su experiencia como persona con impedimentos que recibe servicios de vida independiente, es posible que usted haya identificado otros factores (no clasificados como servicios) que en su opinión **inciden negativamente** en la prestación de **servicios de vida independiente** y que deben trabajarse para satisfacer sus necesidades. Indique dos (2) aspectos o factores:

**Resumen de respuestas:** Las respuestas de los participantes sugieren la colaboración entre agencias, aspectos de facilidades físicas, disponibilidad de recursos (talleres y personal) como factores que pueden incidir de forma negativa en la prestación de los servicios de vida independiente. Las respuestas sin editar se presentan a continuación:

<b>Factores que Inciden Negativamente en la Prestación de Servicios</b>
<i>Aumento de servicios y promoverlos ya que desconocen del centro y de los beneficios que podemos tener.</i>
<i>Orientación sobre legislación (Ley ADA).</i>
<i>Búsqueda de más personal que brinde charlas sobre salud en general y enfermedades crónicas como diabetes.</i>
<i>Dificultad para llegar al centro a recibir los servicios como de costumbre (Transportación).</i>
<i>El discrimen hacia las personas con impedimento.</i>
<i>Espacio en ocasiones, principalmente si están en silla de ruedas.</i>
<i>Equipo de asistencia tecnológica.</i>
<i>Espacio. Tener mayor apoyo.</i>
<i>Estacionamiento y falta de materiales.</i>
<i>Calidad de servicios de transporte público.</i>

*La interacción entre servicios para unir fuerzas para no ser repetitivos y lograr ser más efectivos en las necesidades particulares de cada persona. Romper con algunos sistemas burocráticos que logren que los servicios sean más ágiles y menos tediosos en lograr las metas.*

*La transportación para llegar al centro.*

*La transportación para llegar al centro. Que el centro sea más accesible para que las personas con problemas de movilidad puedan moverse de un lugar a otro.*

*Llamarme si hay un servicio que me ayude a mejorar como participantes.*

*No hay servicios de Interpretación de Lenguaje de Señas para poder entender sobre los temas o talleres.*

*Falta de interpretación en lugares que MAVI los lleva. Por ejemplo, museos, Viejo San Juan.*

*No poder guiar para llegar al centro.*

*Servicios no están disponibles en el área. No hay un enlace entre médicos y agencias u organizaciones de servicio. Tiempo de respuesta es demasiado.*

3. Ofrezca dos (2) recomendaciones para mejorar los **servicios de vida independiente** en los centros/proveedores.

**Resumen de respuestas:** Las recomendaciones de los consumidores para mejorar la prestación de servicios de vida independiente incluyen la integración de más personal y recursos, mayor divulgación, transportación y estacionamiento en las facilidades físicas. También, recomiendan talleres de confección de artículos que les permita desarrollar su propio negocio. Las respuestas sin editar se presentan a continuación:

### **Recomendaciones para Mejorar la Prestación de Servicios de Vida Independiente**

*Aumentar el personal ya que existe una demanda grande de consumidores.*

*Búsqueda de transportación y/o orientación para los participantes sobre la búsqueda de transportación.*

*Divulgación de algún servicio que pueda ser de beneficio para el participante.*

<i>Continuar los campamentos.</i>
<i>Coordinar transportación para cuando sean actividades. Servicios para enseñar a tomar la licencia de conducir.</i>
<i>Darle más promoción sobre los servicios prestados.</i>
<i>El estacionamiento, un salón de uso de computadoras.</i>
<i>Grupos de apoyo.</i>
<i>La transportación para llegar al centro. Adiestramiento más detallado sobre el manejo del dinero y llevar un presupuesto.</i>
<i>Más promoción sobre los servicios.</i>
<i>Mayor inclusión entre los participantes para las actividades que realizan.</i>
<i>Mayor información en que hacer en desastres naturales, leyes, derechos, entre otros.</i>
<i>Mayor promoción de MAVI para que puedan obtener los servicios.</i>
<i>Mejorar el servicio de referidos a otras agencias.</i>
<i>Ofrecer transportación para recibir los servicios. Incluir pueblos limítrofes para los servicios.</i>
<i>Orientar mejor a los familiares de personas con impedimento visual.</i>
<i>Que la familia este siempre con el consumidor en las actividades.</i>
<i>Que el personal trabaje con más energía y ánimo.</i>
<i>Que le brinden la oportunidad a los participantes del centro para hacer tareas en el mismo como sacar copias, atender a las personas, etc.</i>
<i>Ayuda para conseguir un empleo.</i>
<i>Mas actividades recreativas para compartir con mis compañeros.</i>
<i>Sala de conferencia muy incómoda, hace falta más espacio.</i>
<i>Servicios individualizados.</i>
<i>Tener mayores destrezas en los servicios (enseñar a los consumidores).</i>
<i>Terapias. Mayor servicios.</i>

A continuación, se presentarán los hallazgos de la Encuesta a los Consumidores por Región de Servicio.

## **Hallazgos de Encuesta para Consumidores de los Centros y Proveedores de Servicios de Vida Independiente Por Región**

### **A.1. Hallazgos de Encuesta para Consumidores de los Centros y Proveedores de Servicios de Vida Independiente Por Región – Región Metro**

#### **Descripción de los participantes**

La región de MAVI Metro representa la región más grande, con mayor cantidad de participantes. Un total de 27 personas, todos consumidores activos, contestaron esta Encuesta e indicaron pertenecer a la Región Metro. Es importante mencionar, que los datos que se presentarán a continuación no incluyen la población de personas con discapacidad intelectual, ya que esta población se entrevistó haciendo uso de otro instrumento. De igual modo los datos responden a la muestra de participantes que identificó la Región Metro de MAVI como su centro de servicio. De éstos, 14 (51.9%) son del sexo femenino y 13 (48.1%) del sexo masculino. Al observar la edad de este grupo, 3 (11.1%) indicaron tener 20 y 24 años, la mayor parte de los participantes, 17 (63.0%), se encontraban entre 25 – 52 años y 7 (25.9%) indicaron tener 53 años o más. En cuanto a la raza, 23 (85.2%) personas indicaron ser Hispano/puertorriqueño, 1 (3.7%) indicó ser de raza blanca, raza indio americano, raza asiático y raza Hispano/otro, respectivamente. Al explorar el pueblo de residencia, la mayor parte de los participantes indicaron residir en los pueblos de San Juan, Bayamón, Carolina, Cataño, Guaynabo, y Trujillo Alto.

Se auscultó entre los participantes su estado civil, 22 (81.5%) indicaron ser soltero/a, 1 (3.7%) casado/a, y 4 (14.8%) personas son separados/divorciados. El 59.3% vive con la madre, 4 (14.8%) vive con la pareja, 13(16%) indicaron vivir solos, y 7 (25.9%) personas indicaron vivir con otros familiares, como por ejemplo hermano/a. Grado académico más alto, 9(37.5%) personas no tienen diploma de cuarto año o equivalente, 8 (33.3%) tiene diploma de cuarto año de escuela

superior o su equivalente, 3(12.5%) tienen un grado asociado, 2(8.3%) bachillerato, 1(4.2%) indicó tener maestría y certificación de destrezas bajo la Ley 53 de 2016 respectivamente, otras 3 (3.7%) personas no respondieron la pregunta. El 92.6% no se encuentra estudiando actualmente y solo 2 (7.4%) personas se encuentran trabajando. Al explorar la fuente de ingreso principal del hogar, 11 (40.7%) la fuente de ingreso principal es la familia, 6 (22.2%) personas indicaron recibir seguro social, 2(4.7%) ayudas del gobierno y sueldo propio respectivamente.

Al explorar cómo se enteraron de los servicios, familiar y referidos fueron las dos fuentes principales, con un 62.9%. Entre las fuentes de referido identificadas se encuentran Amigos y profesionales como psicólogos y psiquiatras. En cuanto a la condición que presenta el participante, 11 (40.7%) personas indicaron tener una discapacidad cognitiva, 7 (25.9%) tienen una discapacidad física, 6 (22.2%) indicaron tener discapacidad visual, 5 (18.5%) indicaron tener una discapacidad mental/emocional, y 1 (3.7%) indicó tener una discapacidad auditiva. En cuanto a los años que lleva recibiendo servicios, 12 (44.4%) personas llevan entre meses a 4 años recibiendo servicios, 6 (22.2%) entre 5 a 10 años, 3(11.1%) entre 11 – 20 años, 2 (7.4%) 20 años o más. Al explorar cómo se transporta para llegar al centro, 16 (59.3%) personas indicaron que sus familiares los transportan y 9 (33.3%) indicaron que utilizan transportación pública. Otras 2 (7.4%) personas indicaron utilizar otros medios de transportación como *Departamento de Educación – guagua gratuita y el tren*.

## **SECCIÓN B**

En la Sección B se les solicitó a los participantes que colocaran los 5 servicios medulares de vida independiente en orden de necesidad para ellos utilizando los números del 1 al 5, donde 1 era el de más necesidad y 5 el de menos necesidad. El servicio medular más importante o de mayor necesidad para los participantes, al igual que entre todos los participantes de todas las regiones, fue los servicios de destrezas de vida independiente, donde 19 (70.4%) lo identificaron

como el servicio número 1 y obtuvo un promedio de 4.33 de un máximo de 5.00. Los otros servicios y el orden asignado se pueden observar en la Tabla 5.

**Tabla 5** - Frecuencia, Porcentaje y Puntuación Promedio sobre la Necesidad de los Servicios Medulares de los Consumidores – Región Metro

Servicios	Columna A <i>f (%)</i>	Columna B $\bar{X}$	Columna B Frecuencia con la que se ofrece el servicio			Columna C Frecuencia Capacitación del personal		
			OR	OL	NO	CC	PC	NO
			<i>f (%)</i>	<i>f (%)</i>	<i>f (%)</i>	<i>f (%)</i>	<i>f (%)</i>	<i>f (%)</i>
1. Destrezas de Vida Independiente	19(70.4%)	4.33	25 (92.6%)	2 (7.4%)	0 (0%)	23 (88.5%)	2 (7.7%)	1 (3.8%)
3. Servicios de Intercesoría	7 (26.9%)	3.04	18 (66.7%)	4 (15.4%)	4 (15.4%)	23 (85.2%)	1 (3.8%)	2 (7.7%)
4. Información y Referido	7(25.9%)	2.63	19 (73.1%)	5 (18.5%)	2 (7.7%)	22 (81.5%)	3 (11.5%)	1 (3.8%)
2. Consejería de pares	5 (19.2%)	2.61	19 (73.1%)	5 (18.5%)	2 (7.7%)	19 (73.1%)	7 (26.9%)	0 (0%)
5. Servicios de Transición	11(42.3%)	2.42	21 (84.0%)	3 (12.0%)	1 (4.0%)	21 (84.0%)	4 (16.0%)	0 (0%)

**Los participantes tuvieron la oportunidad de añadir comentarios y/o recomendaciones para cada uno de los servicios medulares.** Se observa entre las recomendaciones la necesidad de mayor oferta de servicios en el área de presupuesto y aspectos de personal. Entre los comentarios (sin editar por los investigadores) se encuentran los siguientes:

<b>Vida independiente</b>
<i>Presupuesto, nunca lo he tomado</i>
<i>Servicios más claros para que ayuden a las personas</i>
<b>Información y Referido</b>
<i>Asistencia económica</i>
<i>Más cooperación del personal</i>

## **SECCIÓN C**

**Sección C.** En esta parte de la encuesta se presentó una lista de servicios relacionados al logro de una vida independiente. Se auscultó la opinión de los participantes sobre **43 servicios** y se proveyeron espacios en blanco para que los participantes incluyeran servicio(s) adicionales. Para discriminar entre los servicios, cada participante seleccionó los **10 servicios** que representan

mayor necesidad para ellos como consumidores. Luego, el participante ordenó los 10 servicios seleccionados **en términos de mayor a menor necesidad**, otorgándole el número uno (1) al de mayor necesidad, el dos (2) al que representa el de segunda mayor necesidad y así sucesivamente hasta el diez (10). Para cada uno de los 10 servicios, el participante indicó cuan capacitado está el personal del centro para ofrecer el servicio seleccionando una de las siguientes alternativas: Cabalmente capacitado **CC**, Parcialmente capacitado **PC**, No está capacitado **NO**. Los resultados se presentan en la Tabla 6. Las puntuaciones promedio en esta sección fluctúan **entre un mínimo de 1.0 y un máximo de 10.0**, entendiéndose que a mayor promedio mayor la necesidad de ese servicio al compararse con los demás servicios en la lista.

La Tabla 6 incluye los 10 servicios identificados por los participantes como más necesitados. De los 43 servicios incluidos en la encuesta, los primeros cinco (3) identificados por los consumidores como de mayor necesidad para ellos son los siguientes: *1. Higiene personal, 3. Mantenimiento del hogar y 2. Confección de alimentos*. En esta ocasión, los participantes de la región metro indentificaron 3 servicios de mayor necesidad, no identificados al analizar los datos de forma general. Estos servicios fueron: *7. Servicios de adiestramiento en movilidad, 40. Servicios de apoyo a familiares, y 26. Servicios de preparación para empleo en el Centro*.

**Tabla 6** - Frecuencia, por ciento y puntuación promedio para necesidad de servicio entre los participantes consumidores sobre los servicios de vida independiente en MAVI - Región Metro

Servicios	Columna A <i>f (%)</i>	Columna B $\bar{x}$	Columna C <i>Frecuencia Capacitación del personal</i>		
			CC <i>f (%)</i>	PC <i>f (%)</i>	NO <i>f (%)</i>
1. Higiene personal	15 (55.6%)	8.80	15 (88.2%)	2 (11.9%)	0 (0%)
3. Mantenimiento del hogar	13 (48.1%)	7.92	14 (93.3%)	0 (0%)	1 (6.7%)
2. Confección de alimentos	17 (63.0%)	6.81	16 (94.1%)	1 (5.9%)	0 (0%)
4. Manejo de presupuesto	14 (51.9%)	6.73	12 (75.0%)	3 (18.8%)	1 (6.3%)
9. Uso de sistemas de información digital	15 (55.6%)	6.15	15 (88.2%)	2 (11.9%)	0 (0%)
7. Servicios de adiestramiento en movilidad	13 (48.1%)	5.23	10 (71.4%)	3 (21.4%)	1 (7.1%)
5. Uso de transportación pública	12 (44.4%)	5.20	12 (85.7%)	1 (7.1%)	1 (7.1%)

40.Servicios de apoyo a familiares	10 (37.0%)	4.85	14 (82.4%)	3 (17.6%)	0 (0%)
6. Orientación y movilidad	15 (55.6%)	4.83	12 (80.0%)	3 (20.0%)	0 (0%)
26.Servicios de preparación para empleo en el Centro	13 (48.1%)	3.92	15 (93.8%)	1 (6.3%)	0 (0%)

## **SECCIÓN D.**

**Sección D.** En esta parte de la encuesta se auscultó la opinión de los participantes sobre las necesidades de otros servicios de vida independiente. Se auscultó la opinión de los participantes sobre 39 servicios y se proveyeron espacios en blanco para que los participantes incluyeran servicio(s) adicionales. Para discriminar entre los servicios, cada participante seleccionó los **diez (10) servicios** que representan mayor necesidad entre los consumidores. Luego, el participante ordenó los 10 servicios seleccionados **en términos de mayor a menor necesidad**, otorgándole el número uno (1) al de mayor necesidad, el dos (2) al que representa el de segunda mayor necesidad y así sucesivamente hasta el diez (10). Para cada uno de los 10 servicios, el participante indicó cuán capacitado está el personal del centro para ofrecer el servicio seleccionando una de las siguientes alternativas: Cabalmente capacitado **CC**, Parcialmente capacitado **PC**, No está capacitado **NO**. Los resultados se presentan en la Tabla 7. Las puntuaciones promedio en esta sección fluctúan **entre un mínimo de 1.0 y un máximo de 10.0**, de acuerdo a el orden de necesidad otorgado por los participantes, entendiéndose que a mayor promedio mayor la necesidad de ese servicio al compararse con los demás servicios en la lista.

La Tabla 7 incluye los 10 servicios identificados por los participantes como más necesitados. De los 39 servicios incluidos en la encuesta, el servicio de mayor necesidad identificado por los participantes fue *bañarse solo*, seguido de cepillarse los dientes. En la Tabla 7 podrán observar otros servicios identificados con mayor necesidad. En esta ocasión hubo 6 servicios identificados como de mayor necesidad para los participantes de la Región Metro que no fueron identificados como de mayor necesidad al analizar los datos de la muestra en general.

Estos fueron: *Lavarse las manos, lavar la ropa, combinar ropa, vestirse solo, barrer y fregar*. Estos servicios están más relacionados al mantenimiento del hogar y cuidado personal.

**Tabla 7** - Frecuencia, porcentaje y puntuación promedio para otras necesidades de servicio de VI de los consumidores – Región Metro

Servicios	Columna A <i>f (%)</i>	Columna B $\bar{x}$	Columna C <i>Frecuencia Capacitación del personal</i>		
			CC <i>f (%)</i>	PC <i>f (%)</i>	NO <i>f (%)</i>
1. Bañarse solo.	17(63.0%)	8.59	15 (88.2%)	2 (11.8%)	0 (0%)
3. Cepillarse los dientes	13(48.1%)	7.15	15 (93.8%)	1 (6.3%)	0 (0%)
4. Lavarse las manos	11(40.7%)	6.90	11 (91.7%)	1 (8.3%)	0 (0%)
2. Lavarse el cabello y peinarlo	11(40.7%)	6.72	14 (93.3%)	1 (6.7%)	0 (0%)
25. Manejo de dinero	10 (37.0%)	5.88	14 (87.5%)	1 (6.3%)	1 (6.3%)
13. Lavar ropa	11(40.7%)	4.90	12 (75.0%)	2 (12.5%)	2 (12.5%)
7. Combinar ropa	12 (44.4%)	4.90	12 (85.7%)	2 (14.3%)	0 (0%)
8. Vestirse solo	13 (48.1%)	4.77	24 (72.7%)	6 (18.2%)	3 (9.1%)
9. Barrer	11(40.7%)	3.80	13 (81.3%)	2 (12.5%)	1 (6.3%)
10. Fregar	10(37.0%)	2.55	11 (78.6%)	2 (14.3%)	1 (7.1%)

## **SECCIÓN E**

**Sección E.** En esta parte de la encuesta se auscultó la opinión de los participantes sobre diversos aspectos relacionados a accesibilidad y administración de las instalaciones físicas y de los servicios que se ofrecen en los centros. Los participantes debían indicar cuan adecuados consideraban los servicios utilizando la escala: **Muy adecuado, Poco adecuado y No es adecuado**. Los resultados se presentan en la Tabla 8. La pregunta base para cada aspecto o tema fue: **¿Son adecuados los siguientes servicios para satisfacer las necesidades de los consumidores?**

La Tabla 8 incluye los 12 servicios o aspectos presentados sobre los cuales los participantes emitieron su opinión. En general, los servicios fueron evaluados como muy adecuados por la mayor parte de los participantes. Para efectos del análisis de la opinión de los participantes, las puntuaciones promedio para cada área tendrán el siguiente

significado: Muy Adecuado – 3.00 a 2.50; Poco Adecuado – 2.49 a 2.00; No es Adecuado – 1.99 a 1.00.

La puntuación promedio obtenida entre todos los participantes (27) a través de todos los ítems (12) de esta sección fue de 2.78. En términos globales, esta puntuación promedio es una muy alta la cual sugiere una opinión muy favorable de los participantes con respecto a los aspectos de accesibilidad y administrativos de los Centros. Por otra parte, al analizar de forma global las respuestas de los participantes, se observó que el 100% (100) de éstos obtuvo puntuaciones promedio que fluctuaron entre 3.0 y 2.70, lo que también sugiere una opinión muy favorable sobre la accesibilidad y aspectos administrativos de los centros.

**Tabla 8 – Accesibilidad y Otros Aspectos Administrativos**

<b>Actividad</b>	<b>Muy adecuada</b> <b>3</b> <b>f (%)</b>	<b>Poco adecuada</b> <b>2</b> <b>f (%)</b>	<b>No es adecuada</b> <b>1</b> <b>f (%)</b>	<b>Promedio</b> $\bar{x}$
1. Accesibilidad de instalaciones físicas.	24 (88.9%)	3 (11.1%)	0 (0%)	2.88
2. Espacios adecuados para las actividades programáticas.	22 (81.5%)	4 (14.8%)	1 (3.7%)	2.78
3. Localización de las instalaciones físicas.	27 (100.%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00
4. Horario de servicios.	24 (88.9%)	3 (11.1%)	0 (0%)	2.89
5. Estacionamiento de las instalaciones físicas.	20 (74.1%)	6 (22.2%)	1 (3.7%)	2.70
6. Transportación.	21 (77.8%)	4 (14.8%)	2 (7.4%)	2.70
7. Estrategias de divulgación sobre los servicios.	19 (70.4%)	6 (22.2%)	2 (7.4%)	2.63
8. Tiempo por el que se ofrecen los servicios.	21 (77.8%)	4 (14.8%)	2 (7.4%)	2.70
9. Tiempo que toma comenzar a recibir los servicios.	20 (74.1%)	6 (22.2%)	1 (3.7%)	2.70
10. Tiempo que toma efectuar los referidos recomendados.	22 (84.6%)	3 (11.5%)	1 (3.8%)	2.81
11. Tiempo que toma efectuar las coordinaciones interagenciales.	20 (76.9%)	5 (19.2%)	1 (3.8%)	2.73
12. Equipo adecuado para ofrecer los servicios.	24 (88.9%)	3 (11.1%)	0 (0%)	2.89

**Los participantes tuvieron la oportunidad de añadir comentarios y/o recomendaciones para cada uno de los aspectos explorados.** Entre los comentarios (sin editar por los investigadores) se encuentran los siguientes:

<b>Facilidades Físicas</b>
<i>Hay poco espacio.</i>
<i>muy pequeño.</i>
<b>Transportación</b>
<i>tener transportación.</i>
<b>Tiempo de los Servicios</b>
<i>Poco tiempo.</i>
<i>Algunos servicios deben mejorar.</i>
<i>Coordinar un poco más las actividades.</i>

## **SECCIÓN F**

**Sección F. Preguntas Abiertas.** En esta parte de la encuesta se auscultó la opinión de los participantes en torno a otros temas. Se presentaron **tres (3) preguntas** las cuales se discuten a continuación.

*1. Mencione los cinco (5) servicios que más necesita para desarrollar las destrezas que le permitan vivir de manera independiente.*

**Resumen de respuestas:** Entre las respuestas de los consumidores se identificaron unos servicios que estos entienden que les puede ayudar a una vida independiente. Entre los servicios identificados se encuentran: empleo, transportación, manejo de presupuesto/ dinero, y confección de alimentos, mantenimiento del hogar. Algunas de las respuestas sin editar se presentan a continuación:

<b>Servicios Necesarios para una Vida Independiente</b>
<i>Alfabetización, manejo de dinero, mantenimiento del hogar.</i>
<i>Cocinar, mantenimiento del hogar, manejo de presupuesto.</i>
<i>Asistencia en cocina, limpiar, empleo, transportación.</i>
<i>Aprender a usar el horno microonda, aprender a usar la estufa, empleo, aprender a guiar, tener mi propio carro.</i>
<i>Como pagar agua y luz.</i>
<i>Combinar ropa, diploma de cuarto año, trabajar, licencia.</i>
<i>Empleo, aprender a leer, aprender a guiar.</i>
<i>Empleo, transportación, uso de la computadora.</i>
<i>Talleres de manualidades, adiestramiento en floristería y repostería, taller sobre como lavar ropa, uso de transportación pública, preparación para empleo.</i>

2. En su experiencia como persona con impedimentos que recibe servicios de vida independiente, es posible que usted haya identificado otros factores (no clasificados como servicios) que en su opinión **inciden negativamente** en la prestación de **servicios de vida independiente** y que deben trabajarse para satisfacer sus necesidades. Indique dos (2) aspectos o factores:

**Resumen de respuestas:** Las respuestas de los participantes sugieren la colaboración entre agencias, aspectos de facilidades físicas, disponibilidad de recursos (talleres y personal) como factores que pueden incidir de forma negativa en la prestación de los servicios de vida independiente. Las respuestas sin editar se presentan a continuación:

<b>Factores que Inciden Negativamente en la Prestación de Servicios</b>
<i>Búsqueda de más personal que brinde charlas sobre salud en general y enfermedades crónicas como diabetes. Brindar charlas de temas innovadores como recreativos, manualidades, entre otros.</i>
<i>Dificultad para llegar al centro a recibir los servicios como de costumbre (Transportación)</i>
<i>Equipo de asistencia tecnológica</i>
<i>Falta de silla de ruedas para moverme, impide que vaya a los lugares. Calidad de servicios de transporte público.</i>

<i>Transportación para llegar al centro</i>
<i>Aumentar el personal ya que existe una demanda grande de consumidores</i>
<i>Grupos de apoyo</i>
<i>Mejorar los servicios de referidos a otras agencias. Servicios de alimentos para el consumidor</i>
<i>Que brinden más consejería para que los participantes se cuiden y tengan mejor salud en general.</i>
<i>No poder guiar para llegar al centro</i>
<i>Orientar mejor a los familiares de personas con impedimento visual</i>

3. Ofrezca dos (2) recomendaciones para mejorar los **servicios de vida independiente** en los centros/proveedores

**Resumen de respuestas:** Las recomendaciones de los consumidores para mejorar la prestación de servicios de vida independiente incluyen: más talleres de destrezas y oportunidad de práctica en el centro. Las respuestas sin editar se presentan a continuación:

<b>Recomendaciones para Mejorar la Prestación de Servicios de Vida Independiente</b>
<i>Que le brinden la oportunidad a los participantes del centro para hacer tareas en el mismo como sacar copias, atender a las personas, etc.</i>
<i>Servicios individualizados.</i>
<i>Talleres de arte y manualidades. Cocina.</i>
<i>Tener mayores destrezas en los servicios (enseñar a los consumidores). Realizar más talleres.</i>
<i>Traer otros profesionales.</i>

## **A.2. Hallazgos de Encuesta para Consumidores de los Centros y Proveedores de Servicios de Vida Independiente sobre las Necesidades de las Personas con Impedimentos en Cuanto a los Servicios de Vida Independiente - Región Central**

### **Descripción de los participantes**

Un total de 11 personas, todos consumidores activos, contestaron la Encuesta en la Región Central. De éstos, 6 (54.5%) son del sexo femenino y 5 (45.5%) del sexo masculino. Al observar la edad de este grupo, 2 (18.2%) se encontraban entre 20 y 24 años, la mayor parte de los participantes, 6 (54.5%), se encontraban entre 25 – 52 años y 3 (27.3%) indicaron tener 53 años o más. En cuanto a la raza los participantes el 100% indicó ser Hispano/puertorriqueño. Al explorar el pueblo de residencia, la mayor parte de los participantes indicaron residir en Aguas Buenas, Caguas, Gurabo, Humacao, y San Lorenzo. Se auscultó entre los participantes su estado civil, 8 (72.7%) indicaron ser soltero/a, 1 (9.1%) casado/a, y 2 (18.2%) son separados/divorciados. El 63.6% vive con la madre. En cuanto al grado académico más alto, 6 (54.5%) indicó no tener diploma de cuarto año o su equivalente, 2 personas (18.2%) tienen diploma de cuarto año, 1(9.1%) grado asociado, 2 (18.2%) bachillerato. El 100% no se encuentra estudiando actualmente y solo un 36.4% se encuentra trabajando. Entre los lugares de empleo identificados se encuentran centros de lavado de autos (*car wash*), tiendas, y restaurantes de comida rápida. Al explorar la fuente de ingreso principal del hogar, seguro social y familia fueron las principales.

También se le preguntó cómo se enteraron de los servicios, 1 (9.1%) indicó haberse enterado a través de un familiar, 2 (18.2%) a través de referido y un profesional, respectivamente. Una persona indicó el internet como la fuente de información (9.1%), y 5 (45.5%) indicaron otro. Entre las fuentes identificadas se encuentran *brochure* u opúsculo, MAVI, amigos, y trabajo voluntario. En cuanto a la condición que presenta el participante, 5 (45.5%) personas indicaron tener una discapacidad cognitiva y una discapacidad auditiva respectivamente, 2 (18.2%) indicaron tener una discapacidad física, y 1( 9.1%) persona indicó tener una discapacidad

mental/emocional y una discapacidad visual respectivamente. Al explorar los años que lleva recibiendo servicios, 9 personas (81.8%) indicaron llevar entre meses y 4 años, y 2 (18.2%) indicaron llevar entre 5 y 10 años. El 54.5% llega al centro con un familiar, 2 (18.2%) llegan a través de transportación pública y otras 2(18.2%) en vehículo propio, 1 (9.1%) indicó utilizar otro medio de transporte, aunque no especificó el mismo.

## **SECCIÓN B**

En la Sección B se les solicitó a los participantes que colocaran los 5 servicios medulares de vida independiente en orden de necesidad para ellos utilizando los números del 1 al 5, donde 1 era el de más necesidad y 5 el de menos necesidad. El servicio medular más importante o de mayor necesidad para los participantes, al igual que en la Región Metro, fue los servicios de destrezas de vida independiente, donde el 36.4% lo identificaron como el servicio número 1 y obteniendo un promedio de 3.63 de un máximo de 5.00. Sin embargo, servicios de Intercesoría ocupa un cuarto lugar, mientras que en el análisis de los datos a nivel global ocupa un segundo lugar. Los otros servicios y el orden asignado de acuerdo al promedio y la opinión de los participantes en cuanto al ofrecimiento y la preparación del personal se pueden observar en la Tabla 9.

**Tabla 9-** Frecuencia, Porcentaje y Puntuación Promedio sobre la Necesidad de los Servicios Medulares de los Consumidores – Región Central

Servicios	Columna A <i>f (%)</i>	Columna B $\bar{X}$	Columna B <i>Frecuencia con la que se ofrece el servicio</i>			Columna C <i>Frecuencia Capacitación del personal</i>		
			OR <i>f (%)</i>	OL <i>f (%)</i>	NO <i>f (%)</i>	CC <i>f (%)</i>	PC <i>f (%)</i>	NO <i>f (%)</i>
1. Destrezas de Vida Independiente	4 (36.4%)	3.63	19 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	8 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
2. Consejería de Pares	3 (27.3%)	3.00	8 (88.9%)	1 (11.1%)	0 (0%)	7 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
4. Información y Referido	3 (27.3%)	3.00	6 (66.7%)	2 (22.2%)	1 (9.1%)	7 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
3. Servicios de Intercesoría	3 (27.3%)	2.90	7 (77.8%)	2 (22.2%)	0 (0%)	7 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
5. Servicios de Transición	4 (36.4%)	2.36	3 (33.3%)	1 (11.1%)	5 (55.6%)	7 (100%)	0 (0%)	0 (0%)

**Los participantes tuvieron la oportunidad de añadir comentarios y/o recomendaciones para cada uno de los servicios medulares.** Entre los comentarios (sin editar por los investigadores) se encuentran los siguientes:

<b>Vida independiente</b>
<i>Excelente personal</i>
<i>Lenguaje de señas</i>
<b>Intercesoría</b>
<i>Conferencia de asuntos del diario – derechos, La Ley ADA, etc</i>

### **SECCIÓN C**

**Sección C.** En esta parte de la encuesta se presentó una lista de servicios relacionados al logro de una vida independiente. Se auscultó la opinión de los participantes sobre **43 servicios** y se proveyeron espacios en blanco para que los participantes incluyeran servicio(s) adicionales. Para discriminar entre los servicios, cada participante seleccionó los **10 servicios** que representan mayor necesidad para ellos como consumidores. Luego, el participante ordenó los 10 servicios seleccionados **en términos de mayor a menor necesidad**, otorgándole el número uno (1) al de mayor necesidad, el dos (2) al que representa el de segunda mayor necesidad y así sucesivamente hasta el diez (10). Para cada uno de los 10 servicios, el participante indicó cuan capacitado está el personal del centro para ofrecer el servicio seleccionando una de las siguientes alternativas: Cabalmente capacitado **CC**, Parcialmente capacitado **PC**, No está capacitado **NO**. Los resultados se presentan en la Tabla 10. Las puntuaciones promedio en esta sección fluctúan **entre un mínimo de 1.0 y un máximo de 10.0**, entendiéndose que a mayor promedio mayor la necesidad de ese servicio al compararse con los demás servicios en la lista.

La Tabla 10 incluye los 10 servicios identificados por los participantes como más necesitados. De los 43 servicios incluidos en la encuesta, los primeros cuatro (4) identificados por los consumidores como de mayor necesidad para ellos son los siguientes: *Servicios de preparación*

para empleo (identificado por el 36.4% de los participantes como uno necesario con un promedio de 7.67); Alfabetización; Capacitación en legislación y derechos; y Servicios de consulta en cuestiones de barreras arquitectónicas y de comunicación. Otros servicios necesarios y las puntuaciones de cada uno de estos se pueden observar en la Tabla 10.

**Tabla 10** - Frecuencia, por ciento y puntuación promedio para necesidad de servicio entre los participantes consumidores sobre los servicios de vida independiente – Región Central.

Servicios	Columna A <i>f (%)</i>	Columna B $\bar{x}$	Columna C Frecuencia Capacitación del personal		
			CC	PC	NO
			<i>f (%)</i>	<i>f (%)</i>	<i>f (%)</i>
26. Servicios de preparación para empleo en el centro	4 (36.4%)	7.67	4 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
12. Alfabetización	5 (45.5%)	6.75	4 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
20. Capacitación en legislación y derechos	6 (54.5%)	6.00	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
21. Servicios de consulta y apoyo en cuestiones de barreras arquitectónicas y de comunicación	4 (36.4%)	5.67	39 (90.7%)	3 (7.0%)	1 (12.3%)
41. Servicios de transportación	4 (36.4%)	5.00	2 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
8. Literacia en uso de computadoras	6 (54.5%)	4.67	32 (84.2%)	1 (2.6%)	4 (10.5%)
4. Manejo de presupuesto	6 (54.5%)	4.60	5 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
2. Confección de alimentos	6 (54.5%)	3.50	5 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
6. Orientación sobre asistencia económica	4 (36.4%)	3.25	4 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
36. Participación en actividades de recreación	4 (37.0%)	3.00	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
14. Consejería de pares para enseñar destrezas	4 (33.3%)	X*	2 (66.7%)	1 (33.3%)	0 (0%)

Nota: X\* - los participantes no le asignaron orden de necesidad

## **SECCIÓN D.**

**Sección D.** En esta parte de la encuesta se auscultó la opinión de los participantes sobre las necesidades de otros servicios de vida independiente. Se auscultó la opinión de los participantes sobre 39 servicios y se proveyeron espacios en blanco para que los participantes incluyeran servicio(s) adicionales. Para discriminar entre los servicios, cada participante seleccionó los **diez (10) servicios** que representan mayor necesidad entre los consumidores. Luego, el participante ordenó los 10 servicios seleccionados **en términos de mayor a menor necesidad**, otorgándole el número uno (1) al de mayor necesidad, el dos (2) al que representa el de segunda mayor necesidad y así sucesivamente hasta el diez (10). Para cada uno de los 10

servicios, el participante indicó cuan capacitado está el personal del centro para ofrecer el servicio seleccionando una de las siguientes alternativas: Cabalmente capacitado **CC**, Parcialmente capacitado **PC**, No está capacitado **NO**. Los resultados se presentan en la Tabla 11. Las puntuaciones promedio en esta sección fluctúan **entre un mínimo de 1.0 y un máximo de 10.0** de acuerdo al orden asignado por los participantes, entendiéndose que a mayor promedio mayor la necesidad de ese servicio al compararse con los demás servicios en la lista.

La Tabla 11 incluye los 9 servicios identificados por los participantes como más necesitados. De los 39 servicios incluidos en la encuesta, el servicio de mayor necesidad identificado por los participantes fue *Manejo de dinero* con un 36.4% y un promedio 10.00. Además, entre las primeras áreas identificadas también se encuentran: 35. *Solicitar o pedir un acomodo para realizar su trabajo* (45.5% y un promedio de 7.25); y 33. *Conseguir un empleo* (54.5% y un promedio de 6.50). En esta ocasión se puede observar que la necesidad de servicio esta dirigida hacia el área de empleo. Otros servicios identificados con mayor necesidad se podrán observar en la Tabla 11.

**Tabla 11** - Frecuencia, porciento y puntuación promedio para otras necesidades de servicio de VI de los consumidores – Región Central

Servicios	Columna A f (%)	Columna B $\bar{x}$	Columna C Frecuencia Capacitación del personal		
			CC f (%)	PC f (%)	NO f (%)
25. Manejo de dinero	4 (36.4%)	10.00	4 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
35. Solicitar o pedir acomodo para realizar su trabajo	5(45.5%)	7.25	4 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
33. Conseguir un empleo	6(54.5%)	6.50	4 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
20. Preparación/cocinar platos sencillos	4(36.4%)	6.00	4 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
34. Retener un empleo	4(36.4%)	6.00	4 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
24. Identificar monedas	4 (36.4%)	5.50	4 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
27.Utilizar la ATH	4 (36.4%)	4.50	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
32. Usar la computadora	5 (45.5%)	3.50	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
22. Lista de compra	4(36.4%)	2.00	4 (100%)	0 (0%)	0 (0%)

## **SECCIÓN E**

**Sección E.** En esta parte de la encuesta se auscultó la opinión de los participantes sobre diversos aspectos relacionados a accesibilidad y administración de las instalaciones físicas y de los servicios que se ofrecen en los centros. Los participantes debían indicar cuan adecuados consideraban los servicios utilizando la escala: **Muy adecuado, Poco adecuado y No es adecuado**. Los resultados se presentan en la Tabla 4. La pregunta base para cada aspecto o tema fue: **¿Son adecuados los siguientes servicios para satisfacer las necesidades de los consumidores?**

La Tabla 12 incluye los 12 servicios o aspectos presentados sobre los cuales los participantes emitieron su opinión. En general, los servicios fueron evaluados como muy adecuados por la mayor parte de los participantes. Para efectos del análisis de la opinión de los participantes, las puntuaciones promedio para cada área tendrán el siguiente significado: Muy Adecuado – 3.00 a 2.50; Poco Adecuado – 2.49 a 2.00; No es Adecuado – 1.99 a 1.00.

La puntuación promedio obtenida entre todos los participantes (9) a través de todos los ítems (12) de esta sección fue de 2.76. En términos globales, esta puntuación promedio es una muy alta la cual sugiere una opinión muy favorable de los participantes con respecto a los aspectos de accesibilidad y administrativos de los Centros. Por otra parte, al analizar de forma global las respuestas de los participantes, se observó que aspectos relacionados a los espacios para las actividades y transportación obtuvieron puntuaciones promedio de 2.12, lo que se considera **Poco adecuado** y el estacionamiento obtuvo un promedio de **1.88**, lo que representa que los participantes consideran que **No es adecuado**.

**Tabla 12 – Accesibilidad y Otros Aspectos Administrativos – Región Central**

<b>Actividad</b>	<b>Muy adecuada</b> <b>3</b> <b>f (%)</b>	<b>Poco adecuada</b> <b>2</b> <b>f (%)</b>	<b>No es adecuada</b> <b>1</b> <b>f (%)</b>	<b>Promedio</b> $\bar{x}$
1. Accesibilidad de instalaciones físicas.	7 (87.5%)	0 (0%)	1 (12.5%)	2.75
2. Espacios adecuados para las actividades programáticas.*	4 (50.0%)	1 (12.5%)	3 (37.5%)	2.12
3. Localización de las instalaciones físicas.	8 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00
4. Horario de servicios.	7 (87.5%)	1 (12.5%)	0 (0%)	2.87
5. Estacionamiento de las instalaciones físicas.*	3 (33.3%)	2 (22.2%)	4 (44.4%)	1.88
6. Transportación.*	4 (50.0%)	1 (12.5%)	3 (37.5%)	2.12
7. Estrategias de divulgación sobre los servicios.	7 (87.5%)	1 (12.5%)	0 (0%)	2.87
8. Tiempo por el que se ofrecen los servicios.	8 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00
9. Tiempo que toma comenzar a recibir los servicios.	6 (66.7%)	3 (33.3%)	0 (0%)	2.67
10. Tiempo que toma efectuar los referidos recomendados.	5 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00
11. Tiempo que toma efectuar las coordinaciones interagenciales.	6 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00
12. Equipo adecuado para ofrecer los servicios.	8 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00

**Los participantes tuvieron la oportunidad de añadir comentarios y/o recomendaciones para cada uno de las áreas exploradas.** Entre los comentarios (sin editar por los investigadores) se encuentran los siguientes:

<b>Facilidades Físicas</b>
<i>muy pequeño</i>
<b>Estacionamiento</b>
<i>No tienen</i>
<b>Estrategias de Divulgación</b>
<i>calendario</i>

**SECCIÓN F**

**Sección F. Preguntas Abiertas.** En esta parte de la encuesta se auscultó la opinión de los participantes en torno a otros temas. Se presentaron **tres (3) preguntas** las cuales se discuten a continuación.

*1. Mencione los cinco (5) servicios que más necesita para desarrollar las destrezas que le permitan vivir de manera independiente.*

**Resumen de respuestas:** Entre las respuestas de los consumidores se identificaron unos servicios que estos entienden que les puede ayudar a una vida independiente. Entre los servicios identificados se encuentran: empleo, transportación, y manejo de computadoras. Algunas de las respuestas sin editar se presentan a continuación:

<b>Servicios Necesarios para una vida independiente</b>
<i>Completar el cuarto año y encontrar un empleo</i>
<i>Encontrar un empleo. Manejo de presupuesto, licencia de conducir y aprender a correr bicicleta</i>
<i>Encontrar un trabajo estable. Aprender a conducir o transportación pública</i>
<i>Hacer prendas, computadora, alfabetización</i>
<i>Transportación, conseguir un empleo, aprender a usar las computadoras</i>
<i>Transportación. Hogar. Uso de la computadora para comunicarme con otros. Recreación para personas con impedimento. Aprender a guiar.</i>
<i>Uso de la computadora, cocinar, servicios de interpretación y así poder acudir a los médicos, aprender a leer y escribir y orientación sobre que hacer en caso de un huracán.</i>

*2. En su experiencia como persona con impedimentos que recibe servicios de vida independiente, es posible que usted haya identificado otros factores (no clasificados como servicios) que en su opinión **inciden negativamente** en la prestación de **servicios de vida independiente** y que deben trabajarse para satisfacer sus necesidades. Indique dos (2) aspectos o factores:*

**Resumen de respuestas:** Las respuestas de los participantes sugieren la colaboración entre agencias, aspectos de facilidades físicas y la necesidad de intérpretes de lenguaje de señas principalmente, como factores que pueden incidir de forma negativa en la prestación de los servicios de vida independiente. Las respuestas sin editar se presentan a continuación:

<b>Factores que Inciden Negativamente en la Prestación de Servicios</b>
<i>El estigma por la condición de PEA. El discrimin a las personas con impedimento.</i>
<i>El discrimin hacia las personas con impedimento. No tener apoyo adecuado del gobierno</i>
<i>Espacio en ocasiones, principalmente si están en silla de ruedas.</i>
<i>Espacio. Tener más apoyo</i>
<i>No hay servicios de Interpretación de Lenguaje de Señas para poder entender sobre los temas o talleres</i>
<i>Falta de interpretación en lugares que MAVI los lleva. Por ejemplo, museos, Viejo San Juan.</i>

3. Ofrezca dos (2) recomendaciones para mejorar los **servicios de vida independiente** en los centros/proveedores

**Resumen de respuestas:** Las recomendaciones de los consumidores para mejorar la prestación de servicios de vida independiente incluyen mejores facilidades físicas y aspectos de Intercesoría. Las respuestas sin editar se presentan a continuación:

<b>Recomendaciones para Mejorar la Prestación de Servicios de Vida Independiente</b>
<i>Que hagan visibles las necesidades que tienen las personas con impedimentos. Que nos traten como personas que son capaces de hacer sus propias cosas y aprender</i>
<i>Clases de inglés y otros idiomas, Teatro, canto, títeres.</i>
<i>Más orientaciones, ayudar a otros</i>
<i>Mayor inclusión entre los participantes para las actividades que realizan. Mayor información en que hacer en desastres naturales, leyes, derechos, entre otros.</i>

*Sala de conferencia muy incómoda, hace falta más espacio*

**A.3. Hallazgos de Encuesta para Consumidores de los Centros y Proveedores de Servicios de Vida Independiente sobre las Necesidades de las Personas con Impedimentos en Cuanto a los Servicios de Vida Independiente - Región Norte.**

**Descripción de los participantes**

A manera de describir las características generales de los participantes en la Región Norte, al igual que en las otras regiones, se analizó el sexo, la edad, los años recibiendo servicios de vida independiente, el grado académico alcanzado, raza, estado civil, pueblo de residencia, con quién vive, y el tipo de impedimento con excepción de los participantes con discapacidad intelectual. Un total de 8 personas, todos consumidores activos, contestaron la Encuesta. De éstos, 5 (62.5%) son del sexo femenino y 3 (37.5%) del sexo masculino. Al observar la edad de este grupo, el 50% de los participantes se encontraban entre 25 – 52 años y otro 50% (4) indicaron tener 53 años o más. En cuanto a la raza, 7 personas (87.5%) personas indicaron ser Hispano/puertorriqueño y 1 persona (12.5%) indicó ser de raza blanca. Al explorar el pueblo de residencia, los participantes indicaron residir en los pueblos de Arecibo y Vega Baja. Es importante destacar que los datos se recogieron en dos oficinas de servicios ubicadas en los pueblos de Arecibo y Vega Baja.

Se auscultó entre los participantes su estado civil, 3 (37.5%) indicaron ser soltero/a, y viudo/a respectivamente. Un 25% (2) indicó convivir con una pareja. El 50% vive con hijos o solos. Por otra parte, 4 de los participantes (50%) indicaron tener un grado asociado, 2 (25%) indicaron tener diploma de cuarto año, 1 (12.5%) persona tiene bachillerato, y otra persona tiene menos de cuarto año. El 87.5% no se encuentra estudiando y tampoco trabajando actualmente. Al explorar la fuente de ingreso principal del hogar, el 62.5% (5) indicó recibir seguro social, 25.0% (2) ayudas del gobierno y un 12.5% (1 persona) indicó la familia como fuente de ingreso principal.

Al explorar cómo se enteraron de los servicios, 3 (37.5%) indicaron a través de un familiar, 2 (25.0%) a través de un profesional, y 3 (37.5%) indicaron otra fuente. Entre las fuentes identificadas se encuentran, amiga, clase de computadora y maestra de educación especial. En cuanto a la condición que presenta el participante, 3 personas (37.5%) indicaron tener una discapacidad cognitiva y discapacidad física respectivamente. Otra persona indicó tener discapacidad cognitiva, y otra persona discapacidad visual. Al explorar los años que lleva recibiendo servicios, el 62.5% lleva entre 0 a 4 años y el 37.5% lleva entre 5 a 10 años recibiendo los servicios. Finalmente, el 62.5% de los participantes indicaron llegar al centro en vehículo propio.

## **SECCIÓN B**

En la Sección B se les solicitó a los participantes que colocaran los 5 servicios medulares de vida independiente en orden de necesidad para ellos utilizando los números del 1 al 5, donde 1 era el de más necesidad y 5 el de menos necesidad. El servicio medular más importante o de mayor necesidad para los participantes en esta Región fue *Consejería de Pares*, a diferencia de las dos Regiones presentadas y los datos a nivel global, donde las destrezas de vida independiente fue el servicio medular identificado como uno de mayor necesidad. Los otros servicios y el orden asignado de acuerdo al promedio y la opinión de los participantes en cuanto al ofrecimiento y la preparación del personal se pueden observar en la Tabla 13.

**Tabla 13** - Frecuencia, Porcentaje y Puntuación Promedio sobre la Necesidad de los Servicios Medulares de los Consumidores – Región Norte

Servicios	Columna A <i>f (%)</i>	Columna B $\bar{X}$	Columna B Frecuencia con la que se ofrece el servicio			Columna C Frecuencia Capacitación del personal		
			OR <i>f (%)</i>	OL <i>f (%)</i>	NO <i>f (%)</i>	CC <i>f (%)</i>	PC <i>f (%)</i>	NO <i>f (%)</i>
2. Consejería de Pares	5(71.4%)	4.57	4 (80.0%)	1 (20.0%)	0 (0%)	5 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
1. Destrezas de Vida Independiente	5 (71.4%)	3.28	5 (83.3%)	1 (16.7%)	0 (0%)	6 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
3. Servicios de Intercesoría	4(50.0%)	2.86	4 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	4 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
4. Información y Referido	4(57.1%)	2.43	3 (75.0%)	1 (25.0%)	0 (0%)	4 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
5. Servicios de Transición	3(50.0%)	1.50	4 (100%)	0 (0%)	0 (0)	4 (100%)	0 (0%)	0 (0%)

Los participantes tuvieron la oportunidad de añadir comentarios y/o recomendaciones para cada uno de los servicios medulares, no obstante, en esta región no hubo comentarios en esta área.

### **SECCIÓN C**

**Sección C.** En esta parte de la encuesta se presentó una lista de servicios relacionados al logro de una vida independiente. Se auscultó la opinión de los participantes sobre **43 servicios** y se proveyeron espacios en blanco para que los participantes incluyeran servicio(s) adicionales. Para discriminar entre los servicios, cada participante seleccionó los **10 servicios** que representan mayor necesidad para ellos como consumidores. Luego, el participante ordenó los 10 servicios seleccionados **en términos de mayor a menor necesidad**, otorgándole el número uno (1) al de mayor necesidad, el dos (2) al que representa el de segunda mayor necesidad y así sucesivamente hasta el diez (10). Para cada uno de los 10 servicios, el participante indicó cuán capacitado está el personal del centro para ofrecer el servicio seleccionando una de las siguientes alternativas: Cabalmente capacitado **CC**, Parcialmente capacitado **PC**, No está capacitado **NO**. Los resultados se presentan en la Tabla 14. Las puntuaciones promedio en esta sección fluctúan **entre un mínimo de 1.0 y un máximo de 10.0**, entendiéndose que a mayor promedio mayor la necesidad de ese servicio al compararse con los demás servicios en la lista.

La Tabla 14 incluye los 8 servicios identificados por al menos el 50% de los participantes como necesarios. De los 43 servicios incluidos en la encuesta, los primeros tres (3) identificados por los consumidores como de mayor necesidad para ellos son los siguientes: *Capacitación y legislación, consejería de pares para escuchar necesidades, e intercesoría individual*. Estos últimos, fueron identificados en esta región como necesarios, no así en el análisis global. La Tabla 14 presenta las necesidades identificadas por los participantes, no obstante, en esta región los servicios de mayor necesidad se identificaron de acuerdo a la frecuencia con la que fueron identificados como necesarios, ya que los participantes no le asignaron un orden de prioridad, por lo que los promedios no pudieron ser calculados.

**Tabla 14** - Frecuencia, porciento y puntuación promedio para necesidad de servicio entre los participantes consumidores sobre los servicios de vida independiente – Región Norte

Servicios	Columna A <i>f (%)</i>	Columna B $\bar{x}$	Columna C <i>Frecuencia Capacitación del personal</i>		
			CC <i>f (%)</i>	PC <i>f (%)</i>	NO <i>f (%)</i>
20. Capacitación en legislación y derechos	6 (75.0%)	-	1 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
15. Consejería de pares para escuchar sus necesidades	5 (62.5%)	8.00	2 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
16. Intercesoría Individual	4 (50.0%)	1.00	1 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
17. Intercesoría grupal	4 (50.0%)	-	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)
30. Educación y capacitación para participar en actividades de la comunidad	4 (50.0%)	-	1 (50.0%)	0 (0%)	1 (50.0%)
8. Literacia en uso de computadoras	4 (50.0%)	1.00	1 (50.0%)	0 (0%)	1 (50.0%)
36. Participación en actividades de recreación	4 (50.0%)	-	1 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
43. Servicios de orientación y asistencia para desarrollar un plan en caso de situaciones de emergencia	4 (50.0%)	-	1 (100%)	0 (0%)	0 (0%)

## **SECCIÓN D.**

**Sección D.** En esta parte de la encuesta se auscultó la opinión de los participantes sobre las necesidades de otros servicios de vida independiente. Se auscultó la opinión de los participantes sobre 39 servicios y se proveyeron espacios en blanco para que los participantes incluyeran servicio(s) adicionales. Para discriminar entre los servicios, cada participante seleccionó los **diez (10) servicios** que representan mayor necesidad entre los consumidores.

Luego, el participante ordenó los 10 servicios seleccionados **en términos de mayor a menor necesidad**, otorgándole el número uno (1) al de mayor necesidad, el dos (2) al que representa el de segunda mayor necesidad y así sucesivamente hasta el diez (10). Para cada uno de los 10 servicios, el participante indicó cuan capacitado está el personal del centro para ofrecer el servicio seleccionando una de las siguientes alternativas: Cabalmente capacitado **CC**, Parcialmente capacitado **PC**, No está capacitado **NO**. Los resultados se presentan en la Tabla 15. Las puntuaciones promedio en esta sección fluctúan **entre un mínimo de 1.0 y un máximo de 10.0**, entendiéndose que a mayor promedio mayor la necesidad de ese servicio al compararse con los demás servicios en la lista.

La Tabla 15 incluye los 4 servicios identificados por los participantes como necesarios. De los 39 servicios incluidos en la encuesta, los servicios de mayor necesidad identificados por al menos el 40% de los participantes fueron: *manejo de dinero, manejo de una cuenta de banco, lavar ropa, y utilizar la computadora*. La Tabla 15 presenta las necesidades identificadas por los participantes, no obstante, al igual que en la sección anterior, en esta región los servicios de mayor necesidad se identificaron de acuerdo a la frecuencia con la que fueron identificados como necesarios, ya que los participantes no le asignaron un orden de necesidad, por lo que los promedios no pudieron ser calculados.

**Tabla 15** - Frecuencia, por ciento y puntuación promedio para otras necesidades de servicio de VI de los consumidores – Región Norte

Servicios	Columna A f (%)	Columna B $\bar{x}$	Columna C Frecuencia Capacitación del personal		
			CC f (%) (%)	PC f (%)	NO f
25. Manejo de dinero	4 (57.1%)	-	2 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
13. Lavar ropa	3 (42.9%)	-	2 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
26. Manejo de una cuenta de banco	3 (42.9%)	-	2 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
32. Usar la computadora	3 (42.9%)	-	2 (100%)	0 (0%)	0 (0%)

## **SECCIÓN E**

**Sección E.** En esta parte de la encuesta se auscultó la opinión de los participantes sobre diversos aspectos relacionados a accesibilidad y administración de las instalaciones físicas y de los servicios que se ofrecen en los centros. Los participantes debían indicar cuan adecuados consideraban los servicios utilizando la escala: **Muy adecuado, Poco adecuado y No es adecuado**. Los resultados se presentan en la Tabla 16. La pregunta base para cada aspecto o tema fue: **¿Son adecuados los siguientes servicios para satisfacer las necesidades de los consumidores?**

La Tabla 16 incluye los 12 servicios o aspectos presentados sobre los cuales los participantes emitieron su opinión. En general, los servicios fueron evaluados como muy adecuados por la mayor parte de los participantes. Para efectos del análisis de la opinión de los participantes, las puntuaciones promedio para cada área tendrán el siguiente significado: Muy Adecuado – 3.00 a 2.50; Poco Adecuado – 2.49 a 2.00; No es Adecuado – 1.99 a 1.00.

La puntuación promedio obtenida entre todos los participantes (8) a través de todos los ítems (12) de esta sección fue de 2.89. En términos globales, esta puntuación promedio es una muy alta la cual sugiere una opinión muy favorable de los participantes con respecto a los aspectos de accesibilidad y administrativos de los Centros. Por otra parte, al analizar las respuestas de los participantes, se observó que la coordinación que toma efectuar coordinación interagencial obtuvo un promedio de 2.33, lo que implica una opinión del servicio como **Poco adecuado**. No obstante, es importante resaltar que para este servicio en particular solo tres (3) participantes respondieron la premisa.

**Tabla 16** – Accesibilidad y Otros Aspectos Administrativos – Región Norte

<b>Actividad</b>	<b>Muy adecuada</b> <b>3</b> <b>f (%)</b>	<b>Poco adecuada</b> <b>2</b> <b>f (%)</b>	<b>No es adecuada</b> <b>1</b> <b>f (%)</b>	<b>Promedio</b> $\bar{x}$
1. Accesibilidad de instalaciones físicas.	7 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00
2. Espacios adecuados para las actividades programáticas.	5 (83.3%)	0 (0%)	1 (16.7%)	2.67
3. Localización de las instalaciones físicas.	6 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00
4. Horario de servicios.	8 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00
5. Estacionamiento de las instalaciones físicas.	6 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00
6. Transportación.	5 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00
7. Estrategias de divulgación sobre los servicios.	7 (87.5%)	0 (0%)	1 (12.5%)	2.75
8. Tiempo por el que se ofrecen los servicios.	8 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00
9. Tiempo que toma comenzar a recibir los servicios.	6 (85.7%)	0 (0%)	1 (14.3%)	2.71
10. Tiempo que toma efectuar los referidos recomendados.	5 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00
11. Tiempo que toma efectuar las coordinaciones interagenciales.*	2 (66.7%)	0 (0%)	1 (33.3%)	2.33
12. Equipo adecuado para ofrecer los servicios.	7 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00

Los participantes tuvieron la oportunidad de añadir comentarios y/o recomendaciones para cada uno de los aspectos en esta área, no obstante, no hubo comentarios por parte de los participantes.

## **SECCIÓN F**

**Sección F. Preguntas Abiertas.** En esta parte de la encuesta se auscultó la opinión de los participantes en torno a otros temas. Se presentaron **tres (3) preguntas** las cuales se discuten a continuación.

*Mencione los cinco (5) servicios que más necesita para desarrollar las destrezas que le permitan vivir de manera independiente.*

**Resumen de respuestas:** Entre las respuestas de los consumidores se identificaron unos servicios que estos entienden que les puede ayudar a una vida independiente. El servicio. Algunas de las respuestas sin editar se presentan a continuación:

<b>Servicios Necesarios para una Vida Independiente</b>
<i>Enseñanza, manejo de dinero, enseñanza controlar temperamento psicótico (ira). Aceptar pérdida de un ser querido. Alentar a seguir en un trabajo estable. Depositar confianza en el familiar.</i>
<i>Manejo de dinero. Apoyo de grupo, intercesión. Vida independiente, cocina</i>
<i>Manejo de presupuesto. Toma de decisiones. Manejo de mi condición médica</i>

2. En su experiencia como persona con impedimentos que recibe servicios de vida independiente, es posible que usted haya identificado otros factores (no clasificados como servicios) que en su opinión **inciden negativamente** en la prestación de **servicios de vida independiente** y que deben trabajarse para satisfacer sus necesidades. Indique dos (2) aspectos o factores:

Los participantes no identificaron factores que incidan negativamente en los servicios.

3. Ofrezca dos (2) recomendaciones para mejorar los **servicios de vida independiente** en los centros/proveedores

**Resumen de respuestas:** Para esta pregunta hubo una recomendación por parte de los participantes:

<b>Recomendaciones para Mejorar la Prestación de Servicios de Vida Independiente</b>
<i>Trabjar con el respeto de los consumidores hacia otros consumidores y empleados</i>

#### **A.4. Hallazgos de Encuesta para Consumidores de los Centros y Proveedores de Servicios de Vida Independiente sobre las Necesidades de las Personas con Impedimentos en Cuanto a los Servicios de Vida Independiente - Norte Central**

##### **Descripción de los participantes**

A manera de describir las características generales de los participantes, se analizó el sexo, la edad, centro donde recibe los servicios, los años recibiendo servicios de vida independiente, el grado académico alcanzado, raza, estado civil, pueblo de residencia, con quien vive, y el tipo de impedimento. Un total de 3 personas, todos consumidores activos, contestaron la Encuesta. De éstos, 3 (100%) son del sexo femenino. Al observar la edad de este grupo, 1 (33.3%) se encontraba entre los 20 y 24 años, y 2 (66.6%) se encontraba entre los 25 – 52 años. En cuanto a la raza, las tres participantes indicaron ser Hispano/puertorriqueño. Al momento residen en el área de San Juan. Las 3 participantes indicaron que su estado civil es soltero/a y residen con madre y hermanos. En cuanto al grado académico más alto obtenido, 1 (33.3%) indicó tener menos de cuarto año, otra persona tiene grado asociado y otra tiene bachillerato. El 66.7% (2) no se encuentra estudiando actualmente, pero si se encuentran trabajando. Al explorar la fuente de ingreso principal del hogar, 1 (33.3%) indicó las ayudas del gobierno como fuente principal, 2 (66.7%) sueldo propio. Al explorar cómo se enteraron de los servicios, 3 (100%) personas indicaron referido. Entre las fuentes de referido identificadas se encuentran, oficinas de municipios, Rehabilitación Vocacional, y amistades.

En términos de la discapacidad presentada, 2 (66.7%) de las participantes indicaron tener discapacidad visual y 1 (33.3%) persona discapacidad auditiva. Por otra parte, 2 (66.7%) de las participantes llevan menos de 1 año recibiendo servicios, mientras que otra de las participantes lleva más de 20 años recibiendo los servicios. El medio de transporte principal identificado fue la transportación pública, y una de las participantes es transportada por un familiar.

## **SECCIÓN B**

En la Sección B se les solicitó a los participantes que colocaran los 5 servicios medulares de vida independiente en orden de necesidad para ellos utilizando los números del 1 al 5, donde 1 era el de más necesidad y 5 el de menos necesidad. El servicio medular más importante o de mayor necesidad para los participantes en esta Región fue *Servicios de Intercesoría*, a diferencia de las regiones presentadas y los datos a nivel global, donde se había identificado las destrezas de vida independiente y la consejería de pares como los servicios principales. Los otros servicios y el orden asignado de acuerdo al promedio y la opinión de los participantes en cuanto al ofrecimiento y la preparación del personal se pueden observar en la Tabla 17.

**Tabla 17** - Frecuencia, Porcentaje y Puntuación Promedio sobre la Necesidad de los Servicios Medulares de los Consumidores – Región Norte Central

Servicios	Columna A f (%)	Columna B $\bar{X}$	Columna B Frecuencia con la que se ofrece el servicio			Columna C Frecuencia Capacitación del personal		
			OR f (%)	OL f (%)	NO f (%)	CC f (%)	PC f (%)	NO f (%)
3.Servicios de Intercesoría	2(66.7%)	4.67	2 (66.7%)	1 (33.3%)	0 (0%)	2 (0%)	0 (0%)	0 (0%)
1.Destrezas de Vida Independiente	1 (33.3%)	3.67	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (50.0%)	1 (50.0%)	0 (0%)
2.Consejería de pares	2(66.7%)	2.33	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
4. Información y Referido	1 (33.3%)	2.00	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
5. Servicios de Transición	2(66.7%)	1.33	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (100%)	0 (0%)	0 (0%)

**Los participantes tuvieron la oportunidad de añadir comentarios y/o recomendaciones para cada uno de los servicios medulares**, sin embargo, no hubo comentarios.

## **SECCIÓN C**

**Sección C.** En esta parte de la encuesta se presentó una lista de servicios relacionados al logro de una vida independiente. Se auscultó la opinión de los participantes sobre **43 servicios** y se proveyeron espacios en blanco para que los participantes incluyeran servicio(s) adicionales. Para discriminar entre los servicios, cada participante seleccionó los **10 servicios** que representan mayor necesidad para ellos como consumidores. Luego, el participante ordenó los 10 servicios seleccionados **en términos de mayor a menor necesidad**, otorgándole el número uno (1) al de

mayor necesidad, el dos (2) al que representa el de segunda mayor necesidad y así sucesivamente hasta el diez (10). Para cada uno de los 10 servicios, el participante indicó cuán capacitado está el personal del centro para ofrecer el servicio seleccionando una de las siguientes alternativas: Cabalmente capacitado **CC**, Parcialmente capacitado **PC**, No está capacitado **NO**. Los resultados se presentan en la Tabla 18. Las puntuaciones promedio en esta sección fluctúan **entre un mínimo de 1.0 y un máximo de 10.0**, entendiéndose que a mayor promedio mayor la necesidad de ese servicio al compararse con los demás servicios en la lista.

La Tabla 18 incluye los 4 servicios identificados por los participantes como más necesitados. De los 43 servicios incluidos en la encuesta, solo se están presentando aquellos que fueron identificados por dos de las participantes como necesarios, esto tomando en consideración el tamaño de la muestra. Los servicios identificados fueron los siguientes: *Servicios de apoyo e intercesión; Capacitación y legislación; Consejería de pares para escuchar necesidades; y Referidos a empleo sostenido*. Los primeros 3 servicios fueron identificados por las 3 participantes como uno necesario. En la Tabla 18 se presentan los promedios para cada uno de estos servicios, así como la opinión de los participantes en cuanto a la preparación del personal.

**Tabla 18** - Frecuencia, porciento y puntuación promedio para necesidad de servicio entre los participantes consumidores sobre los servicios de vida independiente – Región Norte Central

Servicios	Columna A <i>f (%)</i>	Columna B $\bar{x}$	Columna C <i>Frecuencia Capacitación del personal</i>		
			CC <i>f (%)</i>	PC <i>f (%)</i>	NO <i>f (%)</i>
20. Capacitación en legislación y derechos	3 (100%)	8.33	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
15. Consejería de pares para escuchar sus necesidades	3 (100%)	6.33	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
25.Referidos a empleo sostenido	2 (66.7%)	4.00	2 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
19.Servicios de apoyo e intercesión	3 (100%)	3.00	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)

## **SECCIÓN D.**

**Sección D.** En esta parte de la encuesta se auscultó la opinión de los participantes sobre las necesidades de otros servicios de vida independiente. Se auscultó la opinión de los participantes sobre 39 servicios y se proveyeron espacios en blanco para que los participantes

incluyeran servicio(s) adicionales. Para discriminar entre los servicios, cada participante seleccionó los **diez (10) servicios** que representan mayor necesidad entre los consumidores. Luego, el participante ordenó los 10 servicios seleccionados **en términos de mayor a menor necesidad**, otorgándole el número uno (1) al de mayor necesidad, el dos (2) al que representa el de segunda mayor necesidad y así sucesivamente hasta el diez (10). Para cada uno de los 10 servicios, el participante indicó cuan capacitado está el personal del centro para ofrecer el servicio seleccionando una de las siguientes alternativas: Cabalmente capacitado **CC**, Parcialmente capacitado **PC**, No está capacitado **NO**. Los resultados se presentan en la Tabla 19. Las puntuaciones promedio en esta sección fluctúan **entre un mínimo de 1.0 y un máximo de 10.0**, entendiéndose que a mayor promedio mayor la necesidad de ese servicio al compararse con los demás servicios en la lista.

La Tabla 19 incluye los 2 servicios identificados por los participantes como más necesitados. De los 39 servicios incluidos en la encuesta, el servicio de mayor necesidad identificado por los participantes fue *Aseo personal*. Otro servicio identificado fue *Manejo de dinero*. Es importante destacar que solo estos 2 servicios fueron identificados por al menos 2 de las 3 participantes como necesario.

**Tabla 19** - Frecuencia, por ciento y puntuación promedio para otras necesidades de servicio de VI de los consumidores – Región Norte Central

Servicios	Columna A <i>f (%)</i>	Columna B $\bar{x}$	Columna C <i>Frecuencia Capacitación del personal</i>		
			CC <i>f (%)</i>	PC <i>f (%)</i>	NO <i>f (%)</i>
6. Aseo personal	2 (66.7%)	9.50	1 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
25. Manejo de dinero	2 (66.7%)	7.00	1 (100%)	4 (12.1%)	2 (6.1%)

## **SECCIÓN E**

**Sección E.** En esta parte de la encuesta se auscultó la opinión de los participantes sobre diversos aspectos relacionados a accesibilidad y administración de las instalaciones físicas y de los servicios que se ofrecen en los centros. Los participantes debían indicar cuan adecuados

consideraban los servicios utilizando la escala: **Muy adecuado, Poco adecuado y No es adecuado**. Los resultados se presentan en la Tabla 20. La pregunta base para cada aspecto o tema fue: **¿Son adecuados los siguientes servicios para satisfacer las necesidades de los consumidores?**

La Tabla 20 incluye los 12 servicios o aspectos presentados sobre los cuales los participantes emitieron su opinión. En general, los servicios fueron evaluados como muy adecuados por la mayor parte de los participantes. Para efectos del análisis de la opinión de los participantes, las puntuaciones promedio para cada área tendrán el siguiente significado: Muy Adecuado – 3.00 a 2.50; Poco Adecuado – 2.49 a 2.00; No es Adecuado – 1.99 a 1.00.

La puntuación promedio obtenida entre todos los participantes (3) a través de todos los ítems (12) de esta sección fue de 2.88. En términos globales, esta puntuación promedio es una muy alta la cual sugiere una opinión muy favorable de los participantes con respecto a los aspectos de accesibilidad y administrativos de los Centros. Por otra parte, al analizar las respuestas de los participantes, se observó que solo el aspecto de estacionamiento obtuvo una puntuación promedio de 2.67, los otros aspectos obtuvieron una puntuación promedio de 3.00, lo que también sugiere una opinión muy favorable sobre la accesibilidad y aspectos administrativos de los centros.

**Tabla 20 – Accesibilidad y Otros Aspectos Administrativos – Región Norte Central**

<b>Actividad</b>	<b>Muy adecuada</b>	<b>Poco adecuada</b>	<b>No es adecuada</b>	<b>Promedio</b>
	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	
	<b>f (%)</b>	<b>f (%)</b>	<b>f (%)</b>	<b><math>\bar{x}</math></b>
1. Accesibilidad de instalaciones físicas.	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00
2. Espacios adecuados para las actividades programáticas.	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00
3. Localización de las instalaciones físicas.	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00
4. Horario de servicios.	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00
5. Estacionamiento de las instalaciones físicas.*	2 (66.7%)	1 (33.3%)	0 (0%)	2.67
6. Transportación.*	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00
7. Estrategias de divulgación sobre los servicios.	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00

8. Tiempo por el que se ofrecen los servicios.	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00
9. Tiempo que toma comenzar a recibir los servicios.	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00
10. Tiempo que toma efectuar los referidos recomendados.	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00
11. Tiempo que toma efectuar las coordinaciones interagenciales.	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00
12. Equipo adecuado para ofrecer los servicios.	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00

**Los participantes tuvieron la oportunidad de añadir comentarios y/o recomendaciones para cada uno de los aspectos explorados, no obstante, no hubo comentarios.**

## **SECCIÓN F**

**Sección F. Preguntas Abiertas.** En esta parte de la encuesta se auscultó la opinión de los participantes en torno a otros temas. Se presentaron **tres (3) preguntas** las cuales se discuten a continuación.

*Mencione los cinco (5) servicios que más necesita para desarrollar las destrezas que le permitan vivir de manera independiente.*

**Resumen de respuestas:** Entre las respuestas de los consumidores se identificaron unos servicios que estos entienden que les puede ayudar a una vida independiente. Entre los servicios identificados se encuentran: destrezas de vida independiente relacionadas a cuidado propio, confección de alimentos, mantenimiento del hogar, y manejo de dinero. Algunas de las respuestas sin editar se presentan a continuación:

<b>Servicios Necesarios para una vida independiente</b>
<i>Aseo personal, manejar dinero, aprender a cocinar. Servicios de llama y viaje. Mantener el hogar; limpieza</i>
<i>Equipo de respiración. Orientación</i>
<i>Pagar sola y comprar sola. Vivir sola. Mantener hogar. Limpiar patio</i>

2. En su experiencia como persona con impedimentos que recibe servicios de vida independiente, es posible que usted haya identificado otros factores (no clasificados como servicios) que en su opinión **inciden negativamente** en la prestación de **servicios de vida independiente** y que deben trabajarse para satisfacer sus necesidades. Indique dos (2) aspectos o factores:

**Resumen de respuestas:** Solo hubo un comentario relacionado a la falta de estacionamiento y materiales en el Centro. La respuesta sin editar se presenta a continuación:

<b>Factores que Inciden Negativamente en la Prestación de Servicios</b>
<i>Estacionamiento y falta de materiales.</i>

3. Ofrezca dos (2) recomendaciones para mejorar los **servicios de vida independiente** en los centros/proveedores

**Resumen de respuestas:** Las recomendaciones de los consumidores para mejorar la prestación de servicios de vida independiente incluyen mayor promoción y servicios. Las respuestas sin editar se presentan a continuación:

<b>Recomendaciones para Mejorar la Prestación de Servicios de Vida Independiente</b>
<i>Mayor promoción de MAVI para que puedan obtener los servicios</i>
<i>Terapias. Mayor servicios</i>

#### **A.5. Hallazgos de Encuesta para Consumidores de los Centros y Proveedores de Servicios de Vida Independiente sobre las Necesidades de las Personas con Impedimentos en Cuanto a los Servicios de Vida Independiente - Región Este**

##### **Descripción de los participantes**

A manera de describir las características generales de los participantes, se analizó el sexo, la edad, los años recibiendo servicios de vida independiente, el grado académico alcanzado, raza, estado civil, pueblo de residencia, con quien vive, y el tipo de impedimento. Un total de 3 personas, consumidores activos, contestaron la Encuesta. De éstos, 2 (66.7%) son del sexo

femenino y 1 (33.3%) del sexo masculino. Al observar la edad de este grupo, 1 (33.3%) se encontraban entre los 5 y 19 años, 1 (33.3%) indicó tener entre 20 y 24 años, y otra persona, 1 (33.3%), se encontraba entre 25 – 52 años de edad. Los tres participantes se identificaron como Hispano/puertorriqueño y residen en los pueblos de Canóvanas y Río Grande.

Se auscultó entre los participantes su estado civil, 2 (66.7%) indicaron ser soltero/a y 1 (33.3%) viudo/a. El 66.7% vive con padre/madre o ambos y 1(33.3%) participante con otros familiares. Todos los participantes tienen diploma de cuarto año como el grado académico obtenido más alto. Ninguno de los participantes se encuentra estudiando al momento, 2 (66.7%) de ellos si se encuentran trabajando en tiendas. Al explorar la fuente de ingreso principal del hogar, sueldo propio, familia, y ayudas del gobierno obtuvieron un 33.3% respectivamente.

Al explorar cómo se enteraron de los servicios, familiar, referido, y otro obtuvieron un 33.3% respectivamente. Como otro, la Administración Rehabilitación Vocacional fue identificada como fuente de referido de uno de los participantes. Los tres participantes indicaron llevar menos de 2 años recibiendo servicios. Por otra parte, 2 (66.7%) de los participantes se transportan con la familia para recibir los servicios y un participante tiene vehículo propio. En cuanto a las condiciones presentadas, 2 (66.7%) de los participantes indicaron tener una discapacidad física y 1(33.3%) indicó tener una discapacidad cognitiva.

## **SECCIÓN B**

En la Sección B se les solicitó a los participantes que colocaran los 5 servicios medulares de vida independiente en orden de necesidad para ellos utilizando los números del 1 al 5, donde 1 era el de más necesidad y 5 el de menos necesidad. El servicio medular más importante o de mayor necesidad para los participantes en esta región fue destrezas de vida independiente. Los otros servicios y el orden asignado de acuerdo al promedio y la opinión de los participantes en cuanto al ofrecimiento y la preparación del personal se pueden observar en la Tabla 21.

**Tabla 21-** Frecuencia, Porcentaje y Puntuación Promedio sobre la Necesidad de los Servicios Medulares de los Consumidores – Región Este

Servicios	Columna A <i>f (%)</i>	Columna B $\bar{X}$	Columna B Frecuencia con la que se ofrece el servicio			Columna C Frecuencia Capacitación del personal		
			OR	OL	NO	CC	PC	NO
			<i>f (%)</i>	<i>f (%)</i>	<i>f (%)</i>	<i>f (%)</i>	<i>f (%)</i>	<i>f (%)</i>
1. Destrezas de Vida Independiente	2 (66.7%)	4.33	2 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
3. Servicios de Intercesoría	2 (66.7.3%)	3.67	2 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
2. Consejería de pares	2 (66.7%)	2.67	2 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
4. Información y Referido	2 (66.7%)	2.33	2 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
5. Servicios de Transición	2 (66.7%)	2.33	2 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (100%)	0 (0%)	0 (0%)

**Los participantes tuvieron la oportunidad de añadir comentarios y/o recomendaciones para cada uno de los servicios medulares, no obstante, no hubo comentarios.**

### **SECCIÓN C**

**Sección C.** En esta parte de la encuesta se presentó una lista de servicios relacionados al logro de una vida independiente. Se auscultó la opinión de los participantes sobre **43 servicios** y se proveyeron espacios en blanco para que los participantes incluyeran servicio(s) adicionales. Para discriminar entre los servicios, cada participante seleccionó los **10 servicios** que representan mayor necesidad para ellos como consumidores. Luego, el participante ordenó los 10 servicios seleccionados **en términos de mayor a menor necesidad**, otorgándole el número uno (1) al de mayor necesidad, el dos (2) al que representa el de segunda mayor necesidad y así sucesivamente hasta el diez (10). Para cada uno de los 10 servicios, el participante indicó cuan capacitado está el personal del centro para ofrecer el servicio seleccionando una de las siguientes alternativas: Cabalmente capacitado **CC**, Parcialmente capacitado **PC**, No está capacitado **NO**. Los resultados se presentan en la Tabla 22. Las puntuaciones promedio en esta sección fluctúan **entre un mínimo de 1.0 y un máximo de 10.0**, de acuerdo al orden asignado por los participantes, entendiéndose que a mayor promedio mayor la necesidad de ese servicio al compararse con los demás servicios en la lista.

La Tabla 22 incluye los 6 servicios identificados por los participantes como más necesitados. De los 43 servicios incluidos en la encuesta, los primeros cinco (3) identificados por los consumidores como de mayor necesidad para ellos son los siguientes: *Destrezas para tomar control sobre sus vidas; manejo de presupuesto y Consejería de pares para enseñar destrezas*. En la Tabla 22 se podrán observar estos servicios con la puntuación promedio y la opinión de los participantes en cuanto a la capacitación del personal.

**Tabla 22** - Frecuencia, porcentaje y puntuación promedio para necesidad de servicio entre los participantes consumidores sobre los servicios de vida independiente – Región Este

Servicios	Columna A f (%)	Columna B $\bar{x}$	Columna C Frecuencia Capacitación del personal		
			CC f (%)	PC f (%)	NO f (%)
37. Destrezas para tomar control de sus vidas	2 (66.7%)	9.00	1 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
4. Manejo de presupuesto	2 (66.7%)	8.00	1 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
14. Consejería de pares para enseñar destrezas	2 (66.7%)	6.00	1 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
17. Intercesoría grupal	2 (66.7%)	2.50	1 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
28. Orientación sobre vivienda	2 (66.7%)	4.00	1 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
3. Mantenimiento del hogar	2 (66.7%)	-	1 (100%)	0 (0%)	0 (0%)

## **SECCIÓN D.**

**Sección D.** En esta parte de la encuesta se auscultó la opinión de los participantes sobre las necesidades de otros servicios de vida independiente. Se auscultó la opinión de los participantes sobre 39 servicios y se proveyeron espacios en blanco para que los participantes incluyeran servicio(s) adicionales. Para discriminar entre los servicios, cada participante debía seleccionar los **diez (10) servicios** que representan mayor necesidad entre los consumidores. Luego, el participante ordenaba los 10 servicios seleccionados **en términos de mayor a menor necesidad**, otorgándole el número uno (1) al de mayor necesidad, el dos (2) al que representa el de segunda mayor necesidad y así sucesivamente hasta el diez (10). Para cada uno de los 10 servicios, el participante también debía indicar cuan capacitado está el personal del centro para ofrecer el servicio seleccionando una de las siguientes alternativas: Cabalmente capacitado **CC**,

Parcialmente capacitado **PC**, No está capacitado **NO**. No obstante, **en esta sección los participantes no identificaron servicios con una necesidad mayor.**

## **SECCIÓN E**

**Sección E.** En esta parte de la encuesta se auscultó la opinión de los participantes sobre diversos aspectos relacionados a accesibilidad y administración de las instalaciones físicas y de los servicios que se ofrecen en los centros. Los participantes debían indicar cuan adecuados consideraban los servicios utilizando la escala: **Muy adecuado, Poco adecuado y No es adecuado.** Los resultados se presentan en la Tabla 23. La pregunta base para cada aspecto o tema fue: **¿Son adecuados los siguientes servicios para satisfacer las necesidades de los consumidores?**

La Tabla 23 incluye los 12 servicios o aspectos presentados sobre los cuales los participantes emitieron su opinión. En general, los servicios fueron evaluados como muy adecuados por la mayor parte de los participantes. Para efectos del análisis de la opinión de los participantes, las puntuaciones promedio para cada área tendrán el siguiente significado: Muy Adecuado – 3.00 a 2.50; Poco Adecuado – 2.49 a 2.00; No es Adecuado – 1.99 a 1.00.

La puntuación promedio obtenida entre todos los participantes (3) a través de todos los ítems (12) de esta sección fue de 2.88. En términos globales, esta puntuación promedio es una muy alta la cual sugiere una opinión muy favorable de los participantes con respecto a los aspectos de accesibilidad y administrativos de los Centros. Por otra parte, al analizar de forma global las respuestas de los participantes, se observó que el 100% de éstos obtuvo puntuaciones promedio que fluctuaron entre 3.0 y 2.67, lo que también sugiere una opinión muy favorable sobre la accesibilidad y aspectos administrativos de los centros.

**Tabla 23** – Accesibilidad y Otros Aspectos Administrativos – Región Este

<b>Actividad</b>	<b>Muy adecuada</b> <b>3</b> <b>f (%)</b>	<b>Poco adecuada</b> <b>2</b> <b>f (%)</b>	<b>No es adecuada</b> <b>1</b> <b>f (%)</b>	<b>Promedio</b> $\bar{x}$
1. Accesibilidad de instalaciones físicas.	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00
2. Espacios adecuados para las actividades programáticas.	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00
3. Localización de las instalaciones físicas.	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00
4. Horario de servicios.	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00
5. Estacionamiento de las instalaciones físicas.*	2 (66.7%)	1 (33.3%)	0 (0%)	2.67
6. Transportación.*	1 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00
7. Estrategias de divulgación sobre los servicios.	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00
8. Tiempo por el que se ofrecen los servicios.	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00
9. Tiempo que toma comenzar a recibir los servicios.	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00
10. Tiempo que toma efectuar los referidos recomendados.	2 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00
11. Tiempo que toma efectuar las coordinaciones interagenciales.	2 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00
12. Equipo adecuado para ofrecer los servicios.	3 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00

**Los participantes tuvieron la oportunidad de añadir comentarios y/o recomendaciones para cada uno de los aspectos explorados.** No hubo comentarios.

## **SECCIÓN F**

**Sección F. Preguntas Abiertas.** En esta parte de la encuesta se auscultó la opinión de los participantes en torno a otros temas. Se presentaron **tres (3) preguntas** las cuales se discuten a continuación.

*1. Mencione los cinco (5) servicios que más necesita para desarrollar las destrezas que le permitan vivir de manera independiente.*

**Resumen de respuestas:** Entre las respuestas de los consumidores se identificaron unos servicios que estos entienden que les puede ayudar a una vida independiente. Entre los servicios identificados se encuentran: uso de computadora, presupuesto y aspectos relacionados a independencia. Algunas de las respuestas sin editar se presentan a continuación:

<b>Servicios Necesarios para una vida independiente</b>
<i>Responsable de mi mismo, presupuesto, toma de decisiones</i>
<i>Trabajo. Casa. Mantenerme sola. Cocinar. Manejar</i>
<i>Uso de computadora para poder coordinar servicios</i>

2. En su experiencia como persona con impedimentos que recibe servicios de vida independiente, es posible que usted haya identificado otros factores (no clasificados como servicios) que en su opinión **inciden negativamente** en la prestación de **servicios de vida independiente** y que deben trabajarse para satisfacer sus necesidades. Indique dos (2) aspectos o factores:

**Los participantes no identificaron factores que incidan sobre la prestación de servicios.**

3. Ofrezca dos (2) recomendaciones para mejorar los **servicios de vida independiente** en los centros/proveedores

**Resumen de respuestas: Los participantes no realizaron recomendaciones para mejorar los servicios.**

#### **A.6. Hallazgos de Encuesta para Consumidores de los Centros y Proveedores de Servicios de Vida Independiente sobre las Necesidades de las Personas con Impedimentos en Cuanto a los Servicios de Vida Independiente - CEPVI Sur**

##### **Descripción de los participantes**

A manera de describir las características generales de los participantes, se analizó el sexo, la edad, los años recibiendo servicios de vida independiente, el grado académico alcanzado, raza, estado civil, pueblo de residencia, con quien vive, y el tipo de impedimento. Un total de 14 personas, todos consumidores activos, contestaron la Encuesta. De éstos, 8 (57.1%) son del sexo femenino y 6 (42.9%) del sexo masculino. Al observar la edad de este grupo, 6 (42.9%) se encontraban entre 25 – 52 años y 8 (57.1) indicaron tener 53 años o más. En cuanto a la raza, 12 (85.7%) personas indicaron ser Hispano/puertorriqueño y 2 (14.3%) indicaron ser de raza blanca.

Al explorar el pueblo de residencia, la mayor parte de los participantes indicaron residir en los pueblos de Coamo, Ponce, Sabana Grande y Yauco. Se auscultó entre los participantes su estado civil, 8 (57.1%) indicaron ser soltero/a, 2 (14.3%) casado/a, 2 (14.3%) son separados/divorciados y 2 (14.3%). El 42.9% vive con padre/madre o ambos. Grado académico más alto alcanzado, 6 (42.9%) diploma de cuarto año o equivalente, 1 (7.1%) menos de cuarto año de escuela superior, 1 (7.1%), grado asociado, 3 (21.4%) bachillerato, 1 (7.1%) indicó tener maestría y 2 (14.3%) certificación de destrezas bajo la Ley 53 de 2016. El 100% no se encuentra estudiando actualmente y solo una 1 (7.7%) persona se encuentra trabajando en el área de seguridad. La fuente de ingreso principal del hogar es el seguro social (7, 50%), 3 personas indicaron que los familiares son la fuente de ingreso del hogar, y otras 2 indicaron el sueldo propio y ayudas del gobierno como las fuentes de ingreso del hogar, 2 (14.3%) personas no respondieron la pregunta.

Al explorar cómo se enteraron de los servicios, 24 (28.6%) personas indicaron haberse enterado de los servicios por un familiar, otras 4 (28.6%) personas por referido, y 6 (42.9%) indicaron otro. Entre las fuentes identificadas se encuentran, oficinas de municipios, Rehabilitación Vocacional, los Centros CEPVI y trabajadora social. Por otra parte, 4 (28.6%) participantes indicaron tener una condición cognitiva, 6 (42.9%) indicaron tener una condición mental/emocional, 5 (35.7%) discapacidad física, 3 (21.4%) discapacidad auditiva y 6 (42.9%) discapacidad visual. Es importante resaltar que los participantes marcaron más de una condición. El 28.6% de los participantes lleva menos de 4 años recibiendo servicios, otros 4(28.6%) participantes llevan entre 5 a 10 años recibiendo servicios, 1 (7.1%) persona lleva 11 – 20 años y otra persona lleva más de 20 años. El 53.8% (7) de los participantes se transporta con la familia para llegar al Centro, 4 (28.6%) llega a través de vehículo propio, y 2 (15.4%) personas llegan a través de transportación pública.

**SECCIÓN B**

En la Sección B se les solicitó a los participantes que colocaran los 5 servicios medulares de vida independiente en orden de necesidad para ellos utilizando los números del 1 al 5, donde 1 era el de más necesidad y 5 el de menos necesidad. El servicio medular más importante o de mayor necesidad para los participantes en esta región fue destrezas de vida independiente. Es importante resaltar, que esta fue la única región donde los servicios de transición representan el segundo servicio medular de mayor necesidad para los participantes. Los otros servicios y el orden asignado de acuerdo al promedio y la opinión de los participantes en cuanto al ofrecimiento y la preparación del personal se pueden observar en la Tabla 24.

**Tabla 24-** Frecuencia, Porcentaje y Puntuación Promedio sobre la Necesidad de los Servicios Medulares de los Consumidores – CEPVI Sur

Servicios	Columna A <i>f (%)</i>	Columna B $\bar{X}$	Columna B Frecuencia con la que se ofrece el servicio			Columna C Frecuencia Capacitación del personal		
			OR <i>f (%)</i>	OL <i>f (%)</i>	NO <i>f (%)</i>	CC <i>f (%)</i>	PC <i>f (%)</i>	NO <i>f (%)</i>
1. Destrezas de Vida Independiente	8 (66.7%)	4.16	8 (61.5%)	4 (30.8%)	1 (7.7%)	10 (83.3%)	2 (16.7%)	0 (0%)
5.Servicios de Transición	6 (50.0%)	3.67	7 (50.0%)	3 (23.1%)	3 (23.1%)	8 (80.0%)	2 (20.0%)	0 (0%)
3.Servicios de Intercesoría	5 (41.7%)	3.42	9 (69.2%)	2 (15.4%)	2 (15.4%)	9 (81.8%)	2 (18.2%)	0 (0%)
2.Consejería de Pares	4 (33.3%)	3.33	7 (50.0%)	5 (35.7%)	2 (14.3%)	7 (63.6%)	4 (36.4%)	0 (0%)
4.Información y Referido	5(33.3%)	3.17	9 (64.3%)	3 (21.4%)	2 (14.3%)	7 (63.6%)	4 (36.4%)	0 (0%)

**Los participantes tuvieron la oportunidad de añadir comentarios y/o recomendaciones para cada uno de los servicios medulares.** Se observa entre las recomendaciones la necesidad de mayor oferta de servicios, capacitación en destrezas de vida independiente y transportación. Entre los comentarios (sin editar por los investigadores) se encuentran los siguientes:

<b>Vida Independiente</b>
<i>Aumento de servicios para pueblos limítrofes. Mayor servicio de transportación para obtener los servicios.</i>
<i>Mayor práctica para los servicios de vida independiente</i>

<i>Deben ofrecer servicios o clases de manualidades, que puedan ayudarme a tener un pasatiempo que me pueda brindar un ingreso adicional.</i>
<i>Taller de cerámicas</i>
<i>Tener más personal</i>
<b>Consejería de Pares</b>
<i>Consejería con respecto a información de servicios</i>
<b>Intercesoría</b>
<i>Que divulguen un poco más el tema de la intercesoría</i>
<b>Servicios de Transición</b>
<i>Que se ofrezcan con más regularidad</i>

### **SECCIÓN C**

**Sección C.** En esta parte de la encuesta se presentó una lista de servicios relacionados al logro de una vida independiente. Se auscultó la opinión de los participantes sobre **43 servicios** y se proveyeron espacios en blanco para que los participantes incluyeran servicio(s) adicionales. Para discriminar entre los servicios, cada participante seleccionó los **10 servicios** que representan mayor necesidad para ellos como consumidores. Luego, el participante ordenó los 10 servicios seleccionados **en términos de mayor a menor necesidad**, otorgándole el número uno (1) al de mayor necesidad, el dos (2) al que representa el de segunda mayor necesidad y así sucesivamente hasta el diez (10). Para cada uno de los 10 servicios, el participante indicó cuan capacitado está el personal del centro para ofrecer el servicio seleccionando una de las siguientes alternativas: Cabalmente capacitado **CC**, Parcialmente capacitado **PC**, No está capacitado **NO**. Los resultados se presentan en la Tabla 25. Las puntuaciones promedio en esta sección fluctúan **entre un mínimo de 1.0 y un máximo de 10.0**, de acuerdo al orden asignado por los participantes, entendiéndose que a mayor promedio mayor la necesidad de ese servicio al compararse con los demás servicios en la lista.

La Tabla 25 incluye los 12 servicios identificados por los participantes como más necesitados. De los 43 servicios incluidos en la encuesta, los primeros cinco (5) identificados por los consumidores como de mayor necesidad para ellos son los siguientes: el *Uso de la computadora como medio de comunicación, literacia en uso de computadora, uso de transportación pública, orientación y movilidad, y mantenimiento del hogar*. En la tabla 25 se podrán observar estas áreas identificadas por los participantes, el orden de necesidad de las mismas, así como la opinión de los participantes en cuanto a la capacitación del personal.

**Tabla 25** - Frecuencia, porciento y puntuación promedio para necesidad de servicio entre los participantes consumidores sobre los servicios de vida independiente – CEPVI Sur

Servicios	Columna A f (%)	Columna B $\bar{x}$	Columna C Frecuencia Capacitación del personal		
			CC f (%)	PC f (%)	NO f (%)
10. Uso de la computadora como medio de comunicación	6 (42.9%)	9.50	2 (50.0%)	1 (25.0%)	1 (25.0%)
8. Literacia en uso de computadoras	8 (57.1%)	9.20	7 (87.5%)	1 (12.5%)	0 (0%)
5. Uso de transportación pública	9 (64.3%)	7.80	3 (42.9%)	2 (28.6%)	0 (0%)
6. Orientación y movilidad	6 (42.9%)	7.50	4 (66.7%)	1 (16.7%)	1 (16.7%)
3. Mantenimiento del hogar	7 (50.0%)	7.33	9 (81.8%)	2 (18.2%)	0 (0%)
14. Consejería de pares para enseñar destrezas	6 (42.9%)	7.00	7 (77.8%)	2 (22.2%)	0 (0%)
43. Servicios de orientación y asistencia para desarrollar un plan de emergencia	6 (42.9%)	6.50	7 (77.8%)	2 (22.2%)	0 (0%)
11. Servicios de orientación sobre cómo obtener, utilizar, reparar, y mantener equipos de asistencia tecnológica	6 (42.9%)	5.80	6 (75.0%)	2 (25.0%)	0 (0%)
40. Servicios de apoyo a familiares	7 (50.0%)	5.67	6 (75.0%)	1 (12.5%)	1 (12.5%)
20. Capacitación en legislación y derechos	7 (50.0%)	5.40	4 (44.4%)	4 (44.4%)	1 (11.1%)
38. Destrezas para manejar emociones	6 (42.9%)	5.00	5 (71.4%)	1 (14.3%)	1 (14.3%)
15. Consejería de pares para escuchar sus necesidades	6 (42.9%)	4.80	7 (77.8%)	1 (11.1%)	1 (11.1%)

## **SECCIÓN D.**

**Sección D.** En esta parte de la encuesta se auscultó la opinión de los participantes sobre las necesidades de otros servicios de vida independiente. Se auscultó la opinión de los participantes sobre 39 servicios y se proveyeron espacios en blanco para que los participantes incluyeran servicio(s) adicionales. Para discriminar entre los servicios, cada participante

seleccionó los **diez (10) servicios** que representan mayor necesidad entre los consumidores. Luego, el participante ordenó los 10 servicios seleccionados **en términos de mayor a menor necesidad**, otorgándole el número uno (1) al de mayor necesidad, el dos (2) al que representa el de segunda mayor necesidad y así sucesivamente hasta el diez (10). Para cada uno de los 10 servicios, el participante indicó cuan capacitado está el personal del centro para ofrecer el servicio seleccionando una de las siguientes alternativas: Cabalmente capacitado **CC**, Parcialmente capacitado **PC**, No está capacitado **NO**. Los resultados se presentan en la Tabla 26. Las puntuaciones promedio en esta sección fluctúan **entre un mínimo de 1.0 y un máximo de 10.0**, entendiéndose que a mayor promedio mayor la necesidad de ese servicio al compararse con los demás servicios en la lista.

La Tabla 26 incluye los 3 servicios identificados por los participantes como más necesitados. De los 39 servicios incluidos en la encuesta, el servicio de mayor necesidad identificado por los participantes fue manejo de dinero con un 53.8% y un promedio 7.60. Las otras dos áreas identificadas fueron *Usar la computadora y Mapear*. Estos tres servicios respresentan aquellas áreas de necesidad identificadas por al menos el 40% de los participantes. En la tabla 26 podrán observar estos servicios identificados.

**Tabla 26** - Frecuencia, porciento y puntuación promedio para otras necesidades de servicio de VI de los consumidores – CEPVI Sur

Servicios	Columna A <i>f (%)</i>	Columna B $\bar{x}$	Columna C <i>Frecuencia Capacitación del personal</i>		
			CC <i>f (%)</i>	PC <i>f (%)</i>	NO <i>f (%)</i>
7.Manejo de dinero.	7(53.8%)	7.60	4 (66.7%)	2 (33.3%)	1 (3.0%)
32. Usar la computadora	9(69.2%)	6.80	6 (75.0%)	1 (12.5%)	1 (12.5%)
11.Mapear	6(42.9%)	6.50	7 (87.5%)	1 (12.5%)	0 (0%)

## **SECCIÓN E**

**Sección E.** En esta parte de la encuesta se auscultó la opinión de los participantes sobre diversos aspectos relacionados a accesibilidad y administración de las instalaciones físicas y de los servicios que se ofrecen en los centros. Los participantes debían indicar cuan adecuados consideraban los servicios utilizando la escala: **Muy adecuado, Poco adecuado y No es adecuado**. Los resultados se presentan en la Tabla 27. La pregunta base para cada aspecto o tema fue: **¿Son adecuados los siguientes servicios para satisfacer las necesidades de los consumidores?**

La Tabla 27 incluye los 12 servicios o aspectos presentados sobre los cuales los participantes emitieron su opinión. En general, los servicios fueron evaluados como muy adecuados por la mayor parte de los participantes. Para efectos del análisis de la opinión de los participantes, las puntuaciones promedio para cada área tendrán el siguiente significado: Muy Adecuado – 3.00 a 2.50; Poco Adecuado – 2.49 a 2.00; No es Adecuado – 1.99 a 1.00.

La puntuación promedio obtenida entre todos los participantes (11) a través de todos los ítems (12) de esta sección fue de 2.58. En términos globales, esta puntuación promedio es una muy alta la cual sugiere una opinión muy favorable de los participantes con respecto a los aspectos de accesibilidad y administrativos de los Centros. No obstante, la puntuación promedio representa la puntuación más baja al compararlo con las demás regiones. Por otra parte, al analizar de forma global las respuestas de los participantes, se observó que el aspecto de estacionamiento obtuvo un promedio de 1.92 lo que sugiere una opinión del servicio como **No Adecuado**. Por otra parte, el aspecto de transportación obtuvo un promedio de 2.18 lo que sugiere una opinión del servicio como uno **Poco Adecuado**.

**Tabla 27 – Accesibilidad y Otros Aspectos Administrativos – CEPVI Sur**

<b>Actividad</b>	<b>Muy adecuada</b> <b>3</b> <b>f (%)</b>	<b>Poco adecuada</b> <b>2</b> <b>f (%)</b>	<b>No es adecuada</b> <b>1</b> <b>f (%)</b>	<b>Promedio</b> $\bar{x}$
1. Accesibilidad de instalaciones físicas.	8 (66.7%)	3 (25.0%)	1 (8.3%)	2.58
2. Espacios adecuados para las actividades programáticas.	9 (75.0%)	2 (16.7%)	1 (8.3%)	2.67
3. Localización de las instalaciones físicas.	9 (75.0%)	2 (25.0%)	0 (%)	2.75
4. Horario de servicios.	11 (91.7%)	0 (0%)	1 (8.3%)	2.83
5. Estacionamiento de las instalaciones físicas.*	3 (25.0%)	5 (41.7%)	4 (33.3%)	1.92
6. Transportación.*	5 (45.5%)	3 (27.3%)	3 (27.3%)	2.18
7. Estrategias de divulgación sobre los servicios.	8 (72.7%)	1 (9.1%)	2 (18.2%)	2.54
8. Tiempo por el que se ofrecen los servicios.	10 (83.3%)	1 (8.3%)	1 (8.3%)	2.75
9. Tiempo que toma comenzar a recibir los servicios.	10 (83.3%)	1 (8.3%)	1 (8.3%)	2.75
10. Tiempo que toma efectuar los referidos recomendados.	7 (63.6%)	3 (27.3%)	1 (9.1%)	2.54
11. Tiempo que toma efectuar las coordinaciones interagenciales.	8 (80.0%)	2 (20.0%)	0 (0%)	2.80
12. Equipo adecuado para ofrecer los servicios.	8 (81.8%)	1 (9.1%)	1 (9.1%)	2.70

**Los participantes tuvieron la oportunidad de añadir comentarios y/o recomendaciones para cada uno de los aspectos explorados.** Entre los comentarios (sin editar por los investigadores) se encuentran los siguientes:

<b>Estacionamiento</b>
<i>cuando hay actividades no tienen estacionamiento.</i>
<b>Transportación</b>
<i>no hay transportación para acceder al lugar.</i>
<b>Estrategias de Divulgación</b>
<i>orientar y promover sobre las leyes.</i>

**SECCIÓN F**

**Sección F. Preguntas Abiertas.** En esta parte de la encuesta se auscultó la opinión de los participantes en torno a otros temas. Se presentaron **tres (3) preguntas** las cuales se discuten a continuación.

*1. Mencione los cinco (5) servicios que más necesita para desarrollar las destrezas que le permitan vivir de manera independiente.*

**Resumen de respuestas:** Entre las respuestas de los consumidores se identificaron unos servicios que estos entienden que les puede ayudar a una vida independiente. Entre los servicios identificados se encuentran: empleo, transportación, uso de la computadora, y mantenimiento del hogar, entre otros. Algunas de las respuestas sin editar se presentan a continuación:

<b>Servicios Necesarios para una vida independiente</b>
<i>Aprender a conducir, manejo de dinero. Preparación de alimento. Aseo personal. Cuidado de salud (alimentarse bien, hacer ejercicios, etc).</i>
<i>Ayuda en mi hogar. Presupuesto. Me gustaría ayuda para obtener ayuda en servicios que ofrece el gobierno. Ayuda para ayudar a mi hijo. Aprender a usar computadoras y a hacer manualidades.</i>
<i>Ayuda para acceder información en computadoras. Mejorar un poco la transportación. Orientación de abogados. Consejería de trabajadores sociales. A veces se necesitan acompañantes en transportación o ir a un lugar en específico.</i>
<i>Orientación y movilidad. Mantenimiento del hogar. Uso y manejo de computadora. Vestimenta. Manejo de dinero.</i>
<i>Orientación sobre vivienda. Uso de la computadora. Servicio de preparación para empleo. Destrezas para el manejo de emociones.</i>
<i>Mantenimiento del hogar. Manejo de dinero. Transportación.</i>
<i>Defensa personal. Asistente principalmente para transportación.</i>
<i>Intercesoría individual. Servicio y orientación de vivienda. Manejo de conflicto. Manejo de emociones. Transportación. Preparación de comida.</i>

2. En su experiencia como persona con impedimentos que recibe servicios de vida independiente, es posible que usted haya identificado otros factores (no clasificados como servicios) que en su opinión **inciden negativamente** en la prestación de **servicios de vida independiente** y que deben trabajarse para satisfacer sus necesidades. Indique dos (2) aspectos o factores:

**Resumen de respuestas:** Las respuestas de los participantes sugieren mayor promoción de los servicios y orientación sobre legislación, entre otros, como factores que pueden incidir de forma negativa en la prestación de los servicios de vida independiente. Las respuestas sin editar se presentan a continuación:

<b>Factores que Inciden Negativamente en la Prestación de Servicios</b>
<i>Aumento de servicios y promoverlos ya que desconocen del centro y de los beneficios que podemos tener</i>
<i>Orientación sobre legislación (Ley ADA)</i>
<i>Mejoras en servicios a participantes. Llámame si hay un servicio que me ayude a mejorar como participante. Necesito más ayudas y apoyo del personal.</i>
<i>Todo excelente</i>
<i>Todo me parece bien</i>

3. Ofrezca dos (2) recomendaciones para mejorar los **servicios de vida independiente** en los centros/proveedores

**Resumen de respuestas:** Las recomendaciones de los consumidores para mejorar la prestación de servicios de vida independiente incluyen la integración de más personal y recursos, mayor divulgación, transportación y estacionamiento en las facilidades físicas. También recomiendan talleres de confección de artículos que les permita desarrollar su propio negocio. Las respuestas sin editar se presentan a continuación:

<b>Recomendaciones para Mejorar la Prestación de Servicios de Vida Independiente</b>
<i>Búsqueda de transportación y/o orientación para los participantes sobre la búsqueda de transportación</i>
<i>Continuar los campamentos</i>
<i>Mas actividades grupales-dirigidas a terapia de grupo. Mas actividades, talleres – nadar, colores, defensa personal</i>
<i>El estacionamiento, un salón de uso de computadoras</i>
<i>Más actividades recreativas para compartir con mis compañeros</i>

**A.7. Hallazgos de Encuesta para Consumidores de los Centros y Proveedores de Servicios de Vida Independiente sobre las Necesidades de las Personas con Impedimentos en Cuanto a los Servicios de Vida Independiente CEPVI OESTE (Noroeste y Suroeste)**

**Descripción de los participantes**

A manera de describir las características generales de los participantes, se analizó el sexo, la edad, los años recibiendo servicios de vida independiente, el grado académico alcanzado, raza, estado civil, pueblo de residencia, con quien vive, y el tipo de impedimento. Para propósito del análisis de los datos, es importante destacar, que la muestra representa dos regiones de servicios en el área oeste, CEPVI Noroeste y CEPVI Suroeste. Un total de 10 personas, todos consumidores activos, contestaron la Encuesta. De éstos, 6 (60%) son del sexo femenino y 4 (40%) del sexo masculino. Al observar la edad de este grupo, 1 (10%) se encontraban entre 20 y 24 años, 3 (30%), se encontraban entre 25 – 52 años, la mayor parte de los participantes, 5 (50%), indicaron tener 53 años o más. La edad de los participantes es congruente con uno de los centros donde se recopilaron los datos, el cual era un centro de envejecientes. En cuanto a la raza, los 10 (100%) participantes indicaron ser Hispano/puertorriqueño. Al explorar el pueblo de residencia, estos indicaron ser de los municipios de Aguada, Moca y Sabana Grande. Se auscultó entre los participantes su estado civil, 6 (60%) indicaron ser casados, 1 (10%), indicó ser soltero/a, viudo/a,

convivir o ser separado/diverociado/a respectivamente y el 70% indicó vivir con su pareja. En cuanto al grado académico más alto alcanzado, 3 (30%) personas tienen un bachillerato, 2 (20%) personas tienen diploma de cuarto año o equivalente, menos de cuarto año de escuela superior, o grado asociado, respectivamente, y 1 (10%) persona tiene una maestría. El 100% de los participantes no se encuentra estudiando, ni trabajando actualmente. Al explorar la fuente de ingreso principal del hogar, 4 (40%) personas reciben seguro social, 3 (30%) indicaron recibir ayudas del gobierno, y 3 (30%) personas no respondieron la pregunta.

Al explorar cómo se enteraron de los servicios, 1(10%) persona indicó que había sido a través de referido, 2 (20%) a través de un familiar, y 7 (70%) seleccionó la alternativa de otro. Entre las otras fuentes identificadas se encuentran Rehabilitación Vocacional, amistades, centro de envejecientes, y actividades de asociación de ciegos. En cuanto al impedimento, 1 (10%) persona indicó tener una discapacidad cognitiva o auditiva respectivamente, 2 (20%) indicaron tener una condición mental/emocional y discapacidad visual y 3 (30%) indicaron tener una discapacidad física. Por otra parte, 9 (90%) de los participantes llevan menos de 4 años recibiendo servicios y 1 (10%) participante indicó llevar 10 años recibiendo servicios. También los participantes indicaron como se transportan para llegar al centro, 6 (60%) se transporta con vehículo propio, 3 (30%) con un familiar, y 1 (10%) indicó otro – Centro de Envejeciente.

## **SECCIÓN B**

En la Sección B se les solicitó a los participantes que colocaran los 5 servicios medulares de vida independiente en orden de necesidad para ellos utilizando los números del 1 al 5, donde 1 era el de más necesidad y 5 el de menos necesidad. El servicio medular más importante o de mayor necesidad para los participantes en esta región fue destrezas de vida independiente. Los otros servicios y el orden asignado de acuerdo al promedio y la opinión de los participantes en cuanto al ofrecimiento y la preparación del personal se pueden observar en la Tabla 28.

**Tabla 28-** Frecuencia, Porcentaje y Puntuación Promedio sobre la Necesidad de los Servicios Medulares de los Consumidores – CEPVI Oeste

Servicios	Columna A <i>f (%)</i>	Columna B $\bar{X}$	Columna B <i>Frecuencia con la que se ofrece el servicio</i>			Columna C <i>Frecuencia Capacitación del personal</i>		
			OR	OL	NO	CC	PC	NO
			<i>f (%)</i>	<i>f (%)</i>	<i>f (%)</i>	<i>f (%)</i>	<i>f (%)</i>	<i>f (%)</i>
1. Destrezas de Vida Independiente	6 (71.4.0%)	4.28	6 (75.0%)	0 (0%)	2 (25.0%)	7 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
3. Servicios de Intercesoría	3 (50.0%)	3.67	6 (75.0%)	1 (12.5%)	1 (12.5%)	7 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
4. Información y Referido	2 (33.3%)	3.50	6 (85.7%)	0 (0%)	1 (14.3%)	6 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
2. Consejería de Pares	2 (28.5%)	2.50	5 (62.5%)	0 (0%)	3 (37.5%)	5 (71.4%)	2 (28.6%)	0 (0%)
5. Servicios de Transición	5(71.4%)	1.97	6 (75.0%)	0 (0%)	2 (25.0%)	6 (100%)	0 (0%)	0 (0%)

**Los participantes tuvieron la oportunidad de añadir comentarios y/o recomendaciones para cada uno de los servicios medulares.** Se observa entre las recomendaciones la necesidad de mayor oferta de servicios, capacitación en destrezas de vida independiente y transportación. Entre los comentarios (sin editar por los investigadores) se encuentran los siguientes:

<b>Vida independiente</b>
<i>Entiendo que tienen el personal capacitado para prestar el servicio, pero el sistema burocrático impide dicha labor. Si hubiera un mejor enlace o mejor comunicación entre programas pudiera haber mejores resultados para los clientes.</i>
<i>Podrían hacer orientaciones de la importancia de cada uno.</i>
<i>Que se traiga más personas y talleres al área oeste y pueblos limítrofes. Que se den talleres en las comunidades.</i>
<b>Consejería de Pares</b>
<i>Charlas de autoestima</i>
<b>Intercesoría</b>
<i>Como tomar el control de mi vida</i>
<i>En mi experiencia he tenido buena asesoría legal que me ha ayudado a conocer mis derechos como mis deberes. Lamentablemente en el momento de ejecutar muchas veces el sistema es el mejor obstáculo.</i>

<b>Información y Referido</b>
<i>Información de agencias</i>
<b>Servicios de Transición</b>
<i>Documentación de orientación en vida comunitaria</i>

## **SECCIÓN C**

**Sección C.** En esta parte de la encuesta se presentó una lista de servicios relacionados al logro de una vida independiente. Se auscultó la opinión de los participantes sobre **43 servicios** y se proveyeron espacios en blanco para que los participantes incluyeran servicio(s) adicionales. Para discriminar entre los servicios, cada participante seleccionó los **10 servicios** que representan mayor necesidad para ellos como consumidores. Luego, el participante ordenó los 10 servicios seleccionados **en términos de mayor a menor necesidad**, otorgándole el número uno (1) al de mayor necesidad, el dos (2) al que representa el de segunda mayor necesidad y así sucesivamente hasta el diez (10). Para cada uno de los 10 servicios, el participante indicó cuan capacitado está el personal del centro para ofrecer el servicio seleccionando una de las siguientes alternativas: Cabalmente capacitado **CC**, Parcialmente capacitado **PC**, No está capacitado **NO**. Los resultados se presentan en la Tabla 29. Las puntuaciones promedio en esta sección fluctúan **entre un mínimo de 1.0 y un máximo de 10.0**, entendiéndose que a mayor promedio mayor la necesidad de ese servicio al compararse con los demás servicios en la lista.

La Tabla 29 incluye los 3 servicios identificados por al menos el 40% de los participantes como más necesitados. De los 43 servicios incluidos en la encuesta, los 3 servicios identificados fueron: 9. *Uso de sistemas de información digital*, 27. *Referidos a agencias gubernamentales y otros servicios de la comunidad*, y 43. *Servicios de orientación y asistencia para desarrollar un plan en caso de emergencia*.

**Tabla 29** - Frecuencia, porciento y puntuación promedio para necesidad de servicio entre los participantes consumidores sobre los servicios de vida independiente - CEPVI Oeste.

Servicios	Columna A <i>f (%)</i>	Columna B $\bar{x}$	Columna C Frecuencia Capacitación del personal		
			CC <i>f (%)</i>	PC <i>f (%)</i>	NO <i>f (%)</i>
			9. Uso de sistemas de información digital	4 (40%)	7.00
27. Referidos a agencias gubernamentales y otros servicios de la comunidad	4 (40%)	5.00	5 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
2. Servicios de orientación y asistencia para desarrollar un plan en caso de emergencia	4 (40%)	2.50	3 (75.0%)	1 (25.0%)	0 (0%)

## **SECCIÓN D.**

**Sección D.** En esta parte de la encuesta se auscultó la opinión de los participantes sobre las necesidades de otros servicios de vida independiente. Se auscultó la opinión de los participantes sobre 39 servicios y se proveyeron espacios en blanco para que los participantes incluyeran servicio(s) adicionales. Para discriminar entre los servicios, cada participante seleccionó los **diez (10) servicios** que representan mayor necesidad entre los consumidores. Luego, el participante ordenó los 10 servicios seleccionados **en términos de mayor a menor necesidad**, otorgándole el número uno (1) al de mayor necesidad, el dos (2) al que representa el de segunda mayor necesidad y así sucesivamente hasta el diez (10). Para cada uno de los 10 servicios, el participante indicó cuan capacitado está el personal del centro para ofrecer el servicio seleccionando una de las siguientes alternativas: Cabalmente capacitado **CC**, Parcialmente capacitado **PC**, No está capacitado **NO**. Los resultados se presentan en la Tabla 30. Las puntuaciones promedio en esta sección fluctúan **entre un mínimo de 1.0 y un máximo de 10.0**, entendiéndose que a mayor promedio mayor la necesidad de ese servicio al compararse con los demás servicios en la lista.

La Tabla 30 incluye los 3 servicios identificados por al menos el 40% de los participantes como más necesitados. Los 3 servicios de mayor necesidad identificados por los participantes fueron: 31. *Visitar solo al médico para un chequeo rutinario*, 32. *Usar la computadora*, y 34. *Retener un empleo*. La Tabla 30 muestra estos servicios.

**Tabla 30** - Frecuencia, porcentaje y puntuación promedio para otras necesidades de servicio de VI de los consumidores – CEPVI Oeste.

Servicios	Columna A f (%)	Columna B $\bar{x}$	Columna C Frecuencia Capacitación del personal		
			CC f (%)	PC f (%)	NO f (%)
			34. Retener un empleo	4 (40.0%)	7.00
32. Usar la computadora	4 (40.0%)	4.67	3 (60.0%)	1 (20.0%)	1 (20.0%)
31. Visitar solo al médico para un chequeo rutinario	4 (40.0%)	6.25	3 (60.0%)	2 (40.0%)	0 (0%)

## **SECCIÓN E**

**Sección E.** En esta parte de la encuesta se auscultó la opinión de los participantes sobre diversos aspectos relacionados a accesibilidad y administración de las instalaciones físicas y de los servicios que se ofrecen en los centros. Los participantes debían indicar cuán adecuados consideraban los servicios utilizando la escala: **Muy adecuado, Poco adecuado y No es adecuado**. Los resultados se presentan en la Tabla 31. La pregunta base para cada aspecto o tema fue: **¿Son adecuados los siguientes servicios para satisfacer las necesidades de los consumidores?**

La Tabla 31 incluye los 12 servicios o aspectos presentados sobre los cuales los participantes emitieron su opinión. En general, los servicios fueron evaluados como muy adecuados por la mayor parte de los participantes. Para efectos del análisis de la opinión de los participantes, las puntuaciones promedio para cada área tendrán el siguiente significado: Muy Adecuado – 3.00 a 2.50; Poco Adecuado – 2.49 a 2.00; No es Adecuado – 1.99 a 1.00.

La puntuación promedio obtenida entre todos los participantes (10) a través de todos los ítems (12) de esta sección fue de 2.81. En términos globales, esta puntuación promedio es una muy alta la cual sugiere una opinión muy favorable de los participantes con respecto a los aspectos de accesibilidad y administrativos de los Centros. Por otra parte, al analizar de forma global las respuestas de los participantes, se observó que el 100% de éstos obtuvo puntuaciones

promedio que fluctuaron entre 3.0 y 2.50, lo que también sugiere una opinión muy favorable sobre la accesibilidad y aspectos administrativos de los centros.

**Tabla 31** – Accesibilidad y Otros Aspectos Administrativos – CEPVI Oeste

<b>Actividad</b>	<b>Muy adecuada</b> <b>3</b> <b>f (%)</b>	<b>Poco adecuada</b> <b>2</b> <b>f (%)</b>	<b>No es adecuada</b> <b>1</b> <b>f (%)</b>	<b>Promedio</b> $\bar{x}$
1. Accesibilidad de instalaciones físicas.	9 (90.0%)	0 (0%)	1 (10.0%)	2.80
2. Espacios adecuados para las actividades programáticas.	7 (77.8%)	0 (0%)	2 (22.2%)	2.56
3. Localización de las instalaciones físicas.	9 (90.0%)	0 (0%)	1 (10.0%)	2.80
4. Horario de servicios.	10 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00
5. Estacionamiento de las instalaciones físicas.*	9 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00
6. Transportación.*	6 (85.7%)	0 (0%)	1 (14.3%)	2.71
7. Estrategias de divulgación sobre los servicios.	6 (75.0%)	0 (0%)	2 (25.0%)	2.50
8. Tiempo por el que se ofrecen los servicios.	9 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00
9. Tiempo que toma comenzar a recibir los servicios.	8 (88.9%)	0 (0%)	1 (11.1%)	2.78
10. Tiempo que toma efectuar los referidos recomendados.	8 (88.9%)	0 (0%)	1 (11.1%)	2.78
11. Tiempo que toma efectuar las coordinaciones interagenciales.	8 (88.9%)	0 (0%)	1 (11.1%)	2.78
12. Equipo adecuado para ofrecer los servicios.	8 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	3.00

**Los participantes tuvieron la oportunidad de añadir comentarios y/o recomendaciones para cada uno de los aspectos explorados.** Entre los comentarios (sin editar por los investigadores) se encuentran el siguiente:

<b>Estrategias de Divulgación</b>
<i>en las iglesias mas promoción,</i>
<b>Personal</b>
<i>Entiendo que el personal esta muy preparado y tiene el deseo de hacer un trabajo de excelencia y muchas veces el mismo sistema de ejecutar los servicios le impiden hacer un buen trabajo.</i>

## **SECCIÓN F**

**Sección F. Preguntas Abiertas.** En esta parte de la encuesta se auscultó la opinión de los participantes en torno a otros temas. Se presentaron **tres (3) preguntas** las cuales se discuten a continuación.

*1. Mencione los cinco (5) servicios que más necesita para desarrollar las destrezas que le permitan vivir de manera independiente.*

**Resumen de respuestas:** Entre las respuestas de los consumidores se identificaron unos servicios que estos entienden que les puede ayudar a una vida independiente. Entre los servicios identificados se encuentran: empleo, transportación, manejo de presupuesto, confección de alimentos, mantenimiento del hogar. Por otra parte, en esta ocasión también hubo recomendaciones dirigidas a llevar los servicios a otras áreas geográficas, donde las personas no tienen igual acceso a los servicios. Algunas de las respuestas sin editar se presentan a continuación:

<b>Servicios Necesarios para una vida independiente</b>
<i>Asistencia en documentos escritos.</i>
<i>Poder ir a la universidad, poder trabajar como una persona normal. Que las oficinas de gobiernos nos puedan ayudar para las situaciones.</i>
<i>Braille, tecnología, equipo asistido, confección de alimentos.</i>
<i>Mantener empleo, organizar el presupuesto, relaciones grupales e individuales.</i>
<i>Ayuda para carnet de impedidos, máquina de coger la presión.</i>
<i>Obtener empleo, uso adecuado de computadora o tecnología que me ayude a desarrollarme dentro del empleo. Transportación adecuada. Retener empleo. Capacitación de mis derechos y legislaciones.</i>
<i>Conseguir un empleo</i>
<i>Mover personal con más facilidades a diferentes pueblos. Hay muchas personas que viven en los campos y no tienen acceso.</i>

2. En su experiencia como persona con impedimentos que recibe servicios de vida independiente, es posible que usted haya identificado otros factores (no clasificados como servicios) que en su opinión **inciden negativamente** en la prestación de **servicios de vida independiente** y que deben trabajarse para satisfacer sus necesidades. Indique dos (2) aspectos o factores:

**Resumen de respuestas:** Las respuestas de los participantes sugieren la colaboración entre agencias y profesionales, servicios de permiso de estacionamiento para persona con impedimento, entre otros, como factores que pueden incidir de forma negativa en la prestación de los servicios de vida independiente. Las respuestas sin editar se presentan a continuación:

<b>Factores que Inciden Negativamente en la Prestación de Servicios</b>
<i>La interacción entre servicios para unir fuerzas para no ser repetitivos y lograr ser más efectivos en las necesidades particulares de cada persona. Romper con algunos sistemas burocráticos que logren que los servicios sean más ágiles y menos tediosos en lograr las metas.</i>
<i>Conseguir a las personas con más facilidad que puedan obtener el carnet de impedido</i>
<i>Servicios no están disponibles en el área. No hay un enlace entre médicos y agencias u organizaciones de servicio. Tiempo de respuesta es demasiado.</i>

3. Ofrezca dos (2) recomendaciones para mejorar los **servicios de vida independiente** en los centros/proveedores

**Resumen de respuestas:** Las recomendaciones de los consumidores para mejorar la prestación de servicios de vida independiente incluyen mayor divulgación de los servicios y la participación de la familia, entre otros. Las respuestas sin editar se presentan a continuación:

<b>Recomendaciones para Mejorar la Prestación de Servicios de Vida Independiente</b>
<i>Divulgación de algún servicio que pueda ser de beneficio para el participante</i>
<i>Traer mas flyer o folletos y ofrecer al personal más talleres</i>
<i>En las facilidades donde se ofrecen los servicios que sean adecuadas para cualquier tipo de impedimento que se le haga accesible a las personas. Que tengan contactos dirigidos a beneficiar a las personas y sus necesidades; crear enlaces/unir</i>

<i>Darle más promoción sobre los servicios prestados</i>
<i>Más promoción sobre los servicios, baños familiares. Legislación, sensibilización de la comunidad hacia las personas con bastón.</i>
<i>Que la familia este siempre con el consumidor en las actividades</i>

## **B. Hallazgos de Encuesta a Consumidores con Discapacidad Intelectual (Centros, Proveedores y Departamento De Salud)**

Esta encuesta dirigida a los participantes con discapacidad intelectual estaba dividida en 3 partes. La primera parte está constituida por 3 preguntas de datos sociodemográficos para obtener un perfil de los participantes que se presenta a continuación.

### **Descripción de los Participantes**

A manera de describir las características generales de los participantes, se analizó el sexo, la edad y centro donde recibe los servicios. Un total de 52 personas, todos consumidores de los Centros MAVI/CEPVI y/o participantes de los CTS, contestaron la Encuesta. De éstos, 16 (30.8%) son del sexo femenino y 36 (69.2%) del sexo masculino. Al observar la edad de este grupo, 1 (1.9%) se encontraban entre los 5 y 19 años, 5 (9.6%) indicaron tener 20 y 24 años, la mayor parte de los participantes, 42 (80.8%), se encontraban entre 25 – 52 años y 3 (5.8%) indicaron tener 53 años o más, un participante no indicó su edad. En cuanto al centro donde reciben servicios 19 (36.6%) eran participantes de los distintos CTS visitados en la isla y 33 (63.4%) reciben sus servicios en los distintos Centros o Proveedores de Servicios de Vida Independiente.

Por otra parte, la segunda parte de la encuesta fue diseñada para conocer la opinión del consumidor de MAVI, CEPVI o de los CTS con discapacidad intelectual y que se le dificultara responder el instrumento desarrollado, en cuanto a las destrezas de vida independiente que son importantes para ellos. Esta segunda parte contiene 26 reactivos que exploraron áreas de vida independiente. Los participantes respondieron utilizando una escala nominal donde respondían entre mucho o poco, para indicar cuán importante era para el/ella desarrollar las destrezas de

vida independiente que contenían los reactivos. En la Tabla 32 se presenta la opinión de los participantes para cada una de las áreas exploradas. Para efectos del análisis de la opinión de los participantes en cuanto a cuan importante es la destreza de vida independiente, las puntuaciones promedio para cada área tendrán el siguiente significado: Muy importante – 2.00 a 1.50; Poco importante – 1.49 a 1.00.

La puntuación promedio obtenida entre todos los participantes (52) a través de todos los ítems (26) de esta sección fue de 1.77, lo que sugiere todos los servicios como importantes. No obstante, 15. *Aprender a conducir/guiar* obtuvo una puntuación promedio de 1.47, lo que sugiere que esta destreza no es tan importante para los participantes. Por otra parte, otras áreas que obtuvieron puntuaciones promedio más bajas en comparación al promedio general fueron: 1. *Preparar tus propios alimentos/comida* con una puntuación de 1.71; 3. *Utilizar la estufa o el horno microondas* con una puntuación promedio de 1.57; 7. *Saber como lavar y secar tu ropa* (con una puntuación promedio de 1.67; 12. *Vivir solo o lo mas independientemente posible*, obtuvo una puntuación promedio de 1.59; 14. *Utilizar transportación pública/privada* (puntuación promedio de 1.61); 23. *Saber como votar en las elecciones* (puntuación promedio de 1.69); y 24. *Tener una relación de pareja/novi@* (puntuación promedio de 1.68). En la Tabla 32 se podrá observar la frecuencia y las puntuaciones promedio para cada una de las áreas exploradas. Aquellas áreas por debajo del promedio se encuentran sombreadas.

**Tabla 32** - Frecuencia, por ciento y puntuación promedio para las necesidades de servicios de vida independiente de los participantes con discapacidad intelectual

<b>¿Cuán importante es para ti?</b> <b>Actividades</b>	<b>Columna A</b> <b>Mucho</b> <b>f (%)</b>	<b>Columna B</b> <b>Poco</b> <b>f (%)</b>	<b>Promedio</b> $\bar{x}$
1. Preparar tus propios Alimentos/comida	37 (71.2%)	15 (28.8%)	1.71
2. Saber que comprar en el supermercado para alimentarte	43 (82.7%)	9 (17.3%)	1.83
3. Utilizar la estufa o el horno miroondas	29 (55.8%)	22 (42.3%)	1.57

4. Saber barrer, mapear, limpiar los muebles (Mantener limpio el hogar)	42 (80.8%)	9 (17.3%)	1.82
5. Bañarte y asearte sol@ (Higiene personal)	47 (90.4%)	3 (5.8%)	1.94
6. Lavarte las manos	45 (86.5%)	5 (9.6%)	1.90
7. Saber como lavar y secar tu ropa	34 (65.4%)	17 (32.7%)	1.67
8. Saber combinar turopa	43 (82.7%)	8 (15.4%)	1.84
9. Utilizar la tecnología (computadora, celular, tableta, búsquedas en internet)	40 (76.9%)	12 (23.1%)	1.77
10. Ser escuchado/orientado/aconsejado (amig@/ consejero par)	40 (76.9%)	11 (21.2%)	1.78
11. Trabajar (autoempleo/autogestión, trabajo regular)	44 (84.6%)	8 (15.4%)	1.85
12. Vivir solo o lo mas independiente posible	30 (57.7%)	21 (40.4%)	1.59
13. Tomar decisiones sobre tu vida	38 (73.1%)	12 (23.1%)	1.76
14. Utilizar transportación pública/privada (la guagua, carro público, AMA, UBER, etc)	31 (59.6%)	20 (38.5%)	1.61
15. Aprender a conducir/guiar	23 44.2%)	26 (50%)	1.47
16. Saber manejar tu dinero (Identificar monedas o billetes, utilizar ATH, tener una cuenta).	41 (78.8%)	10 (19.2%)	1.80
17. Compartir con otras personas	46 (88.5%)	5 (9.6%)	1.90
18. Saber hacer compra en el supermercado	39 (75%)	11 (21.2%)	1.78
19. Sentirte incluido en las actividades de la comunidad (ej. Ir a la iglesia, deportes, cine).	45 (86.5%)	7 (13.5%)	1.86
20. Conocer a donde ir en caso de emergencias (bomberos, policía, 911)	42 (80.8%)	9 (17.3%)	1.82
21. Tener un plan de emergencia en caso de un desastre natural	38 (73.1%)	11 (21.2%)	1.77
22. Conocer los derechos que te protegen	43 (82.7%)	8 (15.4%)	1.84
23. Saber como votar en las elecciones del gobierno	34 (65.4)	15 (28.8%)	1.69
24. Tener una relación de pareja (novi@)	34 (65.4%)	16 (30.8%)	1.68
25. Saber donde queda mi médico	41 (78.8%)	8 (15.4%)	1.84
26. Saber tomarme mis medicamentos	41 (78.8%)	7 (13.5%)	1.85

**Sección C -Preguntas Abiertas.** En esta parte de la encuesta se auscultó la opinión de los participantes en torno a la vida independiente. Se presentaron **cuatro (4) preguntas** las cuales se discuten a continuación.

1. *¿En dónde te gustaría vivir?*

**Resumen de respuestas:** La mayor parte de los participantes al responder esta pregunta indicaron que les gustaría vivir acompañados por algún familiar y/o en una casa. Algunos ejemplos de las respuestas de los participantes sin editar se presentan a continuación:

<b>¿Dónde te Gustaría Vivir?</b>
<i>En una casita con una familia, con mi hermana y con mi hermano</i>
<i>Me gusta donde yo vivo</i>
<i>Yo quisiera vivir en una casa comoda</i>
<i>Cerca de la Parroquia San Ignacio</i>
<i>Donde vive actualmente, con su mamá o en la parte de arriba</i>
<i>En casa de mamá</i>
<i>En casa de mi abuela</i>
<i>En el hogar, en el hogar mas conocido</i>
<i>En un hogar de nenas</i>
<i>En una casa</i>
<i>En una casa grande</i>
<i>En una casa grande en mi pueblo</i>
<i>En una casa con piscina</i>

2. *¿Te gustaría vivir solo, con familiares o amigos?*

**Resumen de respuestas:** Al igual que en la pregunta anterior, muchos de los participantes indicaron desear vivir con familiares o con una pareja. Las respuestas de los participantes sin editar se presentan a continuación:

<i>¿Te gustaría vivir solo, con familiares o amigos?</i>
<i>Con mi mamá y mi hermano</i>
<i>Con alguien que pueda cuidarme y acompañarme</i>
<i>Con otros familiares</i>
<i>Con la novia</i>
<i>Con una pareja, si fuera la adecuada</i>
<i>Con mami</i>
<i>Con mi familia</i>
<i>Con mi novia, no fallo</i>
<i>Con nadie, sola</i>
<i>Con mi novia y cocinarle todos los días</i>
<i>Sola, con mi hermano, pero sola</i>
<i>Sola</i>
<i>Solo</i>
<i>Solo pero con mis hermanos</i>
<i>No me gustaría vivir sola, me gustaría seguir viviendo con mami</i>
<i>Si aparece una pareja, con esa persona. Es una decisión importante</i>

3. Si vivieras solo/a, ¿qué sería importante para ti o en que necesitarías ayuda?

**Resumen de respuestas:** Las respuestas de los participantes sugieren necesidad en el área de confección de alimentos, mantenimiento del hogar y empleo. Las respuestas de los participantes sin editar se presentan a continuación:

<b>¿Qué sería importante para ti o en que necesitarías ayuda?</b>
<i>En cuidarme a mi mismo</i>
<i>Necesitaría ayuda para limpiar</i>
<i>Necesito ayuda por si pasa algo</i>
<i>Para mi sería importante trabajar para pagar las cuentas</i>
<i>Que no pase nada y beberme las pastillas con un vaso de agua</i>
<i>Ayuda con la limpieza cuando requiera de mayor esfuerzo físico</i>
<i>Ayudar para cocinar</i>
<i>Ayuda para limpiar</i>
<i>Cocina</i>
<i>Cocinar</i>
<i>Entiendo que no necesitaría ayuda</i>
<i>Hacer compra y cocinar</i>
<i>Necesitaría yuda en cocinar carnes</i>
<i>Necesitaría ayuda en no estar solo</i>
<i>Necesitaría ayuda para cocinar y la seguridad a la hora de cocinar</i>
<i>Necesitaría ayuda para limpiar</i>
<i>No se</i>
<i>Trabajar</i>
<i>Trabajo</i>

## 4. ¿Qué te gustaría aprender a hacer?

**Resumen de respuestas:** Las respuestas de los participantes sugieren necesidad en el área de confección de alimentos, mantenimiento del hogar y empleo. Las respuestas de los participantes sin editar se presentan a continuación:

<b>¿Qué te gustaría aprender a hacer?</b>
<i>Respetar a la empleada que cocina</i>
<i>Buscar un trabajo en vender carros y guaguas</i>
<i>Manejar mi dinero</i>
<i>Me gustaría prender a barrer</i>
<i>Me gustaría aprender a cocinar y fregar</i>
<i>Me gustaría aprender a escribir</i>
<i>A trabajar de bagger en el supermercado</i>
<i>Adquirir conocimiento en computadora, dibujar y poder conseguir un trabajo</i>
<i>Agencia Hípica</i>
<i>Aprender a cocinar y conducir un carro</i>
<i>Aprender a trabajar</i>
<i>Aprender a mapear, fregar y gusradar ropa en un gancho</i>
<i>Computadoras</i>
<i>De todo un poco, cocinar</i>
<i>Estudiar</i>
<i>Guiar</i>
<i>Aprender a usar el celular y la computadora</i>
<i>Manualidades</i>
<i>Me gustaría aprender a trabajar</i>

<i>Programación de computadoras</i>
<i>Ser independiente, hacer las cosas por si sola, sin que le ayuden</i>
<i>Usar el internet</i>

**C. Hallazgos de Encuesta para Padres/Madres/Tutores de los Consumidores de los Centros y Proveedores de Servicios de Vida Independiente sobre las Necesidades de las Personas con Impedimentos en Cuanto a los Servicios de Vida Independiente**

**Descripción de los participantes**

A manera de describir las características generales de los participantes, se analizó el sexo, la edad, centro donde el familiar recibe los servicios, los años que el familiar lleva recibiendo servicios de vida independiente, el grado académico alcanzado, raza, estado civil, con quien vive, y el tipo de impedimento del familiar. Un total de 26 personas, familiares de los consumidores, contestaron la Encuesta. De éstos, 21 (80.8%) son del sexo femenino y 5 (19.2%) del sexo masculino. Al observar la edad de este grupo, 7 (27%) se encontraban entre los 24 y 52 años de edad. La mayor parte de los participantes que respondieron la encuesta, 18 (69.2%), se encontraban entre 53 – 68 años de edad, un participante no indicó su edad. En cuanto a la raza, 26 (100%) indicaron ser de raza Hispano/latina. Al explorar el pueblo de residencia, 35% indicaron ser residente de la Región Norte, el 34.4% representaban la Región Metro, 19.1% - Región Sur, 7.7% - Este y 3.8% el Oeste.

Se auscultó entre los participantes su estado civil, 13 (50%) indicaron ser casado/a, 4 (15.4%) soltero/a, 3 (11.5%) son separados/divorciados, 3(11.5%) viudo/a, y 2 (7.7%) convive, una persona no respondió la pregunta. Grado académico más alto, 9(34.6%) diploma de cuarto año o equivalente, 7 (26.9%) menos de cuarto año de escuela superior, 6(23.1%), grado asociado, 2(7.7%) bachillerato, 1(3.8%) indicaron tener maestría, una persona no respondió la pregunta. Al explorar la fuente de ingreso principal del hogar, 9 personas (34.6%) indicaron recibir seguro

social, 8 (30.8%) sueldo propio, 4(15.4%) ayudas del gobierno, 1 (3.8%) ayuda de familia, 1 persona indicó otro – retiro, y 3 `personas no respondieron la pregunta.

Al explorar cómo se enteraron de los servicios, 10 (38.5%) personas indicaron haber conocido de los servicios por referido. Entre las fuentes de referido se encuentran: Administración de Rehabilitación Vocacional, Escuela, MAVI, y Trabajadora Social. Por otra parte, 5 (19.2%) personas indicaron haber conocido de los servicios por un familiar, 1 persona indicó el internet y un profesional como fuente de información, y 6 (23.1%) personas indicaron otros. Entre las fuentes identificadas como otro se encuentran: Actividades de la Asociación de Ciegos, Escuelas, CTS, Empleo.

En cuanto a la condición de su familiar que recibe servicios en los Centros de MAVI o CEPVI, el 76.9% (20) indicaron que su familiar tiene una discapacidad cognitiva, el 26.9% (7) indicó una discapacidad mental/emocional, el 19.2% (5) discapacidad visual, 11.5% discapacidad física, 7.7% (2). Otras condiciones identificadas trastorno del espectro autista y epilepsia. La distribución de los participantes según donde el familiar recibe los servicios es la siguiente: Región Metro, 9 (34.6%), MAVI Norte 9 (34.6%), MAVI Este 2 (7.7%), CEPVI 5 (19.2%), 1 (3.8%) CEPVI Noroeste. En cuanto al tiempo recibiendo servicios, 5 (19.1%) personas indicaron que su familiar lleva menos de un año, 13 (49.9%) llevan entre 1 y 5 años recibiendo servicios, y 6 (22.9%) personas indicaron que su familiar lleva más de 5 años recibiendo servicios. Como se transporta el familiar para recibir los servicios, 12(46.2%) personas indicaron vehículo propio, 9(34.6%) con un familiar, 1 (3.8%) utilizan transportación pública y otros respectivamente, 3 personas no respondieron la pregunta. Estos resultados son consistente con los resultados de los participantes que indicaron que se transportan con la familia.

## **SECCIÓN B**

En la Sección B se les solicitó a los participantes que colocaran los 5 servicios medulares de vida independiente en orden de necesidad para sus familiares utilizando los números del 1 al 5,

donde uno (1) era el de más necesidad y cinco (5) el de menos necesidad. Para cada uno de los 5 servicios, el participante también debía indicar cuan frecuente se ofrecía el servicio en el centro donde su familiar recibe servicios seleccionando una de las siguientes alternativas: Ofrece Frecuentemente (**OF**), se ofrece en Limitadas Ocasiones (**OL**), o no se ofrece (**NO**). De igual modo, debían indicar cuan capacitado está el personal del centro para ofrecer el servicio seleccionando una de las siguientes alternativas: Cabalmente capacitado **CC**, Parcialmente capacitado **PC**, No está capacitado **NO**.

El servicio medular más importante o de mayor necesidad para los participantes de acuerdo a los familiares son las destrezas de vida independiente. Los otros servicios y el promedio de acuerdo al orden asignado por los participantes y la opinión de estos en cuanto al ofrecimiento y la preparación del personal se pueden observar en la Tabla 33.

**Tabla 33** – Frecuencia, porciento y puntuación promedio sobre las necesidades de servicios de VI de acuerdo a los familiares

Servicios	Columna A <i>f (%)</i>	Columna B $\bar{X}$	Columna B <i>Frecuencia con la que se ofrece el servicio</i>			Columna C <i>Frecuencia Capacitación del personal</i> CC - PC - NO		
			OR <i>f (%)</i>	OL <i>f (%)</i>	NO <i>f (%)</i>	CC <i>f (%)</i>	PC <i>f (%)</i>	NO <i>f (%)</i>
1. Destrezas de Vida Independiente	14(73.7%)	4.53	10 (55.6%)	7 (38.9%)	1 (5.6%)	9 (64.3%)	5 (35.7%)	0 (0%)
3. Servicios de intercesoría	6 (33.3%)	3.12	9 (60.0%)	3 (20.0%)	3 (20.0%)	8 (66.7%)	3 (25.0%)	1 (8.3%)
5.Servicios de Transición	5 (27.8%)	3.00	4 (30.8%)	5 (38.5%)	4 (30.8%)	4 (44.4%)	4 (44.4%)	1 (11.1%)
4. Información y Referido	6 (35.3%)	2.31	6 (42.9%)	6 (42.9%)	2 (14.3%)	7 (58.3%)	4 (33.3%)	1 (8.3%)
2. Consejería de Pares	7 (41.2%)	2.31	7 (43.8%)	4 (25.0%)	5 (31.3%)	7 (26.9%)	5 (19.2%)	0 (0%)

**Los participantes tuvieron la oportunidad de realizar comentarios y/o recomendaciones sobre los servicios medulares.** En general los familiares de los consumidores recomiendan mayor ofrecimiento de servicios de destrezas de vida independiente, otros temas de Intercesoría y actividades que le permita a los consumidores mayor integración a la comunidad. Entre las recomendaciones y comentarios (sin editar por los investigadores) se encuentran los siguientes:

<b>Vida independiente</b>
<i>Expandir los servicios</i>
<i>Las destrezas hasta ahora de cocina han sido muy superficiales. Creo que requeriría mayor personal y facilidades para capacitación mas individualizada.</i>
<i>Que el servicio sea más seguido. Posiblemente todos los días</i>
<i>Personal orienta bien en los servicios que están a su alcance.</i>
<b>Intercesoria</b>
<i>Buena frecuencia y contenido de intercesión.</i>
<i>Necesitan mejorar los temas (mas pertinentes)</i>
<b>Servicios de Transición</b>
<i>Aparte de las destrezas de vida independiente no he notado otro servicio que los integre a la comunidad</i>
<i>No estroy familiarizada con los servicios</i>
<i>Realizan varias tareas</i>

## **SECCIÓN C**

**Sección C.** En esta parte de la encuesta se presentó una lista de servicios relacionados al logro de una vida independiente. Se auscultó la opinión de los participantes sobre **43 servicios** y se proveyeron espacios en blanco para que los participantes incluyeran servicio(s) adicionales. Para discriminar entre los servicios, cada participante seleccionó los **10 servicios** que representan mayor necesidad para sus familiares. Luego, el participante ordenó los 10 servicios seleccionados **en términos de mayor a menor necesidad**, otorgándole el número uno (1) al de mayor necesidad, el dos (2) al que representa el de segunda mayor necesidad y así sucesivamente hasta el diez (10). Para cada uno de los 10 servicios, el participante indicó cuan capacitado está el personal del centro para ofrecer el servicio seleccionando una de las siguientes alternativas: Cabalmente capacitado **CC**, Parcialmente capacitado **PC**, No está capacitado **NO**.

Los resultados se presentan en la Tabla 34. Las puntuaciones promedio en esta sección fluctúan **entre un mínimo de 1.0 y un máximo de 10.0**, de acuerdo al orden asignado por los familiares, entendiéndose que a mayor promedio mayor la necesidad de ese servicio al compararse con los demás servicios en la lista.

La Tabla 34 incluye los 10 servicios identificados por los participantes como más necesitados. De los 43 servicios incluidos en la encuesta, los primeros cuatro servicios identificados por los familiares o tutores de los consumidores como de mayor necesidad para ellos son los siguientes: el 2. *Confección de alimentos* (identificado por el 66.7% de los participantes con un promedio de 8.00); el 3. *Mantenimiento del Hogar* (57.1% con un promedio de 7.25); 4. *Manejo de presupuesto* (81% y un promedio de 6.90); y 25. *Referidos a Empleo Sostenido* (50% y un promedio de 6.80).

**Tabla 34** - Frecuencia, porciento y puntuación promedio para necesidad de servicio entre los participantes familiares de consumidores de los servicios de vida independiente.

Servicios	Columna A <i>f (%)</i>	Columna B $\bar{x}$	Columna C <i>Frecuencia Capacitación del personal</i>		
			CC	PC	NO
			<i>f (%)</i>	<i>f (%)</i>	<i>f (%)</i>
2. Confección de alimentos	14 (66.7%)	8.00	7 (58.3%)	4 (33.3%)	1 (8.3%)
3. Mantenimiento del hogar	12 (57.1%)	7.25	7 (58.3%)	4 (33.3%)	1 (8.3%)
4. Manejo de presupuesto	17 (81.0%)	6.90	7 (43.8%)	6 (37.5%)	3 (18.8%)
25. Referidos a empleo sostenido	10 (50.0%)	6.80	2 (33.3%)	3 (50.0%)	1 (16.7%)
5. Uso de transportación pública	12 (60.0%)	6.75	3 (33.3%)	2 (22.2%)	4 (44.4%)
8. Literacia en el uso de computadora	8 (40.0%)	6.50	4 (66.7%)	0 (0%)	2 (33.3%)
19. Servicios de apoyo e intercesión para obtener servicios o beneficios a los que tiene derecho pero pueden ser difícil de adquirir.	11 (52.4%)	6.20	2 (25.0%)	2 (25.0%)	4 (50.0%)
41. Servicios de transportación	10 (50.0%)	6.00	3 (42.9%)	4 (57.1%)	0 (0%)
37. Destrezas para la toma de decisiones personales	8 (40.0%)	3.40	3 (50.0%)	0 (0%)	3 (50.0%)
38. Destrezas para manejar emociones	11 (55.0%)	3.40	4 (57.1%)	0 (0%)	3 (42.9%)

**Los participantes tuvieron la oportunidad de realizar comentarios y/o recomendaciones sobre las áreas de vida independiente exploradas:** Las recomendaciones y comentarios (sin editar por los investigadores) fueron las siguientes:

<b>Confección de Alimentos</b>
<i>Al momento no cuentan con las facilidades en nuestro centro para este servicio</i>
<i>No tienen los servicios o facilidades para estos adiestramientos</i>
<b>Empleo Sostenido</b>
<i>En proceso a dar servicio en nuestro centro</i>

## **SECCIÓN D**

**Secció D.** En esta parte de la encuesta se auscultó la opinión de los participantes sobre las necesidades de sus familiares sobre otros servicios de vida independiente. Se auscultó la opinión de los participantes sobre 39 servicios y se proveyeron espacios en blanco para que los participantes incluyeran servicio(s) adicionales. Para discriminar entre los servicios, cada participante seleccionó los **diez (10) servicios** que representan mayor necesidad entre los consumidores. Luego, el participante ordenó los 10 servicios seleccionados **en términos de mayor a menor necesidad**, otorgándole el número uno (1) al de mayor necesidad, el dos (2) al que representa el de segunda mayor necesidad y así sucesivamente hasta el diez (10). Para cada uno de los 10 servicios, el participante indicó cuan capacitado está el personal del centro para ofrecer el servicio seleccionando una de las siguientes alternativas: Cabalmente capacitado **CC**, Parcialmente capacitado **PC**, No está capacitado **NO**. Los resultados se presentan en la Tabla 35. Las puntuaciones promedio en esta sección fluctúan **entre un mínimo de 1.0 y un máximo de 10.0**, de acuerdo al orden asignado por los participantes familiares, entendiéndose que a mayor promedio mayor la necesidad de ese servicio al compararse con los demás servicios en la lista.

La Tabla 35 incluye los 8 servicios identificados por los participantes como más necesitados para sus familiares consumidores. De los 39 servicios incluidos en la encuesta, el servicio de

mayor necesidad identificado por el número más alto de participantes, con un 42.1% de los encuestados, fue *manejo de dinero*. Los cuatro servicios identificados con mayor necesidad son los siguientes: 25. *Manejo de dinero* (42.1% y un promedio de 7.33); el 26. *Manejo de una cuenta de banco* (50.0% y un promedio de 6.67); 24. *Identificar monedas* (44.4% y un promedio de 6.60); y 33. *Conseguir un empleo* (57.9% y un promedio de 6.50). Estos resultados podrían sugerir que los familiares identifican más necesidad en el área de empleo y manejo de dinero, que en otras áreas de vida independiente.

**Tabla 35** - Frecuencia, porciento y puntuación promedio para necesidad de servicio de los consumidores de servicios de vida independiente de acuerdo a los familiares.

Servicios	Columna A f (%)	Columna B $\bar{x}$	Columna C Frecuencia Capacitación del personal		
			CC	PC	NO
			f (%)	f (%)	f (%)
25. Manejo de dinero (pago de cuentas, presupuesto)	8(42.1%)	7.33	4 (44.4%)	2 (22.2%)	3 (33.3%)
26. Manejo de una cuenta de banco	9(50.0%)	6.67	2 (33.3%)	0 (0%)	4 (66.7%)
24. Identificar monedas	8(44.4%)	6.60	6 (85.7%)	1 (14.3%)	0 (0%)
33. Conseguir un empleo	11 (57.9%)	6.50	2 (28.6%)	1 (14.3%)	4 (57.1%)
23. Realizar compras	8(44.4%)	4.67	5 (83.3%)	0 (0%)	1 (16.7%)
20. Preparar platos sencillos	10(52.6%)	4.25	4 (50.0%)	2 (25.0%)	2 (25.0%)
31. Visitar solo al médico para un chequeo rutinario	8(42.1%)	3.00	3 (50.0%)	0 (0%)	3 (50.0%)
12. Limpieza de baños, cuartos	8(42.1%)	2.33	4 (44.4%)	3 (33.3%)	2 (22.2%)

## **SECCIÓN E**

**Sección E.** En esta parte de la encuesta se auscultó la opinión de los participantes sobre diversos aspectos relacionados a accesibilidad y administración de las instalaciones físicas y de los servicios que se ofrecen en los centros. Los participantes debían indicar cuan adecuados consideraban los servicios utilizando la escala: **Muy adecuado, Poco adecuado y No es adecuado**. Los resultados se presentan en la Tabla 36. La pregunta base para cada aspecto o

tema fue: **¿Son adecuados los siguientes servicios para satisfacer las necesidades de los consumidores?**

La Tabla 36 incluye los 12 servicios o aspectos presentados sobre los cuales los participantes emitieron su opinión. En general, los servicios fueron evaluados como muy adecuados por la mayor parte de los participantes. Para efectos del análisis de la opinión de los participantes, las puntuaciones promedio para cada área tendrán el siguiente significado: Muy Adecuado – 3.00 a 2.50; Poco Adecuado – 2.49 a 2.00; No es Adecuado – 1.99 a 1.00.

La puntuación promedio obtenida entre todos los participantes (21) a través de todos los ítems (11) de esta sección fue de 2.50. En términos globales, esta puntuación promedio es una muy alta la cual sugiere una opinión muy favorable de los participantes con respecto a los aspectos administrativos y de accesibilidad de los centros.

Al analizar de forma global las respuestas de los participantes, se observaron puntuaciones promedio que fluctuaron entre 3.0 y 2.10, lo que sugiere una opinión entre favorable y muy favorable sobre cuan adecuados son los servicios y la acebilidad de los Centros. No obstante, los aspectos en los que más participantes ofrecieron una opinión diversa fueron el *estacionamiento del Centro donde reciben los servicios y la transportación*, donde algunos de los participantes comentaron que no había estacionamiento y/o este no era suficiente, de igual modo que no existe transportación disponible para poder llegar al centro.

**Tabla 36** – Accesibilidad y Otros Aspectos Administrativos - Familiares

<b>Actividad</b>	<b>Muy adecuada</b> <b>3</b> <b>f (%)</b>	<b>Poco adecuada</b> <b>2</b> <b>f (%)</b>	<b>No es adecuada</b> <b>1</b> <b>f (%)</b>	<b>Promedio</b> $\bar{x}$
1. Accesibilidad de instalaciones físicas.	12 (60.0%)	6 (30.0%)	2 (10.0%)	2.50
2. Espacios adecuados para las actividades programáticas.	10 (52.6%)	8 (42.1%)	1 (5.3%)	2.47
3. Localización de las instalaciones físicas.	13 (65.0%)	4 (20.0%)	3 (15.0%)	2.50
4. Horario de servicios.	15 (71.4%)	6 (28.6%)	0 (0%)	2.71

5. Estacionamiento de las instalaciones físicas.*	6 (30.0%)	10 (50.0%)	4 (20.0%)	2.10
6. Transportación.*	7 (50.0%)	4 (28.6%)	3 (21.4%)	2.21
7. Estrategias de divulgación sobre los servicios.	10 (52.6%)	8 (42.1%)	1 (5.3%)	2.47
8. Tiempo por el que se ofrecen los servicios.	12 (60.0%)	6 (30.0%)	2 (10.0%)	2.58
9. Tiempo que toma comenzar a recibir los servicios.	14 (70.0%)	6 (30.0%)	0 (0%)	2.74
10. Tiempo que toma efectuar los referidos recomendados.	12 (70.6%)	5 (29.4%)	0 (0%)	2.75
11. Tiempo que toma efectuar las coordinaciones interagenciales.	7 (43.8%)	8 (56.2%)	0 (0%)	2.47

**Los participantes tuvieron la oportunidad de realizar comentarios y/o recomendaciones sobre las áreas de accesibilidad y aspectos administrativos explorados:** Las recomendaciones y comentarios (sin editar por los investigadores) fueron las siguientes:

<b>Facilidades Físicas</b>
<i>Las facilidades físicas no son adecuadas</i>
<i>Necesitan planat física grande (escuelas en desuso del Departamento de Educación)</i>
<b>Horario</b>
<i>Se deben aumentar las horas</i>
<b>Estacionamiento</b>
<i>no tiene estacionamiento propio, hay que pagar</i>
<b>Divulgación</b>
<i>Promocionarse más</i>
<b>Tiempo que Toma Recibir los Servicios</b>
<i>Necesitan más personal para los servicios a una población tan grande</i>

**SECCIÓN F**

**Sección F - Preguntas Abiertas.** En esta parte de la encuesta se auscultó la opinión de los participantes en torno a otros temas relacionados a los servicios de vida independiente. Se presentaron **cuatro (4) preguntas** las cuales se discuten a continuación.

*1. Mencione los cinco (5) servicios que más necesita su familiar para desarrollar las destrezas que le permitan vivir de manera independiente.*

**Resumen de respuestas:** Las respuestas de los familiares con respecto a los servicios que más necesitan sus familiares para vivir de manera independiente son muy variadas, no obstante, tienden a hacer referencia a la importancia sobre el uso de transportación, manejo del dinero, oportunidades de empleo, y mantenimiento del hogar. Las respuestas de los familiares sin editar se presentan a continuación:

<b>Factores que inciden negativamente en la prestación de servicios de transición para pre- empleo</b>
<i>Afeitarse. Cocinar alimentos. Memorizar el teléfono y dirección donde vive. Manejo de dinero y cuenta de banco.</i>
<i>Apoyo a Familiares, transportación, mantenimiento del hogar, destrezas para solucionar conflictos interpersonales, destrezas de higiene personal</i>
<i>Aprender a tomar transportación, aprender a trabajar, hacer pagos, solicitar documentos</i>
<i>Braille, uso de la tecnología, charlas sobre autoestima, actividades para mejorar las relaciones interpersonales, charlas para mejorar la convivencia en la comunidad</i>
<i>Charlas sobre las tareas del hogar, uso de transportación pública, charlas de salud, alfabetización, crear un presupuesto, taller de autoestima</i>
<i>Empleo sostenido, orientación y capacitación sobre oficios, socialización entre pares, manejo de dinero, preparación de alimentos</i>
<i>Manejo de dinero, adiestramiento en transportación, manejo del hogar, confección de alimentos, destrezas de tomas de decisiones personales</i>

<i>Manejo de dinero, manejo de emociones</i>
<i>Manejo de dinero, transportación, confección de alimentos, relaciones interpersonales</i>
<i>Manejo de dinero, transportación, manejo del hogar, preparación de alimentos, destrezas para tomar decisiones personales, trabajo</i>
<i>Oportunidades de empleo, que aprenda a tomar transportación solo</i>
<i>Conseguir trabajo y mantenerlo, hacer pagos de agua, luz, etc. Solicitar documentos importantes</i>
<i>Vivienda supervisada, entrenamiento para algún empleo sencillo, supervisión de transportación pública, participación en la comunidad</i>

2. En su experiencia como familiar de una persona con impedimentos que recibe servicios de vida independiente, es posible que usted haya identificado otros factores (no clasificados como servicios) que en su opinión **inciden negativamente** en la prestación de **servicios de vida independiente** y que deben trabajarse para satisfacer sus necesidades. Indique dos (2) aspectos o factores:

**Resumen de respuestas:** Entre los factores identificados por los familiares de los consumidores que pueden incidir de forma negativa en la prestación de servicios de vida independiente se encuentran: falta de recursos económicos y la falta de disponibilidad de servicios en el centro, entre otros. Las respuestas sin editar se presentan a continuación:

<b>Factores que Inciden Negativamente en la Prestación de Servicios</b>
<i>Cuando le explican la tarea que sea precisa y clara, y no ignorarlos.</i>
<i>Falta de recursos económicos</i>
<i>Más personal para los servicios a los consumidores. Más tiempo y variedad en los servicios</i>
<i>No conozco algún centro donde se entrene para algún empleo sencillo a las poblaciones con falta de destrezas. ARV les piden que ya tengan las destrezas. Tampoco conozco centros de vivienda donde aquellas personas con necesidades especiales puedan tener su apartamento, pero que haya una supervisión parcial</i>

Servicios no están disponibles y no hay un enlace entre médicos y oficinas de servicio para personas ciegas (no hay ayuda emocional)

3. Ofrezca dos (2) recomendaciones para mejorar los **servicios de vida independiente** en los centros/proveedores según provistos:

**Resumen de respuestas:** Las recomendaciones de los familiares de los consumidores para mejorar la prestación de servicios de vida independiente incluyen más personal y recursos para ofrecer los servicios, así como aspectos de transporte. También, recomiendan mayor atención individual. Las respuestas sin editar se presentan a continuación:

<b>Recomendaciones para Mejorar la Prestación de Servicios de VI</b>
<i>Legislación para lugares públicos, baños disponibles para dar acceso a un acompañante, servicios accesibles en todas las regiones.</i>
<i>Más personal para mejorar los servicios</i>
<i>Más personal, más tiempo</i>
<i>Mayor atención individual</i>
<i>Ofrecer actividades de interés personal</i>
<i>Planta física más cómoda, más personal para un servicio más directo y más detallado para ser más eficientes</i>
<i>Reubicar las facilidades, lugar actual no es apto para los servicios necesarios</i>
<i>Aumentar los recursos humanos para más adiestramientos y más tiempo en los adiestramientos</i>
<i>Transportación</i>
<i>Transportación y alimentos</i>

4. Para CEVI, en el desarrollo de su Plan Estatal, es necesario identificar aquellas **áreas geográficas que podrían no estar siendo servidos o estar servidos por debajo del nivel esperado**. Área geográfica se refiere a un pueblo, barrio o sector. De conocer usted alguna área geográfica, agradeceremos indique la misma y su comentario en relación a los factores que podrían incidir en que no se esté sirviendo o no se esté sirviendo adecuadamente:

**Resumen de respuestas:** Entre las áreas geográficas identificadas por los familiares que no están siendo servidas o están pobremente servidas se encuentran el área Oeste y las áreas rurales. Las respuestas sin editar se presentan a continuación:

<b>Áreas Geográficas No Servidas o Pobremente Servidas</b>
<i>Área Oeste. No hay servicios para apoyar, adiestrar, e independizar a personas no videntes. A la vez se provee enlace con facultativo médico</i>
<i>Bayamón. La población es enorme y no hay muchos servicios</i>
<i>Campos</i>
<i>Levittown (Toa Baja). Servicios para la vida adulta y centros de integración para llevarlos a que no se aburran en casa. Que haya lugares de manualidades, deportes, para el desarrollo social (no es solo estudiar). Que ellos entiendan cuando hay emergencias y cuando es diversión</i>
<i>Levittown (Toa Baja). Servicios para vida adulta y centros de integración. Actividades de destrezas sociales; diversión al aire libre, aprender manualidades, y deportes que puedan manejar y tolerar. Que entiendan lo que es una emergencia y una actividad</i>

## **D. Hallazgos de Encuesta para Profesionales de los Centros y Proveedores de Servicios de Vida Independiente sobre las Necesidades de las Personas con Impedimentos en Cuanto a los Servicios de Vida Independiente**

### **Descripción de los participantes**

A manera de describir las características generales de los participantes, se analizó el sexo, la edad, los años en la prestación de servicios de vida independiente, el puesto o posición que ocupa y la Región a la que pertenece. Un total de 32 personas. De éstos, 25 (78.1%) son del sexo femenino y 7 (21.9%) del sexo masculino. Al observar la edad de este grupo, 11 (34.3%) se encontraban entre los 31 y 39 años y 8 (25%) indicaron tener entre 23 a 30 años de edad y 51 años o más respectivamente. Se auscultó entre los participantes el total de años de servicio, observándose que 10 (31.4%) tienen entre 1 y 5 años y el 28.2% indicó tener entre 6 a 10 años. Un 21.7% indicó tener 11 años o más en la prestación de servicios y 6 personas no indicaron los años de servicio. Finalmente, la distribución de los participantes por Región de servicio de MAVI/CEPVI es como sigue: Metro con 12 participantes (37.5%), Región Central y CEPVI Región Sur con 6 (18.8%) participantes cada uno, Región Este y CEPVI Oeste (noroeste y suroeste) con 3 participantes (9.4%) respectivamente, Región Norte con 1 participante (3.1%). Un participante no contestó la pregunta de la Región a la que pertenece.

**Necesidad de Capacitación.** Como última pregunta en la sección de datos de los participantes, se auscultó entre éstos sus necesidades de capacitación sobre diversos temas relacionados a las funciones que un profesional podría realizar al ofrecer servicios de **Transición a la vida en comunidad, prevención de ser institucionalizado y vida post-secundaria**. Para cada uno de los temas, el participante indicó cuán necesario es recibir capacitación formal utilizando la siguiente escala: **Cuatro (4)** - *Muy necesario* (significa que es imprescindible recibir capacitación a la mayor brevedad; **Tres (3)** - *Moderadamente necesario* (significa que es conveniente y beneficioso recibir capacitación; **Dos (2)** - *Poco necesario* (significa que sería útil recibir

capacitación pero de no recibirla no se afectaría el servicio); y **Uno (1)** - *No es necesario* (significa que se siente cabalmente capacitado en el tema).

Las Tablas 37, 38 y 39 presentan la frecuencia y el por ciento de las respuestas para cada tema y la puntuación promedio por tema de capacitación. Puntuaciones promedio que fluctúen entre **4.0 y 3.5** sugieren que es imprescindible recibir capacitación a la mayor brevedad; puntuaciones promedio entre **3.49 y 2.5** sugieren que es conveniente y beneficioso recibir capacitación sobre ese tema; puntuaciones promedio entre **2.49 y 1.5** sugieren que sería útil recibir capacitación sobre el tema, pero de no recibirla no se afectaría el servicio; y puntuaciones promedio entre **1.49 y 1.0** sugieren que el participante se siente cabalmente capacitado en el tema. Los cuatro temas de capacitación incluidos en la encuesta obtuvieron puntuaciones promedio que fluctúan entre 2.90 y 3.65, lo que sugiere que para la gran mayoría de los participantes es *conveniente y beneficioso* recibir capacitación sobre unos temas y otros que es *imprescindible recibir la capacitación* a la mayor brevedad.

**Tabla 37** - Frecuencia, por ciento y puntuación promedio por tema de capacitación – **Vida en Comunidad**

<b>¿Cuán necesario es para usted recibir capacitación formal sobre los siguientes temas relacionados al proceso de Transición para Vida en Comunidad?</b>	<b>Muy necesario</b> <i>f (%)</i>	<b>Moderadamente necesario</b> <i>f (%)</i>	<b>Poco necesario</b> <i>f (%)</i>	<b>No es necesario</b> <i>f (%)</i>	$\bar{x}$
1. Procedimientos agenciales vigentes en la prestación de servicios de Transición hacia la Vida en Comunidad.	21 (65.6%)	8 (25%)	1 (3.1%)	1 (3.1%)	3.58
2. Estrategias efectivas e innovadoras desarrolladas a nivel local para mejorar los servicios de Transición hacia la Vida en Comunidad	22 (68.8%)	8 (25%)	0 (0%)	1 (3.1%)	3.55
3. Prácticas basadas en la evidencia dirigidas a mejorar su ofrecimiento directo de servicios de Transición hacia la Vida en Comunidad ( <i>Prácticas basadas en la evidencia se refiere a estrategias que han sido estudiadas e investigadas formalmente y han sido determinadas como efectivas y recomendables.</i> )	20 (62.5%)	8 (25%)	1 (3.1%)	1 (3.1%)	3.57
4. Actividades específicas que los Centros pueden realizar durante el proceso de Transición hacia la Vida en Comunidad (ejemplo: visitar un supermercado y hacer compra).	14 (43.8%)	5 (15.6%)	9 (28.1%)	2 (6.3%)	3.03

**Tabla 38** - Frecuencia, por ciento y puntuación promedio por tema de capacitación – **Prevención de ser institucionalizado**

<b>¿Cuán necesario es para usted recibir capacitación formal sobre los siguientes temas relacionados al proceso de Transición para la Prevención de ser institucionalizado?</b>	<b>Muy necesario</b> <i>f (%)</i>	<b>Modera- damente necesario</b> <i>f (%)</i>	<b>Poco necesario</b> <i>f (%)</i>	<b>No es necesario</b> <i>f (%)</i>	$\bar{x}$
1. Procedimientos agenciales vigentes en la prestación de servicios de Transición hacia la Vida en Comunidad.	22 (68.8%)	5 (15.6%)	1 (3.1%)	1 (3.1%)	3.65
2. Estrategias efectivas e innovadoras desarrolladas a nivel local para mejorar los servicios de Transición hacia la Vida en Comunidad	21 (65.6%)	7 (21.9%)	0 (0%)	1 (3.1%)	3.65
3. Prácticas basadas en la evidencia dirigidas a mejorar su ofrecimiento directo de servicios de Transición hacia la Vida en Comunidad ( <i>Prácticas basadas en la evidencia se refiere a estrategias que han sido estudiadas e investigadas formalmente y han sido determinadas como efectivas y recomendables.</i> )	19 (59.4%)	9 (28.1%)	1 (3.1%)	1 (3.1%)	3.53
4. Actividades específicas que los Centros pueden realizar durante el proceso de Transición hacia la Vida en Comunidad (ejemplo: visitar un supermercado y hacer compra).	14 (43.8%)	6 (18.8%)	8 (25%)	2 (6.3%)	3.07

**Tabla 39** - Frecuencia, por ciento y puntuación promedio por tema de capacitación – **Transición a la vida post-secundaria**

<b>¿Cuán necesario es para usted recibir capacitación formal sobre los siguientes temas relacionados al proceso de Transición a la vida post-secundaria?</b>	<b>Muy necesario</b> <i>f (%)</i>	<b>Modera- damente necesario</b> <i>f (%)</i>	<b>Poco necesario</b> <i>f (%)</i>	<b>No es necesario</b> <i>f (%)</i>	$\bar{x}$
1. Procedimientos agenciales vigentes en la prestación de servicios de Transición hacia la Vida en Comunidad.	18 (56.3%)	7 (21.9%)	2 (6.3%)	2 (6.3%)	3.41
2. Estrategias efectivas e innovadoras desarrolladas a nivel local para mejorar los servicios de Transición hacia la Vida en Comunidad	20 (62.5%)	8 (25%)	0 (0%)	1 (3.1%)	3.62
3. Prácticas basadas en la evidencia dirigidas a mejorar su ofrecimiento directo de servicios de Transición hacia la Vida en Comunidad ( <i>Prácticas basadas en la evidencia se refiere a estrategias que han sido estudiadas e investigadas formalmente y han sido determinadas como efectivas y recomendables.</i> )	18 (56.3%)	8 (25%)	2 (6.3%)	1 (3.1%)	3.48
4. Actividades específicas que los Centros pueden realizar durante el proceso de Transición hacia la Vida en Comunidad (ejemplo: visitar un supermercado y hacer compra).	12 (37.5%)	5 (15.6%)	9 (28.1%)	3 (9.4%)	2.90

## **SECCIÓN B**

En la Sección B se le solicitó a los participantes que colocaran los 5 servicios medulares de vida independiente en orden de necesidad para ellos utilizando los números del 1 al 5, donde 1 era el de más necesidad y 5 el de menos necesidad. Los servicios se presentan en el orden de necesidad identificado por los participantes al calcular el promedio del orden otorgado entre el 1 al

5. El servicio medular más importante o de mayor necesidad para los participantes fue los servicios de destrezas de vida independiente, donde 13 (44.8%) lo identificaron como el servicio número 1 y obtuvo un promedio de 3.90 de un máximo de 5.00. Los otros servicios y el orden asignado se pueden observar en la Tabla 40.

**Tabla 40** - Frecuencia, por ciento y puntuación promedio sobre las necesidades de servicios medulares de VI de acuerdo a los Profesionales

Servicios	Columna A f (%)	Columna B $\bar{X}$	Columna B Frecuencia con la que se ofrece el servicio			Columna C Frecuencia Capacitación del personal		
			OR	OL	NO	CC	PC	NO
			f (%)	f (%)	f (%)	f (%)	f (%)	f (%)
1. Destrezas de Vida Independiente	13 (44.8%)	3.90	24 (82.8%)	2 (6.9%)	3 (10.3%)	25 (86.2%)	4 (13.8%)	0 (0%)
2. Consejería de Pares	8 (27.6%)	3.24	25 (86.2%)	3 (10.3%)	1 (3.4%)	24 (82.8%)	5 (17.2%)	0 (0%)
3. Servicios de Intercesoría	8 (27.6%)	3.00	26 (81.3%)	2 (6.9%)	1 (3.4%)	21 (72.4%)	8 (27.6%)	0 (0%)
5. Servicios de Transición	10 (31.3%)	2.93	14 (50.0%)	13 (46.4%)	1 (3.6%)	13 (44.8%)	14 (48.3%)	2 (6.3%)
4. Información y Referido	10 (34.5%)	2.62	28 (96.6%)	1 (3.4%)	0 (0%)	23 (82.1%)	5 (17.9%)	0 (0%)

**Los participantes tuvieron la oportunidad de hacer comentarios u observaciones** sobre los distintos servicios medulares. Entre las recomendaciones, se pudo observar la necesidad de expandir servicios y recursos a otras áreas geográficas fuera de la Región Metro. De igual forma se sugiere la importancia de mayor conocimiento sobre estrategias de enseñanza ante la diversidad de servicios y consumidores. Entre los temas recomendados (sin editar por los investigadores) se encuentran los siguientes:

<b>Vida independiente</b>
<i>Aprobar fondos para traer servicios a la región</i>
<i>Considerar el desarrollo de un manual de evaluación para demostrar el progreso del consumidor respecto a la meta</i>
<i>Los servicios de VI requieren una innovación, diversas formas de ofrecer adiestramientos</i>
<i>Más adiestramientos con el fin de brindar conocimiento fresco al personal y que puedan implementar nuevas estrategias de aprendizaje</i>

<i>Mayores recursos para ofrecer servicios a más personas</i>
<i>Que hayan más servicios de destrezas en el suroeste, expandir más los servicios</i>
<b>Consejería de Pares</b>
<i>Capacitación. Pienso que aunque dominamos las destrezas siempre es bueno refrescar.</i>
<i>Servicio debe ser compulsorio para reforzar el empoderamiento y destrezas en el consumidor</i>
<b>Servicios de Transición</b>
<i>Adiestramiento a empleados</i>
<i>Adiestramientos relacionados al tema: banco de datos</i>
<i>Educación continua sobre el tema</i>
<i>Necesidad de capacitación</i>
<i>Que las agencias que refieren los casos se involuven más con los CVI durante el proceso</i>
<i>Recomendable capacitar al personal para un manejo de caso adecuado</i>

## **SECCIÓN C**

**Sección C.** En esta parte de la encuesta se presentó una lista de servicios relacionados al logro de una vida independiente. Se auscultó la opinión de los participantes sobre **43 servicios** y se proveyeron espacios en blanco para que los participantes incluyeran servicio(s) adicionales. Para discriminar entre los servicios, cada participante seleccionó los **10 servicios** que representan mayor necesidad para los consumidores como profesionales que les brindan el servicio. Luego, el participante ordenó los 10 servicios seleccionados **en términos de mayor a menor necesidad**, otorgándole el número uno (1) al de mayor necesidad, el dos (2) al que representa el de segunda mayor necesidad y así sucesivamente hasta el diez (10). Para cada uno de los 10 servicios, el participante indicó si este servicio se ofrece en su centro Regularmente (**OR**), Ocasiones limitadas (**OL**), o no se ofrece (**NO**). De igual modo, los participantes debían identificar cuan capacitado está

el personal del centro para ofrecer el servicio seleccionando una de las siguientes alternativas: Cabalmente capacitado **CC**, Parcialmente capacitado **PC**, No está capacitado **NO**. Los resultados se presentan en la Tabla 41. Las puntuaciones promedio en esta sección fluctúan **entre un mínimo de 1.0 y un máximo de 10.0**, entendiéndose que a mayor promedio mayor la necesidad de ese servicio al compararse con los demás servicios en la lista.

La Tabla 41 incluye los 9 servicios identificados por los participantes como más necesitados. De los 43 servicios incluidos en la encuesta, los identificados por los profesionales como mayor necesidad para los consumidores son los siguientes: el 6. *Orientación y movilidad* (identificado por el 50% de los participantes con un promedio de 6.50); el 4. *Manejo de presupuesto* (con un 46.9%); 14. *Referidos a empleo sostenido* (identificado por un 43.8%); 2. *Confección de alimentos* y 12. *Alfabetización* (con un 40.6% respectivamente); 1. *Higiene personal* (37.5%); 20. 3. *Mantenimiento del hogar*, 5. *Uso de transportación pública*, y 13. *Consejería de pares para orientar y compartir información* (con un 34.4% cada uno).

**Tabla 41** - Frecuencia, porciento y puntuación promedio para necesidad de servicio entre los participantes profesionales proveedores de los servicios de vida independiente.

Servicios	Columna A f (%)	Columna B $\bar{x}$	Columna C Frecuencia Ofrecimiento del Servicio			Columna D Frecuencia Capacitación del personal		
			OR f (%)	OL f (%)	NO f (%)	CC f (%)	PC f (%)	NO f (%)
			2. Confección de alimentos	13 (40.6%)	7.00	19 (95.0%)	1 (5.0%)	0 (0%)
1.Higiene Personal	12 (38.7%)	6.90	15 (93.8%)	1 (6.3%)	0 (0%)	12 (92.3%)	1 (7.7%)	0 (0%)
4.Manejo de presupuesto	15(46.9%)	6.84	14 (73.7%)	5 (26.3%)	0 (0%)	11 (68.8%)	5 (31.3%)	0 (0%)
5.Uso de transportación pública	11(34.4%)	6.45	8 (50.0%)	5 (31.3%)	3 (18.8%)	13 (86.7%)	2 (13.3%)	0 (0%)
12.Alfabetización	13 (40.6%)	5.85	2 (12.5%)	2 (12.5%)	12 (75.0%)	6 (42.9%)	2 (14.3%)	6 (42.9%)
13. Consejería de pares para orientar y compartir información	11(34.4%)	5.75	12 (92.3%)	1 (7.7%)	0 (0%)	12 (100%)	0 (0%)	0 (0%)
3. Mantenimiento del hogar	11(34.4%)	3.87	14 (87.5%)	2 (12.5%)	0 (0%)	13 (86.7%)	2 (13.3%)	0 (0%)
25. Referido a empleo sostenido	14 (43.8)	3.67	6 (33.3%)	7 (38.9%)	5 (27.8%)	10 (58.8%)	5 (29.4%)	2 (11.8%)
6.Orientación y movilidad	16 (50%)	3.54	12 (63.2%)	7 (36.8%)	0 (0%)	11 (73.3%)	3 (20.0%)	1 (6.7%)

**Los participantes tuvieron la oportunidad de hacer comentarios u observaciones** sobre los distintos servicios vida independiente. Entre las recomendaciones, se pudo observar la necesidad de trabajar aspectos de transportación y colaboración entre agencias. Además, se sugiere la importancia de proveer adiestramientos al personal que provee los talleres a los consumidores para mejorar destrezas de enseñanza. Los comentarios y/o recomendaciones (sin editar por los investigadores) son las siguientes:

<b>Comentarios y/o Recomendaciones</b>
<i>Mejorar la comunicación entre agencias que ofrecen el servicio de empleo sostenido.</i>
<i>Los referidos a empleo sostenido no se realizan debido al protocolo de agencias, y de haberse realizado alguno este nmo tiene ningún resultado.; sugiero se abarque en el área y no se limite a realizar resume y preparar para una entrevista.</i>
<i>Los municipios de la montaña no tienen transportación; recomiendo realizar mas orientaciones a consumidores y transportistas sobre el proceso de tomar transportación pública en los pueblos más pequeños de la isla.</i>
<i>Adiestramiento y movilidad: este servicio es apremiante por la demanda, sugiero sea parte del plan compulsorio.</i>
<i>Literacia en computadoras: esta área la solicitan mucho y el área sur no la tiene de forma gratuita.</i>
<i>Alfabetización: uno de los servicios de mayor demanda en el centro actualmente.</i>
<i>Intercesoría: Se necesita realizar mas actividades de intercesión de sistemas para llegar a la comunidad y crear cambios.</i>
<i>8. Adiestrar mejor al personal sobre estrategias de enseñanza en cuanto a las destrezas de toma de decisiones.</i>

## **SECCIÓN D**

**Sección D.** En esta parte de la encuesta se auscultó la opinión de los participantes sobre las necesidades de los de los Servicios de Vida Independiente en Función de la Edad y Tipo de Impedimento. Se auscultó la opinión de los participantes sobre 43 servicios y se proveyeron

espacios en blanco para que los participantes incluyeran servicio(s) adicionales. Los participantes debían indicar para cuál grupo de edad y la condición el servicio es más necesario. Los resultados se presentan en en el **Anejo E**.

En el **Anejo E** se presenta la Tabla de Frecuencia y por ciento para cada área de necesidad de servicio de los consumidores según el grupo de edad y la condición según identificado por los profesionales que prestan los servicios. En general, los participantes indicaron que los servicios son más necesarios para el grupo de edad de 25 a 52 años de edad, con excepción de los servicios *25. Referidos a empleo sostenido* y *26. Servicios de preparación para empleo en su centro*, donde la mayor parte de los participantes (55.6% y 62.5% respectivamente) indicaron que el servicio es más necesario entre las edades de 20 a 24 años de edad. En cuanto a las condiciones, las respuestas muestran mayor variabilidad según se puede observar en la Tabla del Anejo E.

## **SECCIÓN E**

**Sección E.** En esta parte de la encuesta se auscultó la opinión de los participantes sobre las necesidades de los consumidores sobre otros servicios de vida independiente. Se auscultó la opinión de los participantes sobre 39 servicios y se proveyeron espacios en blanco para que los participantes incluyeran servicio(s) adicionales. Para discriminar entre los servicios, cada participante seleccionó los **diez (10) servicios** que representan mayor necesidad entre los consumidores. Luego, el participante ordenó los 10 servicios seleccionados **en términos de mayor a menor necesidad**, otorgándole el número uno (1) al de mayor necesidad, el dos (2) al que representa el de segunda mayor necesidad y así sucesivamente hasta el diez (10). Para cada uno de los 10 servicios, el participante indicó cuan frecuente se ofrece el servicio en su centro seleccionando una de las siguientes alternativas: Ofrece Regularment **OR**, Limitadas ocasiones **OL**, No se ofrece **NO**. Los resultados se presentan en la Tabla 42. Las puntuaciones promedio en esta sección fluctúan **entre un mínimo de 1.0 y un máximo de 10.0**, entendiéndose que a

mayor promedio mayor la necesidad de ese servicio al compararse con los demás servicios en la lista.

La Tabla 42 incluye los 10 servicios identificados por los participantes como más necesitados. De los 39 servicios incluidos en la encuesta, el servicio identificado por el número más alto de participantes, con un 53.1% de los encuestados, fue *manejo de dinero*. Sin embargo, el servicio identificado como de mayor necesidad de acuerdo al orden de necesidad otorgado por los participantes, fue *30. Conocer sus datos personales básicos (nombre, dirección, seguro social)* con un 46.9% y un promedio de 7.73. Los servicios identificados con mayor necesidad son los siguientes: *25. Manejo de dinero* (53.1% y un promedio de 6.82) y *20. Preparar/cocinar platos sencillos* (46.9% y un promedio de 6.73). Otros servicios de mayor necesidad se observan en la

#### Tabla 42.

**Tabla 42** - Frecuencia, por ciento y puntuación promedio para necesidad de servicio de los consumidores de servicios de vida independiente según identificados por los profesionales.

Servicios	Columna A f (%)	Columna B $\bar{x}$	Columna C		
			Frecuencia Capacitación del personal		
			CC f (%)	PC f (%)	NO f (%)
30. Conocer sus datos personales básicos (nombre, dirección, seguro social)	15(46.9%)	7.73	12 (63.2%)	3 (15.8%)	4 (21.1%)
17. Manejo de dinero	17 (53.1%)	6.82	17 (53.1%)	4 (12.5%)	1 (3.1%)
20. Preparar/cocinar platos sencillos	15(46.9%)	6.73	16 (84.2%)	0 (0%)	3 (15.8%)
12. Aseo personal	12(37.5%)	6.67	11 (78.6%)	2 (14.6%)	1 (7.1%)
29. Reconocer las señales de peligro y precaución	10 (31.3%)	6.10	7 (50.0%)	5 (36.7%)	2 (14.3%)
16. Utilizar una estufa	11(34.4%)	5.18	14 (87.5%)	0 (0%)	2 (12.5%)
35. Solicitar o pedir un acomodo para realizar un trabajo	11(34.4%)	5.00	11 (68.8%)	5 (31.3%)	0 (0%)
39. Relacionarse con otras personas	13 (40.6%)	4.27	11 (73.3%)	3 (20.0%)	1 (6.7%)
27. Utilizar ATH	10(31.3%)	4.11	7 (46.7%)	4 (26.7%)	4 (26.7%)
12. Limpieza de baños y cuartos	13 (40.6%)	3.50	14 (82.4%)	2 (11.8%)	1 (5.9%)

## **SECCIÓN F**

**Sección F – Servicios Complementarios.** En esta parte de la encuesta se auscultó la opinión de los participantes sobre las necesidades de los consumidores sobre otros servicios de vida independiente. Se auscultó la opinión de los participantes sobre 15 servicios y se proveyeron espacios en blanco para que los participantes incluyeran servicio(s) adicionales. Para discriminar entre los servicios, cada participante seleccionó los **cinco (5) servicios** que representan mayor necesidad entre los consumidores. Luego, el participante ordenó los 5 servicios seleccionados **en términos de mayor a menor necesidad**, otorgándole el número uno (1) al de mayor necesidad, el dos (2) al que representa el de segunda mayor necesidad y así sucesivamente hasta el cinco (5). Para cada uno de los 5 servicios, el participante indicó cuan frecuente se ofrece el servicio en su centro seleccionando una de las siguientes alternativas: Ofrece Regularment **OR**, Limitadas ocasiones **OL**, No se ofrece **NO**. Los resultados se presentan en la Tabla 43. Las puntuaciones promedio en esta sección fluctúan **entre un mínimo de 1.0 y un máximo de 5.0**, entendiéndose que a mayor promedio mayor la necesidad de ese servicio al compararse con los demás servicios en la lista.

La Tabla 43 incluye los 5 servicios identificados por los participantes como más necesitados. De los 15 servicios incluidos en la encuesta, el servicio de mayor necesidad identificado por el número más alto de participantes, con un 62.5% de los encuestados, fue *Servicios de transportación*.

**Tabla 43** - Frecuencia, porcentaje y puntuación promedio para necesidad de otros servicios complementarios de los consumidores de servicios de vida independiente según los Profesionales.

Servicios	Columna A f (%)	Columna B $\bar{x}$	Columna C Frecuencia Ofrecimiento del Servicio		
			OR f (%)	OL f (%)	NO f (%)
11.Servicios de transportación (provision de, o arreglos para la prestación de transporte accesible).	20 (62.5%)	3.67	9 (42.9%)	9 (42.9%)	3 (14.3%)
3. Servicios de adiestramiento en movilidad (movilidad en espacios privados y públicos, transportación publica, obtener licencia, etc.)	15 (46.9%)	3.43	11 (57.9%)	7 (36.8%)	1 (5.3%)
1.Servicios de cuidado en el hogar/ Servicios de asistencia personal para las actividades de diario vivir.	12 (37.5%)	3.33	5 (23.8%)	8 (38.1%)	8 (38.1%)
10.Servicios de apoyo e intercesión para obtener servicios o beneficios a los que tiene derecho, pero pueden ser difícil de adquirir.	14 (43.8%)	3.08	14 (82.4%)	3 (17.6%)	0 (0%)
5.Conseguir un empleo	14 (43.8%)	2.33	8 (42.1%)	6 (31.6%)	5 (26.3%)

## **SECCIÓN G**

**Sección G.** En esta parte de la encuesta se auscultó la opinión de los participantes sobre diversos aspectos relacionados a **accesibilidad y administración** de las instalaciones físicas y de los servicios que se ofrecen en los centros. Los participantes debían indicar cuán adecuados consideraban los servicios utilizando la escala: **Muy adecuado, Poco adecuado y No es adecuado**. Los resultados se presentan en la Tabla 44.

La Tabla 44 incluye los 16 servicios o aspectos presentados sobre los cuales los participantes emitieron su opinión. En general, los servicios fueron evaluados como muy adecuados por la mayor parte de los participantes. Para efectos del análisis de la opinión de los participantes, las puntuaciones promedio para cada área tendrán el siguiente significado: Muy Adecuado – 3.00 a 2.50; Poco Adecuado – 2.49 a 2.00; No es Adecuado – 1.99 a 1.00.

La puntuación promedio obtenida entre todos los participantes (29) a través de todos los ítems (16) de esta sección fue de 2.78. En términos globales, esta puntuación promedio es una muy alta la cual sugiere una opinión muy favorable de los participantes con respecto a la accesibilidad y aspectos administrativos de los Centros. Por otra parte, al analizar de forma global las respuestas de los participantes, se observó que el 100% de éstos obtuvo puntuaciones

promedio que fluctuaron entre 3.0 y 2.36, lo que sugiere una opinión entre favorable y muy favorable en estas áreas. El aspecto en el que se observó mas variabilidad en las respuestas fue *estacionamiento en los centros de servicio*, donde se puede observar el promedio más bajo, 2.36. En este aspecto el 50% de los participantes piensa que el mismo es *Adecuado*, no obstante, el 35.7% indicó que es *Poco Adecuado* y el 14.3% indicó *No ser Adecuado*. En resumen, todos los aspectos relacionados a la accesibilidad y los aspectos administrativos de los centros fueron evaluados favorablemente por al menos el 85% de los participantes.

**Tabla 44** – Accesibilidad y Otros Aspectos Administrativos - Profesionales

<b>Actividad</b>	<b>Muy adecuada</b> <b>3</b> <b>f (%)</b>	<b>Poco adecuada</b> <b>2</b> <b>f (%)</b>	<b>No es adecuada</b> <b>1</b> <b>f (%)</b>	<b>Promedio</b> $\bar{x}$
1. Accesibilidad de instalaciones físicas.	28 (96.6%)	1 (3.4%)	0	2.96
2. Espacios adecuados para las actividades programáticas.	24 (82.8%)	5 (17.2%)	0	2.83
3. Localización de las instalaciones físicas.	25 (89.3%)	3 (10.7%)	0 (0%)	2.89
4. Horario de servicios.	26 (92.9%)	2 (7.1%)	0 (%)	2.93
5. Estacionamiento de las instalaciones físicas.*	14 (50.0%)	10 (35.7%)	4 (14.3%)	2.36*
6. Transportación.*	19 (67.9%)	7 (25.0%)	2 (7.1%)	2.61
7. Estrategias de divulgación sobre los servicios.	28 (96.6%)	0 (0%)	1 (3.4%)	2.93
8. Tiempo por el que se ofrecen los servicios.	24 (82.8%)	5 (17.2%)	0 (0%)	2.83
9. Tiempo que toma comenzar a recibir los servicios.	22 (75.9%)	6 (20.7%)	1 (3.4%)	2.72
10. Tiempo que toma efectuar los referidos recomendados.	23 (79.3%)	4 (13.8%)	2 (6.9%)	2.72
11. Tiempo que toma efectuar las coordinaciones interagenciales.	18 (66.7%)	9 (33.3%)	0 (0%)	2.67
12. Equipo adecuado para ofrecer los servicios.	23 (85.2%)	2 (7.4%)	2 (7.4%)	2.78
13. Disponibilidad del presupuesto otorgado	16 (66.7%)	6 (25.0%)	2 (8.3%)	2.58
14. Capacitación del personal del Centro para ofrecer los servicios de VI	25 (89.3%)	3 (10.7%)	0 (0%)	2.89
15. ¿Son adecuados los procesos de evaluación internos para el logro de metas?	23 (85.2%)	4 (14.8%)	0 (0%)	2.85
16. Supervisión y retroalimentación del personal de servicio directo	25 (92.6%)	2 (7.4)	0 (0%)	2.92

## **SECCIÓN H**

**Sección H - Preguntas Abiertas.** En esta parte de la encuesta se auscultó la opinión de los participantes en torno a temas **relacionados a los servicios de vida independiente y la vida independiente**. Se presentaron **siete (7) preguntas** las cuales se discuten a continuación.

1. Mencione los cinco (5) servicios que en general, más necesitan los consumidores para desarrollar las destrezas que le permitan vivir de manera independiente.

**Resumen de respuestas:** Las respuestas de los profesionales se pueden agrupar en las siguientes áreas: empleo, transportación, destrezas de vida independiente, en particular aspectos de manejo de presupuesto. Además, otro tema recurrente parece ser mayor participación de la familia en el proceso de desarrollo de destrezas de vida independiente. Algunas de las respuestas de los profesionales sin editar se presentan a continuación:

<b><i>Servicios Necesarios para la Vida Independiente</i></b>
<i>Orientación sobre agencias de empleabilidad</i>
<i>Destrezas pre-empleo</i>
<i>Capacitación en el uso y manejo de presupuesto</i>
<i>Adiestramiento sobre uso y manejo de equipos tecnológicos y manejo saludable de emociones</i>
<i>Alfabetización</i>
<i>Higiene personal</i>
<i>Manejo de presupuesto</i>
<i>Consejería de pares</i>
<i>Intercesión</i>
<i>Grupos de apoyo</i>
<i>Aseo personal</i>
<i>Cuidado propio</i>
<i>Cuidado del hogar</i>
<i>Uso de transportación</i>
<i>Confeccionar alimentos</i>
<i>Utilizar transporte público</i>
<i>Toma de decisiones</i>

Vivienda
Mayor compromiso de la familia; apoyo familiar

2. En su experiencia como profesional que presta servicios a persona con impedimentos que recibe servicios de vida independiente, es posible que usted haya identificado otros factores (no clasificados como servicios) que en su opinión **inciden negativamente** en la prestación de **servicios de vida independiente** y que deben trabajarse para satisfacer sus necesidades. Indique dos (2) aspectos o factores.

**Resumen de respuestas:** Entre los factores que inciden negativamente en la prestación de servicios se encuentran: Apoyo familiar y la continuidad de los servicios en el hogar, las ausencias de los participantes sin previa notificación, y aspectos económicos. Otro aspecto identificado es la falta de recursos económicos y por consiguiente de disponibilidad de servicios en unas áreas geográficas en particular. Finalmente, también se identificó los casos significativos y la falta de personal y/o tiempo para dedicarle a esta población como un factor que pueden incidir en la prestación de servicios. Las respuestas sin editar se presentan a continuación:

<b>Factores que Inciden Negativamente en la Prestación de Servicios</b>
<i>Apoyo familiar; Compromiso de los padres/encargados/familiares; En el caso de mi experiencia el mayor problema que se enfrenta al brindar los servicios de vida independiente es el apoyo de los familiares en el proceso de aprendizaje. No se realiza un esfuerzo de destrezas, lo que provoca que el consumidor tarde más en aprenderla; poco apoyo de sus familias; En mis años de experiencia he observado que la edad de los padres y la falta de apoyo o retroalimentación en el hogar afecta negativamente esa meta de ese consumidor, adquirir y mantener esas destrezas de diario vivir; Falta de apoyo familiar; Muchos padres no comprenden la condición de su hijo y por tal razón no prestan atención a las herramientas necesarias; Falta de apoyo familiar; Sobreprotección de los padres.</i>
<i>Falta de transportación</i>
<i>Muchos servicios que se ofrecen en el área metropolitana no se proveen en otras regiones</i>
<i>Pocos servicios en la comunidad</i>

<i>El que el gobierno y la comunidad no cumplan con las leyes existentes.</i>
<i>Prejuicios, educación, experiencia, y valores de los empleados*</i>
<i>Servicios de transportación; Falta de transportación pública o municipal</i>
<i>Cantidad de trabajo para brindarle el servicio con poco personal: tiempo para trabajar casos con impedimentos más significativos</i>
<i>La población no es participaria en la política pública de este país</i>

3. Ofrezca dos (2) recomendaciones para mejorar los **servicios de vida independiente** en los centros/proveedores

**Resumen de respuestas:** Las recomendaciones de los profesionales para mejorar los servicios de vida independiente en los centros/proveedores incluyen fondos para proveer servicios y mayor participación de la familia. Por otra parte, también se sugiere capacitación para el personal sobre nuevas estrategias de enseñanza de destrezas a los consumidores y uso de equipos de asistencia tecnológica. Las respuestas de los participantes sin editar se presentan a continuación:

<b>Recomendaciones para Mejorar la Prestación de Servicios de Vida Independiente</b>
<i>Apoyo familiar.</i>
<i>Aprobar nuevos fondos para traer destrezas de VI a la región.</i>
<i>Capacitación continua en todas las áreas de servicio.</i>
<i>ARV conseda espacio a los centros para referir casos al programa de empleo sostenido. Fondos para mejorar los servicios. Capacitación del personal en modelos de enseñanza modernos o modernizar el servicio de VI.</i>
<i>El adiestramiento constante y las orientaciones relacionadas a la filosofía de VI y sus áreas permite que el personal reconozca el modelo de visión sobre discapacidad que utilizamos para brindar los servicios.</i>

<i>Integrar más el núcleo familiar.</i>
<i>Más recursos económicos para poder costear todos los gastos operacionales de los centros y contratar más empleados ya que tenemos diez municipios, 300 expedientes (consumidores) y tres empleadas.</i>
<i>Más variedad de servicios, más fondos para mejorar la transportación.</i>
<i>Mayor compromiso del personal con los consumidores, de los consumidores con ellos mismos. Familia se debe integrar más.</i>
<i>Mayores recursos económicos. Sensibilidad de los que hacen las leyes y política pública.</i>
<i>Ofrecer adiestramientos de VI en nuestra región (noroeste).</i>
<i>Ofrecer adiestramientos de VI en nuestra región (suroeste).</i>
<i>Personal capacitado. Usar equipo asistivo y accesible para los consumidores</i>
<i>Realizar diversas estaciones sobre los servicios de VI en un mismo salón, en el cual puedan recibir los mismos de manera simultánea.</i>
<i>Recomendaría preparar al personal en áreas de educación para aumentar los conocimientos sobre enseñanza</i>
<i>Servicio de transportación que vaya más allá de la zona metro. Trabajo interagencial simultáneo</i>
<i>Tener un técnico de VI para trabajar los casos más significativos y que por lo tanto requieren más tiempo o liberar a los técnicos de VI de las múltiples tareas que le restan tiempo para atender a las personas con impedimentos más significativos</i>

4. Para CEVI, en el desarrollo de su Plan Estatal, es necesario identificar aquellas personas con impedimentos que pertenecen a grupos **que podrían no estar siendo servidos o estar servidos por debajo del nivel esperado**. De conocer usted algún grupo, agradeceremos indique el grupo y su comentario en relación a los factores que podrían incidir en que no se estén sirviendo o no se estén sirviendo adecuadamente:

**Resumen de respuestas:** Los grupos identificados por los profesionales como poblaciones que no están siendo servidas o son servidas por debajo de lo esperado incluyen a las personas

sordas, personas ciegas y personas con impedimentos significativos. Las respuestas de los participantes sin editar se presentan a continuación:

<b>Grupos No Servidos o Servidos por Debajo de lo Esperado</b>
<i>ciegos. No hay clases de braille ni de orientación y movilidad. Solo se ofrecen una vez al año en la región sur, muy pocas horas y un grupo de 10 personas</i>
<i>Sordos. requieren muchos servicios de información e intercesión por la falta de acceso a la comunicación</i>
<i>Grupo de escuelas con impedimentos más significativos. Los mismos requieren mucho tiempo de adiestramiento incluso en el hogar, para que pueda haber aprendizaje. Lamentablemente las propuestas apuntan a números y no calidad.</i>
<i>Impedimentos más significativos. Son los que no cualifican para servicios en ARV y no pueden obtener recursos económicos. Muchas veces los padres tienen que dejar los trabajos para cuidarlos y el problema económico los mantiene en sus casas sin la posibilidad de acceso a servicios necesarios, no tienen transportación.</i>
<i>Movilidad. personas que utilizan silla de rueda, pero no tienen los recursos para tener un vehículo adaptado</i>
<i>sordos. falta de acomodo razonable e intérpretes en diversas agencias de servicio público</i>
<i>Jóvenes adultos con impedimentos- hay varios servicios para niños y viejos, pero se da por sentado que los jóvenes adultos tienen capacidad y herramientas de valerse por si mismos</i>
<i>sordos. Población vulnerable. Siempre hay un líder</i>
<i>Sordos. pocas personas pueden comunicarse con ellos</i>
<i>Deficiencia intelectual</i>

5. Para CEVI, en el desarrollo de su Plan Estatal, es necesario identificar aquellas **áreas geográficas que podrían no estar siendo servidos o estar servidos por debajo del nivel esperado**. Área geográfica se refiere a un pueblo, barrio o sector. De conocer usted alguna área geográfica, agradeceremos indique la misma y su comentario en relación a los factores que podrían incidir en que no se esté sirviendo o no se esté sirviendo adecuadamente:

**Resumen de respuestas:** Los grupos identificados por los profesionales como áreas geográficas que no están siendo servidas o son servidas por debajo de lo esperado incluyen los pueblos de Aibonito, Patillas. Área Oeste y Centro de la isla, Culebra y Vieques, entre otros. Las respuestas de los participantes sin editar se presentan a continuación:

<b>Áreas Geográficas no Servidas o servidas por Debajo de lo Esperado</b>
<i>Aibonito. Los consumidores viven en Aibonito es difícil para transportación porque no pueden llegar al centro.</i>
<i>Patillas. es difícil para transportación, la mayoría viven en el barrio. Arroyo difícil para transportación.</i>
<i>Área oeste y centro: No hay centros de VI cercanos ni la transportación pública adecuada.</i>
<i>Central debido a la alta pobreza, desconocimiento sobre los servicios, transportación entre otros.</i>
<i>Coamo, Santa Isabel y Adjuntas no están dentro de las regiones a cubrir por lo fondos federales solo se atienden de forma limitada con fondos legislativos solo por 4 o 5 días al año.</i>
<i>Culebra y Vieques. La transportación ida y vuelta es insegura en término de espacio de asientos, tiempo de viaje y disponibilidad de embarcación. La transportación por su parte conlleva un costo que dificulta utilizarla continuamente. Por otro lado, la transportación terrestre es afectada por la necesidad de rentar un vehículo y por el proceso de transportar un vehículo ida y vuelta por varios días consecutivos para proveer servicios continuos por un periodo de tiempo.</i>
<i>Oeste. el área oeste debe ser impactada con los servicios de los centros de VI como MAVI, área centro los servicios deben ser más accesibles o la transportación.</i>
<i>Orocovis, Toa Alta. El municipio carece de servicios generales para la población. Una persona solamente hace que el servicio sea limitado. Ser solo centro de información y referido limita las oportunidades para este grupo.</i>
<i>Barranquitas – Naranjito, el municipio consta con pocos servicios para la población. Un centro de información y referido no siempre responde a las necesidades individuales de PCI. Ampliar los servicios facilitaría la VI de los consumidores.</i>
<i>Zona sureste no hay servicios de transportación.</i>
<i>Zonas rurales. Muchas de esas personas viven lugares lejanos o poco accesibles.</i>

6. Mencione dos temas que recomendaría para fortalecer la capacitación profesional del personal a cargo de ofrecer servicios de Transición.

**Resumen de respuestas:** Entre los temas relacionados a transición identificados por los profesionales incluyen transición a la vida en comunidad, así como las coordinaciones entre agencias, leyes, y barreras que envuelve dicho proceso. Las respuestas de los participantes sin editar se presentan a continuación:

<b>Capacitación sobre Transición</b>
<i>Autoestima y liderazgo.</i>
<i>Criterios a evaluar para determinar si es un caso de transición y de que tipo.</i>
<i>Agencias, centros y lugares disponibles para realizar la misma.</i>
<i>Diferentes impedimentos y estrategias para trabajar con las personas que los poseen. Cómo identificar a los jóvenes con impedimento si tienen aptitud para emplearse.</i>
<i>Inclusión de la familia en el proceso de transición.</i>
<i>Leyes y procesos de transición.</i>
<i>Manejo de emociones para personas que tienen impedimentos emocionales. Manejo de expedientes y consejería.</i>
<i>Escoger una persona por cada centro donde se trabaje un proceso de desintitucionalización completo o uno de un hogar sustituto que tenga impedimentos y trabajar el proceso de transición completo llevarlos como taller de capacitación.</i>
<i>Servicios de transición a la vida en comunidad. Barreras para lograr la transición de la institución a la vida en comunidad.</i>
<i>Servicios disponibles en la comunidad. Diferentes pasos o estrategias para lograr transición efectiva en diferentes áreas.</i>

7. Mencione dos (2) áreas que entiende que se deben atender para mejorar la red de vida independiente y haga recomendaciones para atender las mismas.

**Resumen de respuestas:** En general, los participantes han identificado los recursos económicos como una de las recomendaciones principales a ser atendidas por la red de vida independiente. Las respuestas de los participantes sin editar se presentan a continuación:

<b>Red de VI</b>
<i>Ampliar los servicios que son solo centros de información y referido. Aumentar fondos económicos para dichas regiones.</i>
<i>Capacitación. Más recursos económico.</i>
<i>Espacio o lugar de los centros vs los municipios que sirven.</i>
<i>Presupuesto adecuado.</i>
<i>Tecnología. Destrezas de vida independiente para poder realizar las mismas con equipos adecuados.</i>

## **E. Hallazgos de la Encuesta Digital**

### Encuesta Digital de Necesidades de Servicios de Vida Independiente

Con el propósito de impactar aquella población de personas con impedimentos que no se encuentra recibiendo servicios de vida independiente, se desarrolló una encuesta por medio electrónico, a través de *Microsoft Forms*. Esta encuesta se titula: **Encuesta de Necesidades de Servicios de Vida Independiente**. La encuesta contiene 17 preguntas que exploran conocimiento sobre los servicios de vida independiente, las posibles necesidades en el área vida independiente, el centro más cercano donde podrían recibir los servicios, así como necesidades luego de una emergencia, como lo fue el Huracán María en el 2017. El propósito de la encuesta fue recopilar información sobre la necesidad e interés de estas personas por recibir servicios de vida independiente.

En la encuesta participaron 34 personas, de estas 21 (64.0%) eran del sexo femenino y 12 (36.0%) se identificaron como masculino. Las edades de los participantes fluctuaron entre los 18 y los 54 años. Al explorar el pueblo de residencia, 10 personas (30.3%) indicaron ser del área metropolitana (San Juan, Bayamón), 8 del área Norte (Toa Baja, Vega Baja, Camuy, Lares, Hatillo, Arecibo, Florida) 7 (21.2%) del área sur (Ponce, Guayanilla, Coamo), 4 (12.1%) (Caguas, Humacao) y un participante del pueblo de Loiza. Al explorar el área de discapacidad del participante, 17 personas (51.5%) indicaron tener una condición física, 12 (36.4%) una condición mental/emocional, 6 (18.2%) cognitivo y auditivo, respectivamente y 2 (6.1%) visual. El 79% (26 personas) nunca han recibido servicios de vida independiente. Al explorar si conocen lo que es un centro de vida independiente, 19 personas (59%) indicaron no conocerlos. Por otra parte, 27 (82%) personas indicaron nunca haber sido referidos a un centro de VI. Los que fueron referidos indicaron haber sido referidos por una maestra o el Departamento de Educación. En cuanto a la distancia/tiempo que estarían dispuestos a viajar para recibir los servicios, 14 (45.2%) participantes están dispuestos a viajar entre 20 a 30 minutos para llegar a un centro a recibir servicios, 6 (19.3%) de 30 a 60 minutos, 4 (13%) personas indicaron no estar dispuestos o no poder viajar. Los participantes indicaron que el centro mas cercano seria MAVI Región Metro, 12 (36.4%), 7 (21.2%) Región Norte – Arecibo, 5 (15.1%) CEPVI Región Sur - Ponce, 3 (9.1%) MAVI Región Central – Caguas. Por otra parte, 3 (9.1%) personas indicaron que todos los centros están lejos y otras 3 (9.1%) indicaron que no sabrían a cuál centro podrían acudir.

Entre los servicios medulares necesarios, 22 (71.8%) identificaron destrezas de vida independiente como el servicio más necesario, 14 (43.7%) Información y referido, 13 (40.6%) Intercesoría, 10 (31.2%) Consejería de Pares, y 12 (37.5%) servicios de transición a la vida en comunidad y de la escuela a la vida post secundaria. Entre otros servicios complementarios identificados por los participantes se encuentran: Empleo sostenido (19, 57.5%), capacitación y liderazgo y actividades sociales en la comunidad (14, 42.4%, respectivamente), equipo de

asistencia tecnológica y manejo y preparación de emergencias (12, 36.3% respectivamente); adiestramiento para el uso de computadoras y equipo (10, 30.3%); adiestramiento en movilidad (5, 15.1%); y lenguaje de señas (4, 12.1%). De igual modo se exploró que servicios los participantes entendían no están disponibles en la comunidad. Servicios de apoyo en la búsqueda de empleo (19, 57.5%) y servicios de transportación (16, 48.4%) fueron identificados como los más necesarios y que no están disponibles en la comunidad. Servicios relacionados a vivienda (12, 36.3%) y asistencia en el hogar (10, 30.3%) fueron otros dos servicios identificados como necesarios. Entre las barreras identificadas para obtener servicios necesarios se encuentran: Falta de acceso a la información (12, 37.5%), Falta de transportación (10, 31.2%) y Servicios no disponibles (9, 28.1%), como las tres barreras principales para obtener los servicios que necesitan. Se exploró cuál sería la forma más conveniente para recibir los servicios. La mayor parte de los participantes indicaron por correo electrónico (24, 75.0%), seguido por teléfono (20, 62.5%) y por video conferencia (15, 46.8%). Finalmente, se exploró en caso de una emergencia como el Huracán María, qué servicio, apoyo, equipo o producto fue el más importante para su calidad de vida y salud. Apoyo emocional, y electricidad para cargar equipos de asistencia tecnológica fueron los servicios más identificados.

#### **F. Hallazgos de Grupo Focal con Consumidores**

Según establecido en la sección de metodología, el Grupo Focal para los consumidores fue diseñado para validar la información recopilada a través de las encuestas, así como compensar cualquier información que no se haya obtenido a través de estas. Las preguntas guías de este Grupo Focal estuvieron dirigidas a levantar evidencia sobre la adecuación de los servicios recibidos, factores que promueven el que la persona pueda vivir de forma independiente y por otra parte, cuáles son aquellos factores que inciden negativamente en la prestación de servicios de los centros.

El grupo quedó constituido por trece (13) consumidores que ya han recibido servicios de vida independiente, un moderador y un anotador. Entre los impedimentos señalados por los

participantes se incluyen impedimentos visuales, cognoscitivos, mental/emocional y condiciones físicas. Las preguntas guías utilizadas para conducir el Grupo Focal de los consumidores y sus repuestas se presentan a continuación:

**Pregunta 1.** ¿Ustedes consideran que pueden vivir de manera independiente o solos?

De los 13 consumidores, 8 de ellos viven o podrían vivir de manera independiente. No obstante, estos expresaron algunas áreas que tendrían que reforzar para vivir de manera independiente. Entre las áreas mencionadas se encuentra la confección de alimentos, manejo de presupuesto, y el uso de la transportación pública. En cuanto a la confección de alimentos, los consumidores expresaron la importancia de seguir practicando. Por su parte, uno de los participantes expresó que gracias a los talleres de destrezas de vida independiente (confección de alimentos, orientación y movilidad) hoy día vive de manera independiente.

**Pregunta 2.** ¿Qué servicios recibieron aquí en el Centro que les haya ayudado a vivir de manera independiente?

Entre los servicios recibidos se encuentran confección de alimentos, mantenimiento del hogar, orientación y movilidad, Intercesoría, actividades recreativas (excursiones,) manualidades y la academia de líderes. Por su parte, el conocimiento de los derechos fue uno de los aspectos en el que los participantes concurren que les ha ayudado en su vida independiente. Otros servicios recibidos fueron talleres en el área de mantenimiento del hogar, manejo de emociones y computadora, así como orientación para empleo a través del Boleto al Trabajo. También, se exploró cuáles han sido los retos de vivir de manera independiente. Los participantes expresaron la falta de sensibilidad y conocimiento de la comunidad como uno de los retos más significativos.

**Pregunta 3.** ¿Cómo se transporta o transportaron mientras recibían servicios en el centro?

En general, los participantes expresaron viajar con sus familiares o en su vehículo propio. Entienden se debe trabajar más el área de uso transportación pública, lo cual es consistente con los hallazgos de las encuestas. Muchos de los consumidores caminan porque no hay

transportación pública disponible. Estos expresaron la falta de una guagua de MAVI para transportar a los consumidores. Se entiende que principalmente, para aquellos consumidores que no residen en áreas urbanas, la transportación es un dilema mayor. Los participantes dependen de familiares y/o conocidos que los transporten porque la transportación pública es bien limitada.

**Pregunta 4.** ¿Cuál fue el servicio o lo más importante que aprendieron en el centro?

Cada participante tuvo la oportunidad de expresar cual fue el servicio más importante para ellos. Entre los servicios se encuentran: confección de alimentos, aprender sobre sus derechos, manualidades que podrían resultar en un pequeño negocio (ventas) y que a su vez les provea independencia. Otro servicio identificado lo fue la orientación sobre boleto al trabajo, lo que les permitió la reinserción a la fuerza laboral. Además, los participantes expresaron el aspecto de socialización y sentirse comprendidos como dos de sus mejores ganancias en el centro.

**Pregunta 5.** Factores que inciden negativamente en la prestación de servicios de vida independiente

En general, los participantes expresaron estar satisfechas con todos los servicios, no obstante, la transportación y la promoción de servicios se podría mejorar. De igual modo la localización, que sea una accesible a la comunidad.

Relacionado a la pregunta anterior se les preguntó a los participantes si ellos entienden que la comunidad conoce de los servicios de MAVI y si ¿las estrategias de divulgación son suficientes? A lo que la mayor parte de los participantes concurrieron que se debe trabajar más con promoción a través de los distintos medios de comunicación. Se entiende que muchas personas desconocen de los servicios de vida independiente.

**Resumen**

La ganancia del proceso, desde la perspectiva de los participantes, es que el grupo focal permitió que los participantes se identificaran los unos con los otros, conocieran lo que se está haciendo en cada región, y ofrecieran apoyo. Ellos desean que se trabaje más aspectos de

promoción, la academia de líderes, así como talleres de sensibilidad a la comunidad. Enfatizan con que se continúe proveyendo los servicios de intercesoría.

#### **G. Hallazgos Grupo Focal con Familiares**

El grupo quedó constituido por nueve (9) personas familiares de los consumidores que han recibido o reciben servicios en los centros de vida independiente. Las preguntas guías utilizadas para conducir el Grupo Focal de los consumidores y sus repuestas se presentan a continuación:

**Pregunta 1.** ¿Cuáles ustedes entienden que son los tres (3) servicios que más necesita su familiar para desarrollar destrezas que le permitan vivir de manera independiente?

En general los familiares, entienden que estos servicios necesitan ser individualizados, por lo que los grupos se deben dividir por tipo de impedimento, por ejemplo, *las necesidades de un joven con autismo y una persona ciega son distintas*. El área de confección de alimentos la identificaron como una necesaria, no obstante, se le debe brindar más tiempo y como se mencionó, los familiares entienden que se debe adaptar a las necesidades de la persona y su impedimento. Otro de los servicios identificados como necesario es el manejo de dinero y el empleo. Una de las preocupaciones principales de los familiares es la independencia de su familiar si ellos faltan.

**Pregunta 2.** En su experiencia como familiar de una persona con impedimento que recibe servicios de vida independiente, es posible que usted haya identificado unos factores que inciden negativamente en la prestación de servicios de vida independiente y que deben trabajarse para satisfacer las necesidades de los consumidores. Indique cuáles podrían ser estos:

Los participantes expresaron que cada día son menos los fondos disponibles para los servicios a la población. Por otra parte, algunos de los familiares entienden que la comunicación no esta siendo efectiva, por lo que expresaron la importancia de mantener la comunicación e información de las actividades a través del calendario. Otro aspecto identificado lo fue el estacionamiento, aunque reconocen que hay otras facilidades como accesibilidad y aire acondicionado.

**Pregunta 3.** Ofrezca dos recomendaciones para mejorar los servicios de vida independiente en los centros.

Los participantes en términos generales están complacidos con los servicios de los centros. Recomiendan que el personal se especialice de acuerdo a las condiciones. Relacionado a esto, un participante recomienda que se trabaje con personal voluntario, profesionales en adiestramiento, que le permita brindar servicios individualizados y de acuerdo a las necesidades de cada consumidor. Otro familiar expresó preocupación con el conocimiento del personal en cuanto a la condición de Transtorno del Espectro Autista, por lo que recomienda adiestramientos especializados en esta área. De igual modo, entre las recomendaciones se encuentra mayor presupuesto y un vehículo. Relacionado a esto una de las participantes, expresó *Dinero, con dinero pueden hacer maravillas. Si les aumentan el presupuesto, los servicios van a mejorar automáticamente. Esta gente es comprometida y con poco hacen mucho.*

**Pregunta 4.** ¿Cuáles ustedes entienden que pueden ser aquellas áreas geográficas que podrían estar siendo servidas por debajo del nivel esperado o no servidas? (área geográfica se refiere a un pueblo, barrio, o sector)

Los participantes identificaron las zonas rurales, como parte de esas áreas geográficas que pueden no estar siendo servidas o están siendo servidas por debajo de lo esperado. No obstante, la mayor parte de los participantes expresaron no conocer el alcance de los servicios en otros pueblos, relacionado a esto una de las participantes expresó lo siguiente: *sabemos que ellos tienen otras localidades, pero no sabemos si la población va a esas localidades por el acceso o la transportación.* Esto deja en evidencia una vez más, la transportación como uno de los temas principales y barrera para acceder los servicios.

**Pregunta 5.** Relacionado a la pregunta anterior, ¿cuál o cuáles ustedes entienden son los factores que podrían incidir en que no se esté sirviendo o no se esté sirviendo adecuadamente?

Los participantes concurren en la falta de fondos como una de las razones para la falta de servicios en algunas áreas geográficas, una de las participantes expresó *hay falta de que asignen fondos*. Relacionado a la disponibilidad de fondos, también identificaron la falta de personal como otra de las razones, expresando uno de los participantes *no hay tantos fondos federales para que se pueda tener más personal, no hay el personal suficiente para todo esto*. Además, identificaron la falta de disponibilidad de transportación pública como otra de las razones, la cual ha sido constante entre los diversos grupos encuestados. Por otra parte, algunos de los participantes consideran que hay falta de cooperación por parte de los mismos familiares y/o consumidores para participar en las distintas actividades. Este último aspecto, es importante ya que fue un área identificada por otros sectores en las encuestas.

### **Resumen**

La ganancia del proceso, desde la perspectiva de los participantes, es que al igual que para los participantes consumidores, el grupo focal permitió que los participantes se identificaran los unos con los otros como familiares de personas con impedimentos y ofrecieran apoyo. En general, hay mucha preocupación entre los padres en cuanto al desarrollo de destrezas de vida independiente y vivir de manera independiente antes de que ellos falten. Su preocupación mayor es que no consideran que haya servicios suficientes para cubrir las necesidades de la población. Una de las participantes expresó lo siguiente *Yo soy una madre frustrada, tenía metas muy altas para mi hijo y realmente mi hijo está en la casa sin hacer nada*. Otra de las madres, recomendó que se les ofrezcan clases a los padres también como una forma de integrarlos.

## H. Hallazgos Grupo Focal con la Red de Vida Independiente

El grupo quedó constituido por diez (10) personas que se describieron de la siguiente forma: coordinadores de servicios, directores, y técnicos de vida independiente, así como representación del Consejo Estatal de Vida Independiente (CEVI).

Los objetivos y preguntas guías utilizadas para conducir el Grupo Focal de la Red de Vida Independiente fueron las siguientes:

**Pregunta 1.** ¿Cómo describirían la comunicación entre la red?

La comunicación fue descrita por los participantes como una excelente, clara, y accesible, con espacio para diferir en las opiniones, aún cuando los servicios varían por región.

**Pregunta 2.** ¿Cuál entienden que ha sido la clave para que esa comunicación sea efectiva?

Al igual que en la pregunta anterior, los participantes indicaron que el acceso a la tecnología y compartir información a través del correo electrónico es parte de las estrategias para que la comunicación sea efectiva. Por otra parte, el énfasis en las estrategias interpersonales y el trabajo en equipo, reunidos de forma presencial, ha ayudado a fortalecer la comunicación y la Red de VI. Otros aspectos, como la capacitación sobre los servicios, los participantes indicaron que también ha sido de beneficio.

**Pregunta 3.** Recomendaciones para mejorar la comunicación

Entre las recomendaciones de los participantes se encuentran: continuar con la capacitación de los miembros de la Red, así como de nuevos integrantes, manteniendo claro el propósito de los servicios de los centros de vida independiente. De igual modo enfatizan en recordar cual es la población a la que atienden y la finalidad de los servicios. Finalmente, se recomienda mantener los directorios de contactos al día.

**Pregunta 4.** Como parte de los hallazgos en las encuestas, se ha identificado el aspecto de falta de divulgación de los servicios de vida independiente. ¿Qué recomendaciones ustedes podrían hacer para mejorar este aspecto?

Entre las reomendaciones se los participantes expresaron utilizar más las redes sociales, *aunque se están utilizando estas se pueden utilizar más*. No obstante, se recomienda tener una persona que pueda trabajar el área de divulgación, ya que no en todos los centros cuentan con personal suficiente para esta tarea. Se recomienda ir a las comunidades, visitar iglesias, ya que en ocasiones la radio y otros medios no son suficientes para llegar a ciertas comunidades o poblaciones. Fortalecer relaciones con las agencias en la comunidad y las posibles fuentes de referido (como los acuerdos colaborativos con los alcaldes), y continuar asistiendo a ferias de servicios como otras de las reomendaciones. Sin embargo, los participantes entienden que *hay que tomar en consideración la disponibilidad de fondos para estos fines*.

**Pregunta 5.** Identificar cuál es la población que ustedes consideran que no esta siendo atendida o esta siendo atendida por debajo de lo esperado.

Los participantes identificaron personas con discapacidad intelectual y problemas de aprendizaje, así como personas con condiciones más significativas dentro de estos grupos, que no son elegibles a recibir servicios de Rehabilitacion Vocacional una vez salen de la escuela. Personas residentes del área oeste, por la necesidad y falta de servicios, y *personas de la montaña* y centro de la isla. Los participantes identificaron la falta de transportación como una de las razones por la que las personas de estas áreas georgraficas no reciben servicios.

**Pregunta 6** ¿Qué recomendaciones harían para mejorar los servicios?

Se recomienda la intercesión de sistemas como una herramienta necesaria para el cambio. No tener que enfocarse tanto en cumplir con unos números y si con el cambio.

**Pregunta 7.** A través de las encuestas y otros grupos focales, se ha expresado que los familiares no conocen como pueden darle apoyo a sus familiares ya que no tienen buena comunicación con los centros. ¿Como podrían trabajar esta área?

Los participantes expresaron que se realizan grupos de apoyo para familiares, no obstante, algunos participantes indicaron que el servicio es dirigido a los consumidores, se motiva a los

padres a que entren al centro y conversen con el personal. Sin embargo, muchos de los padres prefieren esperar a sus familiares fuera del centro.

### **I. Hallazgos Grupo Focal - Fuentes de Referido**

El grupo quedó constituido por seis (6) personas que se describieron de la siguiente forma: directores de oficinas municipales de servicios a personas con impedimentos, égidias y organizaciones de padres de personas con impedimentos de la comunidad.

Los objetivos y preguntas guías utilizadas para conducir el Grupo Focal de las Fuentes de Referido fueron las siguientes:

**Pregunta 1.** Dentro de los servicios medulares se encuentran: desarrollo de destrezas de VI; consejería de pares; intercesoría; orientación y referido; y servicios de transición. De estos servicios medulares mencionados ¿cuál ustedes entienden que es el de mayor necesidad para la población que ustedes atienden?

Los participantes de las distintas agencias que sirven como fuente de referido para los centros identificaron el desarrollo de destrezas de vida independiente como el servicio de mayor necesidad. No obstante, el área de intercesoría, equipos de asistencia tecnológica, información y referido y empleo, también fueron identificados como servicios necesarios. En general, los participantes colaboran con los centros para la adquisición de equipos de asistencia tecnológica.

**Pregunta 2.** ¿Qué recomendaciones tendrían para ofrecer estos servicios?

Continuar reforzando la relación de colaboración con los centros y los municipios. Los consumidores se benefician de la relación entre estos.

**Pregunta 3.** ¿Cuál ustedes entienden que representa la población no servida o servida por debajo de lo esperado?

Entre las poblaciones identificadas como no servidas o servidas por debajo de lo esperado se encuentran las personas con condiciones mentales/emocionales y con condiciones duales, ya que no hay suficientes programas y recursos para la población. De igual modo identificaron personas

con problemas de movilidad debido a la falta de transportación, *si llaman a transportación pública, ejemplo un carro público o un taxi, no quieren o no saben como ayudar a una persona en silla de ruedas y en ocasiones se niegan a transportarlo*. Otra razón identificada por lo participantes para no atender a una población en particular es los padres de edad avanzada, que ya no pueden conducir y usualmente no existe transportación pública para que su familiar se pueda transportar.

**Pregunta 4.** ¿Cuál ustedes entienden que representa el área geográfica no servida o servida por debajo de lo esperado?

Se identificaron las zonas rurales, principalmente debido a la transportación. De igual modo se identificó el centro de la isla como otras de las áreas geográficas pobremente atendidas.

**Pregunta 5.** Recomendaciones para atender esta población

Entre las recomendaciones ofrecidas se incluyen la creación de centros de datos de personas con impedimentos en los municipios, identificar recursos, colaboración entre agencias, y continuar participando de las ferias de salud.

#### **IV. Síntesis de Hallazgos y Recomendaciones**

Esta síntesis de hallazgos y recomendaciones emana directamente de la evidencia recopilada. La misma **no recoge** las impresiones analíticas o recomendaciones de los investigadores. La síntesis se organiza a partir de los tres objetivos principales del estudio, información que se utilizará para la redacción de las metas programáticas que serán establecidas en el Plan Estatal 2020 - 2023. Los tres objetivos son los siguientes: 1. Establecer las necesidades de destrezas de vida independiente de los consumidores para la prestación de servicios; 2. Establecer cuáles son aquellas áreas geográficas que están no están siendo atendidas o están siendo atendidas por debajo de lo esperado, del mismo modo identificar cuáles son aquellos grupos que no están siendo atendidos o están siendo atendidos por debajo de lo esperado; 3. Identificar las áreas que puedan fortalecer la Red de Vida Independiente.

La síntesis que se incluye a continuación es un ejercicio de integración muy general de insumos que a su vez incluye las recomendaciones. **Esta sección es un resumen de la abultada, profunda y multifactorial evidencia presentada en el cuerpo del informe. Es la recomendación enfática de los investigadores que el lector se familiarice con las secciones anteriores antes de analizar esta sección.**

#### **I. Necesidades en la prestación de servicios de vida independiente.**

- Desarrollar destrezas de uso de transportación pública
- Ofrecer orientación sobre los servicios que se ofrecen en cada una de las áreas de servicio.
- Ofrecer servicios de intérprete y asistencia personal a los consumidores sordos y con impedimentos más significativos.
- Mayor esfuerzo y diversidad de estrategias para promover la integración de la familia o sistema de apoyo en el proceso de desarrollo de destrezas de vida independiente.
- Mejorar el aspecto de estacionamiento en los centros donde se prestan servicios.
- Ofrecer servicios de transportación para que la persona pueda llegar a recibir los servicios en los centros (Guagua MAVI).
- Ampliar la prestación de los servicios a través de todas las regiones.
- Identificar las necesidades de los consumidores y proveer los servicios de acuerdo a dichas necesidades.
- Fortalecer acuerdos interagenciales para promover la colocación en empleo, servicios de transición, y servicios en general.
- Aumentar los recursos para la prestación de servicios de la población sorda (TTY, intérprete, otros) en todas las regiones.

- Capacitación al personal especializado.
- Capacitación al personal sobre modelos de enseñanza.
- Delinear claramente el alcance y la prestación de servicios de los centros.
- Integrar la tecnología y el adiestramiento al personal sobre el uso de la misma en el área de servicios.
- Lograr mayor compromiso del consumidor y la familia en el proceso de desarrollo de destrezas (práctica en el hogar).
- Ampliar la cantidad de personal para atender la población con condiciones más significativas.

## **II. Áreas geográficas no atendidas o atendidas por debajo de lo esperado.**

- Entre las áreas geográficas no atendidas o atendidas por debajo de lo esperado se identificaron las siguientes entre todos los sectores encuestados:
  - Áreas rurales, irrespectivamente del pueblo.
  - Zona central de la isla (e.j. Aibonito, Comerío, Naranjito)
    - Existe escases de servicios en general, para la población de personas con impedimentos.
  - Zona Oeste
    - Donde solo se ofrecen servicios de información y referido.
- Entre las razones identificadas se encuentran:
  - La falta de fondos.
  - Falta de transportación pública accesible.
  - Falta de personal.

### **III. Grupos no atendidos o atendidos por debajo de lo esperado.**

- Entre los grupos no atendidos o atendidos por debajo de lo esperado se encuentran:
  - Las personas sordas
    - No todos los centros cuentan con el personal para comunicarse con la población.
  - Las personas con condiciones visuales
    - Necesidad de equipo de asistencia tecnológica
  - Las personas con Trastorno del Espectro Autista
    - Necesidad de adiestramiento especializado en la población.
  - Personas con condiciones más significativas
    - Falta de personal que le pueda dedicar tiempo a las necesidades particulares entre la diversidad de la población.

### **IV. Fortalecer la Red de Vida Independiente en Puerto Rico**

- Mayor divulgación de los servicios a través de los medios de comunicación
- Continuar la comunicación por medios electrónicos entre el personal de las distintas regiones de servicios.
- Continuar con las reuniones del personal que compone la Red de Vida Independiente.
- Orientar a los nuevos miembros sobre la filosofía y servicios de vida independiente.
- Contratación de personal sensible y especializado.
- Integrar la tecnología en los procesos administrativos y en la prestación de servicios.

- Aspectos administrativos:
  - Velar por la accesibilidad de los centros
  - Disponibilidad de estacionamiento adecuado

## Referencias

- Ander-Egg, E (1995). *Técnicas de investigación social*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Lumen.
- Cook T.D. & Reichardt CH.S (2005). *Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa*. <http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=E-vqzcBuCi0C&oi=fnd&pg=PA9&dq=investigacion+cuantitativa&ots=Ct8tCK5Lxf&sig=DdvC3X5nnsLJgSTkZUA03zXNqGQ#v=onepage&q=investigacion%20cuantitativa&f=false>
- Creswell, J.W., & Plano, V.L. (2007). *Designing and conducting mixed methods Research*. California Sage Publications, Inc.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación (6ta. Ed)*. México, D.F.: McGraw-Hill Interamericana.
- Isaac, S., & Michael, W. B. (1981). *Handbook in research and evaluation, for education and behavioral sciences (2nd Ed.)*. San Diego, California: Edits publishers.
- Ponce, O. A. (2011). *Investigación de métodos mixtos en educación: Filosofía y metodología*. San Juan, PR: Publicaciones Puertorriqueñas.
- Teddlie, C. & Tashakkori, A. (2009). *Foundation of mixed methodology: Combining qualitative and quantitative approaches in the social and behavioral sciences*. Sage, Los Angeles.

**Anejo A:**  
**Cuestionario para Consumidores**

**Anejo B:**

**Cuestionario para Consumidores con  
Discapacidad Intelectual.**

**Anejo C:**  
**Cuestionario para Familiares**

**Anejo D:**  
**Cuestionario para Profesionales**

**Anejo E:**

**Tabla de Frecuencias y Porcientos Por**

**Grupo de Edad y Condición**

**Anejo F:**  
**Invitaciones a Participar**

# **Anejo G:**

## **Aspectos Fiscales**

# **Anejo H:**

## **Plan de Trabajo**

# **Anejo I**

## **Encuesta Digital**