



Estudios de  
**satisfacción de usuarios**  
1999-2011

# Línea**madrid**

## Índice

---

<b>Presentación</b> .....	3
<b>Introducción</b> .....	5
<b>Alcance y metodología</b> .....	8
<b>Estudios de satisfacción de usuarios</b> .....	9
Canal presencial .....	10
Canal telefónico .....	19
Canal telemático .....	31
<b>Otras técnicas utilizadas</b> .....	41
Análisis de la usabilidad de <a href="http://www.madrid.es">www.madrid.es</a> .....	42
Cliente misterioso .....	44
<b>Estudio de cliente interno</b> .....	45
<b>Servicio de Sugerencias y Reclamaciones</b> .....	49



La calidad en la prestación de los servicios públicos es una prioridad para el Ayuntamiento de Madrid. Nos ayuda a ser más eficientes en la gestión ya que permite concentrar los recursos donde es necesario. Para ello, hemos puesto en marcha un conjunto de iniciativas que incluyen sistemas de gestión estratégica y operativa, percepción ciudadana, cartas de servicios y otras muchas, recogidas en [www.madrid.es/observatoriodelaciudad](http://www.madrid.es/observatoriodelaciudad).

El Ayuntamiento de Madrid se ha comprometido con la calidad. Ese compromiso nos obliga a tratar de satisfacer las expectativas de los ciudadanos y mejorar aquellos aspectos que consideren más relevantes.

Así, para definir e implantar los servicios públicos, el Ayuntamiento tiene en cuenta no sólo aspectos objetivos o relativos a los resultados operativos de los procesos –como el número de atenciones prestadas, los tiempos medios de espera y otros similares– sino también, y muy especialmente, las percepciones y demandas de sus usuarios.

Por ese motivo, llevamos a cabo numerosas actuaciones orientadas a garantizar que los ciudadanos participen en la definición de los servicios públicos que reciben, opinen sobre los aspectos que funcionan correctamente y cuáles, por el contrario, han de mejorar.

Línea Madrid es un servicio especialmente relevante para los madrileños, como muestran sus casi 5 millones anuales de atenciones telefónicas y presenciales a los ciudadanos y las más de 13 millones y medio de visitas que recibió, a través de Internet, durante el año 2011.

Esta publicación recoge los resultados de los estudios de satisfacción de los ciudadanos con los servicios que presta Línea Madrid, a través de sus tres canales (oficinas de atención al ciudadano, teléfono 010 y sitio web [www.madrid.es](http://www.madrid.es)), realizados en los últimos doce años: Creo que da buena muestra del compromiso del Ayuntamiento de Madrid de proporcionar servicios públicos de calidad, tal y como los ciudadanos la entienden.

**Concepción Dancausa Treviño**

Delegada del Área de Gobierno de Hacienda y Administración Pública



**LÍNEA MADRID** se configura como servicio integrador de la atención presencial, telefónica y telemática, volcado en acercar al ciudadano al Ayuntamiento de Madrid teniendo siempre muy presente sus necesidades y disponibilidades: pensamos en términos de accesibilidad y hablamos en seis idiomas, incluyendo el lenguaje de signos español. El servicio presencial se presta a través de las Oficinas de Atención al Ciudadano (OAC), el servicio telefónico se canaliza a través del 010, y el servicio telemático se presta a través del portal web del Ayuntamiento de Madrid ([www.madrid.es](http://www.madrid.es)).

La **misión de LÍNEA MADRID** es proporcionar a los ciudadanos información útil y permanentemente actualizada, así como servicios, trámites y gestiones, tanto municipales como relativos a la ciudad en su conjunto y a otras Administraciones Públicas, de una manera sencilla, eficiente, coherente, receptiva, proactiva y fácilmente accesible para todos, persiguiendo la máxima satisfacción de los usuarios, de los órganos y organismos titulares de los servicios e informaciones, y de las personas que intervienen en su gestión y prestación. Creemos que ser fieles a nuestra **misión** es lo que nos permite recibir y atender con calidad una media de 32 peticiones cada minuto del año y de manera ininterrumpida.

Los principales destinatarios de la acción de LÍNEA MADRID son los ciudadanos que residen en la ciudad de Madrid y que se benefician de los servicios que proporciona el Ayuntamiento de Madrid, así como los órganos y organismos titulares de los servicios e informaciones. Sin embargo, y con carácter general, se pueden considerar también destinatarios todos aquellos que en cualquier momento necesiten información sobre la ciudad de Madrid o los servicios que proporciona el Ayuntamiento: turistas, empresas, empleados públicos o privados, etc., residentes en el municipio o que acceden a estos servicios ocasionalmente o por vías telemáticas.

Por ello, siempre hay un canal de Línea Madrid abierto a todas horas y todos los días del año.

La **visión de LÍNEA MADRID** es convertirse en la organización pública líder en materia de atención al ciudadano multipropósito en el ámbito nacional, reconocida por sus usuarios y las organizaciones públicas con las que colabora, y formada por personas satisfechas y comprometidas con sus valores.

La presentación pública del proyecto LÍNEA MADRID se realizó el 13 de mayo de 1999. En el año 2000 las dos primeras Oficinas de Atención al Ciudadano de LÍNEA MADRID abrieron sus puertas al público, situadas en las Juntas Municipales de Distrito de Salamanca y Usera. En la actualidad, dispone de 23 oficinas ubicadas en todos los Distritos de la ciudad, y realiza más de 17 millones de atenciones anuales a través de sus tres canales, con un elevado reconocimiento por parte de los ciudadanos.

Desde sus comienzos, LÍNEA MADRID viene aplicando una rigurosa política de calidad en todos sus servicios cuyos principales instrumentos son las **cartas de servicio** de sus tres canales de atención –una de ellas, la del canal de atención telefónica 010, fue la primera del Ayuntamiento de Madrid- y los grupos de mejora. En este ámbito, tras superar la auditoría de AENOR (Asociación Española de Normalización y Certificación), el Club Excelencia en Gestión otorgó en 2010 el Sello de Excelencia Europea 400 + a Línea Madrid por su Sistema de Gestión, de acuerdo con la puntuación obtenida en la evaluación realizada siguiendo los criterios del Modelo EFQM de Excelencia.

Pero también nos sometemos a otras evaluaciones, conscientes de nuestra necesidad de mejorar, y distinciones como el premio PRODIS 2011 a la accesibilidad de las Oficinas de Atención al Ciudadano de Línea Madrid o el reconocimiento a la accesibilidad de nuestra web nos animan a seguir por ese camino.

El conjunto de instrumentos utilizados para la gestión de calidad incluye, desde fecha muy temprana, la realización de **estudios rigurosos de satisfacción de sus usuarios**, cuyos resultados se publican sistemáticamente en [www.madrid.es/lineamadrid](http://www.madrid.es/lineamadrid). Esta publicación pretende recoger la evolución en el alcance, metodología y resultados de los estudios de satisfacción durante sus más de diez años de existencia.



En este documento se presenta la evolución de los principales indicadores que caracterizan la tipología, la percepción y las expectativas de los usuarios de los tres canales de atención de LÍNEA MADRID y, posteriormente, por su fuerte relación con el proyecto LÍNEA MADRID, se lleva a cabo una exposición de los principales resultados correspondientes al análisis del Servicio de Sugerencias y Reclamaciones del Ayuntamiento de Madrid.

**Los primeros estudios de calidad de servicio** de Línea Madrid se remontan a 2002 y se llevaron a cabo entre los **usuarios del canal presencial y del canal telefónico**.

Desde su origen hasta la actualidad, el análisis de la satisfacción de los usuarios de las **Oficinas de Atención al Ciuda-**

**dano** mantiene sus principales premisas metodológicas: estudio con periodicidad anual que utiliza la **entrevista personal** como técnica de recogida de información y aplica una metodología de análisis basada en el **Modelo Servqual**.

El modelo SERVQUAL define la calidad del servicio como la diferencia entre las **percepciones** reales por parte de los usuarios de un servicio y las **expectativas** que sobre éste se habían formado previamente. Por ello, requiere distinguir dos muestras de entrevistados: la muestra de expectativas (usuarios entrevistados a la entrada de las Oficinas) y la muestra de percepción (usuarios consultados a la salida de las Oficinas, después de haber recibido el servicio).

Como complemento a la medición de la satisfacción y de las expectativas de los usuarios de las OAC, ya desde 2002 se utiliza la técnica del **Cliente Misterioso** para conocer, de forma objetiva, la calidad de los servicios ofrecidos por las OAC y contribuir a identificar áreas de mejora en la atención prestada al ciudadano.

El análisis de la satisfacción de los **usuarios del teléfono 010** de atención al ciudadano del Ayuntamiento de Madrid se ha realizado, desde sus orígenes, mediante **estudios semestrales** y a través de **entrevistas telefónicas asistidas por ordenador** (sistema CATI) pero no fue hasta el año 2008 cuando se incorporó la medición de las expectativas de potenciales usuarios del teléfono 010 para poder aplicar el ya citado Modelo Servqual.

En **2008** se produce un **punto de inflexión** en los estudios de satisfacción ya que se construye un **modelo integrado de evaluación de la calidad del servicio** de LÍNEA MADRID que supone analizar, horizontal y verticalmente, las **percepciones y expectativas de los usuarios de los tres canales** (presencial, telefónico y telemático) de LÍNEA MADRID y, por extensión, la aplicación del Modelo Servqual.





## Alcance y metodología

---

Además, desde 2008, se han llevado a cabo, con periodicidad anual, **otras técnicas complementarias de análisis**:

- Aunque excede del ámbito estricto de LÍNEA MADRID, dada su importancia para la atención al ciudadano y su estrecha vinculación al proyecto, se incorpora el Estudio de percepciones y expectativas de los usuarios del **Servicio de Sugerencias y Reclamaciones** del Ayuntamiento de Madrid.
- Ampliación de la técnica del **cliente misterioso** a los canales telefónico y telemático.
- **Análisis de usabilidad y test heurístico** de [www.madrid.es](http://www.madrid.es) (hasta 2010, [www.munimadrid.es](http://www.munimadrid.es)).
- Incorporación del personal de las Oficinas Centrales al Estudio de satisfacción del personal funcionario (**clima laboral**) de OAC.
- Análisis comparativo (**benchmarking**) de la satisfacción de los usuarios de los tres canales de atención de LÍNEA MADRID con la satisfacción de los usuarios de otras Administraciones Públicas de características similares a las del Ayuntamiento de Madrid.

En **2010**, dando continuidad al espíritu integrador iniciado dos años antes y, considerando como **usuarios de LÍNEA MADRID** no sólo a los ciudadanos que utilizan el sitio web [www.madrid.es](http://www.madrid.es), acuden a las OAC o llaman al teléfono 010 sino también a **los órganos directivos u organismos del Ayuntamiento de Madrid y, en ocasiones, de otras Administraciones Públicas** que demandan servicios a LÍNEA MADRID, se incorporó al modelo integrado de evaluación de LÍNEA MADRID el **análisis de la satisfacción que los servicios de LÍNEA MADRID suponen para los responsables de tales órganos directivos u organismos**.

La técnica de recogida de información utilizada en este estudio ha sido la entrevista asistida por ordenador (**sistema CAWI**) consistente en la autocumplimentación por parte del entrevistado de un cuestionario on-line al que accedía a través de un vínculo que le era remitido por correo electrónico.

En un ejercicio de transparencia, LÍNEA MADRID, a través del apartado "Información relacionada" / "Estadísticas y estudios" de [www.madrid.es/lineamadrid](http://www.madrid.es/lineamadrid), pone a disposición de todos los ciudadanos, además de los principales resultados de los estudios de satisfacción de usuarios, el documento "**Modelo integrado de evaluación LÍNEA MADRID**" en el que se ofrece información específica y detallada tanto de las diferentes técnicas de recogida de información como de las herramientas de análisis aplicadas.

# Canal Presencial

---



Línea**madrid**oficinas

---

# Estudios de satisfacción de usuarios

## Canal presencial

### Ficha técnica

En las diferentes tomas de datos realizadas a lo largo de los años a usuarios del canal presencial de LÍNEA MADRID se ha utilizado la **entrevista personal** como técnica de recogida de información y se han distinguido dos muestras: muestra de **expectativas** (usuarios entrevistados a la entrada de las Oficinas, antes de recibir el servicio) y muestra de **percepción** (usuarios consultados a la salida de las Oficinas, después de haber recibido el servicio).

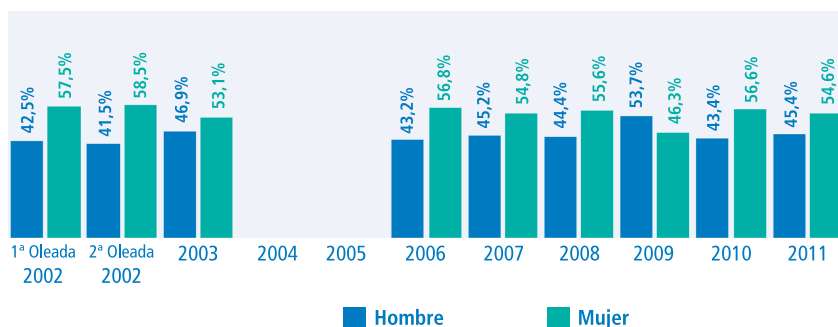
Tal como puede observarse en el siguiente cuadro, los **tamaños muestrales** han evolucionado paralelamente a la apertura de nuevas Oficinas de Atención al Ciudadano de LÍNEA MADRID. Así, hasta 2008 (con la excepción del año 2006 y considerando de forma agrupada las dos oleadas de 2002), los **errores muestrales** asociados se situaban ampliamente por encima del 1% mientras que, a partir de ese punto y como consecuencia de un importante aumento en el número de entrevistas realizadas, estos se encontraban muy próximos a dicho valor.

AÑO	OAc Analizadas	Entrevistas realizadas	Error muestral (Nivel de confianza del 95,5%)
1ª Oleada 2002	7	3.092	±1,8%
2ª Oleada 2002	7	705	±3,8%
2003	13	6.098	±1,3%
2004	-	-	-
2005	16	5.241	±1,4%
2006	17	3.626	±1,7%
2007	20	4.828	±1,4%
2008	21	7.896	±1,1%
2009	23	7.773	±1,1%
2010	24	7.754	±1,1%
2011	24	8.902	±1,1%

En el año 2004 no se llevaron a cabo estudios.

### Perfil del entrevistado

Como se puede apreciar en el gráfico que se muestra a continuación, en las OAC de LÍNEA MADRID predominan ligeramente los usuarios de **género femenino** (oscilando entre el 53% y el 59% del total de usuarios). Esta tendencia se repite a lo largo de los años a excepción de 2009 cuando el porcentaje de hombres es algo mayor que el de mujeres.



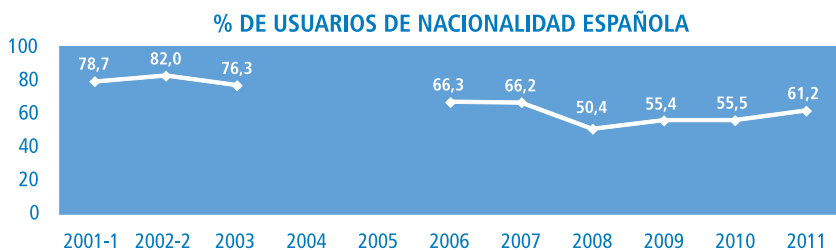
En el análisis **segmentado por edad**, se puede concluir que a lo largo de los últimos años la mayor parte de los usuarios cuentan con edades comprendidas entre los 25 y los 44 años.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Hasta 25 años	10,5%	11,3%	10,4%	9,1%	9,7%	9,1%
De 25 a 44 años	57,3%	58,6%	61,1%	55,1%	60,3%	57,5%
De 45 a 64 años	23,4%	23,1%	21,7%	24,6%	23,8%	25,0%
65 años o más	8,4%	6,9%	6,8%	11,2%	6,2%	8,3%

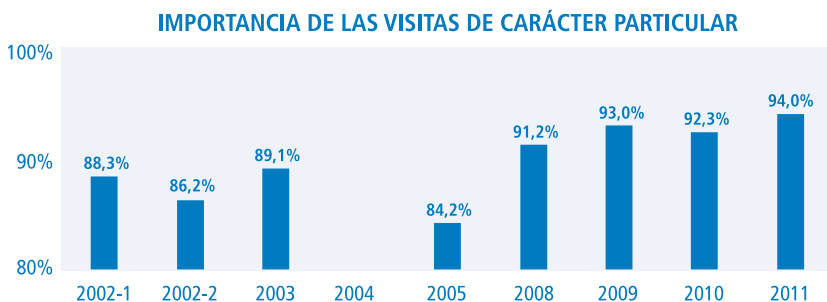
## Estudios de satisfacción de usuarios

### Canal presencial

La **nacionalidad** de los ciudadanos que acuden a las OAC de LÍNEA MADRID es una de las variables que mayor variación ha experimentado a lo largo de los diferentes años de realización del estudio. Así, el porcentaje de usuarios de nacionalidad española, tras alcanzar su máximo en la segunda oleada de 2002 (82%), descendió paulatinamente hasta registrar su mínimo (50%), en 2008, año a partir del cual se ha producido un repunte.



El usuario que acude a una OAC LÍNEA MADRID lo hace, fundamentalmente, para llevar a cabo una gestión o solicitar una información relativa una cuestión de **carácter particular**, no profesional.

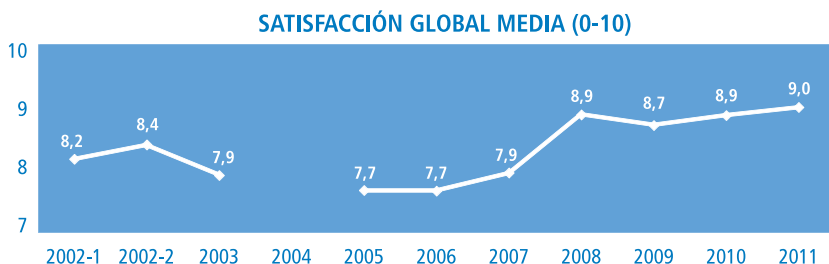


## Estudios de satisfacción de usuarios

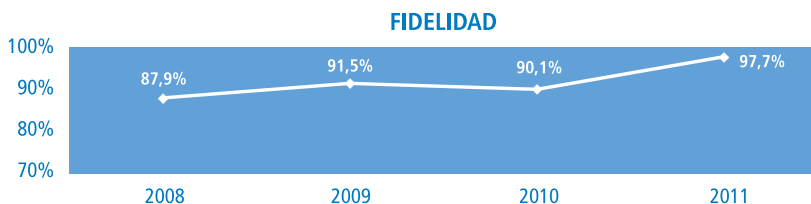
### Canal presencial

La valoración de la satisfacción media desde el año 2002 a 2011 ha tenido dos fases de comportamiento. Una primera de 2002 a 2006 en la que las valoraciones eran, por lo general ligeramente decrecientes, partiendo de 8,2 puntos sobre 10, y llegando a los 7,7 puntos en 2006.

Desde entonces, la satisfacción media se ha ido paulatinamente incrementando, hasta alcanzar, en 2011 los 9 puntos.



El canal presencial de LÍNEA MADRID cuenta con unos usuarios muy fieles a la Oficina que les atendió, ya que la gran mayoría de ellos afirman que, ante una gestión o petición de información similar a la que motivó su visita a una OAC el día en que fueron entrevistados, volverían a acudir a la misma Oficina.



NOTA: porcentaje de entrevistados que segura o probablemente volverían a utilizar el servicio.

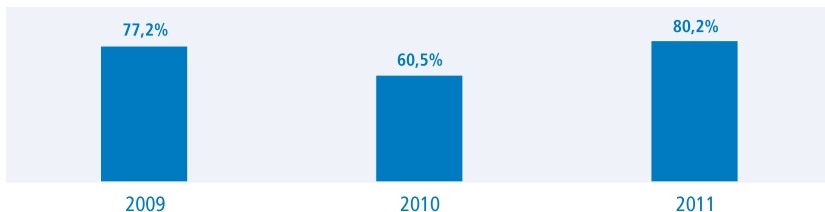
## Estudios de satisfacción de usuarios

### Canal presencial

---

En el cuestionario aplicado a la muestra de usuarios, se incluían unas variables tendentes a determinar el posicionamiento de las OAC LÍNEA MADRID frente a Oficinas similares de otras Administraciones Públicas. El resultado de esta comparación es muy positiva para las OAC LINEA MADRID ya que en las tres ediciones en la que se ha realizado el benchmarking, especialmente en el año 2011, una amplia mayoría de los entrevistados han afirmado que el servicio recibido en ellas ha sido “mejor” o “mucho mejor” que el correspondiente a las Oficinas de otros organismos públicos (considerándolos todos ellos, de forma agrupada).

#### POSICIONAMIENTO DE LAS OAC LÍNEA MADRID



NOTA: porcentajes de usuarios que, en el último año, han utilizado el servicio de otras oficinas de atención al ciudadano diferentes a las de LÍNEA MADRID y que consideran que el servicio recibido en las OAC LÍNEA MADRID es “mejor” o “mucho mejor” que el recibido en esas otras oficinas de atención al ciudadano, consideradas todas ellas de forma agrupada.

Desde que se decidió aplicar un modelo para medir la calidad del servicio, se han incluido en los diferentes cuestionarios que se han ido aplicando desde 2002 una serie de preguntas con este objetivo.

En este informe se recogen las variables que han tenido recorrido hasta 2011, agrupándose en cinco dimensiones: **confianza, elementos tangibles, empatía y cualificación del personal, fiabilidad y eficacia, y capacidad de respuesta.**

En este documento se recogen aquellas variables que han tenido recorrido hasta 2011.

### Principales resultados: CONFIANZA

En la dimensión “confianza” se engloban las variables **sencillez en la tramitación y coherencia de la información** proporcionada, parámetros que miden la habilidad del personal de las OAC LÍNEA MADRID para transmitir a los ciudadanos información de forma sencilla y coherente.

Respecto a la sencillez en la tramitación su medición arranca en 2005, con una valoración media de 7,89 puntos sobre diez, llegando en 2010 a alcanzar 8,97 puntos. En 2011, su valoración fue de 8,88 puntos. La coherencia de la información proporcionada se mide desde 2006, con una valoración media superior siempre a los 8 puntos. Llegando en el año 2011 a los 9 puntos.

Variable	2002		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
	Oleada 1	Oleada 2									
Sencillez en la tramitación	-	-	-	-	7,9	8,1	8,0	8,9	8,7	9,0	8,9
Coherencia de la información proporcionada	-	-	-	-	-	8,0	8,2	8,9	8,7	9,0	8,8

### Principales resultados: ELEMENTOS TANGIBLES

En esta dimensión se agrupan aquellos atributos que analizan la satisfacción de los usuarios con respecto a las instalaciones físicas y su equipamiento. Concretamente, se han analizado los sistemas de **gestión de colas de espera**, el **confort** durante la estancia en la OAC LÍNEA MADRID, el **orden y limpieza** de la misma y la **adecuación de las instalaciones** al servicio que prestan.





Como puede observarse en el siguiente cuadro, con independencia del ítem concreto analizado, la satisfacción media de los usuarios es muy elevada, situándose desde 2007 siempre en valores superiores al ocho sobre diez. Precisamente, entre 2007 y 2008, las valoraciones medias de los cuatro aspectos analizados registran una evolución muy positiva situándose entre los 8,5 y los 9 puntos, valoraciones que, con ligeros ajustes, se han mantenido hasta 2011.

Variable	2002		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
	Oleada 1	Oleada 2									
Sistema de gestión de colas de espera	-	-	-	-	-	-	8,1	8,8	8,5	9,0	8,6
Confort durante la estancia	7,9	8,2	7,7	-	7,5	7,7	8,1	8,8	8,4	9,0	8,7
Orden y limpieza	-	-	-	-	-	8,1	8,3	8,8	8,7	9,0	8,9
Adecuación de las instalaciones al servicio que prestan	-	-	-	-	-	-	8,2	8,8	8,6	9,0	8,7

## Principales resultados: EMPATÍA Y CUALIFICACIÓN DEL PERSONAL

Bajo este epígrafe se agrupan aquellas variables que se han definido para valorar distintos aspectos relativos al personal de las OAC LÍNEA MADRID: **amabilidad y trato, capacidad de diálogo y comunicación y cualificación y profesionalidad.**

Estos tres aspectos, históricamente, han sido muy bien valorados por los usuarios como demuestra el hecho de que en ninguna de las diez mediciones efectuadas se haya registrado una valoración inferior a los ocho puntos (escala de 0 a 10) y que en 2009, año en el que los tres aspectos registran su máximo histórico, incluso superan los nueve puntos.

La amabilidad y el trato dispensado por el personal de las OAC LÍNEA MADRID se configuran, año tras año, como el aspecto mejor valorado en esta dimensión de análisis.

Variable	2002		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
	Oleada 1	Oleada 2									
Amabilidad y trato	8,6	8,9	8,2	-	8,5	8,6	8,56	9,0	8,8	9,1	9,0
Capacidad de diálogo y comunicación	-	-	-	-	8,4	8,5	8,4	8,9	8,7	9,1	8,9
Cualificación y profesionalidad	-	-	8,1	-	8,5	8,5	8,5	8,9	8,7	9,1	8,9

### Principales resultados: FIABILIDAD Y EFICACIA

En esta dimensión se agrupan aquellos parámetros que miden la habilidad del personal de las OAC LÍNEA MADRID para realizar el servicio solicitado de manera fiable y eficaz. Concretamente, se ha recogido la satisfacción de los usuarios respecto a la **resolución final de la gestión**, la **claridad y eficacia de la información facilitada** por los agentes de LÍNEA MADRID y la confianza y seguridad transmitida.

A partir de 2008, tras un importante aumento respecto a la edición anterior, los tres aspectos analizados han registrado valoraciones medias próximas a los nueve puntos (escala 0 a 10) que se han consolidado en los últimos años.

Es importante reseñar que el máximo histórico de estas puntuaciones (9,09) corresponde a la satisfacción de los usuarios respecto a la resolución de la gestión planteada, aspecto de especial relevancia ya que, tal como han demostrado los análisis de regresión lineal múltiple efectuados, éste es uno de los ítems que, en mayor medida, determinan la satisfacción global de los usuarios con el canal presencial.

Variable	2002		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
	Oleada 1	Oleada 2									
Resolución de la gestión planteada	8,1	8,4	-	-	8,1	8,1	8,0	8,9	8,8	9,0	9,1
Claridad y eficacia de la información facilitada	-	-	8,1	-	-	-	7,8	8,9	8,6	8,9	8,8
Confianza y seguridad transmitida	-	-	-	-	-	-	8,2	8,9	8,8	9,0	8,9



# Estudios de satisfacción de usuarios

## Canal presencial

### Principales resultados: CAPACIDAD DE RESPUESTA

En esta dimensión de análisis se encuadran diferentes aspectos estructurales que determinan la capacidad de respuesta de las OAC LÍNEA MADRID y la adaptación de la misma a la afluencia real de usuarios. En ella se engloban los parámetros **tiempo de espera**, **tiempo total empleado en la realización de la gestión**, **horario de atención al público** y **cantidad de personal que está atendiendo**.

En 2006 la satisfacción media de los usuarios experimentó un importante aumento, remontándose las valoraciones mínimas del año anterior. Esta evolución positiva se mantuvo en 2007 y, como consecuencia de la incorporación de un nuevo **sistema de gestión de colas de espera (cita previa)**, aún se hizo más evidente en 2008, año a partir del cual las valoraciones se han mantenido estables y cercanas a los nueve puntos de valoración (escala 0 a 10).


Variable	2002		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
	Oleada 1	Oleada 2									
Tiempo de espera	7,9	8,0	7,3	-	6,8	7,3	7,7	8,7	8,5	8,8	8,8
Tiempo total empleado en la realización de la gestión	-	-	7,6	-	7,1	7,6	7,8	8,7	8,6	8,9	8,8
Horario de atención al público	-	-	-	-	6,3	7,9	-	8,8	8,4	8,8	8,8
Cantidad de personal que está atendiendo	-	-	-	-	-	-	8,2	8,7	8,4	8,8	8,7




# Canal Telefónico

---

**010**  
Toda la información  
más cerca



 **¡MADRID!**

Línea**madrid**

**010**Línea**madrid**

---

# Estudios de satisfacción de usuarios

## Canal telefónico

### Ficha técnica

Desde el año 2002, fecha de comienzo del estudio, se ha utilizado la técnica de la **entrevista telefónica asistida por ordenador (CATI)** para conocer la opinión de los usuarios sobre la calidad de servicio del canal telefónico.

Hasta la ola 15 se aplicaba un único cuestionario a usuarios del servicio telefónico 010. A partir de la ola 15, la muestra se divide en dos: muestra de **expectativas** (usuarios entrevistados que nunca han llamado al servicio 010) y muestra de **percepción** (usuarios que han realizado al menos una llamada al 010, en un periodo de corte previamente determinado).

Hasta la ola 14 las entrevistas rondaban los 1.000 entrevistados por ola, desde la ola 15, con la aplicación del modelo Servqual, se realizan en torno a 600-800 entrevistas a usuarios del servicio y un número similar a personas que nunca han llamado al 010, previa selección aleatoria de la muestra entre los titulares de una línea telefónica en el municipio de Madrid.

	Entrevistas realizadas	Error Muestral (Nivel de confianza del 95,5%)		Entrevistas realizadas	Error Muestral (Nivel de confianza del 95,5%)
Ola 1 (año 2002)	994	±3,2%	Ola 12 (año 2007)	1.000	±3,2%
Ola 2 (año 2002)	994	±3,2%	Ola 13 (año 2007)	1.000	±3,2%
Ola 3 (año 2003)	1.002	±3,2%	Ola 14 (año 2008)	1.000	±3,2%
Ola 4 (año 2003)	1.002	±3,2%	Ola 15* (año 2008)	667	±3,9%
Ola 5 (año 2004)	1.100	±3,0%	Ola 16* (año 2009)	635	±4,0%
Ola 6 (año 2004)	1.006	±3,2%	Ola 17* (año 2009)	638	±4,0%
Ola 7 (año 2005)	996	±3,2%	Ola 18* (año 2010)	635	±4,0%
Ola 8 (año 2005)	1.004	±3,2%	Ola 19* (año 2010)	635	±4,0%
Ola 9 (año 2006)	1.000	±3,2%	Ola 20* (año 2011)	820	±3,5%
Ola 10 (año 2006)	1.000	±3,2%	Ola 21* (año 2011)	820	±3,5%
Ola 11 (año 2007)	1.000	±3,2%			

\*Se hace referencia a la muestra de usuarios del servicio 010 entrevistados.

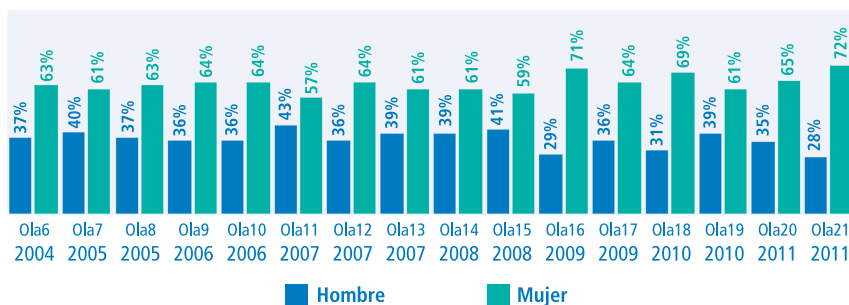
## Estudios de satisfacción de usuarios

### Canal telefónico

#### Perfil del entrevistado

Como se observa en el gráfico siguiente, en todas las oleadas es más frecuente que acudan a este canal las mujeres frente a los hombres.

Aproximadamente, **dos terceras partes de las llamadas son realizadas por mujeres**, llegando incluso, en alguna oleada puntual a superar el 70%.



En el análisis **segmentado por edad**, se puede concluir que a lo largo de los últimos años la mayor parte de los usuarios cuentan con edades comprendidas entre los 40 y los 59 años.

	Ola 15 (año 2008)	Ola 16 (año 2009)	Ola 17 (año 2009)	Ola 18 (año 2010)	Ola 19 (año 2010)	Ola 20 (año 2011)	Ola 21 (año 2011)
De 18 a 29 años	16,7%	16,8%	14,9%	6,8%	12,4%	3,2%	8,8%
De 30 a 39 años	28,8%	32,0%	29,6%	20,3%	30,4%	10,2%	23,2%
De 40 a 59 años	39,8%	34,1%	36,4%	43,1%	33,8%	38,4%	39,4%
60 años o más	14,7%	17,2%	19,1%	29,8%	23,3%	48,2%	28,7%

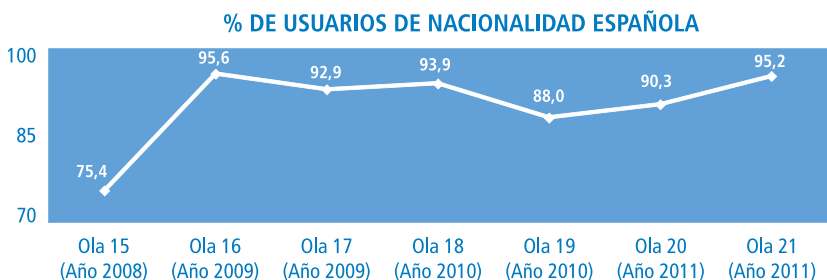
## Estudios de satisfacción de usuarios

### Canal telefónico

---

La **nacionalidad** de los usuarios del canal telefónico 010 de LÍNEA MADRID, es predominantemente **española**.

Tras una primera medición en la Ola 15 (año 2008), en la que el porcentaje de usuarios de esta nacionalidad se quedaba en un 75,4%, en el resto de oleadas más del 90% de la muestra son españoles.

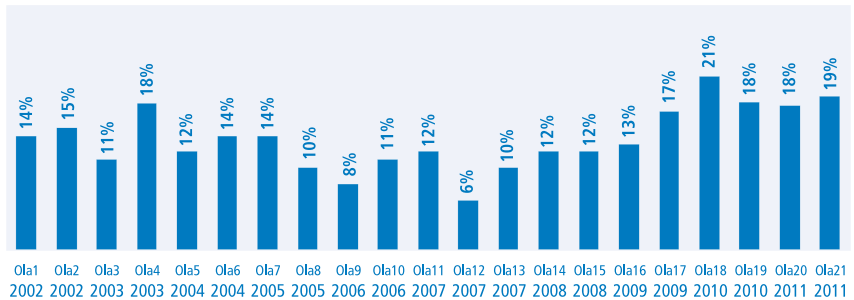


# Estudios de satisfacción de usuarios

## Canal telefónico

En torno a un 10-20% de los usuarios entrevistados han **llamado por primera vez**; por lo tanto el 80-90% han llamado más de una vez. Esto indica que es un público maduro, que ya ha tenido experiencia previa con el canal 010 y que repiten, lo que es un indicativo indirecto de que están satisfechos con este canal.

### USUARIOS QUE LLAMAN POR PRIMERA VEZ





# Estudios de satisfacción de usuarios

## Canal telefónico

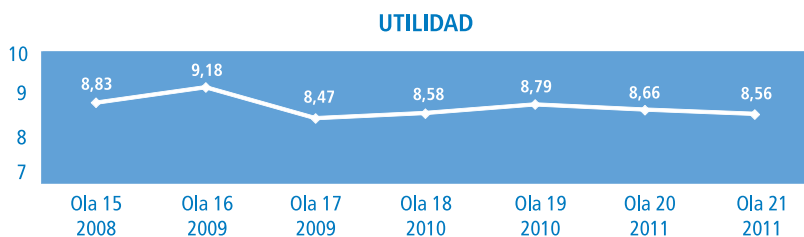
### Principales resultados

Desde la ola 15 (Año 2008), se viene aplicando el **Modelo Servqual** para medir la calidad de servicio del canal telefónico. Desde esa ola, se pregunta a los usuarios del 010 su grado de **satisfacción global**, manteniéndose siempre en torno a los 8,5 puntos sobre 10, lo que indica por un lado, la consolidación de una alta calidad de servicio prestado por los profesionales de este canal, así como una homogeneidad de resultados que hacen que ola tras ola se mantengan altos índices de satisfacción por parte de los usuarios entrevistados.



NOTA: escala de valoración de 0 a 10.

Otro parámetro interesante es el grado de **utilidad media** que otorgan los usuarios del canal telefónico. En este caso, la valoración es incluso superior a la dada para la satisfacción general, llegando en la ola 16 a superar los nueve puntos sobre diez, y manteniéndose constante en el resto de olas, siempre por encima de los 8,5 puntos.

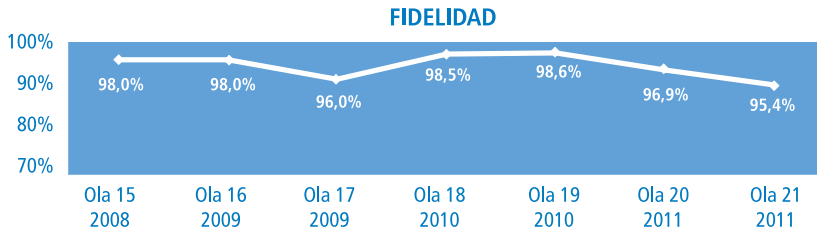


NOTA: escala de valoración de 0 a 10.

## Estudios de satisfacción de usuarios

### Canal telefónico

El canal telefónico de LÍNEA MADRID cuenta con unos usuarios muy fieles al mismo, ya que la gran mayoría de ellos afirma que, ante una gestión o petición de información similar a la que motivó su llamada, segura o probablemente, volverían a utilizar el canal 010.



NOTA: porcentaje de entrevistados que asegura o probablemente volverían a utilizar el servicio.



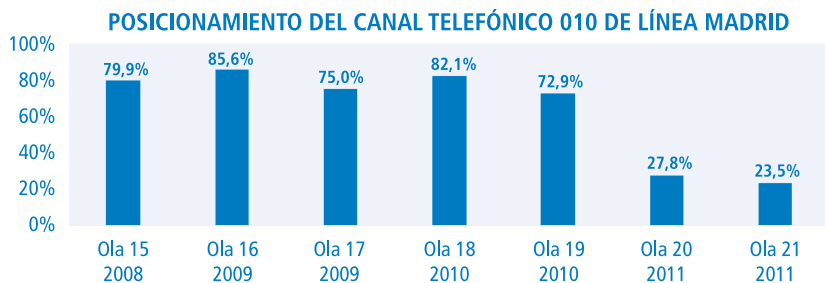
## Estudios de satisfacción de usuarios

### Canal telefónico

---

En el cuestionario aplicado a la muestra de percepción, se incluían unas variables tendentes a determinar el posicionamiento del canal telefónico 010 de LÍNEA MADRID frente a otros similares de otras Administraciones Públicas.

A partir de la ola 20 se incluye la posibilidad de responder "igual", con lo que los entrevistados no se ven obligados a decantarse por valorar "mejor" o "peor", permitiendo neutralizar la respuesta, lo que provoca que el porcentaje de aquellos que comparan el canal 010 como "mejor" o "mucho mejor" disminuya sensiblemente.



NOTA: porcentajes de usuarios que, en el último año, han utilizado un canal telefónico de atención al ciudadano diferente al de LÍNEA MADRID y que consideran que el servicio recibido en el 010 de LÍNEA MADRID es "mejor" o "mucho mejor" que el recibido en esas otros teléfonos de atención al ciudadano, consideradas todas ellas de forma agrupada.

En este informe se recogen las variables que han tenido recorrido hasta 2011, agrupándose en cinco dimensiones: confianza, elementos tangibles, empatía y cualificación del personal, fiabilidad y eficacia, y capacidad de respuesta.

#### Principales resultados: CONFIANZA

En la dimensión “confianza” se engloban las variables **sencillez en la tramitación realizada, grado de confianza y/o seguridad transmitida por la persona que le atendió y confidencialidad del teléfono 010**, parámetros que miden la capacidad del personal del canal de atención telefónica 010 de LÍNEA MADRID para transmitir a los ciudadanos información de forma sencilla y coherente.

Dos de los tres atributos medidos arrancan en la ola 15, incorporándose a partir de la 20 la confidencialidad del teléfono 010.

Como se puede apreciar en la tabla adjunta, la valoración de las tres variables es muy constante, lo que indica que para esta dimensión se ha alcanzado un alto grado de calidad de servicio ya que los usuarios valoran estos tres aspectos por encima de los 8,2 puntos sobre 10, en todas las mediciones efectuadas.

Variable	Ola 15 (2008)	Ola 16 (2009)	Ola 17 (2009)	Ola 18 (2010)	Ola 19 (2010)	Ola 20 (2011)	Ola 21 (2011)
Sencillez de la tramitación realizada	8,5	8,5	8,3	8,5	8,5	8,3	8,4
Grado de confianza/seguridad transmitida por la persona que le atendió	8,6	8,5	8,4	8,4	8,5	8,4	8,5
Confidencialidad del teléfono 010	-	-	-	-	-	8,4	8,4

# Estudios de satisfacción de usuarios

## Canal telefónico

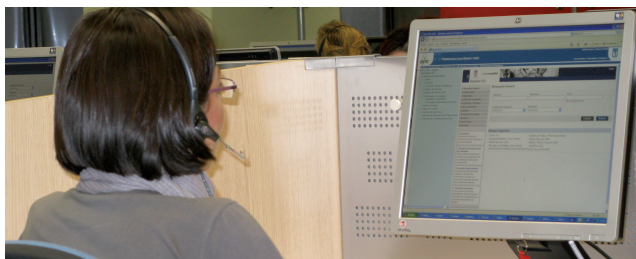
### Principales resultados: EMPATÍA Y CUALIFICACIÓN DEL PERSONAL

Bajo este epígrafe se agrupan aquellas variables que se han constituido para valorar distintos aspectos relativos al personal del canal de atención telefónica 010 de LÍNEA MADRID: **amabilidad y trato, capacidad de diálogo y comunicación, cualificación y profesionalidad** y por último **agilidad en facilitar la información**.

Las cuatro variables han sido muy bien valoradas por los usuarios en todas las mediciones efectuadas en las que la valoración no suele bajar de los 8,5 puntos (escala de 0 a 10).

La amabilidad y el trato dispensado es el atributo que mejor valoración media obtiene en cada una de las olas.

Variable	Ola 15 (2008)	Ola 16 (2009)	Ola 17 (2009)	Ola 18 (2010)	Ola 19 (2010)	Ola 20 (2011)	Ola 21 (2011)
Amabilidad y trato	8,9	8,7	8,5	8,6	8,8	8,5	8,7
Capacidad de diálogo y comunicación de la persona que le atendió	8,8	8,6	8,4	8,6	8,7	8,5	8,6
Cualificación y profesionalidad	8,6	8,6	8,4	8,6	8,7	8,4	8,6
Agilidad en facilitar la información	8,5	8,6	8,3	8,5	8,6	8,4	8,5



#### Principales resultados: FIABILIDAD Y EFICACIA

En esta dimensión se agrupan aquellos parámetros que miden la capacidad del personal del canal de atención telefónica 010 de LÍNEA MADRID para realizar el servicio solicitado de manera fiable y eficaz.

Se ha recogido la satisfacción de los usuarios con respecto a la **claridad y eficacia de la información facilitada y la resolución final de la gestión** por parte de los operadores telefónicos de LÍNEA MADRID.

Como ocurre en la mayoría de los atributos medidos, independientemente de la dimensión en que se encuentren, las valoraciones que se obtienen históricamente, son muy homogéneas, lo que indica la solidez del servicio.

Indudablemente, el resultado final de la gestión, es un ítem determinante que incide de manera directa en la satisfacción global con el servicio prestado. En este caso, las valoraciones registradas en cada medición oscilan entre los 8,2 y los 8,5 puntos sobre diez. Esta evaluación contribuye a que el servicio sea valorado de forma muy alta por los usuarios del mismo.

Variable	Ola 15 (2008)	Ola 16 (2009)	Ola 17 (2009)	Ola 18 (2010)	Ola 19 (2010)	Ola 20 (2011)	Ola 21 (2011)
Claridad y eficacia de la información facilitada	8,4	8,6	8,3	8,4	8,6	8,3	8,4
Resultado final de la gestión	8,4	8,5	8,3	8,4	8,4	8,2	8,3



# Estudios de satisfacción de usuarios

## Canal telefónico

### Principales resultados: CAPACIDAD DE RESPUESTA

En esta dimensión de análisis engloba diferentes aspectos estructurales que determinan la capacidad de respuesta del servicio de atención telefónica 010 de LÍNEA MADRID y la adaptación de la misma a la afluencia real de llamadas de los usuarios. En ella se engloban los parámetros de **horario de atención al público, tiempo de espera y tiempo total empleado en la realización de la gestión.**

Respecto al horario de atención al público, en las primeras mediciones, olas 15 y 16, la valoración se situó en los nueve puntos sobre diez (escala de 0 a 10). Posteriormente esta calificación ha descendido ligeramente situándose sobre los 8,6 puntos.

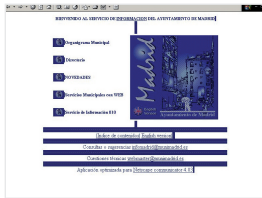
El tiempo de espera en ser atendido y el tiempo total empleado para realizar la gestión, experimentan una evolución muy positiva de la ola 15 a la 16, ganando casi un punto, logrando mantener esa valoración, si bien apuntándose una cierta tendencia a la baja en la valoración de este atributo.

Variable	Ola 15 (2008)	Ola 16 (2009)	Ola 17 (2009)	Ola 18 (2010)	Ola 19 (2010)	Ola 20 (2011)	Ola 21 (2011)
Horario y atención al público	9,0	9,2	8,4	8,6	8,8	8,4	8,6
Tiempo de espera en ser atendido	7,9	8,6	8,3	8,4	8,3	8,2	8,2
Tiempo total empleado para realizar la gestión	8,0	8,7	8,3	8,4	8,4	8,2	8,3

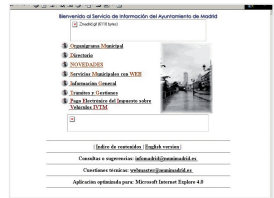
# Canal Telemático



Año 1997



Año 1998



Año 2000



Año 2001



Año 2002



Año 2011





## Estudios de satisfacción de usuarios

### Canal telemático

---

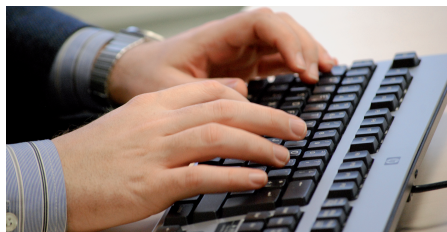
#### Ficha técnica

El estudio de satisfacción de los usuarios del canal telemático madrid.es (anteriormente munimadrid.es) se aborda por primera vez durante el año 2008, con el objetivo de unificar e integrar en un mismo estudio los tres canales de atención de Línea Madrid.

Para evaluar el canal telemático se han elegido dos muestras independientes: una seleccionada aleatoriamente del universo compuesto por los **usuarios de la web www.madrid.es** y otra, escogida aleatoriamente del universo formado por los **potenciales usuarios** dicho servicio. La definición de potencial usuario de www.madrid.es corresponde a internautas activos (han utilizado Internet en el último mes) residentes o trabajadores en la ciudad de Madrid. Como instrumentos de recogida de información se han diseñado dos cuestionarios estandarizados. Un cuestionario recoge las **percepciones** de los usuarios y otro que recoge las **expectativas** de aquellos usuarios que no han visitado la web madrid.es

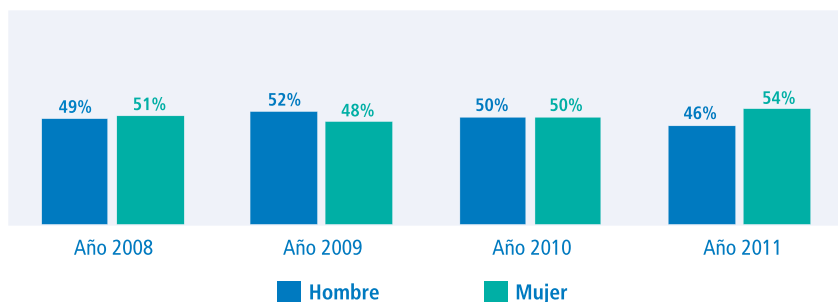
Como se puede observar en la tabla, el **tamaño de la muestra** ha crecido de manera sustancial a partir del año 2009, al tiempo que el **error muestral** ha ido disminuyendo.

Año	Entrevistas realizadas	Error muestral (Nivel de confianza del 95,5%)
2008	1.349	±2,7%
2009	1.270	±2,8%
2010	3.385	±1,7%
2011	3.587	±1,6%



#### Perfil del entrevistado

En el canal telemático suele estar muy equilibrado el porcentaje de hombres y mujeres usuarios de [www.madrid.es](http://www.madrid.es), aunque en el año 2011 se ha decantado ligeramente en favor de los **hombres**.



En el análisis **segmentado por edades** se puede concluir que en el 2010 y el 2011 la media de edad ha aumentado, siendo la franja predominante de 35 a 49 años, cuando en los años 2008 y 2009, el tramo de edad mayoritario era de 25 a 34 años.

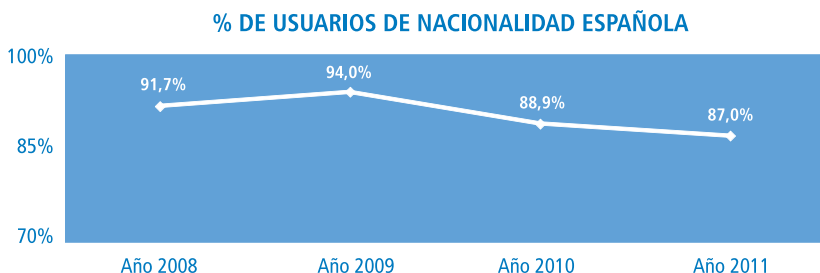
	Año 2008	Año 2009	Año 2010	Año 2011
De 18 a 24 años	7,9%	6,9%	1,9%	2,8%
De 25 a 34 años	41,9%	43,6%	32,6%	35,3%
De 35 a 49 años	39,7%	37,6%	44,7%	44,8%
50 años o más	10,5%	11,8%	20,7%	17,0%

## Estudios de satisfacción de usuarios

### Canal telemático

---

La **nacionalidad** de los usuarios del canal telemático de LÍNEA MADRID es mayoritariamente española, aproximadamente nueve de cada diez usuarios. No obstante, a partir de 2010 se aprecia una cierta tendencia a la baja de los españoles.



### Principales resultados

Por la propia naturaleza del canal y por el tipo de usuario que lo utiliza, (personas expertas en navegar por la Red y consultar gran número de páginas web de similares características), es lógico que éste sea más exigente que los usuarios de los otros canales tradicionales.

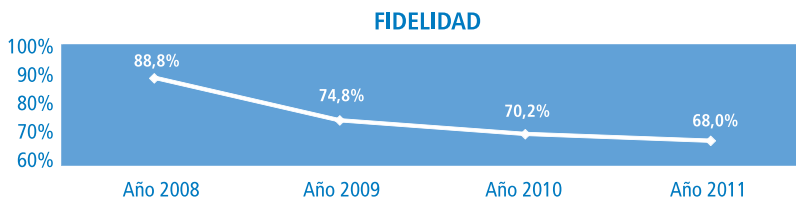
Por eso no es de extrañar que la valoración de la **satisfacción global** se sitúe en torno a los siete puntos sobre diez, a diferencia de los otros dos canales que obtenían puntuaciones medias de 8,5 sobre 10.

No obstante, en el año 2011 se ha conseguido la nota más alta en lo referente a satisfacción global del usuario (7,08 puntos sobre 10). Esto significa que la web municipal ha mejorado en el último año y que se va adaptando paulatinamente a las necesidades de los ciudadanos.



NOTA: escala de valoración de 0 a 10.

Ante la pregunta "¿volvería a utilizar la web municipal?" (fidelidad) el porcentaje de ciudadanos ha disminuido: se parte de un 89% en el año 2008 hasta quedarse en un 68% en la última medición.



NOTA: porcentaje de entrevistados que segura o probablemente volverían a utilizar el servicio.

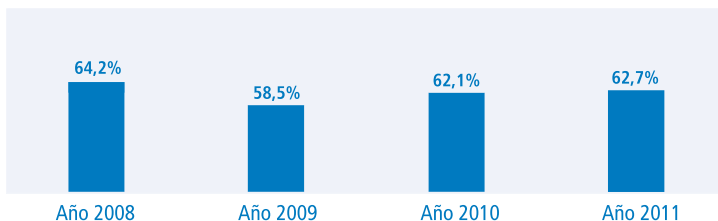
## Estudios de satisfacción de usuarios

### Canal telemático

---

En el cuestionario que se realiza al ciudadano se incluían una serie de preguntas para determinar la satisfacción de los encuestados con respecto a las webs de otros organismos públicos comparadas con [www.madrid.es](http://www.madrid.es) (“**posicionamiento**”). En general se puede afirmar que aproximadamente la mitad de los entrevistados valoran mejor la web [www.madrid.es](http://www.madrid.es) que las de otras Administraciones.

#### POSICIONAMIENTO DEL CANAL TELEMÁTICO DE LÍNEA MADRID



NOTA: porcentajes de usuarios que consideran a la web [www.madrid.es](http://www.madrid.es) “mejor” o “mucho mejor” que las webs de atención al ciudadano de otros organismos públicos.

En los diferentes cuestionarios se han incluido una serie de preguntas para conocer la opinión de los usuarios con respecto a la calidad del servicio prestado por la web [www.madrid.es](http://www.madrid.es). Estas variables se han agrupado en las siguientes “dimensiones”: **elementos estructurales, fiabilidad, eficacia, y capacidad de respuesta.**

### Principales resultados: ELEMENTOS ESTRUCTURALES

En esta dimensión se agrupan aquellos atributos que analizan la satisfacción de los usuarios con los elementos que definen la estructura de la página web: **diseño de la página, formas de contacto, utilidad del buscador y enlaces de la web.**

El atributo que mejor valoración tiene (y que se mide por primera vez en 2011) es el de “formas de contacto con el Ayuntamiento”, que obtiene casi siete puntos sobre diez. Por otra parte, y a pesar de que en 2010 tuvo su valor más alto, la “utilidad del buscador” en el 2011 ha bajado ligeramente.

Variable	Año 2008	Año 2009	Año 2010	Año 2011
Diseño de la página de inicio de la web	7,1	6,5	6,5	6,8
Formas de contacto con el Ayuntamiento (Formularios, dirección de correo electrónico, etc.)	-	-	-	6,9
Utilidad del buscador interno	5,9	5,3	6,1	5,9
Enlaces claramente identificables	6,4	5,7	5,7	6,3

## Estudios de satisfacción de usuarios

### Canal telemático

---

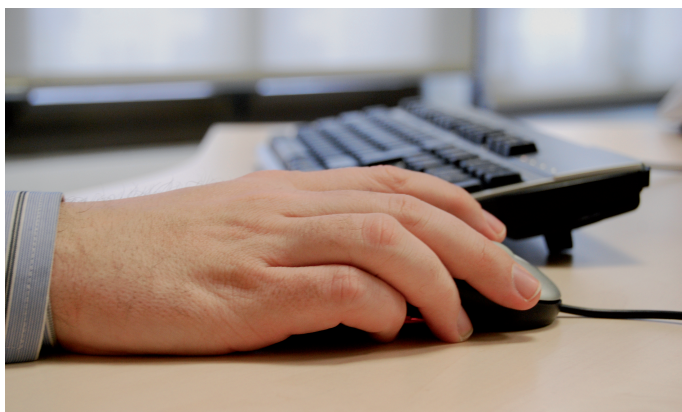
#### Principales resultados: EFICACIA

En la dimensión “eficacia” se engloban variables como la **claridad de la información, utilidad de la misma y sencillez en la realización de los trámites**. Todos ellos miden la capacidad del canal telemático de Línea Madrid para transmitir a los internautas información de forma útil.

Salvo el atributo “utilidad de la información”, las demás variables se han medido en todos los años en las que se ha realizado este estudio.

La valoración de las tres variables es similar y oscila en torno a los 6,5 puntos, siendo generalmente el mejor valorado la “sencillez en la realización de trámites”.

Variable	Año 2008	Año 2009	Año 2010	Año 2011
Claridad de la información	6,8	6,4	6,5	6,6
Utilidad de la información	-	-	7,2	6,5
Sencillez en la realización de los trámites	6,6	6,4	6,5	6,9



#### Principales resultados: FIABILIDAD

Bajo este epígrafe se agrupan las siguientes variables: **información correcta, actualización de la información, seguridad en la realización de los trámites y utilidad de los trámites.**

Estas variables alcanzan valoraciones altas con respecto a otras variables que miden la calidad de servicio.

La seguridad en la realización de los trámites ha alcanzado 7,6 puntos sobre 10 en 2011, consolidando una serie que se mueve en los 7,5 puntos de media. La información correcta obtiene valoraciones estables cercanas a los 7 puntos y la actualización de la información ha experimentado en el año 2011 una subida destacable ganando 0,5 puntos respecto a la medición anterior. Por último, la utilidad de los trámites ha comenzado este 2011 a ser medida, con una aceptable calificación de 7,56 puntos sobre 10.

Variable	Año 2008	Año 2009	Año 2010	Año 2011
Información correcta	7,0	6,5	6,8	6,9
Actualización de la información	6,4	6,0	6,5	7,0
Seguridad en la realización de trámites	7,6	7,3	7,4	7,6
Utilidad de los trámites	-	-	-	7,6





## Estudios de satisfacción de usuarios

### Canal telemático

---

#### Principales resultados: CAPACIDAD DE RESPUESTA

Esta dimensión engloba un parámetro fundamental para determinar la calidad de servicio del canal telemático de LÍNEA MADRID: **la resolución de los trámites en tiempo real.**

Es destacable su evolución positiva ya que desde el año 2009 al 2011 ha ganado casi un punto de valoración media.

Por primera vez desde que se realizan estas mediciones, en 2011 ha alcanzado una valoración superior a los 7 puntos sobre 10, en concreto 7,06 puntos.

Variable	Año 2008	Año 2009	Año 2010	Año 2011
Resolución de los trámites en tiempo real	6,3	6,2	6,4	7,1



# Otras técnicas utilizadas

¡MADRID!

conoce madrid

INICIO AYUNTAMIENTO CONTACTAR SEDE

Está en Inicio

Ayuntamiento

Trámites - Sección Electrónica

Noticias

Milión y medio para atención a inmigrantes

Aprender jardinería en Vallecas

Más de 1.500 viviendas rehabilitadas en San Cristóbal de los Ángeles

Novedades

23/11/2011 - Cursos de formación ocupacional de la Agencia para el Empleo

22/11/2011 - Proyecto Presupuesto General 2012

Madrid al mundo...

ESMADRID.COM

CINE MAD 11

MADRID EN DANZA

Lineamadrid

Perfíl de Contratante

Perfíl de Contratante

Línea **madrid**.es

Línea **madrid** oficinas

010 Línea **madrid**

Otras técnicas utilizadas

## Usabilidad de [www.madrid.es](http://www.madrid.es)

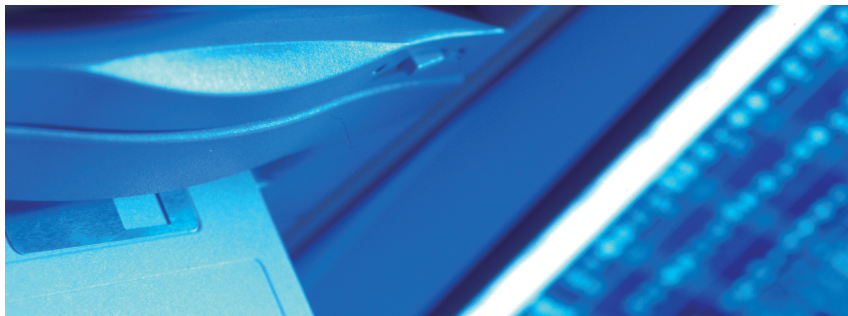
---

### Usabilidad de [www.madrid.es](http://www.madrid.es): ESTUDIO CUALITATIVO

Como complemento al estudio de la satisfacción de los usuarios de [www.madrid.es](http://www.madrid.es) y con el objetivo de analizar la usabilidad de la web, desde 2008 y con periodicidad anual, se han llevado a cabo tres tipos de estudios:

□ **Estudio cualitativo de usabilidad.** Se analiza la interacción de los usuarios con la web en la realización de una serie de tareas concretas que simulan situaciones reales. El objetivo de este estudio es que, mediante la experiencia obtenida con los usuarios, realizar un análisis detallado de los procesos más críticos del portal y detectar problemas y proponer mejoras. También se recogen datos más subjetivos sobre necesidades, expectativas y sugerencias de los usuarios. Las tareas se han realizado en un laboratorio, entorno controlado en el que se realiza una monitorización de todo aquello que sucede permitiendo, en caso de ser necesario, que el moderador reconduzca la prueba y haga más incidencia en aquellos aspectos significativos que puedan ir surgiendo.

Las sesiones con los usuarios quedan registradas, esto permite estudiar su expresiones y reacciones a las pruebas propuestas para su posterior análisis.



### TRAZA VISUAL Y ESTUDIO DE EXPERTOS

□ **Traza visual (“Eye tracking”).** Es una técnica consistente en el seguimiento de la pupila del ojo de los usuarios cuando miran la web y aporta información relativa a lo que les llama la atención, las primeras impresiones visuales, las zonas que no llegan a mirar y el orden en que ven los contenidos.

Las representaciones de las tramas de mirada (gráficos que muestran la secuencia de movimientos, el orden y la duración de la fijación de la mirada) y **los mapas de calor** (gráficos en el que se indican las zonas “calientes” de la web, es decir, aquellas donde más se detiene la mirada del usuario) son algunas de las herramientas que ayudan a interpretar la información recopilada.



□ **Estudio de expertos.** Especialistas en usabilidad llevan a cabo un análisis en profundidad de determinados aspectos de [www.madrid.es](http://www.madrid.es) para analizar aspectos generales del portal, detectar áreas de mejora y proponer acciones correctoras. Este análisis se lleva a cabo, en primer lugar, de manera individual y posteriormente los expertos ponen en común las conclusiones obtenidas.

En este estudio a cada aspecto analizado se le otorga una “severidad” (baja, media o alta) para poder diferenciar y priorizar las situaciones más problemáticas de aquellas que no necesitan ser urgentemente modificadas.

# Cliente misterioso

---

## Cliente misterioso

La técnica de **cliente misterioso**, también conocida como "pseudocompra" o "mystery shopping", es aquella en la que se recoge información que permite al investigador ponerse en el lugar del usuario final y simular las percepciones que producen los servicios ofrecidos por la institución a investigar.

Desde el año 2008, personal previamente seleccionado con un perfil acorde al tipo de servicio a evaluar, ha implementado la técnica del cliente misterioso en los tres canales de LÍNEA MADRID realizando visitas a las OAC y a la web y llamadas al teléfono 010 para, desde el anonimato, poder analizar objetivamente y, desde el punto de vista del usuario habitual, el ciclo completo de la calidad de servicio.

A lo largo de las cuatro ediciones en los que se ha aplicado esta técnica de recogida de información, se han analizado los siguientes trámites y gestiones relativos a las siguientes temáticas:

- ✿ Solicitud de Información Urbanística
- ✿ Solicitud de volante de empadronamiento
- ✿ Modificación de cambio de domicilio en el Padrón Municipal
- ✿ Interposición de sugerencias y reclamaciones
- ✿ Tasa de Residuos Urbanos (TRU)
- ✿ Tarjeta Azul de transporte
- ✿ Impuesto de Bienes Inmuebles (IBI)
- ✿ Comunicación de avisos e incidencias
- ✿ Revisión catastral con y sin notificación

# Estudio de satisfacción del cliente interno

---



Línea**madrid**

---

## Estudio de cliente interno

---

### Antecedentes

Los usuarios de LÍNEA MADRID no se limitan a los ciudadanos que acuden a las Oficinas de Atención al Ciudadano, llaman al teléfono 010 o utilizan el sitio web [www.madrid.es](http://www.madrid.es). La definición y prestación de los servicios de LÍNEA MADRID se realiza por demanda usualmente de un **órgano directivo u organismo del Ayuntamiento de Madrid** y, en ocasiones, de **otras Administraciones Públicas** ("cliente interno"). Por ello, desde el 2010 se lleva a cabo, con periodicidad semestral, la medición de la satisfacción de los responsables de tales órganos directivos u organismos con los servicios que les presta LÍNEA MADRID.

### Ficha técnica

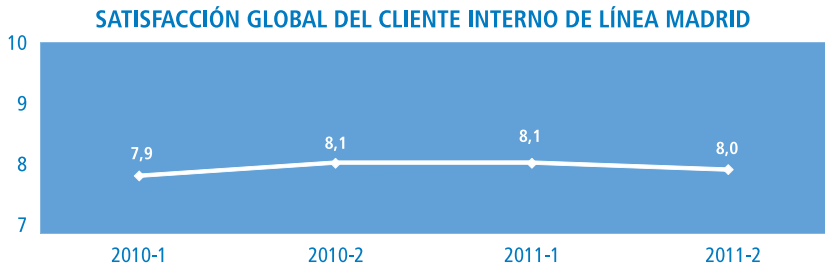
La técnica de recogida de información utilizada ha sido la **autocumplimentación** por parte de los Subdirectores Generales, Jefes de Servicio y Departamento, Secretarios de Distrito y otros responsables finales de cada uno de los servicios prestados a través de LÍNEA MADRID de un cuestionario mediante sistema **CAWI (Computer Assisted Web Interview)**.

El correo electrónico en el que se incluye el vínculo a través del que los entrevistados pueden acceder a la versión telemática del cuestionario se remite, de forma censal, a todos los integrantes del universo de análisis. Tal como se observa en el siguiente cuadro, las tasas de respuesta registradas en 2011 han sido considerablemente más altas que en 2010.

Año	Tamaño muestral	Tasa de respuesta	Error muestral (Nivel de confianza del 95,5%)
1ª Oleada 2010	20	-	-
2ª Oleada 2010	10	-	-
1ª Oleada 2011	70	51,5%	±8,4%
2ª Oleada 2011	58	42,6%	±10,0%

### Principales resultados

La **satisfacción global** del cliente interno con el servicio que le presta LÍNEA MADRID se mantiene constante a lo largo de las cuatro ediciones del estudio situándose, en todas ellas, en torno a una valoración media de ocho (escala 0 a 10).



En el cuestionario implementado en la recogida de información, se solicita a los entrevistados que expresen su grado de acuerdo / desacuerdo (en base a una escala de 0 a 10 donde 0 es "totalmente en desacuerdo" y 10, "totalmente de acuerdo") con una serie de aspectos relacionados con el servicio prestado por LÍNEA MADRID.

En los siguientes cuadros se expresan las valoraciones medias para cada uno de los diez aspectos analizados. Como puede observarse, en general, todas las valoraciones son muy elevadas y homogéneas.

La **facilidad de contacto** con los responsables de LÍNEA MADRID es el aspecto que, en todas las ediciones del estudio, registra un mayor nivel de consenso.



## Estudio de cliente interno

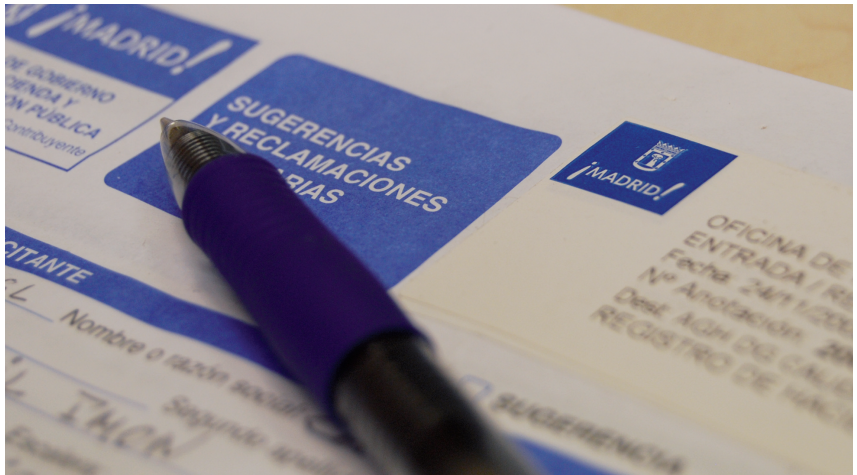
---

A pesar de recibir una valoración media que en las tres últimas ediciones se ha situado en torno a los siete puntos, la **recepción de información adecuada** sobre los servicios que presta LÍNEA MADRID para el órgano directivo u organismo al que pertenece el entrevistado es la variable que registra el menor nivel de satisfacción.

Variable	2010-1	2010-2	2011-1	2011-2
Es fácil ponerse en contacto con los responsables de LÍNEA MADRID	8,6	8,6	8,8	8,6
Los responsables de LÍNEA MADRID comprenden nuestros objetivos y tratan de ayudarnos a alcanzarlos	8,2	8,6	8,5	8,1
LÍNEA MADRID cumple las normas, estándares o acuerdos de prestación de servicios establecidos con mi órgano directivo u organismo	8,1	7,8	8,6	8,1
LÍNEA MADRID responde con rapidez a las necesidades que le plantea mi órgano directivo u organismo	7,7	7,8	8,4	8,0
La intervención de LÍNEA MADRID ha supuesto una mejora en la forma en que se prestan los servicios de mi órgano directivo/organismo a los ciudadanos	8,0	8,1	8,2	8,0
LÍNEA MADRID contribuye a la mejora continua de los servicios que presta para mi órgano directivo u organismo	8,0	7,9	8,1	8,0
Tengo claro conocimiento de cómo se prestan los servicios de mi órgano directivo u organismo a través de los diferentes canales de LÍNEA MADRID	7,2	7,6	8,2	8,2
El índice de errores o de incidencias detectadas en la gestión realizada por LÍNEA MADRID es pequeño o poco relevante	7,3	6,8	8,0	7,7
Me han explicado bien qué es LINEA MADRID, qué canales de atención al ciudadano tiene y cómo funciona	8,1	8,1	8,5	7,6
Recibo la información adecuada sobre los servicios que presta LÍNEA MADRID para mi órgano directivo u organismo	6,5	7,1	7,4	7,0

# Servicio de sugerencias y reclamaciones

---



# Servicio de Sugerencias y Reclamaciones

## Ficha técnica

Desde 2008, se viene realizando un estudio que tiene por objetivo medir la satisfacción de los usuarios del Servicio de Sugerencias y Reclamaciones del Ayuntamiento de Madrid.

Para acceder a este Servicio, existen tres canales de entrada diferentes:

- Canal presencial (Oficinas de Atención al Ciudadano y Registro)
- Canal telefónico (teléfono 010)
- Canal telemático (web [www.madrid.es](http://www.madrid.es))

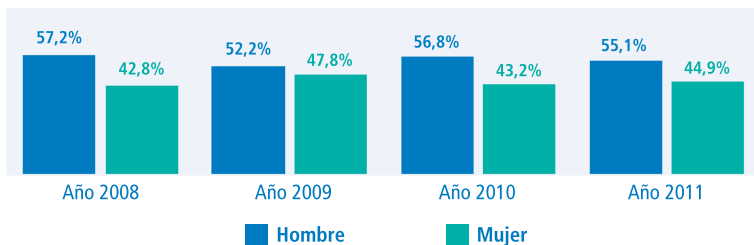
Por ello, en el estudio se analizan los resultados obtenidos entre usuarios que acceden al servicio por cualquiera de los tres canales de entrada.

Como se observa en la tabla, en este año 2011 el índice de participación ha sido el más elevado de las cuatro ediciones.

Año	Entrevistas realizadas	Error muestral (Nivel de confianza del 95,5%)
2008	1.340	±2,7%
2009	2.010	±2,2%
2010	1.693	±2,4%
2011	2.316	±2,1%

## Perfil del entrevistado

Según se puede comprobar en la serie histórica es el **hombre** quien mayoritariamente hace uso de este servicio.

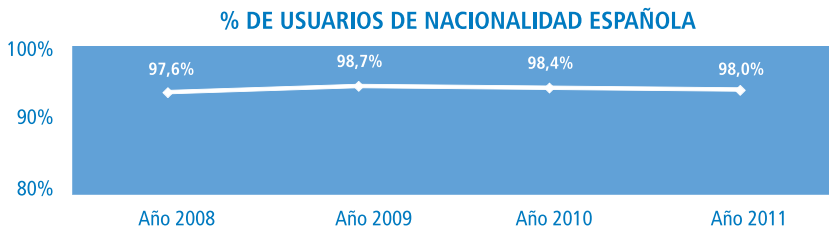


## Servicio de Sugerencias y Reclamaciones

El grupo de **edad** de 25 a 44 años es el que en mayor medida suele utilizar este servicio. Los segmentos de edad extremos son, sin embargo, los que menos usan el servicio de Sugerencias y Reclamaciones.

	Año 2008	Año 2009	Año 2010	Año 2011
Menor de 25 años	2,0%	2,2%	1,8%	2,2%
De 25 a 44 años	61,0%	57,5%	60,9%	50,0%
De 45 a 65 años	33,9%	37,9%	35,8%	39,4%
65 años o más	3,0%	2,4%	2,3%	8,5%

La **nacionalidad** de los usuarios del Servicio de Sugerencias y Reclamaciones del Ayuntamiento de Madrid es predominantemente española, prácticamente la totalidad de usuarios de este canal es de esta nacionalidad.

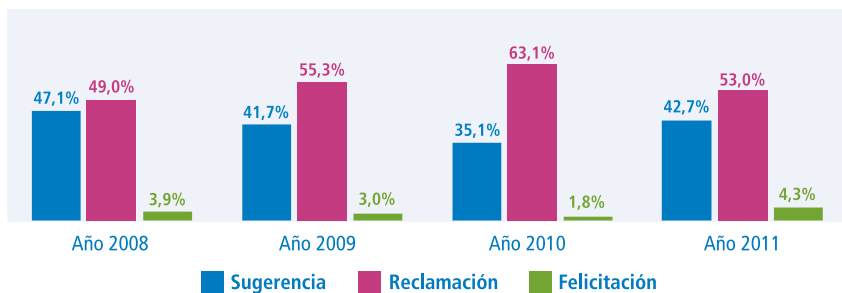


# Servicio de Sugerencias y Reclamaciones

## Principales resultados

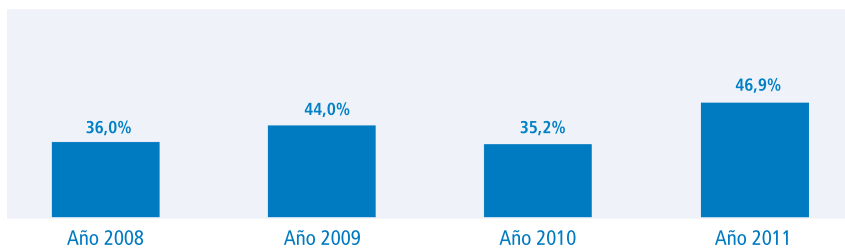
Habitualmente los usuarios se dirigen a este Servicio para interponer una Reclamación; en menor medida se interponen sugerencias y las felicitaciones son, de las tres, las menos habituales.

### ¿QUÉ HA INTERPUESTO USTED?



Casi la mitad de la muestra ha interpuesto una sola reclamación, sugerencia o felicitación.

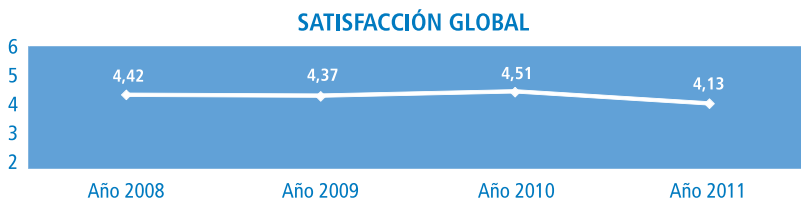
### PORCENTAJE DE USUARIOS QUE HAN INTERPUESTO UNA RECLAMACIÓN



# Servicio de Sugerencias y Reclamaciones

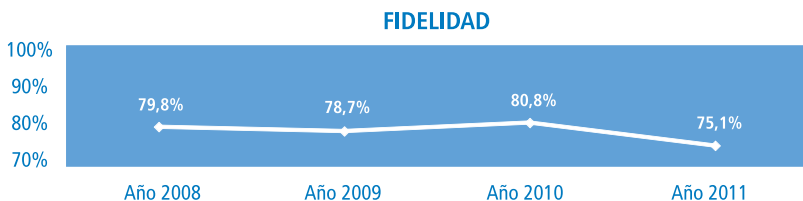
## Principales resultados

Puesto que la mayoría de los que interponen una sugerencia o reclamación suelen ser personas descontentas en algún aspecto con los servicios prestados por el Ayuntamiento de Madrid, parece natural que su opinión sobre el servicio de sugerencias y reclamaciones se contagie de esa insatisfacción. Por ello, la **satisfacción global** con el servicio de sugerencias y reclamaciones viene siendo baja, no superando hasta la fecha la media de 5 en una escala de 0 a 10.



NOTA: escala de valoración de 0 a 10.

Sin embargo, los usuarios del Servicio, una vez que lo utilizan por primera vez, mantienen un alto grado de intención de seguir usándolo: el usuario comprueba que es un Servicio que funciona.



NOTA: porcentaje de entrevistados que segura o probablemente volverían a utilizar el servicio.

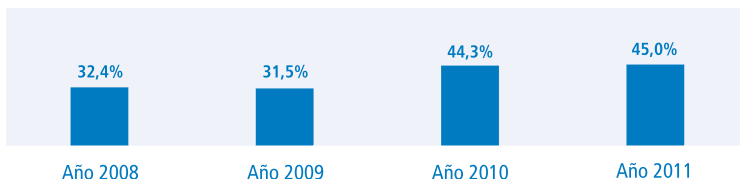
## Servicio de Sugerencias y Reclamaciones

---

En el cuestionario se incluían unas variables tendentes a determinar el posicionamiento del Servicio de Sugerencias y Reclamaciones del Ayuntamiento de Madrid frente a otros similares de otras Administraciones Públicas.

En general, se puede concluir que, algo menos de la mitad de los entrevistados valoran mejor este Servicio que el de las de otras Administraciones.

### POSICIONAMIENTO DEL SERVICIO DE SUGERENCIAS Y RECLAMACIONES



NOTA: porcentajes de usuarios que, en el último año, han utilizado otros servicios de sugerencias y reclamaciones diferentes a los del Ayuntamiento de Madrid y que consideran que el servicio recibido en el del Ayuntamiento de Madrid es "mejor" o "mucho mejor" que el recibido en esas otros servicios de sugerencias y reclamaciones, consideradas todas ellas de forma agrupada.

Desde que se decidió aplicar un modelo para medir la calidad del servicio, se han incluido en los diferentes cuestionarios que se han ido aplicando desde 2002 una serie de variables con este objetivo.

Los resultados se ofrecen **segmentados por canal de entrada de las sugerencias, reclamaciones y felicitaciones: presencial, telefónico y telemático.**

En el año 2011 se ha producido una profunda revisión, tanto de las dimensiones como de las distintas variables que conforman el modelo.

De este modo tan solo dos variables se han mantenido desde la primera medición hasta la última en el canal telefónico y presencial: sencillez del procedimiento establecido para presentar una sugerencia, reclamación o felicitación y amabilidad y trato.

En el canal telemático se mantienen: sencillez del procedimiento establecido para presentar una sugerencia, reclamación o felicitación y confidencialidad que garantiza el SYR.

## Servicio de Sugerencias y Reclamaciones

### Principales resultados: CANAL PRESENCIAL O TELEFÓNICO

Se agrupan aquí las valoraciones medias que han alcanzado las dos variables que tienen recorrido por toda la serie histórica 2008-2011, y que han utilizado el canal de entrada presencial o telefónico, ya que en ambos hay un componente de trato personal que no está presente en el telemático.

Según los resultados obtenidos, en el año 2011 se experimenta un incremento sustancial en las valoraciones medias ganando en ambos parámetros, más de un punto, respecto a los datos obtenidos en 2010.

Variable	Año 2008	Año 2009	Año 2010	Año 2011
Sencillez del procedimiento establecido para presentar una sugerencia, reclamación o felicitación	5,9	5,9	6,0	7,2
Amabilidad y trato por parte del personal de atención	5,5	6,2	6,8	7,8

### Principales resultados: CANAL TELEMÁTICO

Las dos variables que han permanecido constantes en las cuatro oleadas anuales efectuadas hasta la fecha desde 2008 son: **confidencialidad que garantiza el SYR y sencillez en el procedimiento de presentar una sugerencia, reclamación o felicitación.**

En ambas, hay una mejora de la valoración en esta última medición respecto a las anteriores, ganando 0,48 puntos en el caso de la confidencialidad, hasta llegar a los 7,2 puntos sobre 10, y 0,61 puntos en la sencillez, alcanzando una calificación media de 6,89 puntos sobre 10.

Variable	Año 2008	Año 2009	Año 2010	Año 2011
Confidencialidad que garantiza el SYR	6,8	6,8	6,7	7,2
Sencillez del procedimiento establecido para presentar una sugerencia, reclamación o felicitación	6,0	6,1	6,2	6,8





