

OBSERVATORIO DE CALIDAD 2006





INTRODUCCIÓN

El Observatorio de la Calidad es un estudio periódico sobre la satisfacción de los usuarios del Servicio Telefónico 012 y del servicio presencial que se da en las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano.

Se trata de un estudio que se viene realizando desde 1997, por lo tanto nos permite establecer una serie histórica comparativa. Los datos se recogen mediante encuestas que se hacen a los ciudadanos anualmente.

Para facilitar el análisis de los datos se presenta un indicador, resumen de la opinión de los usuarios sobre todos los atributos que componen el servicio sobre el que se pregunta. En esta edición se trata del Índice de Percepción de Calidad del Servicio de Atención al Ciudadano correspondiente al año 2006.

Este año hay que destacar el hecho de la incorporación de nuevos servicios al Teléfono 012 y el aumento de su capacidad de respuesta, sobre los que también se pregunta al ciudadano.

Además hay que constatar en lo que a la Atención Presencial se refiere que, aún manteniendo la serie histórica, la recogida de datos incorpora las novedades derivadas de la dinámica del servicio, con la incorporación de algunas Oficinas y la exclusión de otras.





SUMARIO

I. METODOLOGÍA

- I.1.** Establecimiento y Actualización de los Atributos que Componen el Servicio Prestado
- I.2.** Análisis de Expectativas
- I.3.** Asignación de Importancia a los Atributos
- I.4.** Estudio de Percepciones
- I.5.** Modelo Calidad Madrid (CAL-MA)
- I.6.** Delimitación de Áreas de Mejora IPCS Agregado
- I.7.** Glosario de Términos Utilizados
- I.8.** Relación de Anexos en Formato PDF

2. LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CIUDADANO

- 2.1.** Ficha Técnica
- 2.2.** Resultados Obtenidos
 - I.** El Usuario
 - I.a.** La Visita del Usuario
 - I.b.** El Perfil del Usuario Particular
 - I.c.** El Perfil del Usuario Profesional
 - II.** Atributos que Definen la Calidad del Servicio
 - III.** Valoración del Servicio Recibido
 - IV.** Organismo Gestor
- 2.3.** Índices de Calidad

3. SERVICIO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA 012

- 3.1.** Ficha Técnica
- 3.2.** Resultados Obtenidos
 - I.** El Usuario
 - I.a.** La Llamada del Usuario
 - I.b.** El Perfil del Usuario Particular
 - I.c.** El Perfil del Usuario Profesional
 - II.** Atributos que Definen la Calidad del Servicio
 - III.** Valoración del Servicio Recibido
 - IV.** Los Servicios del 012
 - V.** Demandas y Sugerencias
 - VI.** Organismo Gestor
- 3.3.** Índices de Calidad

4. ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DE CALIDAD DE LOS SERVICIOS AGREGADO (IPCS`A)



I. METODOLOGÍA

El índice recoge de manera global, la satisfacción con la información, la gestión y las sugerencias y reclamaciones, efectuadas por las vías presencial y telefónica.

La obtención del índice agregado de percepción de calidad de los servicios pasa por las siguientes fases metodológicas:

- Establecimiento o actualización de los atributos que componen el servicio prestado.
- Análisis de expectativas.
- Asignación de importancia a los atributos.
- Estudio de percepciones.
- Aplicación de la metodología CAL-MA para el establecimiento de los IPCS telefónico y presencial respectivamente.
- Obtención del IPCS agregado.

Vamos a ir explicando brevemente cada una de ellas:

I.1. Establecimiento o Actualización de los Atributos que Componen el Servicio Prestado.

El análisis de la calidad de los servicios y la obtención de índices que permitan la comparación y el establecimiento de áreas de mejora, requiere mantener actualizado el listado de componentes de los servicios.

Esta es la primera premisa metodológica irrenunciable: cuando preguntamos a los ciudadanos por su satisfacción con el servicio que le prestamos, nuestra pregunta y su respuesta se tienen que referir al mismo atributo y este ha de ser un reflejo de la realidad.

Desde 1997 venimos editando el Observatorio de Calidad y los sucesivos Índices de Percepción de Calidad del Servicio.

Nuestro observatorio ha ido evolucionando, completándose. Hemos ido pasando del estudio de la satisfacción con la información recibida en los puntos de información y atención al ciudadano, a un análisis más completo, con una metodología inscrita en las propias de “evaluación en calidad total”, que abarca la satisfacción con la información, con el inicio de la gestión y con las sugerencias y reclamaciones lo estudiamos en su forma presencial y en su forma telefónica.

Además se realizó un estudio cualitativo para reconsiderar los atributos que los ciudadanos de la Comunidad de Madrid, consideran que caracteriza una buena atención inicial.

El último se hizo en diciembre de 2002 a partir de 5 grupos de discusión con los colectivos siguientes: profesionales, usuarios que buscan asesoramiento o rellenar solicitudes, usuarios que buscan información sobre exámenes y oposiciones, usuarios que inician la tramitación de algún expediente, y usuarios que realizan el pago de sus impuestos. El resultado del trabajo es un listado de atributos sobre el que se realizan las fases siguientes.



I.2. Análisis de Expectativas

Entre finales de septiembre y primeros de octubre de 2003 se realizó una encuesta telefónica a población general con la siguiente ficha técnica:

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA DE EXPECTATIVAS

Fecha campo	22 septiembre a 10 octubre de 2003
Tipo de encuesta	Telefónica CATI en el hogar del entrevistado
Universo	Personas mayores de 16 años, residentes de hecho en la Comunidad de Madrid
Muestra	Muestreo aleatorio, proporcional en cuanto a tamaño de hábitat en el conjunto de la Comunidad de Madrid, y de distrito en el caso de Madrid Capital
Selección de informantes	Selección aleatoria de hogares según listado de la guía telefónica
Tamaño muestral	2.514 entrevistas
Ámbito	Comunidad de Madrid
Supervisión / control de calidad	≥ 10% del total de entrevistas, y alcanzando al 100% de los entrevistadores participantes
Significatividad y error máximo	Nivel de confianza del 95,5% y error máximo ± 2%
Escala	Mínimo 0 - Máximo 10
Trabajo de campo	INTERGALLUP S.A.

De este estudio obtenemos las expectativas que tienen los ciudadanos en relación a la información, la gestión y las sugerencias y reclamaciones, desagregadas por cada uno de los atributos obtenidos con anterioridad, y para aquellos que operan de forma distinta si se trata de canal telefónico o presencial, obtenemos también su especificidad.

Las expectativas las medimos cada tres años, porque lo que los ciudadanos esperan de la Administración, cambia despacio y dependiendo de variables estructurales como la educación y las condiciones socioculturales y económicas.

I.3. Asignación de Importancia a los Atributos

En la propia encuesta de expectativas, se pide al entrevistado que asigne importancia a cada uno de los atributos.

I.4. Estudio de Percepciones

Las percepciones se miden después de haber recibido cada uno de los servicios:

- En el primer trimestre de 2006, la Dirección General de Calidad de los Servicios y Atención al Ciudadano de la Consejería de Presidencia de la Comunidad de Madrid, realizó el estudio de la Satisfacción de los Usuarios del Servicio de Atención al Ciudadano 012 y de las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano.
- La Información se obtuvo mediante entrevista telefónica asistida por ordenador, dirigida a los usuarios del servicio 012.



- Se preguntaba a los usuarios del teléfono su percepción sobre la calidad del servicio recibido.
- Para las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano el universo objeto del estudio lo constituyen "los clientes de las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano, mayores de 16 años, residentes de hecho en la Comunidad de Madrid, que utilizan estos servicios, ya sea a título individual o en representación de alguna entidad".
- La fichas técnicas respectivas se ubican en el inicio de los estudios correspondientes.
- En cuanto a la significatividad de los resultados, como en cualquier investigación basada en la inferencia estadística, se ha buscado un tamaño muestral que garantice el equilibrio entre la fiabilidad de los datos, los criterios presupuestarios y las mínimas molestias al ciudadano.

I.5. Modelo Calidad Madrid (CAL-MA)

Para el análisis y seguimiento del nivel de satisfacción de los clientes de los OIAC's se utiliza:

- El Índice de Percepción de Calidad del Servicio (IPCS) que permite observar la evolución de la satisfacción de las personas que utilizan un determinado servicio, a través de la relación entre lo que reciben y lo que esperan recibir.
- El Modelo CAL-MA (CALIDAD MADRID) que permite identificar los atributos de un servicio público que más influyen en la satisfacción.

Los instrumentos de medida utilizados para la elaboración del IPCS y para el desarrollo del modelo CAL-MA son las encuestas de percepción y de expectativa. Estas se realizan a muestras representativas independientes, en momentos distintos para que las respuestas de cada encuesta no influyan en la otra.

La encuesta de expectativas se realiza cada tres años, antes de que el servicio sea utilizado y la de percepción anualmente, una vez que el servicio se ha recibido.

El cálculo del IPCS se basa en la comparación entre la percepción del servicio que tienen los ciudadanos y sus expectativas previas. Este índice se define como la razón, expresada en porcentaje, entre la media de las percepciones y la media de las expectativas.

$$\text{IPCS} = \frac{\text{Promedio de las Percepciones} \times 100}{\text{Promedio de las Expectativas}}$$

Para la mejora del servicio y, de acuerdo con el modelo CAL-MA, es necesario, en primer lugar, ordenar los atributos del servicio valorado. Pero éstos no se ordenan atendiendo a las diferencias entre las valoraciones medias de la percepción y de la expectativa, sino en función de la influencia que tengan en la satisfacción para lo cual se tiene en cuenta la importancia que los entrevistados le conceden a cada atributo.



A los atributos así ordenados se les denomina expectativa final (D), la cual es fruto del siguiente resultado:

- A) Del orden que ocupa cada atributo en función de su peso de la valoración global.
- B) Del orden que ocupa cada atributo en la tabla de respuestas espontáneas de importancia (frecuencias).
- C) Del orden que ocupa cada atributo en la encuesta de expectativas, en función de sus valoraciones medias.

Atributos del Servicio	Percepción (A)	Importancia (B)	Expectativa Inicial (C)	Expectativa Final (D)
1	X1	Y1	Z1	$\frac{X^1+Y^1+Z^1}{3}$
2	X2	Y2	Z2	$\frac{X^2+Y^2+Z^2}{3}$
3	X3	Y3	Z3	$\frac{X^3+Y^3+Z^3}{3}$
4	X4	Y4	Z4	$\frac{X^4+Y^4+Z^4}{3}$
n	Xn	Yn	Zn	$\frac{X^n+Y^n+Z^n}{3}$

D) Expectativa final = Promedio del orden de los anteriores.

La expectativa final así calculada sirve para ordenar los atributos en función de su influencia en la satisfacción.

1.6. Delimitación de Áreas de Mejora IPCS Agregado

Para obtener el Índice de Percepción de Calidad de los Servicios de Atención al Ciudadano, se ha realizado la media aritmética entre el índice telefónico y el presencial.

1.7. Glosario de Términos Utilizados

Análisis de Regresión Múltiple: análisis estadístico consistente en cuantificar la relación entre una variable, que se llamará variable dependiente, y un conjunto de variables, a las que se denomina *variables independientes*.

Coefficiente β Estandarizado: es el coeficiente de regresión cuando todas las variables se expresan en escala típica. Lo que hace a los coeficientes más comparables, puesto que se han eliminado las diferencias debidas a las unidades de medida. No obstante, los coeficientes beta no reflejan en ningún sentido absoluto la importancia de las diversas variables independientes, pues dependen de las otras variables de la ecuación.

GAP: utilizado aquí como diferencia entre Percepciones y Expectativas. Si el GAP es negativo, indica que la percepción de los ciudadanos sobre el servicio no alcanza sus expectativas.



Media: se utiliza para denominar a la media aritmética o promedio; suma de todas las valoraciones otorgadas por los componentes de la muestra dividida por el total de participantes en la misma.

Muestra: número de usuarios que han sido seleccionados del universo para participar en el Estudio y que han respondido a alguna de las preguntas.

Nivel de Confianza: probabilidad que la estimación realizada a partir de una muestra se ajuste a la realidad.

Parámetros de Calidad / atributos: unidades en las que se desagrega la calidad del Servicio de Atención al Ciudadano con objeto de facilitar la valoración y la consiguiente mejora.

Regresión Múltiple: consiste, en esencia, en conocer como influye cada variable independiente en la dependiente.

Universo: población a estudiar.

1.8. Relación de Anexos en Formato PDF

Anexo 1. Decreto 21/2002, de 24 de enero, por el que se regula la Atención al Ciudadano en la Comunidad de Madrid (B.O.C.M. 5 de febrero de 2002).

Anexo 2. Decreto 85/2002, de 23 de mayo, por el que se regulan los sistemas de evaluación de la calidad e los servicios públicos y se aprueban los Criterios de Calidad de la Actuación Administrativa en la Comunidad de Madrid (BOCM de 5 de junio).

Anexo 3. ORDEN por la que se regula la utilización de las técnicas cuantitativas y cualitativas de Investigación social para la medición de la calidad de los servicios que presta la Comunidad de Madrid (BOCM de 3 de diciembre de 2004).

Anexo 4. Cuestionarios.

Anexo 5. Dirección del Proyecto y Equipo de Trabajo.

2. LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CIUDADANO

2.1. Ficha Técnica

- **Técnica de investigación:** entrevista personal.
- **Ámbito geográfico:** 22 Oficinas de Información y Atención al Ciudadano de la Comunidad de Madrid.
- **Universo:** población mayor de 16 años usuario de los servicios de atención presencial de la Comunidad de Madrid y localizada en las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano de la Comunidad de Madrid.



- **Tamaño, distribución y error muestrales:**
 - 3.591 entrevistas válidas mediante muestreo aleatorio simple sobre usuarios a la salida de los puntos de información.
 - Distribuidas mediante afijación de 100 entrevistas en cada Oficina (2.200) y el resto (1.391) se han distribuido de forma proporcional al volumen de afluencia de cada Oficina. En la página siguiente se adjunta cuadro con la distribución final por Oficina.
 - El error muestral para 3.591 entrevistas es del $\pm 1,66\%$ para un nivel de confianza del 95,5% (2 sigma) y $p=q=50\%$.
- **Escala:** Mínimo 0 – Máximo 10.
- **Trabajo de campo:** se ha realizado entre los días 12 y 30 de junio de 2006, de lunes a viernes y en horario de 9 a 18 horas, por un equipo de 20 encuestadores del Departamento de Campo de PÁGINAS DE ECONOMÍA Y SOCIOLOGÍA.
- **Supervisión y control de calidad:** sobre el 20% del total de entrevistas, alcanzando al 100% del equipo de encuestación.

OFICINAS DE INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CIUDADANO	Distrib. Muestral
Presidencia (Plaza Descubridor Diego de Ordás,3)	130
Justicia e Interior (Gran Vía,18)	109
Hacienda (Plaza Chamberí, 8)	107
Hacienda (General Martínez Campos, 30)	435
Economía e Innovación Tecnológica (Príncipe de Vergara,132)	104
Economía e Innovación Tecnológica (Cardenal Marcelo Spinola,14)	200
Transportes e Infraestructuras (Orense,60)	253
Medio Ambiente y Ordenación del Territorio (Braganza, s/n)	181
Educación (Alcalá, 32)	109
Medio Ambiente y Ordenación del Territorio (Princesa,3)	107
Sanidad y Consumo (Carlos Trías Bertrán,7)	108
Familia y Asuntos Sociales (Pedro Muñoz Seca,2)	144
Familia y Asuntos Sociales (Gran Vía,14)	161
Empleo y Mujer (Vía Lusitana,21)	149
Empleo y Mujer (Princesa, 5)	151
Educación (General Díaz Porlier, 35)	120
Educación (Gran Vía,10)	157
Medio Ambiente y Ordenación del Territorio (Av. Austrias, 28)	204
Economía e Innovación Tecnológica (Est. Atocha Renfe - Oficina de Turismo)	246
TIVE (Fernando el Católico, 88)	215
Empleo y Mujer (Alcalá, 253)	100
Ayuntamiento Villanueva de la Cañada (Rosales,1)	102
TOTAL	3592

2.2 Resultados Obtenidos

El presente informe se divide en 4 capítulos:

- El primero se centra en el usuario de las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano, concretamente en el tipo de visita que ha realizado y en su perfil social.
- El segundo hace referencia a la calidad del servicio según la definición, en espontáneo, de los usuarios de las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano de la Comunidad de Madrid.
- El tercer capítulo recoge la opinión del usuario, en forma de valoración, sobre el servicio que ha recibido en la Oficinas de Atención al Ciudadano.
- Y en el cuarto y último capítulo se expone la notoriedad de la Comunidad de Madrid como el organismo que gestiona las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano.

I. El Usuario

En este capítulo se describe, por un lado, **la visita del ciudadano** según los criterios de:

- resultado de la visita: atendida vs. no atendida,
- área de gestión,
- tipo de gestión,
- finalidad de la gestión,
- frecuencia de visita,
- elección de visitar la oficina,
- carácter de la visita (particular vs. profesional),

Y por otro, **el perfil del usuario particular** según:

- sexo,
- edad,
- nivel de estudios,
- ocupación,
- distrito o municipio de residencia,
- lugar de nacimiento,

Y **el perfil del usuario profesional** según:

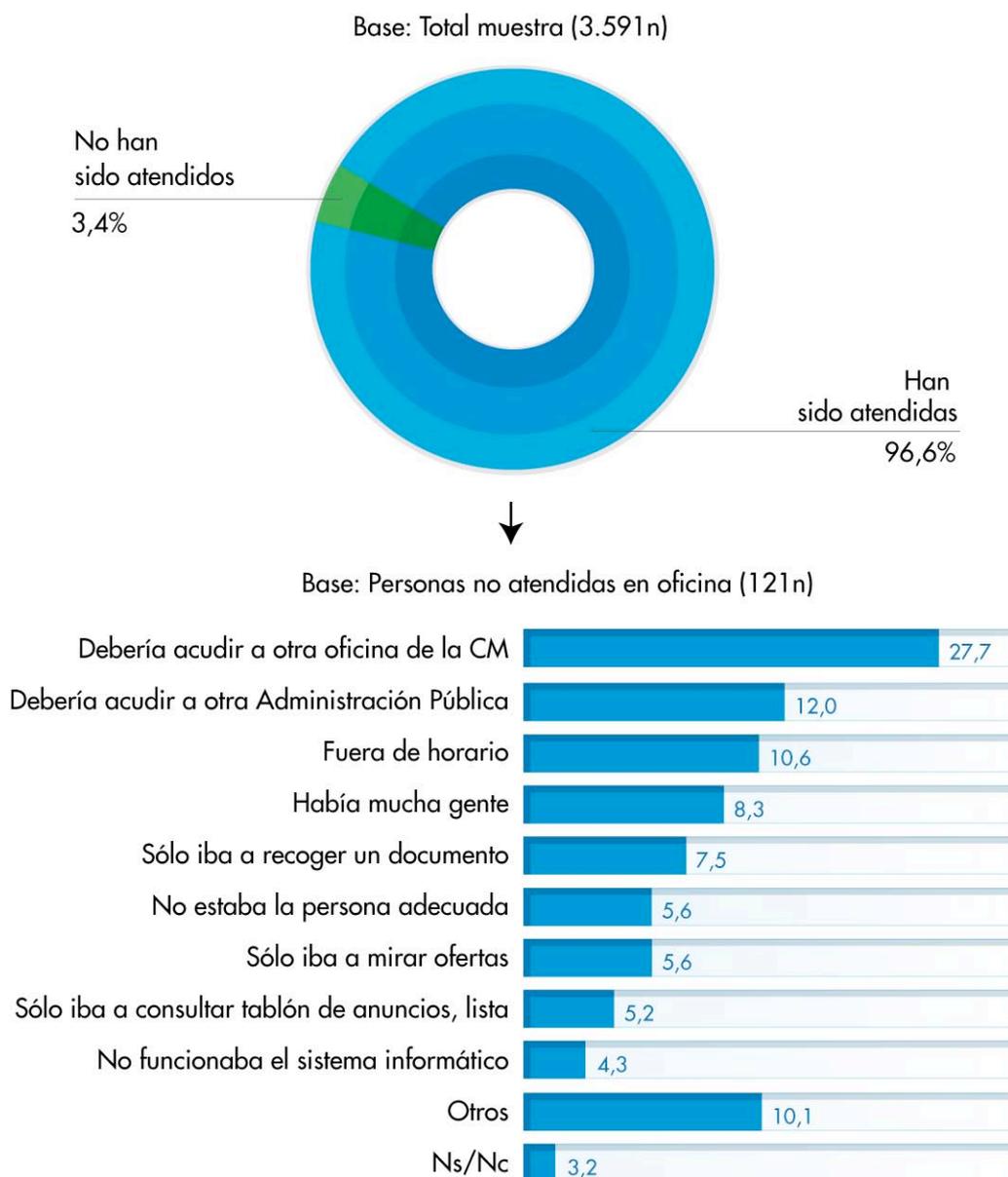
- tipo de actividad de la empresa,
- carácter de la actividad,
- tamaño de la empresa,
- ubicación de la entidad.



I.a. La Visita del Usuario

Prácticamente todas las personas que acuden a las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano de la Comunidad de Madrid son atendidas en relación a la gestión demandada, concretamente el 96,6%.

El principal motivo por el que el resto de los usuarios, un escaso 3,4%, no es atendido está relacionado con la especialización de la Oficina, es decir, en estos casos, los usuarios tendrán que ser atendidos en otras Oficinas de la Comunidad de Madrid especializadas en materias diferentes.

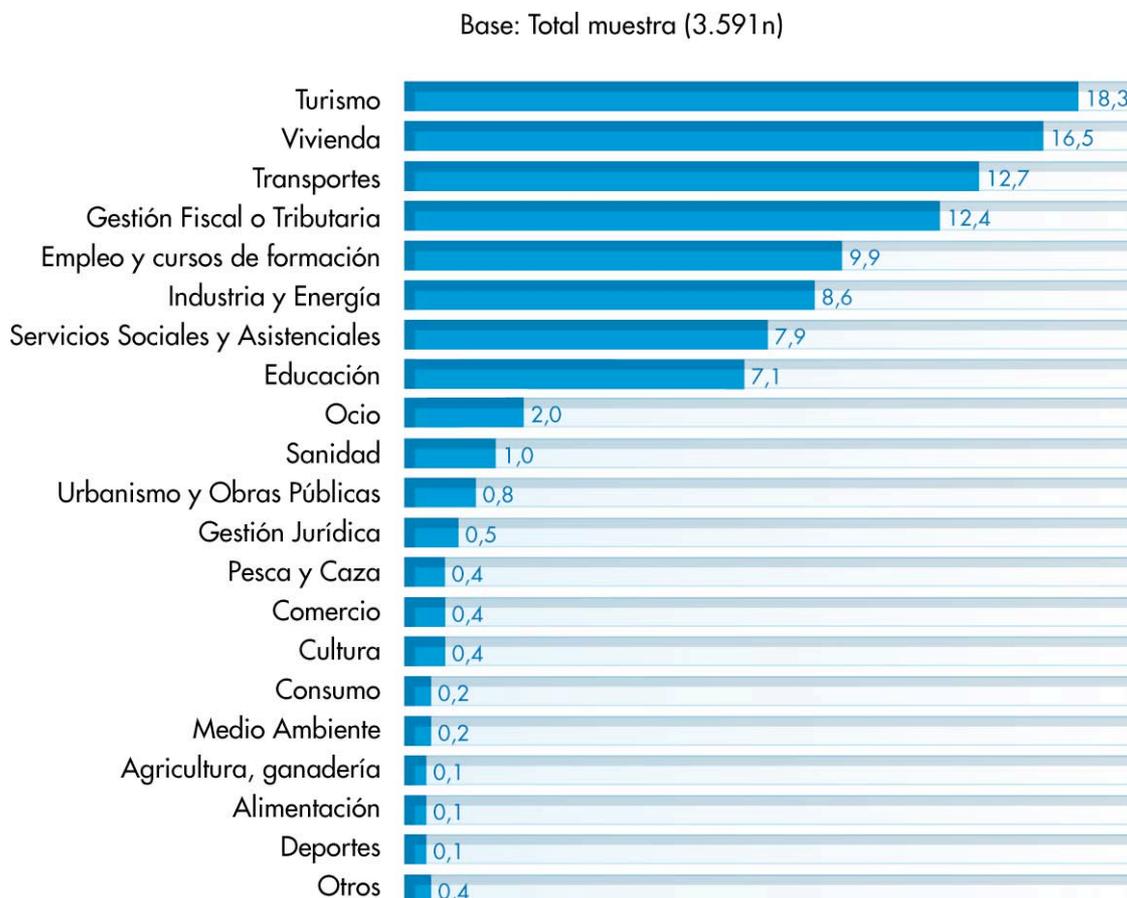


El área de gestión que registra mayor número de consultas es **Turismo**, el 18,3%. En este sentido, debemos señalar que el trabajo de campo se ha realizado en época estival o vacacional, por lo que las demandas sobre esta área aumentan respecto a las registradas en mediciones anteriores.



Vivienda es la segunda área de gestión por la que acude un mayor número de ciudadanos a las Oficinas de Información y Atención de la Comunidad de Madrid, reuniendo el 16,5% de visitas.

Otras áreas que motivan principalmente las visitas de los usuarios son Transportes y Gestión Tributaria o Fiscal, el 12,7% y el 12,4% respectivamente.



Ocho de cada diez personas que acuden a las Oficinas de Información y Atención realizan una única gestión, concretamente:

- el 33,2% de los usuarios **solicita información**,
- un 32,3% realiza **gestiones administrativas**,
- el 11,2% registra documentos,
- y finalmente, un reducido 0,7% de los usuarios realiza sugerencias o reclamaciones.



Por otra parte, las personas que visitan las Oficinas de Atención para realizar más de una gestión suponen el 22,5%, de las cuales:

- el 8,9% de los ciudadanos registra y gestiona documentos,
- un 6,8% se informa y realiza gestiones administrativas,
- un 6,3% se informa y registra documentos,
- y un 0,5% se informa y registra algún tipo de reclamación o sugerencia.



Al igual que viene ocurriendo en mediciones anteriores, el mayor número de visitas a las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano están relacionadas con la obtención de autorizaciones administrativas, licencias, permisos y carnets. Respecto a la oleada de 2005, aumenta el número de personas que demandan este trámite, pasando del 13,2% registrado hace un año al 20,6% actual.

Otras gestiones por las que los ciudadanos acuden a las Oficinas de Atención son, entre otras, las siguientes:

- Trámites inmobiliarios (14,4%).
- Registrar documentos (11,4%).
- Información y gestiones sobre turismo (10,8%).
- Impuestos y tasas (10,7%).



Base: Total muestra (3.591 n)



La mayor parte de las visitas son realizadas por personas que acuden por primera vez a una Oficina de Información y Atención al Ciudadano de la Comunidad de Madrid, concretamente el 45,5%.

Por el contrario, los usuarios que acuden a las Oficinas de Atención con frecuencia (al menos una vez al mes) representan el 19,2% del total.

Base: Total personas atendidas (3.470n)





El principal motivo por el que los ciudadanos visitan una Oficina determinada y no otra está relacionado con el tipo y finalidad de la gestión que van a realizar, dicho de otro modo, acuden a esa Oficina porque es allí dónde se realiza la gestión específica, según manifiesta el 41,6% de los usuarios.

El segundo motivo tiene que ver con la proximidad del domicilio o lugar de trabajo a la Oficina, un 17,7% acuden a una Oficina concreta por cercanía.

Y el tercer motivo en importancia que los usuarios mencionan es el que hace referencia al desconocimiento de otras Oficinas de la Comunidad de Madrid, es decir, el 10,7% de los usuarios visitan una Oficina concreta porque “no conocen más”.

En el siguiente gráfico se detallan otros motivos mencionados por los ciudadanos.

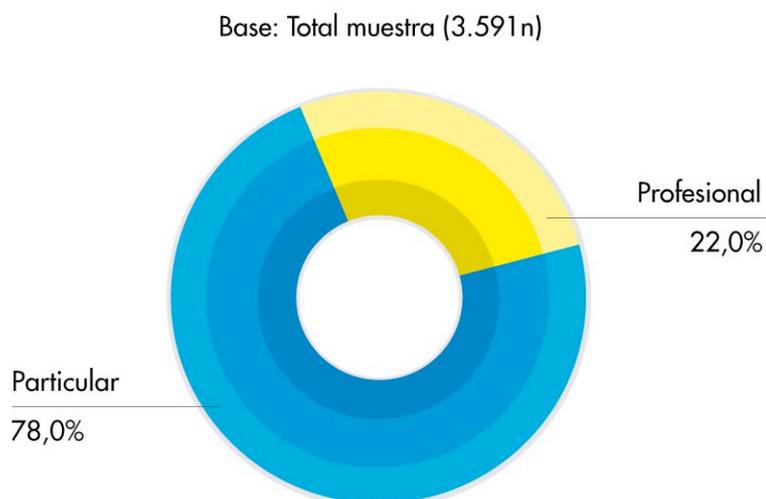
Base: Total personas atendidas (3.470n)



La gran mayoría de los usuarios de la Comunidad de Madrid, el 78,0%, son particulares, es decir, acude a las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano por asuntos propios. Mientras que el 22,0% restante lo hace como profesional, esto es, en representación de alguna empresa o entidad.



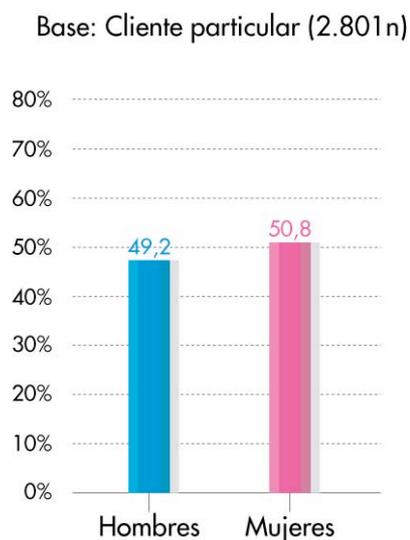
Respecto a la medición de 2005, se incrementan ligeramente las visitas particulares (en casi 8 puntos porcentuales) a la vez que descienden las profesionales (en la misma proporción).



I.b. El Perfil del Usuario Particular

Hombres y mujeres visitan las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano, prácticamente, en la misma proporción.

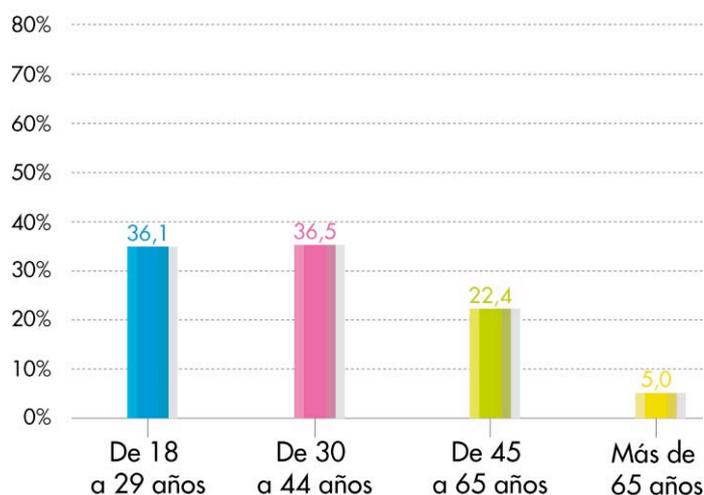
En relación al perfil del usuario de hace un año, se observa un ligero aumento de los usuarios de género masculino, que pasan de un 47,9% al actual 49,2%, a la vez que disminuyen los usuarios de género femenino (del 52,1% al 50,8).





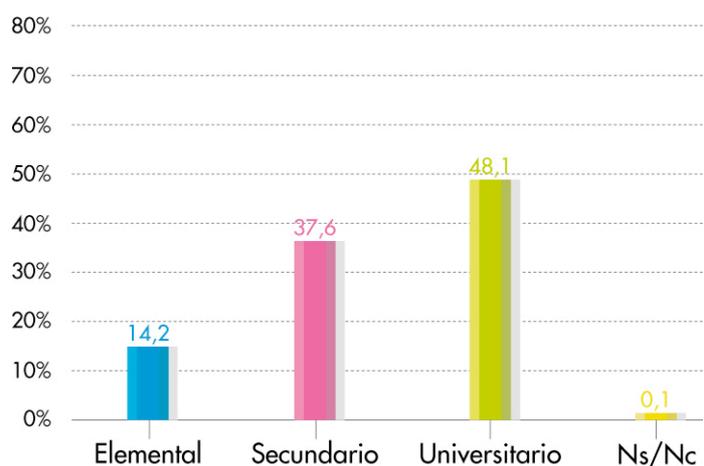
Casi tres cuartas partes de los usuarios son menores de 45 años, concretamente, el 36,1% tiene una edad comprendida entre los 16 y 29 años y otro 36,5% de los usuarios tiene entre 30 y 44 años. Las personas de 45 a 65 años representan el 22,4%, mientras que el 5,0% son los mayores de 65 años.

Base: Cliente particular (2.801n)



El nivel de estudios de los usuarios es elevado: el 48,1% ha cursado estudios universitarios. Un 37,6% de los usuarios tiene estudios secundarios y, finalmente, un 14,2% tiene un nivel de estudios elementales.

Base: Cliente particular (2.801n)

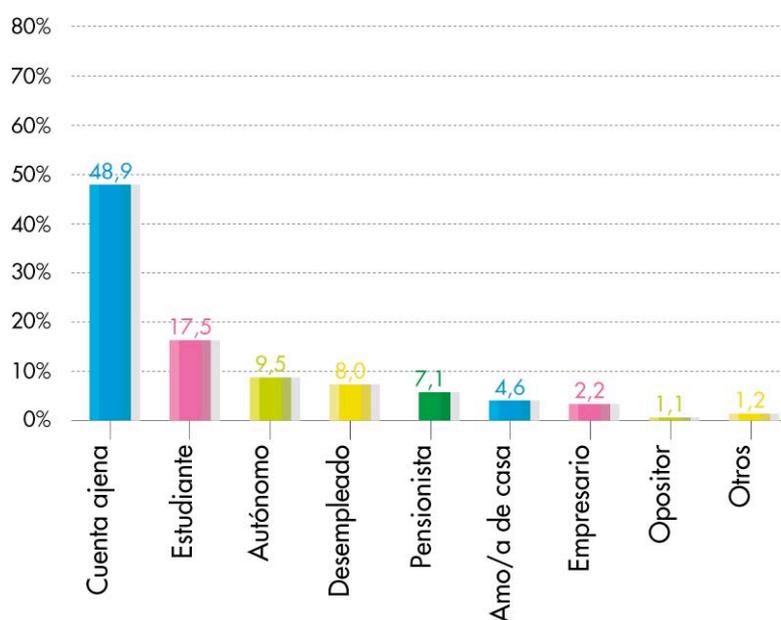




Casi la mitad de los usuarios de las Oficinas de Atención al Ciudadano de la Comunidad de Madrid están ocupados por cuenta ajena.

Los estudiantes representan el segundo colectivo con mayor presencia en la Oficinas de Atención de la Comunidad de Madrid, un 17,5%. Respecto a la medición de 2005 se aprecia un aumento de las visitas de los estudiantes. Ello es debido, principalmente, a la época vacacional en la que se ha realizado el trabajo de campo, las gestiones de los estudiantes están relacionadas con “el carnet joven” e “inter-rail”.

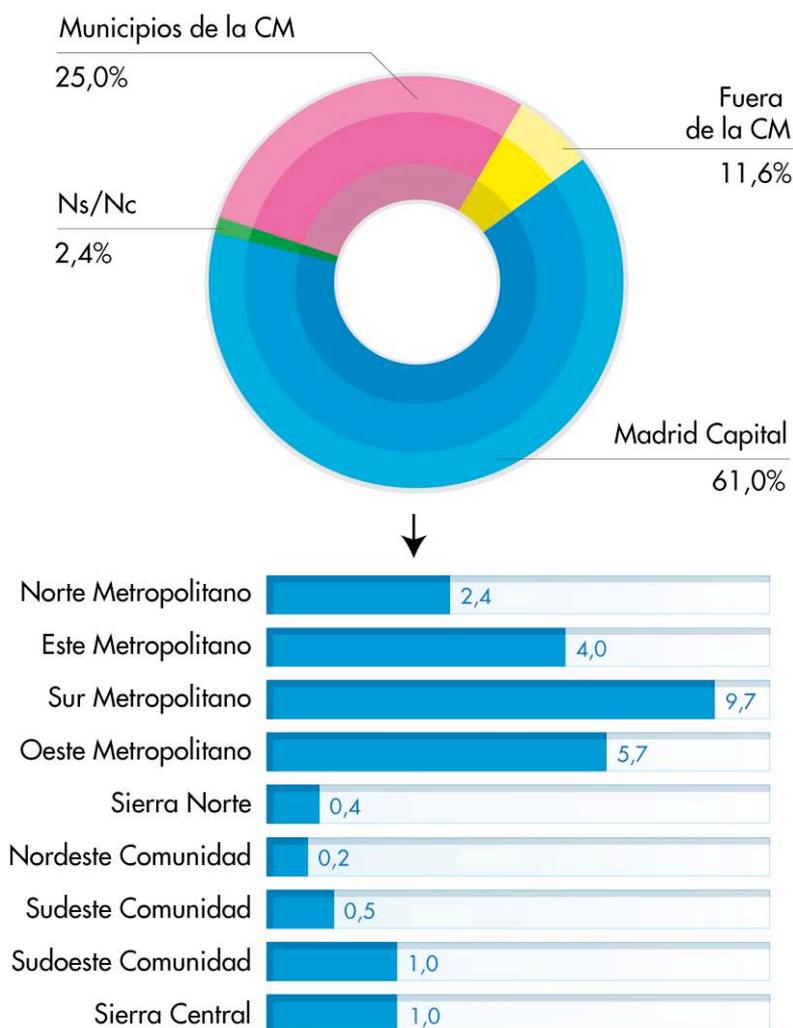
Base: Cliente particular (2.801 n)





El lugar de residencia de la gran parte de los usuarios reside en Madrid Capital, concretamente el 61,0%. Por otro lado, el porcentaje de usuarios que residen en otros municipios de la Comunidad de Madrid es del 25,0%. Finalmente, cabe destacar que un 11,6% de los usuarios de los servicios de atención presencial reside fuera de la Comunidad de Madrid.

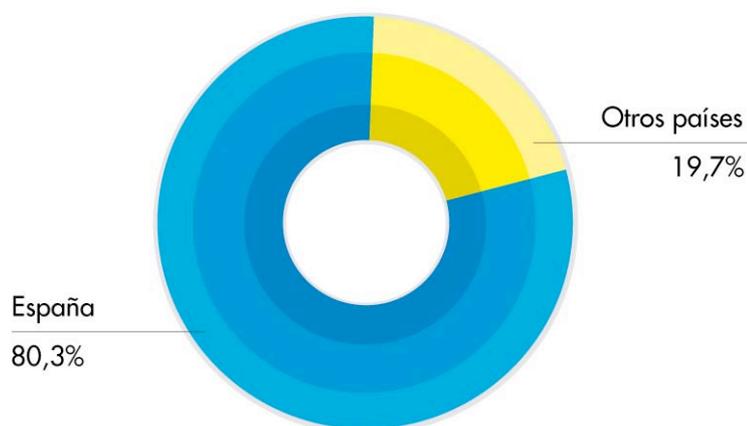
Base: Cliente particular (2.801 n)





El 80,3% de los usuarios de las Oficinas de Atención de la Comunidad de Madrid han nacido en España y un significativo 19,7% de personas en otros países, destacando las personas que provienen de Sur y Centro América (el 11,7%), seguidos por los ciudadanos europeos (el 3,5%).

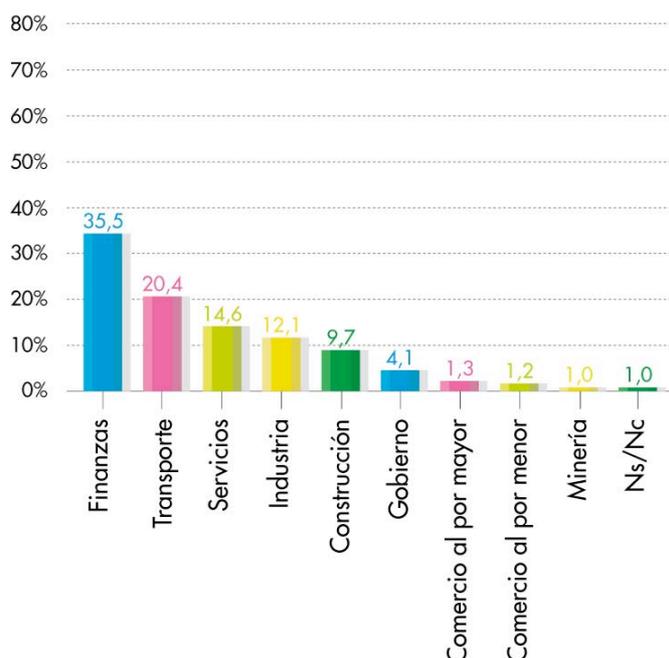
Base: Cliente particular (2.801n)



I.c. El Perfil del Usuario Profesional

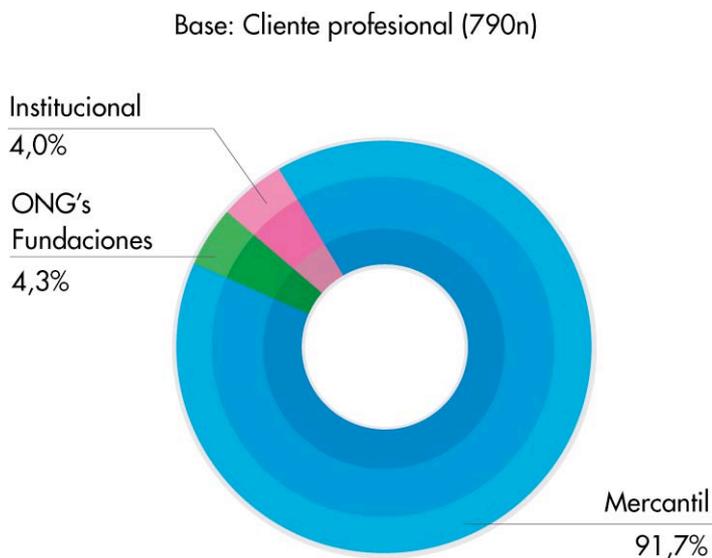
El sector de actividad mayoritario entre los profesionales que acuden representando a una empresa o entidad es el relacionado con las finanzas, los seguros e inmobiliarias (banca, seguridad, seguros, inmobiliarias, gestorías y asesorías fiscales, mercantiles o jurídicas), el 35,5%. El segundo sector con mayor presencia, un 20,4%, es el de transportes (transporte de mercancías, comunicaciones, transporte de viajeros, etc.) seguido del sector servicios (educación, ocio, hoteles, salud, legales, sociales...).

Base: Cliente profesional (790n)

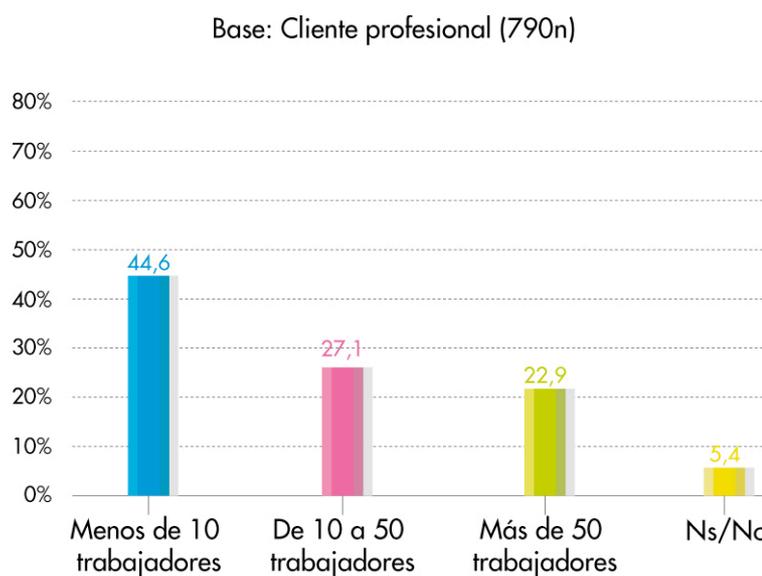




Nueve de cada diez profesionales representan a una entidad de carácter mercantil frente a un 4,3% que acude en representación de una ONG o fundación y a un 4,0% de una entidad institucional.



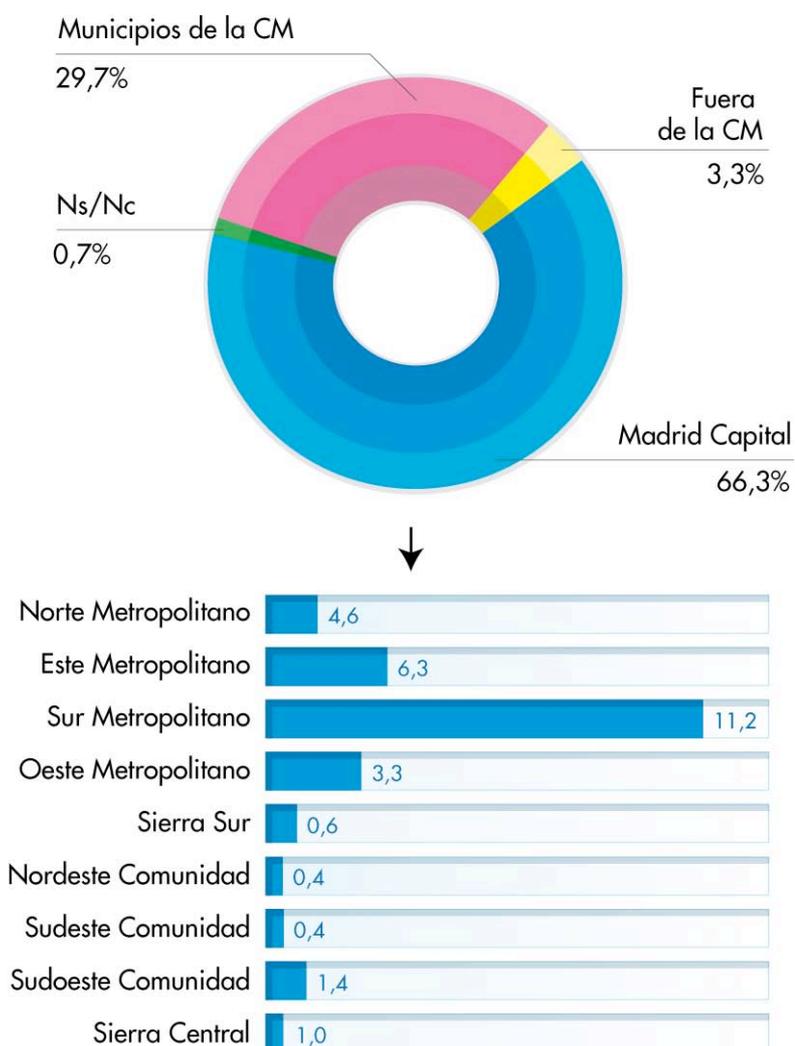
La mayor parte de los profesionales que visitan las Oficinas de Atención al ciudadano en representación provienen de pequeñas empresas: el 44,6% trabaja en una empresa de menos de 10 trabajadores y el 27,1% en una organización con una plantilla de 10 a 50 trabajadores.





La mayoría de las empresas de las que provienen los profesionales, en su representación, están ubicadas en Madrid Capital, el 66,3%. Mientras que un 29,7% de empresas se encuentran situadas en otros municipios de la Comunidad y un 3,3% de las entidades se encuentran fuera de la Comunidad de Madrid.

Base: Cliente profesional (790n)





II. Atributos que Definen la Calidad del Servicio

Este segundo capítulo responde a uno de los objetivos de la investigación:

Conocer cómo entienden los usuarios de las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano de la Comunidad de Madrid la calidad de los servicios.

Para medir la percepción de calidad de los servicios de las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano de la Comunidad de Madrid de forma fiable y exhaustiva es necesario conocer la opinión –en espontáneo- de los propios usuarios:

- *¿qué significa, para los usuarios, calidad en los servicios en la Oficina Integral de Atención al Contribuyente?*
- *¿qué atributos, qué aspectos,... determinan la calidad?*

Así, la definición –en espontáneo- que los usuarios hacen de calidad es de suma relevancia por los siguientes motivos:

- por un lado, confirma -o no confirma- que los 20 atributos establecidos a priori recogen lo que se quiere medir;
- y por otro, permite establecer un ranking de prioridades de los atributos que configuran la calidad de los servicios (Plan de Actuación...).

Tal y como queda reflejado en líneas anteriores, la calidad de los servicios la definen los propios usuarios en espontáneo, asimismo se ha procurado que los usuarios citaran tres aspectos o atributos de calidad. Los datos que se recogen a continuación muestran la definición de calidad en primera mención y en total menciones.

En primer lugar, se analizan las respuestas en primera mención. En estudios como el que nos ocupa, analizar las respuestas en primera mención resulta especialmente relevante, puesto que éstas configuran la estructura mental de los usuarios.

En segundo lugar, se expone la definición global de calidad, ésta recoge todos los aspectos que definen la calidad del servicio, citados por los usuarios, sin tener en cuenta el orden de mención (suma de las tres menciones).

De los gráficos que siguen se desprenden las siguientes conclusiones:

- Para los usuarios de las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano de la Comunidad de Madrid lo más relevante en la calidad del servicio es el trato recibido por parte del personal de atención, demandándose amabilidad, educación y cortesía. Otro aspecto relevante es la rapidez y agilidad. En definitiva, **los usuarios cuando acuden a las Oficinas de Atención de la Comunidad de Madrid esperan recibir “buen trato”, ser atendidos con rapidez y poder gestionar sus trámites rápida y ágilmente.**



- Por otro lado, tan sólo un 1,0% de los usuarios consultados no ha citado ningún aspecto o demanda de calidad. Por tanto, **hay un elevado porcentaje de usuarios exigentes, es decir, prácticamente el 100% de los usuarios demanda que el servicio que ofrece la Comunidad de Madrid a través de sus Oficinas de Información y Atención al Ciudadano sea de calidad.**

PRIMERA MENCIÓN
Base: Total muestra (3.591 n)

ATRIBUTOS QUE DEFINEN LA CALIDAD DEL SERVICIO: DEMANDAS DE CALIDAD
Menciones \geq 1%



Atributos que definen la calidad del servicio: demandas de calidad

Menciones <1%

Buena ubicación de la oficina	0,7%
Organización	0,7%
Asesoramiento y orientación	0,5%
Horario de atención amplio	0,5%
Resolver la gestión, "no tener que volver"	0,5%
Disponer de medios materiales en la oficina	0,5%
Buen servicio	0,5%
Puntualidad, que no haya retrasos	0,4%
Instalaciones adecuadas	0,3%
Facilidad en tramitación y gestión	0,2%
Comodidad	0,2%
Posibilidad de realizar la gestión por otros canales de atención	0,2%
Menos burocracia	0,1%
Centralización de gestiones	0,1%
Sencillez en los formularios	0,1%
Aparcamiento	0,1%
Otros	0,1%

PRIMERA MENCIÓN.
Base: Total muestra (3.591 n)



Una vez analizados los atributos de calidad que los propios usuarios de las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano de la Comunidad de Madrid citan en primera mención, se ha procedido a realizar una suma de menciones, es decir, se ha efectuado una suma de todos los atributos citados desde la primera hasta la tercera mención.

En definitiva, estos atributos responden a las demandas explícitas de los usuarios de la Comunidad de Madrid en materia de atención presencial y, son las que se detallan en las páginas siguientes:

TOTAL MENCIONES
Base: Total muestra (3.591n)
ATRIBUTOS QUE DEFINEN LA CALIDAD DEL SERVICIO: DEMANDAS DE CALIDAD
Menciones \geq 3,5%





Atributos que definen la calidad del servicio: demandas de calidad

Menciones <3,5%

Resolver la gestión, "no tener que volver"	2,6%
Personal suficiente, más personal	2,4%
Asesoramiento y orientación	1,8%
Horario de atención amplio	1,8%
Organización	1,7%
Sencillez y facilidad	1,6%
Buena ubicación de la oficina	1,6%
Disponer de medios materiales en la oficina	1,4%
Facilidad en tramitación y gestión	1,2%
Instalaciones adecuadas	1,2%
Buen servicio	1,2%
Puntualidad, que no haya retrasos	1,0%
Fiabilidad y seguridad	0,8%
Comodidad	0,8%
Posibilidad de realizar la gestión por otros canales de atención	0,8%
Menos burocracia	0,6%
Centralización de gestiones	0,4%
Sencillez en los formularios	0,4%
Rapidez y agilidad en la tramitación	0,2%
Aparcamiento	0,2%
Otros	0,1%

TOTAL MENCIONES.

Base: Total muestra (3.591n)

III. Valoración del Servicio Recibido

Para evaluar la calidad de los servicios de las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano de la Comunidad de Madrid se han establecido los siguientes atributos:

Instalaciones:

- La Oficina cuenta con buenas instalaciones: asientos, aseos, teléfonos públicos...
- Tiene una señalización adecuada, en la calle y dentro de la Oficina.
- La Oficina está bien comunicada (metro, autobús, tren...).
- Disfruta de buenas condiciones ambientales (limpieza, temperatura, iluminación, ruido).

Personal de atención:

- Le han tratado con amabilidad y consideración, de igual a igual.
- En su caso, han entendido sus necesidades.
- Han utilizado un lenguaje claro en las explicaciones.
- El personal de atención está bien preparado.
- Se han interesado por solucionar su problema (la gestión que ha venido a resolver).



Información:

- Le han informado sin errores.
- Le han asesorado sobre las opciones que más le convienen.
- Le han facilitado la información completa.

Medios materiales:

- La Oficina dispone de folletos informativos y formularios suficientes.
- Dentro de la Oficina existen fotocopiadoras para uso de los ciudadanos.

Otros aspectos del servicio:

- Garantizan intimidad y confidencialidad al ciudadano.
- La Oficina tiene un horario amplio de atención al público.
- Ha sido atendido con rapidez, sin esperas.
- El acceso al servicio por teléfono es rápido.
- No tiene que acudir a ningún otro sitio o hacer otra llamada.
- Puede conocer fácilmente el estado de la tramitación de su expediente.

Los usuarios del servicio de atención presencial de la Comunidad de Madrid han valorado estos 20 atributos en una escala de 0 a 10; en la que la 0 se corresponde con la valoración “muy insatisfecho” y 10 “muy satisfecho”. Asimismo se recoge la satisfacción global con el servicio recibido y la percepción de los usuarios sobre la utilidad del servicio.

Un alto porcentaje de los usuarios, el 80,3%, manifiesta estar muy o bastante satisfecho con el servicio que ha recibido en las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano de la Comunidad de Madrid, en este sentido, **la Satisfacción Global es elevada: 7,65 puntos de media** (en un escala de valores extremos 0 y 10).

Por otra parte, este nivel de Satisfacción Global es idéntico al recogido hace un año.





La gran mayoría de los usuarios de las Oficinas de Atención, el 83,0%, considera que el servicio es muy o bastante útil frente a un reducido 4,1% que percibe poca o ninguna utilidad.

Atendiendo a la **percepción de los usuarios**, en forma de valoración, se concluye que **el servicio que presta la Comunidad de Madrid a través de sus Oficinas de Información y Atención al Ciudadano es de gran utilidad** (7,97 puntos de media).



Por otra parte, considerando los atributos testados que configuran la calidad del servicio, en general se recoge un nivel de satisfacción elevado entre los usuarios de los servicios de las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano.

En este sentido, los atributos **mejor valorados** (los que recogen las medias más altas) por los usuarios de la Comunidad de Madrid son los siguientes:

- Han utilizado un lenguaje claro en las explicaciones (8,39 puntos de media).
- Le han tratado con amabilidad y consideración, de igual a igual (8,37 puntos).

Por el contrario, los atributos **peor valorados** con puntuaciones de suficiente e insuficiente, son estos otros:

- El acceso al servicio por teléfono es rápido (5,30 puntos).
- Dentro de la Oficina existen fotocopiadoras para uso de los ciudadanos (2,77 puntos de media).



Las valoraciones medias emitidas por los usuarios de las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano de la Comunidad de Madrid establecen cuatro grupos de satisfacción:

(+)	<p>Han utilizado un lenguaje claro en las explicaciones (8,39)</p> <p>Le han tratado con amabilidad y consideración de igual a igual (8,37)</p> <p>En su caso, han entendido sus necesidades (8,22)</p> <p>El personal de atención está bien preparado (8,21)</p> <p>La Oficina disfruta de buenas condiciones ambientales (8,13)</p> <p>Le han informado sin errores (8,11)</p>	(+)

<p>La Oficina está bien comunicada (7,98)</p> <p>Le han facilitado la información completa (7,95)</p> <p>Se han interesado por solucionar su problema (7,94)</p> <p>Ha sido atendido con rapidez, sin esperas (7,81)</p> <p>Le han asesorado sobre las opciones que más le convienen (7,57)</p> <p>La Oficina dispone de folletos informativos y formularios suficientes (7,48)</p> <p>No tiene que acudir a ningún otro sitio o hacer otra llamada (7,27)</p> <p>La Oficina cuenta con buenas instalaciones (7,26)</p> <p>Garantizan intimidad y confidencialidad al ciudadano (7,25)</p>		

<p>Tiene una señalización adecuada, en la calle y dentro de la Oficina (6,71)</p> <p>Puede conocer fácilmente el estado de la tramitación de su expediente (6,67)</p> <p>La Oficina tiene un horario amplio de atención al público (6,46)</p>		

(-)	<p>El acceso por teléfono es rápido (5,30)</p> <p>Dentro de la Oficina existen fotocopiadoras para uso de los ciudadanos (2,77)</p>	(-)

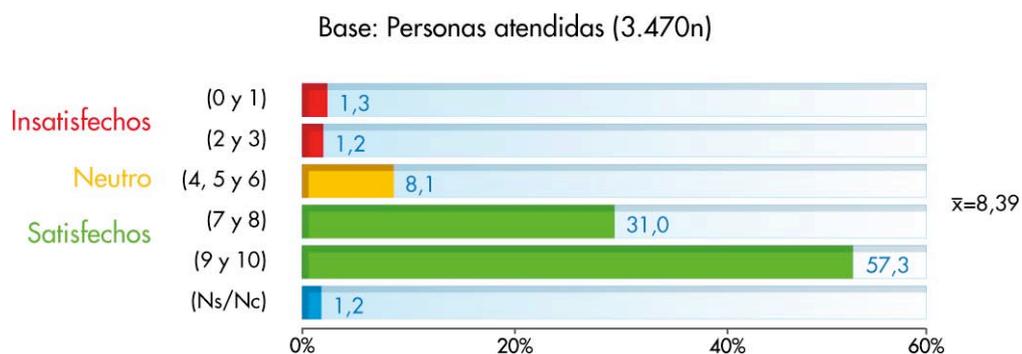
SATISFACCIÓN GLOBAL: 7,65





Han utilizado un lenguaje claro en las explicaciones

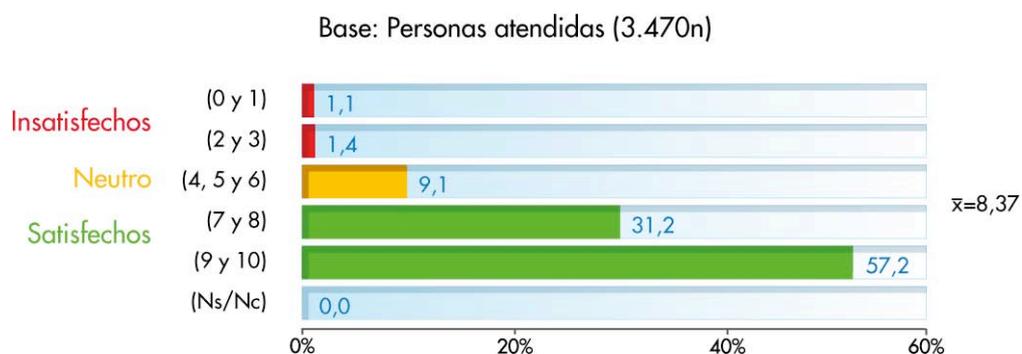
La utilización por parte del personal de un lenguaje claro en las explicaciones aportadas es el aspecto con el que los ciudadanos se encuentran más satisfechos: el 88,3% manifiesta estar muy o bastante satisfecho. Por otra parte, el nivel de satisfacción, situado en 8,39 puntos, aumenta considerablemente respecto al registrado hace un año (7,73 puntos de media).



Le han tratado con amabilidad y consideración, de igual a igual

El segundo aspecto con el que los usuarios se encuentran más satisfechos también está relacionado con el personal de atención: la amabilidad y consideración en el trato recibido, situándose en un nivel de satisfacción de 8,37 puntos y con un 88,4% de usuarios satisfechos o muy satisfechos.

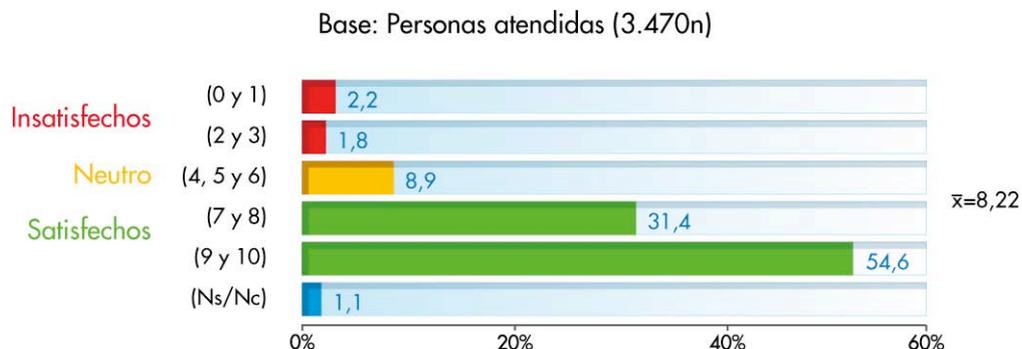
Tal y como ocurría hace un año, la satisfacción de los usuarios sobre el trato recibido sigue aumentando, en la presente medición casi cuatro décimas más que en 2005.





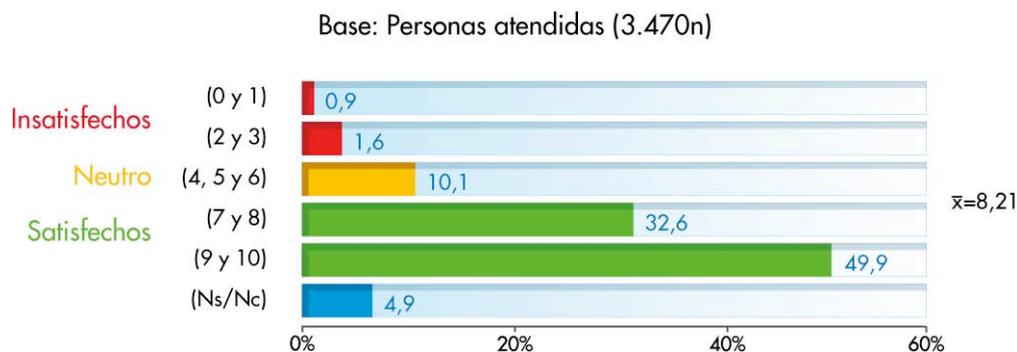
En su caso, han entendido sus necesidades

La atención personalizada, en tanto que se entienden las necesidades particulares de cada caso, es fuente de satisfacción para un 86,0% de los usuarios. El nivel de satisfacción, que se sitúa en una media de 8,22, ha aumentado significativamente respecto al año pasado, algo más de un punto.



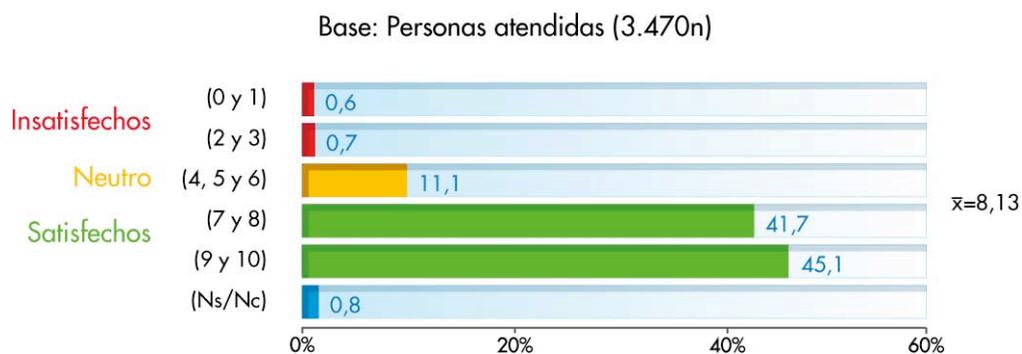
El personal de atención está bien preparado

La valoración que emiten los consultados sobre la preparación del personal se puede calificar de notable alto: 8,21 puntos; nivel de satisfacción que aumenta en medio punto respecto al del año pasado. La personas satisfechas con este aspecto del servicio representan un significativo 82,5%.



Disfruta de buenas condiciones ambientales (limpieza, temperatura, iluminación, ruido)

El cuarto aspecto del servicio con el que los usuarios se encuentran más satisfechos hace referencia a las condiciones ambientales de las Oficinas, con una media de satisfacción de 8,13 puntos y con porcentaje de personas muy o bastante satisfechas del 86,8%.





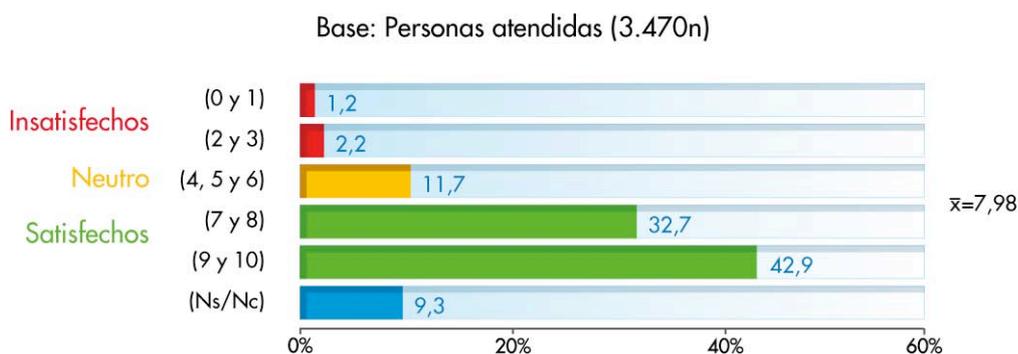
Le han informado sin errores

El 78,5% de las personas atendidas se encuentra muy o bastante satisfecha con la información que ha recibido en cuanto a que ha sido correcta. En términos de valoración media, se observa un aumento significativo de casi medio punto respecto a hace un año: de 7,65 puntos en 2005 a 8,11 puntos en 2006.



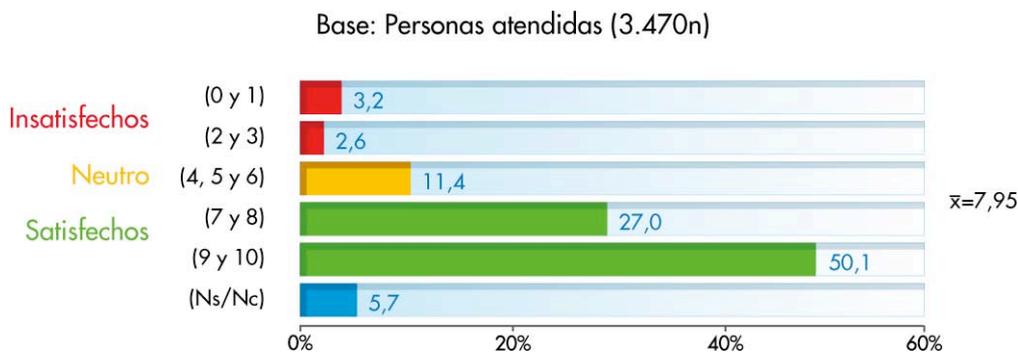
La Oficina está bien comunicada (metro, autobús, tren)

El 75,6% de los consultados se encuentra muy o bastante satisfecho con la accesibilidad y comunicación de las Oficinas de Atención. Respecto a la valoración media, se recoge una puntuación de notable alto: 7,98.



Le han facilitado la información completa

Un 77,1% de los usuarios se muestra muy o bastante satisfecho con la información que ha recibido en cuanto que ha sido completa. Aspecto del servicio que los usuarios perciben de forma más favorable que hace un año, en 2005 se recogía una valoración media de 7,51 puntos y en la actual medición de 7,95 puntos.





Se han interesado por solucionar su problema (la gestión que ha venido a resolver)

La satisfacción media de los usuarios respecto al interés mostrado por el personal de atención en solucionar el problema o la gestión es de 7,94 puntos, casi un punto más que el año pasado (7,03). Igualmente el porcentaje de usuarios satisfechos es elevado: un 80,2%.



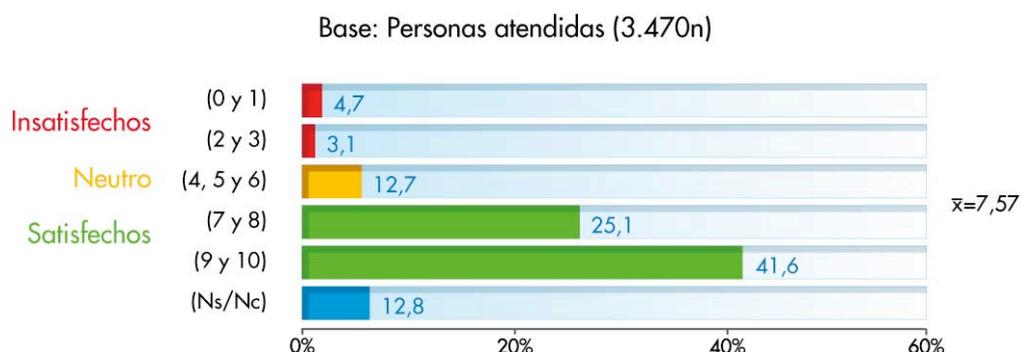
Ha sido atendido con rapidez, sin esperas

El 77,6% de los consultados se encuentra muy o bastante satisfecho con el tiempo de espera hasta ser atendido. Respecto a la valoración media, la puntuación se sitúa en un 7,81.



Le han asesorado sobre las opciones que más le convienen

El porcentaje de usuarios satisfechos con el asesoramiento recibido es del 66,7%. Este aspecto del servicio registra un nivel de satisfacción favorable: 7,57 puntos de media y es ligeramente superior al de hace un año (7,22 puntos).





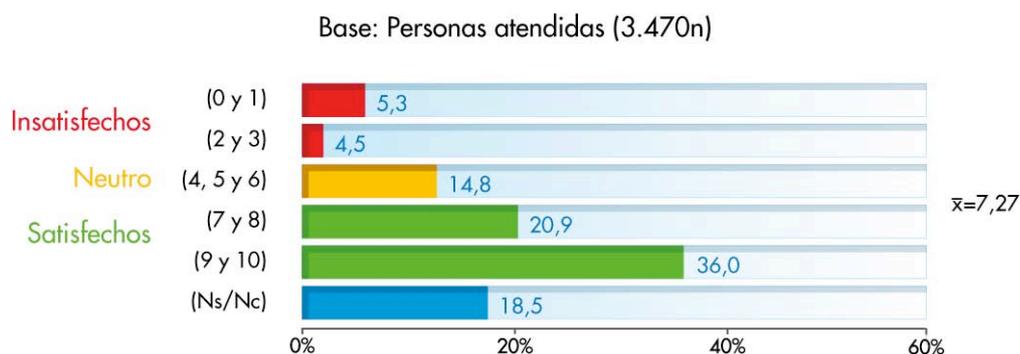
La Oficina dispone de folletos informativos y formularios suficientes

La disponibilidad de folletos y formularios en las Oficinas es objeto de satisfacción entre el 59,9% de los usuarios y obtiene una nota de 7,48 puntos en satisfacción.



No tiene que acudir a ningún otro sitio o hacer otra llamada

El poder haber resuelto la gestión in situ, sin tener que acudir a ningún otro sitio o hacer otra llamada es motivo de mucha o bastante satisfacción entre un 56,9% de los usuarios y se valora con un media 7,27 puntos.



La Oficina cuenta con buenas instalaciones: asientos, aseos, teléfonos públicos

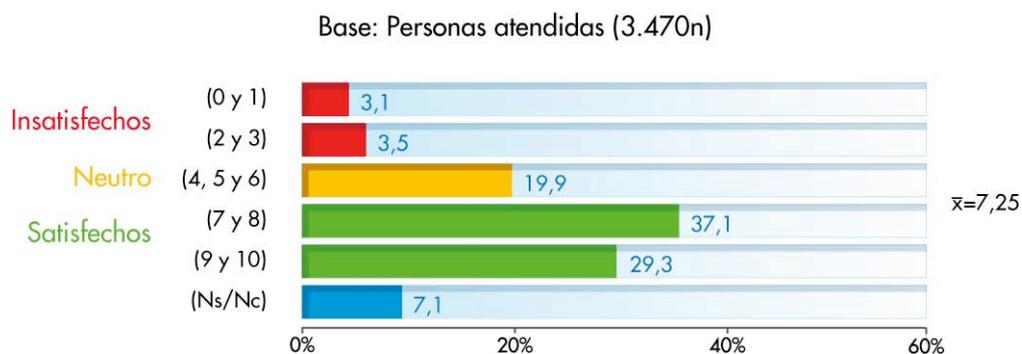
Respecto a la calidad de las instalaciones, el 74,7% de los usuarios se encuentra satisfecho. La satisfacción media con la calidad de las instalaciones es de notable (7,26 puntos), sin embargo ésta ha descendido ligeramente respecto a hace un año (7,60 puntos).





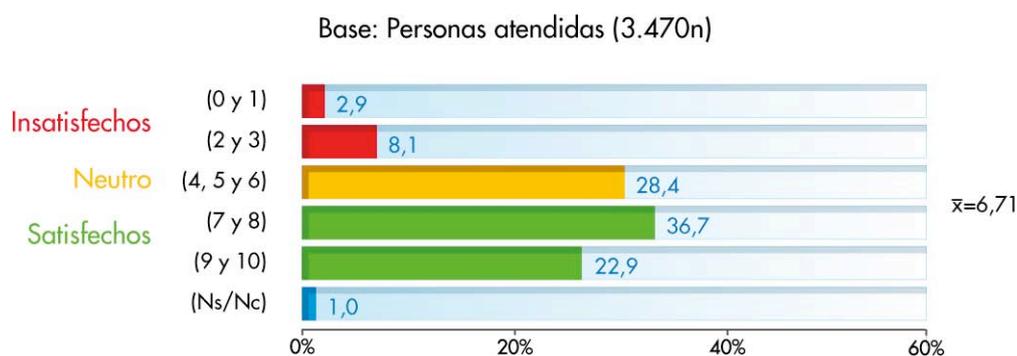
Garantizan intimidad y confidencialidad al ciudadano

El 66,4% de los consultados se encuentra muy o bastante satisfecho con la intimidad y confidencialidad que se ofrece en las Oficinas de Información y Atención a los Ciudadanos de la Comunidad de Madrid. Respecto a la valoración media, que se sitúa en 7,25 puntos, se aprecia una pérdida de algo más de medio punto respecto a hace un año (7,79 puntos).



Tiene una señalización adecuada, en la calle y dentro de la Oficina

Seis de cada diez consultados se encuentra satisfecho con la señalización de las Oficinas de Atención. La satisfacción media que registra el servicio en este aspecto (de 6,71 puntos) desciende casi en medio punto respecto a la recogida en la medición de hace un año (7,16 puntos).





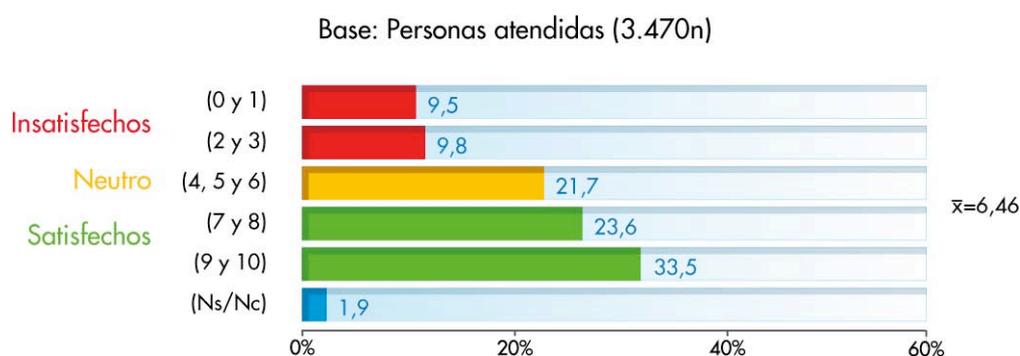
Puede conocer fácilmente el estado de la tramitación de su expediente

Hay que señalar que no todas las gestiones implican la apertura de un expediente y/o seguimiento de la tramitación, por lo que algo más de los usuarios no ha valorado este aspecto del servicio. Por otro lado, el 29,5% se encuentra muy o bastante satisfecho con la accesibilidad al seguimiento del expediente. Finalmente, la satisfacción media es de 6,67 puntos registrándose una pérdida de medio punto respecto al nivel de satisfacción del año pasado .



La Oficina tiene un horario amplio de atención al ciudadano

Para un 57,1% de los ciudadanos el horario de atención al público es muy o bastante satisfactorio. El nivel de satisfacción, 6,46 puntos de valoración, es inferior al de hace un año (7,09 puntos).





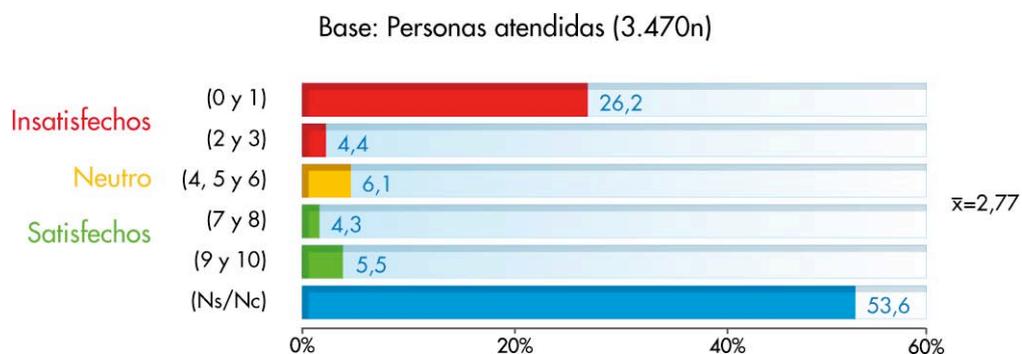
El acceso al servicio por teléfono es rápido

El elevado índice de no respuesta (“no sabe / no contesta”) es un claro indicador de que la gran mayoría de los usuarios de las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano no recurre al servicio por teléfono. En cualquier caso, la satisfacción media, que desciende en algo más de un punto respecto al año pasado, se sitúa en una nota de suficiente (5,30 puntos).



Dentro de la Oficina existen fotocopiadoras para uso de los ciudadanos

La existencia de fotocopiadoras dentro de las Oficinas para el uso de los ciudadanos es el aspecto del servicio que peor valoración recoge, en este caso, obtiene una nota insuficiente de 2,77 puntos. En este caso, los usuarios que se encuentran satisfechos representan un 9,8% frente al 30,6% de insatisfechos. Por último, señalar que también aquí el índice de no respuesta indica que no todos los ciudadanos demandan o necesitan un servicio de fotocopiadoras cuando acuden las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano.

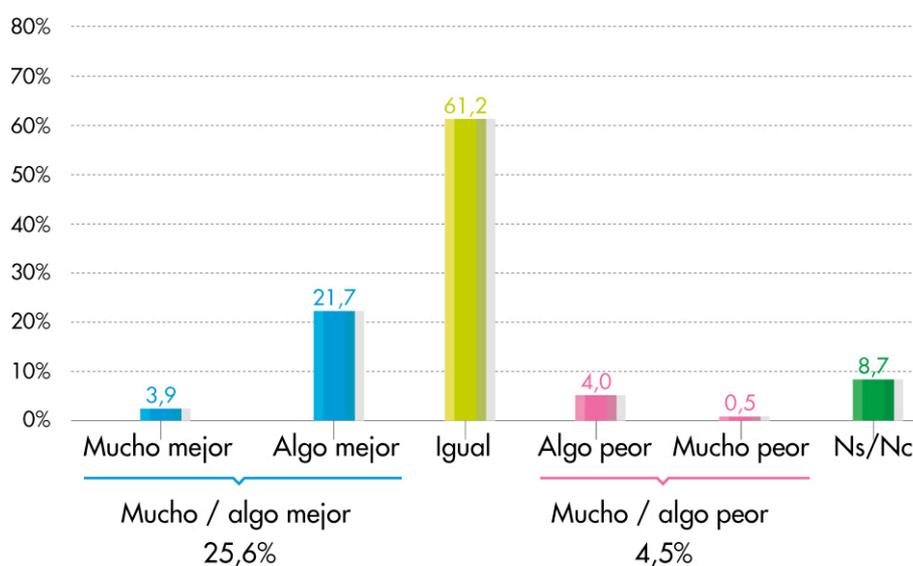




La calidad del servicio ofrecido por la Comunidad de Madrid en materia de atención al ciudadano no registra cambios en el tiempo, según manifiesta la mayoría de los usuarios. Y ya entre quienes perciben evolución en la calidad del servicio, predomina la percepción favorable (un 25,6%) frente a la desfavorable (el 4,5%).

Por último un 8,7% de los consultados no se posiciona al respecto.

Base: Han visitado Oficina en el pasado (1.875n)



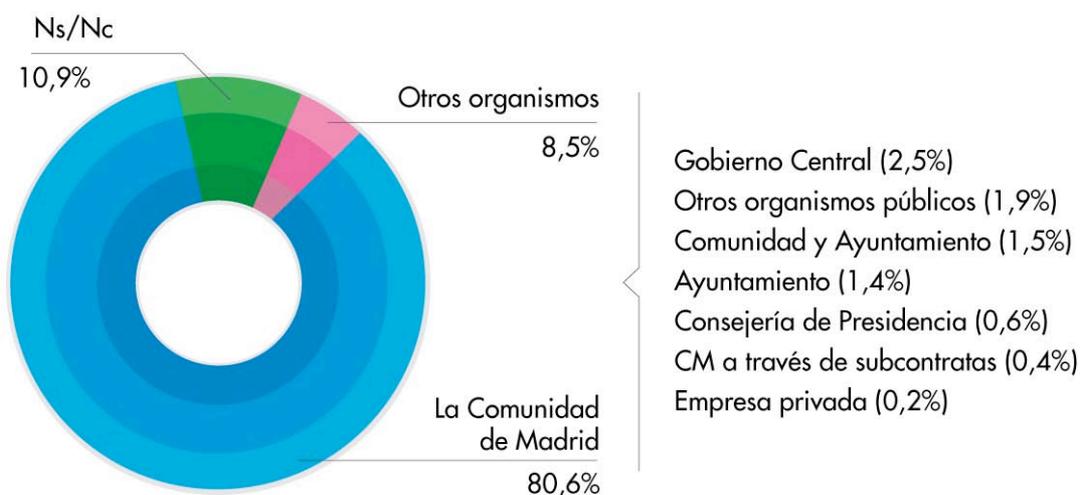


IV. Organismo Gestor

La notoriedad de la Comunidad de Madrid como el organismo que gestiona las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano es elevada: el 80,6% de los usuarios cita (correcta y espontáneamente) a la Comunidad de Madrid como entidad gestora.

Por el contrario, un 8,5% menciona otros organismos públicos, entre los que destacan, el Gobierno Central y el Ayuntamiento, mientras que un **10,9% de los usuarios desconoce qué organismo gestiona las Oficinas de Información y Atención.**

Base: Total muestra (3.591n)



2.3. Índices de Calidad

Tanto en las encuestas de percepción como en las de expectativas, se pregunta a los usuarios por la valoración (medida en una escala de 0 a 10) que otorgan a una serie de atributos concretos del servicio.

No obstante, para profundizar en el análisis de la calidad del servicio, se ha realizado, a partir de las puntuaciones de estos atributos, un análisis de importancia consistente, en primer lugar, en un análisis factorial y en segundo lugar, un análisis de regresión múltiple.

El análisis factorial trata de sintetizar el fenómeno que estamos estudiando, esto es, la satisfacción de los usuarios con el servicio recibido. Consiste en agrupar las 20 variables analizadas (atributos de calidad) para así identificar los componentes (factores) que inciden de manera principal en la satisfacción global. Precisamente para establecer qué importancia tiene cada uno de los factores en la satisfacción global es para lo que se realiza el análisis de regresión múltiple.

La primera fase del análisis factorial consiste en seleccionar las variables (los 20 atributos de calidad) en función del porcentaje de respuestas válidas de cada una. De hecho, un elevado porcentaje de pérdida de respuesta impide emplear la variable en el análisis, puesto que su presencia contaminaría los resultados finales. Por esta razón se han eliminado tres de los atributos (existencia de fotocopiadoras, fácil acceso al



servicio por teléfono y fácil seguimiento de la tramitación), que tienen porcentajes de valores perdidos superiores al 50%.

	Respuestas válidas	Valores perdidos	% de pérdida
Calidad de las instalaciones	3408	184	5,1
Señalización externa e interna adecuadas	3436	156	4,3
Ubicación y acceso a la oficina	3146	445	12,4
Condiciones ambientales	3443	148	4,1
Amabilidad y consideración en el trato recibido	3469	122	3,4
Entendimiento de las necesidades	3431	161	4,5
Explicaciones sencillas y claras	3430	161	4,5
Preparación del personal	3300	292	8,1
Interés del personal por solucionar la gestión	3398	193	5,4
Información sin errores	3217	374	10,4
Asesoramiento	3024	567	15,8
Información completa	3273	318	8,9
Disponibilidad de folletos y formularios	2813	779	21,7
Existencia de fotocopadoras	1610	1982	55,2
Intimidad y confidencialidad	3225	367	10,2
Horario amplio de atención	3405	186	5,2
Tiempo de espera para ser atendido	3431	161	4,5
Fácil acceso al servicio por teléfono	1121	2470	68,8
Resolución de la gestión in situ	2828	763	21,2
Fácil seguimiento de la tramitación	1684	1907	53,1

Con las restantes variables se procedió al análisis factorial, de acuerdo con una solución de rotación VARIMAX. El modelo al que se llega en la matriz de componentes consta de 3 factores que explican un 60% de la varianza. La correlación de las variables que componen cada factor es sobresaliente (0,94 en la prueba de KMO), lo que confirma la pertinencia del análisis.

Los atributos se distribuyen en sus factores correspondientes de la manera siguiente:

Factor 1: calidad de atención e información

- Amabilidad y consideración en el trato recibido.
- Entendimiento de las necesidades.
- Explicaciones sencillas y claras.
- Preparación del personal.
- Interés del personal por solucionar la gestión.
- Información sin errores.
- Asesoramiento.
- Información completa.

Factor 2: recursos organizativos

- Disponibilidad de folletos y formularios.
- Intimidad y confidencialidad.
- Horario amplio de atención.
- Tiempo de espera para ser atendido.
- Resolución de la gestión in situ.



Factor 3: aspectos materiales

- Calidad de las instalaciones.
- Señalización externa e interna adecuadas.
- Ubicación y acceso a la oficina.
- Condiciones ambientales.

A continuación, y mediante una técnica de regresión múltiple, se establece el nivel de importancia de cada uno de estos factores respecto a la satisfacción global con el servicio. El modelo, que es significativo, explica el 65% de las diferencias en el nivel de satisfacción entre usuarios. La importancia de cada factor viene determinada por el coeficiente estandarizado β , que indica la variación que se produciría en la satisfacción global ante la variación unitaria de uno de los factores, suponiendo que los demás permanezcan constantes.

A la vista de los resultados, uno de los factores se destaca por su peso en la satisfacción global: el de **calidad de atención e información** ($\beta=0,660$). Le siguen el de recursos organizativos de la oficina ($\beta=0,359$) y, finalmente, el de los aspectos materiales ($\beta=0,218$). Es decir, que **lo que más contribuye a mejorar la satisfacción global con un servicio son variables como la amabilidad de trato, la buena preparación del personal, su implicación en la comprensión y solución del problema así como la calidad de la información que proporciona (que sea clara, completa y sin errores).**

Si situamos los tres factores obtenidos en un mapa delimitado por los ejes de satisfacción (media de medias de las valoraciones de los atributos que integran el factor) e importancia en la satisfacción global (según el coeficiente de variación β que arroja el análisis de regresión de cada factor), comprobamos que en líneas generales, el servicio de las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano genera niveles altos de satisfacción entre los usuarios, especialmente además, en aquellos aspectos a los que éstos otorgan más importancia. Los tres factores se sitúan en los cuadrantes superiores del mapa de posicionamiento (satisfacción alta más de 7 puntos sobre 10). No obstante, dos de los factores, a pesar de ser satisfactorios, no resultan especialmente importantes en la valoración de la satisfacción global. Por lo tanto, parece más razonable centrarse en el factor de calidad de la atención y la información, que, situado en el cuadrante superior derecho, es el que mayor importancia relativa tiene en la satisfacción del usuario. Aunque el nivel de satisfacción es bueno, mejorarlo significará una considerable mejora de la satisfacción del usuario con el servicio.

Los atributos con una importancia mayor son, por lo tanto: Amabilidad y consideración en el trato recibido, Entendimiento de las necesidades, Explicaciones sencillas y claras, Preparación del personal, Interés del personal por solucionar la gestión, Información sin errores, Asesoramiento, Información completa.



Área de mantenimiento de expectativas RECURSOS ORGANIZATIVOS ASPECTOS MATERIALES	Área de superación de expectativas CALIDAD DE LA ATENCIÓN E INFORMACIÓN
Área de vigilancia	Área de mejora prioritaria

Para determinar las líneas de actuación de cara a la mejora del servicio presencial de atención al ciudadano, se han empleado diversos modelos de análisis. Como se explicó en el apartado precedente, la metodología CAL-MA se ha complementado con otras técnicas multivariantes, como el análisis factorial y la regresión lineal de los factores, que sirve para determinar la importancia relativa de cada uno sobre la satisfacción global del usuario.

Por otra parte, para terminar el análisis, se ha procedido a utilizar otro tipo de regresión múltiple, en este caso con los atributos como variables independientes sobre la satisfacción global. Hay que precisar que se ha excluido de la regresión a los mismos atributos que ya quedaron fuera del análisis factorial (existencia de fotocopiadoras, fácil acceso al servicio por teléfono y fácil seguimiento de la tramitación).

En el siguiente cuadro, páginas 87, se resumen todos los índices y modelos utilizados en la investigación:

- Índice GAP, que muestra la diferencia entre expectativas y percepciones.
- Clasificación de los atributos a través del modelo CAL-MA (recordamos que este modelo tiene en cuenta la valoración media en el cuestionario de expectativas, la valoración media en el cuestionario de percepciones y el puesto en el ranking de importancia espontánea).
- El índice de expectativa cubierta IPCS.
- El ranking en la regresión múltiple con la satisfacción global (determinado por el tamaño del coeficiente β de cada atributo).
- Promedio de satisfacción del factor al que pertenece el atributo.

Los atributos que requieren una actuación prioritaria quedan pues determinados de la siguiente manera:

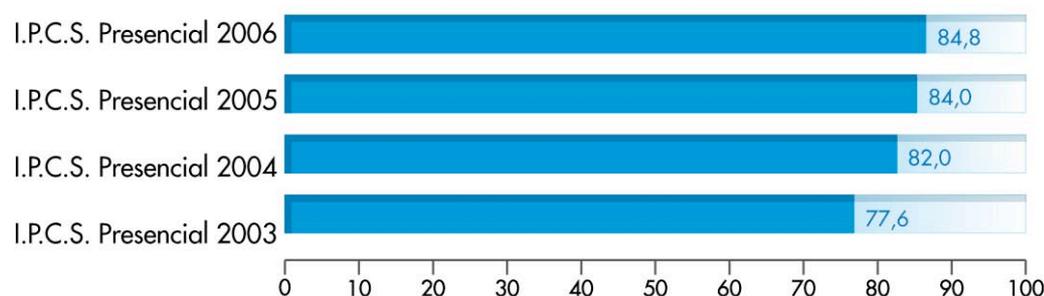
- tienen una importancia alta en el CAL-MA.
- tienen un IPCS más bajo.
- tienen un peso más alto en la regresión.
- están dentro del factor con peor puntuación media.



	Expectativas. Importancia otorgada (de 0 a 10)	Importancia. Puesto en el ranking	Percepciones. Medias de satisfacción (de 0 a 10)	GAP. Expectativas - percepciones	Actuación prioritaria. Ranking según modelo CAJMA	IPCS. % de las expectativas satisfechas	Influencia en satisfacción global. Ranking según regresión	Factorial. Medias de grupo
Amabilidad y consideración en el trato recibido	9,21	1	8,37	0,84	1	90,88	7	8,09
Preparación del personal	9,22	5	8,21	1,01	2	89,07	5	8,09
Explicaciones sencillas y claras	9,08	6	8,39	0,70	3	92,34	17	80,9
Información sin errores	9,20	4	8,11	1,09	4	88,16	1	8,09
Información completa	9,28	7	7,95	1,33	5	85,67	16	8,09
Tiempo de espera para ser atendido	9,03	2	7,81	1,21	6	86,57	3	7,52
Interés del personal por solucionar la gestión	9,02	3	7,94	1,08	7	88,01	11	8,09
Entendimiento de las necesidades	8,86	8	8,22	0,64	8	92,72	8	7,26
Resolución de la gestión in situ	9,00	9	7,27	1,73	9	80,76	4	7,52
Ubicación y acceso a la oficina	8,81	12	7,98	0,83	10	90,56	15	7,52
Asesoramiento	8,89	11	7,57	1,33	11	85,08	2	8,09
Intimidad y confidencialidad	9,06	15	7,25	1,81	12	80,04	12	7,26
Condiciones ambientales	8,45	14	8,13	0,32	13	96,16	14	7,52
Calidad de las instalaciones	8,39	10	7,26	1,14	14	86,45	6	7,52
Horario amplio de atención	8,69	13	6,47	2,22	15	74,41	13	7,26
Disponibilidad de folletos y formularios	8,34	16	7,49	0,85	16	89,80	9	7,26
Señalización adecuada	8,63	17	6,72	1,91	17	77,84	10	7,52

El IPCS de los Puntos de Información y Atención de la Comunidad de Madrid se sitúan en el 84,8, derivándose de una percepción media de 7,53 y de una expectativa media de 8,88 ambas sobre una escala de 0 a 10.

Es decir si la expectativa media de 8,88 la convertimos en 100, el Servicio de Atención al Ciudadano de la Comunidad de Madrid en 2006 ha cubierto el 84,8% de las expectativas.





3. SERVICIO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA 012

3.1. Ficha Técnica

- **Técnica de investigación:** entrevista telefónica asistida por ordenador (C.A.T.I. en sus siglas inglesas).
- **Universo:** población usuaria del servicio de atención telefónica 012 durante el mes junio de 2006.
- **Tamaño y error muestrales:**
 - 1.501 entrevistas válidas mediante muestreo aleatorio.
 - El error muestral para 1.501 entrevistas es del $\pm 2,58\%$ para un nivel de confianza del 95,5% (2 sigma) y $p=q=50\%$.
- **Escala:** Mínimo 0 – Máximo 10.
- **Instituto responsable:** PÁGINAS DE ECONOMÍA Y SOCIOLOGÍA, S.L.
- **Ficha de campo**

3.2. Resultados Obtenidos

1. El Usuario

En este capítulo se describe, por un lado, **la llamada del usuario** según los criterios de:

- área de gestión,
- finalidad de la gestión,
- nº de veces de marcado hasta ser atendido por operador,
- frecuencia de llamada,
- repetición de llamada,
- carácter de la llamada (particular vs. profesional),

Y por otro, **el perfil del usuario particular** según:

- sexo,
- edad,
- nivel de estudios,
- ocupación,
- distrito o municipio de residencia,
- lugar de nacimiento.

Y **el perfil del usuario profesional** según:

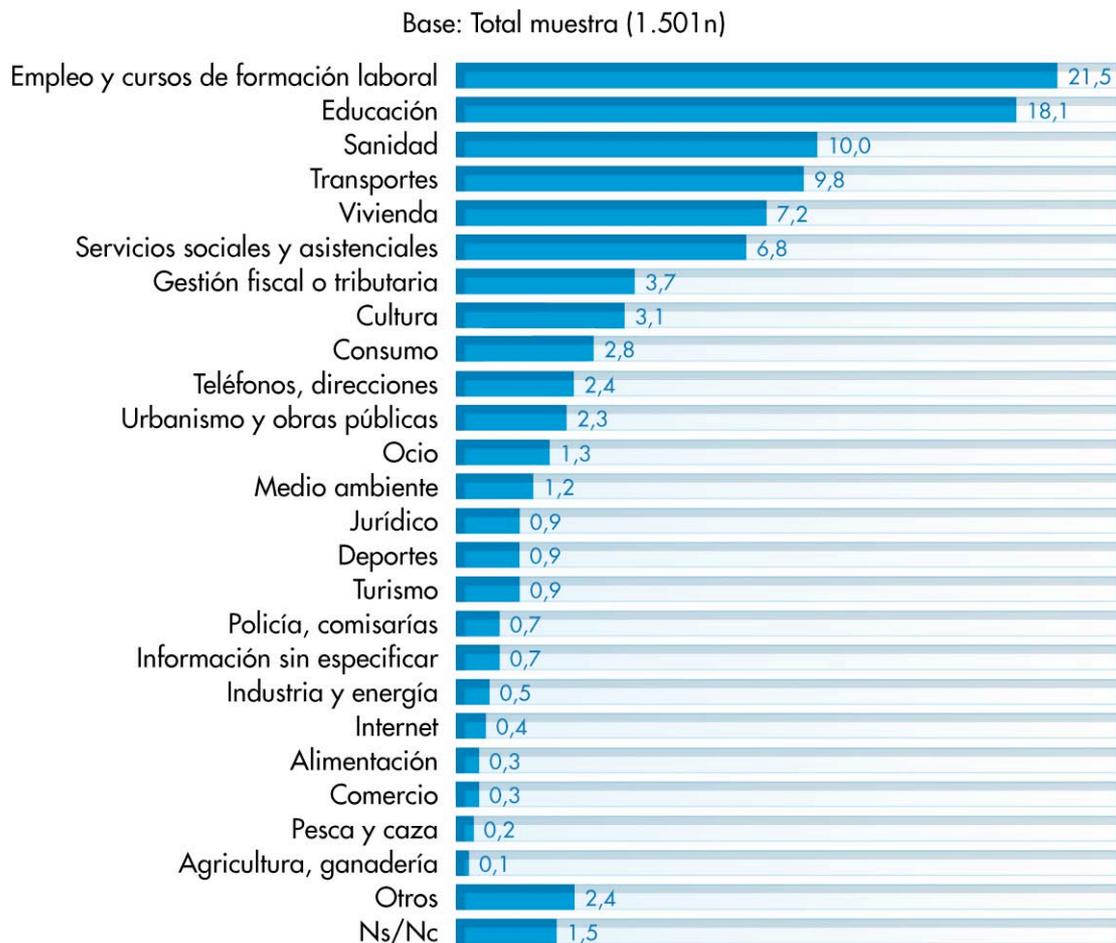
- tipo de actividad de la empresa,
- carácter de la actividad,
- tamaño de la empresa,
- ubicación de la entidad.

1.a. La Llamada del Usuario

El área de gestión que registra mayor número de llamadas, el 21,5%, es la que tiene que ver con **Empleo y cursos de formación**, seguida por Educación que recoge el 18,1% de las llamadas.



Otras áreas también significativas son Sanidad y Transportes, el 10,0% y el 9,8% respectivamente.



Respecto a la finalidad de la llamada se recoge que el principal motivo por el que los usuarios de la Comunidad de Madrid solicitan el servicio telefónico del 012 es para solicitar información sobre **Convocatorias de Empleo Público de la Administración**, según declara el 17,1% de los consultados. En relación a la medición de 2005, las oposiciones siguen siendo la información más demandada entre los usuarios.

Otros tipo de información por el que los ciudadanos recurren al servicio de atención telefónico del 012 son, entre otras, las siguientes:

- Ayudas, becas o subvenciones (9,5%).
- Consultas jurídicas u orientación legal (9,3%).
- Atención primaria y especializadas, tarjeta sanitaria, prestación farmacéutica, maternidad... (6,6%).
- Transporte público (6,6%).
- Bolsa de trabajo (6,0%).

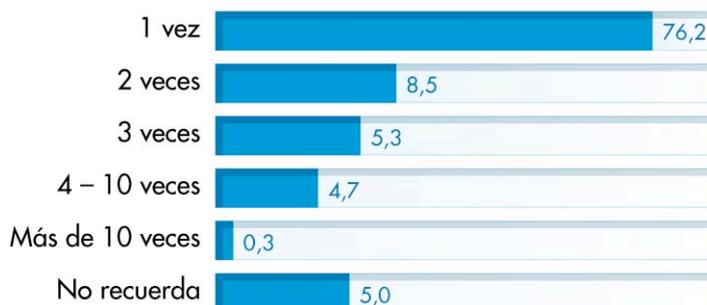


Base: Total muestra (1.501n)



La gran mayoría de los usuarios manifiesta que **sólo ha marcado una vez el número 012** para ser atendidos por un operador del servicio.

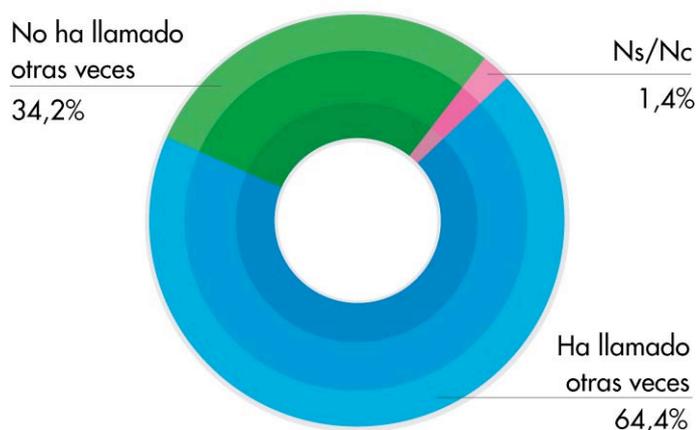
Base: Total muestra (1.501n)





Seis de cada diez usuarios ha llamado otras veces al 012.

Base: Total muestra (1.501n)



Algo más de la mitad de los usuarios del servicio de atención telefónica 012 llaman con relativa frecuencia, concretamente el 23,3% llama entre 2 y 4 veces al año, el 10,9% recurre a este servicio entre 5 y 11 veces al año, el 7,2% llama una vez al mes, un 7,0% una vez al año, el 5,7% de los consultados solicita información entre 2 y 4 veces al mes y un 3,5% llama “más a menudo”.

Por último, **los usuarios que han llamado por primera vez al 012 representan un 37,0% del total.**

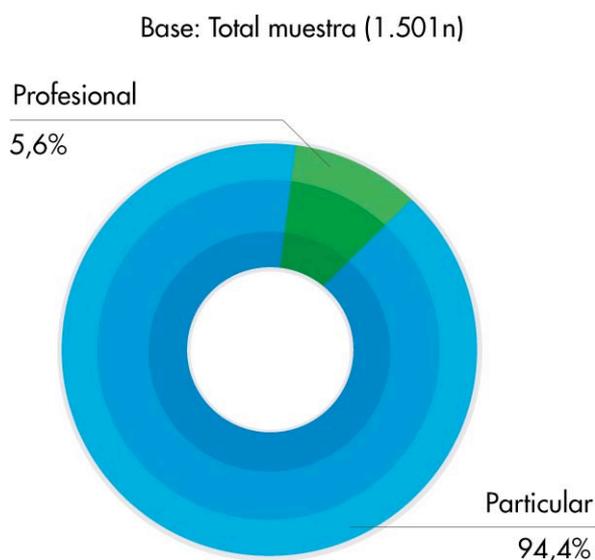
Base: Total muestra (1.501n)





La gran mayoría de los usuarios del servicio de atención telefónica de la Comunidad de Madrid consultados, el 94,3%, son particulares, es decir, llama al 012 por asuntos propios. Mientras que el 5,5% restante lo hace como profesional, esto es, en representación de alguna empresa o entidad.

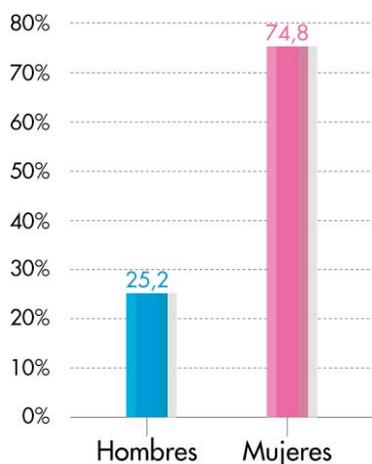
Respecto a la medición de 2005, se incrementan ligeramente las llamadas particulares (en algo más de 6 puntos porcentuales) a la vez que descienden las profesionales (en la misma proporción).



I.b. El Perfil del Usuario Particular

Tal y como se viene observando en mediciones anteriores, los principales usuarios del 012 son mujeres, concretamente, el 74,8% frente al 25,2% de hombres. No obstante, en relación al año pasado se observa un ligero aumento de casi 4 puntos en las llamadas efectuadas por los hombres, a la vez que disminuyen la llamadas realizadas por mujeres (también en 4 puntos).

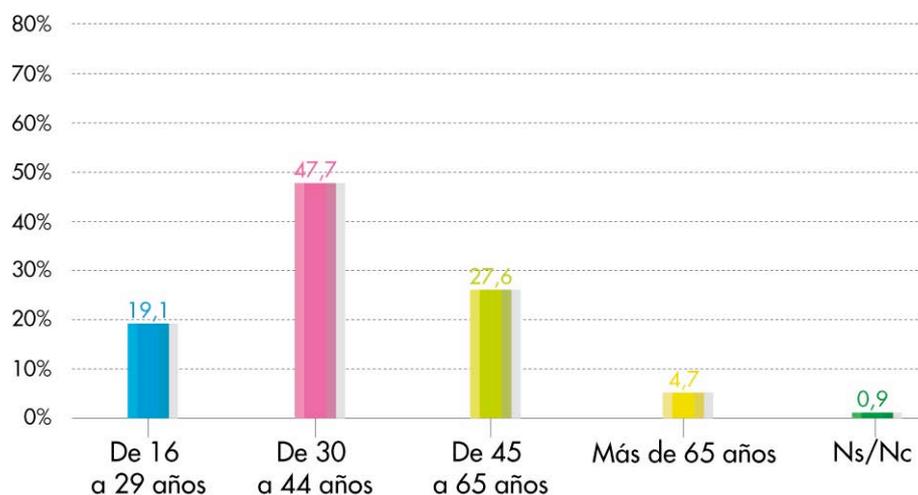
Base: Cliente particular (1.415n)





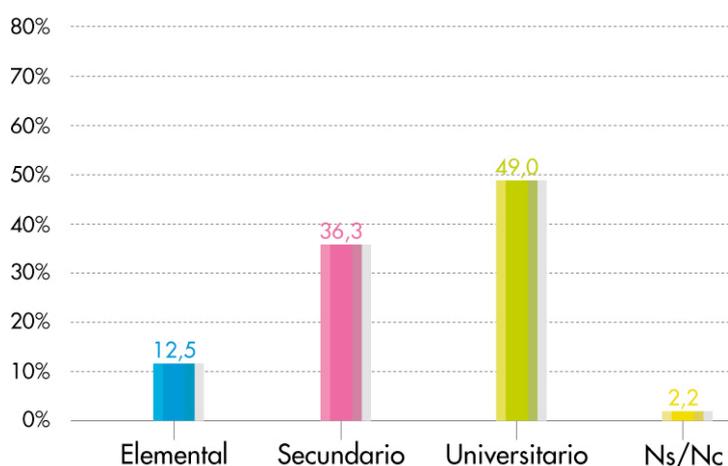
Algo menos de las mitad de los usuarios tiene una edad comprendida entre los 30 y 44 años (el 47,7%). Mientras que las personas de 45 a 65 años representan el 27,6%, los jóvenes el 19,1% y las personas mayores de 65 años un escaso 4,7%.

Base: Cliente particular (1.415n)



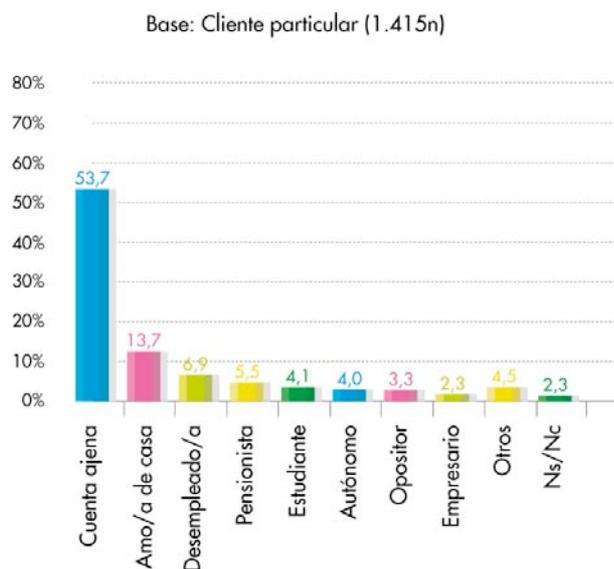
El nivel de estudios que predomina entre los usuarios del 012 es el universitario (49,0%). Un 36,3% de los usuarios tiene estudios secundarios y, finalmente, un 12,5% tiene un nivel de estudios elemental.

Base: Cliente particular (1.415n)

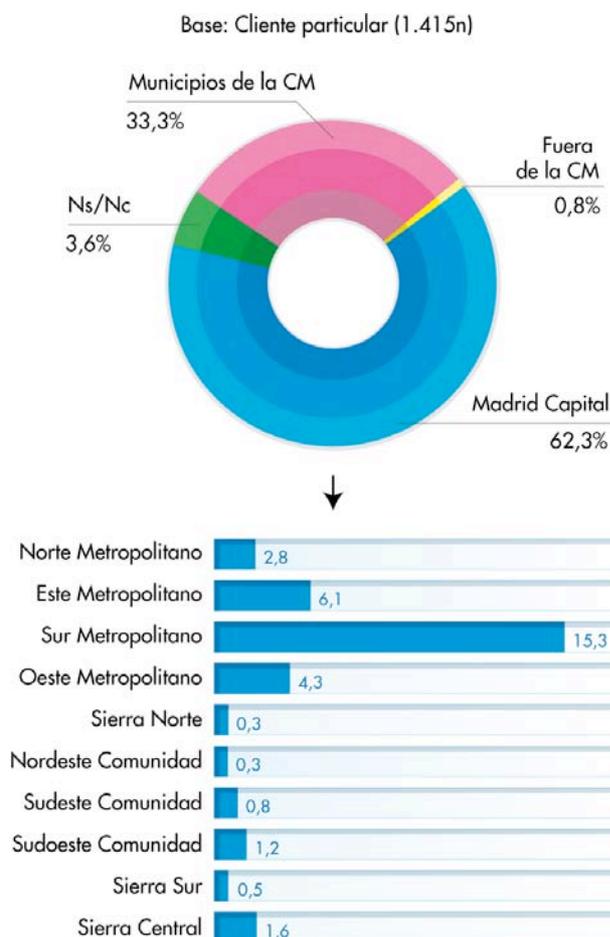




Algo más de la mitad, el 53,7%, de los usuarios del 012 está ocupado por cuenta ajena.

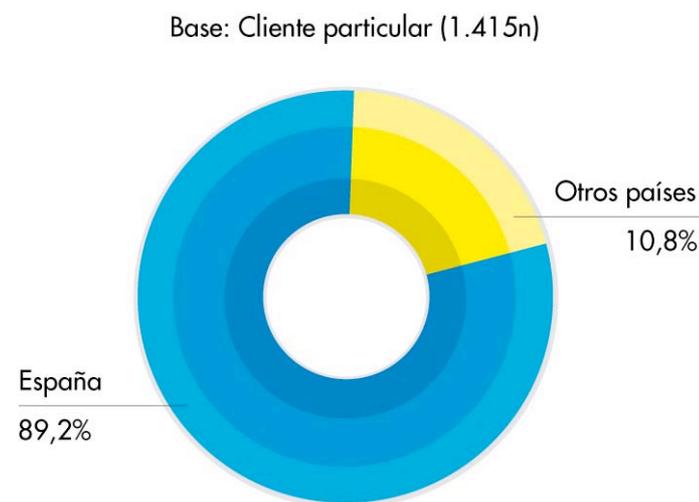


El 62,3% de los usuarios del 012 reside en Madrid Capital. Otro 33,3% de los mismos reside en algún municipio de la Comunidad, destacando los municipios del Sur Metropolitano (el 15,3%). Un 0,8% de los consultados declara que reside fuera de la Comunidad de Madrid y, finalmente el 3,6% de los usuarios no se ha manifestado al respecto.



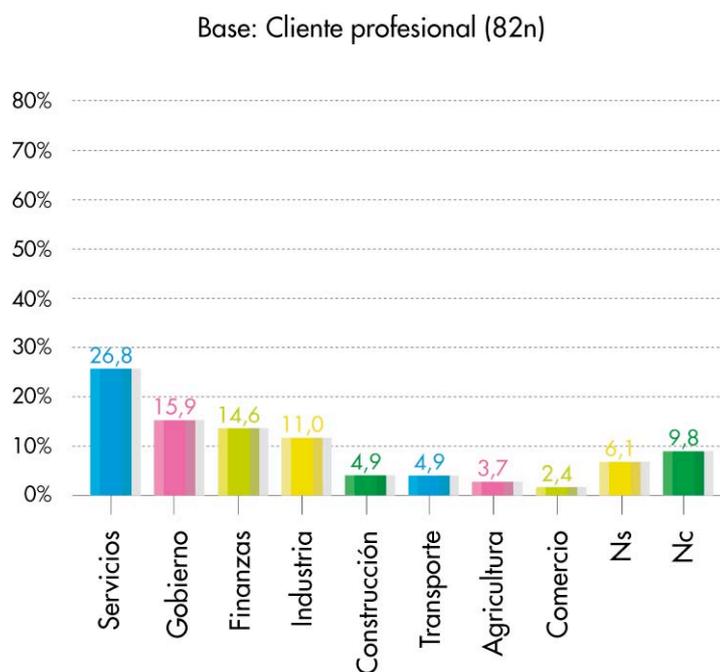


El 89,2% de los usuarios del servicio de atención telefónica de la Comunidad de Madrid han nacido en España y un 10,8% de personas han nacido en otros países, destacando las personas que provienen de Sur y Centro América (el 7,9%).



I.c. El Perfil del Usuario Profesional

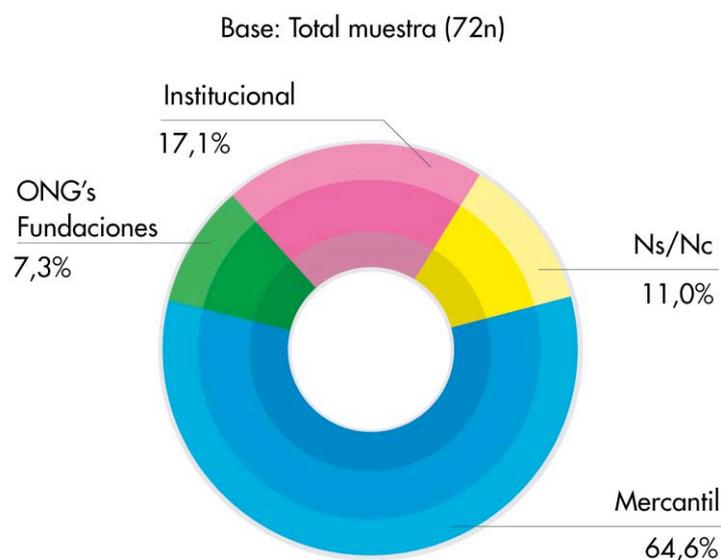
El sector de actividad mayoritario entre los profesionales que llaman al 012 representando a una empresa o entidad es el de **Servicios** (educación, ocio, hoteles, salud, legales, sociales, etc.), según refiere el 26,8% de los mismos. El segundo sector con mayor presencia, un 15,9%, es el de Gobierno (Administración Pública, ONG's, fundaciones, asociaciones profesionales diversas), le siguen el relacionado con las Finanzas (un 14,6%) e Industria (11,0%).



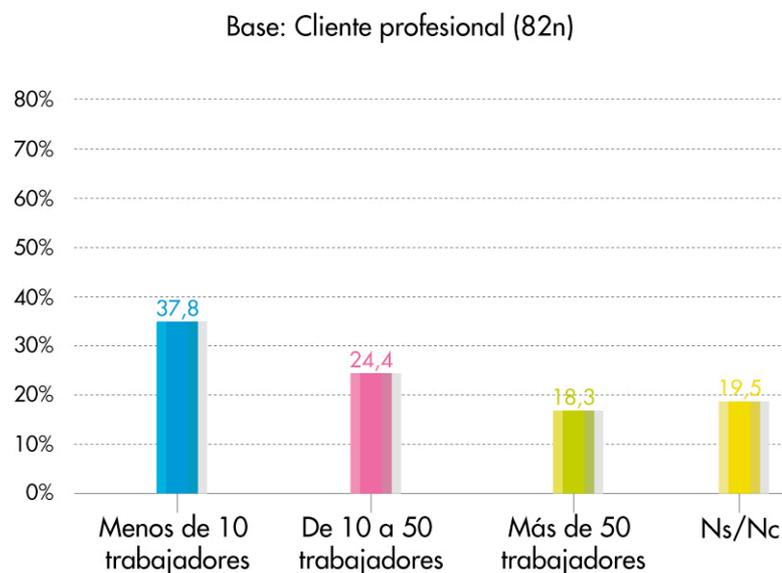
Seis de cada diez profesionales llaman representando a una entidad de carácter



mercantil frente a un 17,1% que lo hace en nombre de una entidad institucional y un 7,3% de una ONG o fundación. Por último, señalar que un 11,0% no ha declarado al respecto.

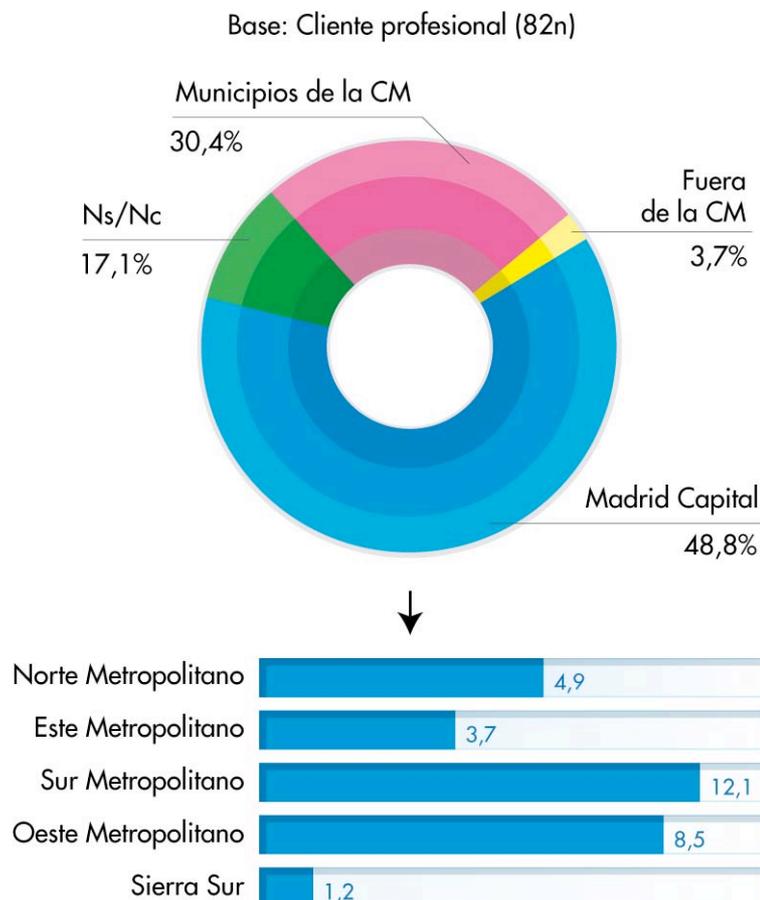


La mayoría de los profesionales que recurre al servicio del 012 en representación de alguna entidad trabajan en pequeñas empresas: el 37,8% trabaja en una empresa de menos de 10 trabajadores y el 24,4% en una organización con una plantilla de 10 a 50 trabajadores. Mientras que el 18,3% desarrolla su trabajo en una empresa de más de 50 empleados. Un elevado porcentaje de los profesionales consultados no se ha posicionado al respecto, el 19,5%.





Casi la mitad de los profesionales que ha utilizado el servicio del 012 trabaja en empresas que están ubicadas en Madrid Capital, el 48,8%. Mientras que un 30,4% de empresas se encuentran situadas en otros municipios de la Comunidad, principalmente en el Sur Metropolitano (12,1%) y un 3,7% de las entidades se encuentran fuera de la Comunidad de Madrid.



II. Atributos que Definen la Calidad del Servicio

Los datos que se presentan a continuación muestran la definición de calidad que los propios usuarios citan de forma espontánea, es decir, se exponen los aspectos que en opinión de los usuarios son importantes a la hora de realizar gestiones a través del teléfono de información 012. En este sentido, se ha procurado que los usuarios citaran tres aspectos o atributos de calidad.

En primer lugar, se analizan las respuestas en primera mención. En estudios como el que nos ocupa, analizar las respuestas en primera mención resulta especialmente relevante, puesto que éstas configuran la estructura mental de los usuarios.

En segundo lugar, se expone la definición global de calidad, ésta recoge todos los aspectos que definen la calidad del servicio, citados por los usuarios, sin tener en cuenta el orden de mención (suma de las tres menciones).



De los gráficos que siguen se desprenden las siguientes conclusiones:

- Para los usuarios del servicio de información telefónica de la Comunidad de Madrid lo más relevante en la calidad del servicio es **la rapidez, seguida de la amabilidad y buen el trato por parte del personal de atención.**
- Por otro lado, un escaso un 4,8% de los usuarios consultados no ha citado ningún aspecto o demanda de calidad.

PRIMERA MENCIÓN
Base: Total muestra (1.501n)

ATRIBUTOS QUE DEFINEN LA CALIDAD DEL SERVICIO: DEMANDAS DE CALIDAD
Menciones $\geq 1\%$



Atributos que definen la calidad del servicio: demandas de calidad

Menciones <1%

Información completa, amplia detallada	0,9%
Buen servicio	0,7%
Atención personalizada	0,7%
Ninguna, todo bien	0,6%
Comodidad	0,5%
Servicio gratuito y/o más económico	0,5%
Asesoramiento y orientación	0,3%
Otros	0,3%
Servicios SMS	0,1%
Facilidad en la tramitación y gestión	0,2%
Centralización y coordinación	0,1%
Horario de atención amplio	0,1%
Personal suficiente	0,1%
Servicios para dejar opinión y quejas	0,1%
No derivar a otros teléfonos	0,1%
Sencillez y facilidad	0,1%
Organización	0,1%
No privatizar nada de la CM	0,1%
Actualizar la web	0,1%

PRIMERA MENCIÓN

Base: Total muestra (1.501n)

Una vez analizados los atributos de calidad que los propios usuarios del servicio de atención 012 citan en primera mención, se ha procedido a realizar una suma de menciones, es decir, se ha efectuado una suma de todos los atributos citados desde la primera hasta la tercera mención.

En definitiva, estos atributos responden a las demandas explícitas de los usuarios de la Comunidad de Madrid en materia de atención telefónica y, son las que se detallan en las páginas siguientes:

TOTAL MENCIONES
Base: Total muestra (1.501n)

ATRIBUTOS QUE DEFINEN LA CALIDAD DEL SERVICIO: DEMANDAS DE CALIDAD
Menciones ≥ 2,8%





Atributos que definen la calidad del servicio: demandas de calidad

Menciones <2,8%

Servicio gratuito y/o más económico	2,7%
Buen servicio	2,6%
Información completa, amplia detallada	2,6%
Que no salte el contestador	1,9%
Ninguna, todo bien	1,8%
Que no deriven a otros teléfonos	1,7%
Otros	1,5%
Asesoramiento y orientación	1,4%
Centralización y coordinación	1,1%
Atención personalizada	1,1%
Comodidad	1,1%
Horario de atención amplio	0,9%
Sencillez y facilidad	0,6%
Teléfonos actualizados	0,5%
Servicios SMS	0,3%
Personal suficiente	0,2%
Servicios para dejar opinión y quejas	0,2%
Facilidad en la tramitación	0,1%
Organización	0,1%
No privatizar nada de la CM	0,1%
Actualizar la web	0,1%

TOTAL MENCIONES.

Base: Total muestra (1.501n)

III. Valoración del Servicio Recibido

Para evaluar la calidad de los servicios del servicio telefónico de atención e información de la Comunidad de Madrid, el 012, se han establecido los siguientes atributos:

Rapidez en la atención:

- Tiempo de espera hasta que un operador comenzó a atender su petición.
- Tiempo que dedicaron hasta contestar su pregunta.
- Horario de días de atención al público del servicio 012.

Información:

- La información contestaba completamente a su pregunta.
- Adecuado que le remitieran a otro número de teléfono.
- La información facilitada en el 012 ha sido correcta.

Personal:

- Amabilidad mostrada.
- Interés por su problema.

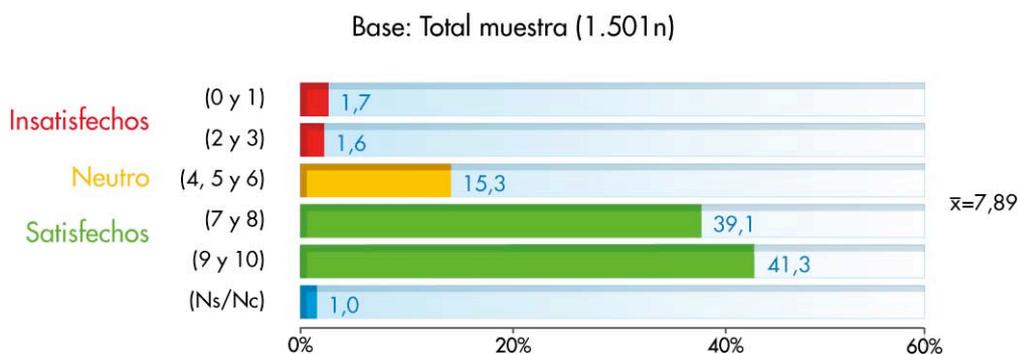


- El operador entendió la información que demandaba.
- La claridad del lenguaje utilizado por el operador.
- El personal estaba preparado y formado para atender este servicio.
- Le asesoraron sobre las opciones que más le convenían.
- Se garantizó la intimidad y confidencialidad de la llamada.

Los usuarios del servicio de atención telefónica de la Comunidad de Madrid han valorado estos atributos en una escala de 0 a 10; en la que la 0 se corresponde con la valoración “muy insatisfecho” y 10 “muy satisfecho”. Asimismo se recoge la satisfacción global con el servicio recibido y la percepción de los usuarios sobre la utilidad del servicio.

Un alto porcentaje de los usuarios, el 80,4%, manifiesta estar muy o bastante satisfecho con el servicio que ha recibido en el servicio telefónico de atención de la Comunidad de Madrid, en este sentido, **la Satisfacción Global es elevada: 7,89 puntos de media** (en un escala de valores extremos 0 y 10).

Por otra parte, el porcentaje de usuarios satisfechos se mantiene similar al recogido hace un año, porcentaje que se situaba en 81,1%.



La gran mayoría de los usuarios de las Oficinas de Atención, el 88,2%, considera que el servicio es muy o bastante útil frente a un escaso 2,4% que percibe poca o ninguna utilidad.

Atendiendo a la **percepción de los usuarios**, en forma de valoración, se concluye que **el servicio que presta la Comunidad de Madrid a través del 012 es de gran utilidad** (8,56 puntos de media).



Por otra parte, considerando los atributos testados que configuran la calidad del servicio, en general se recoge un nivel de satisfacción elevado entre los usuarios del servicio de atención telefónica 012.

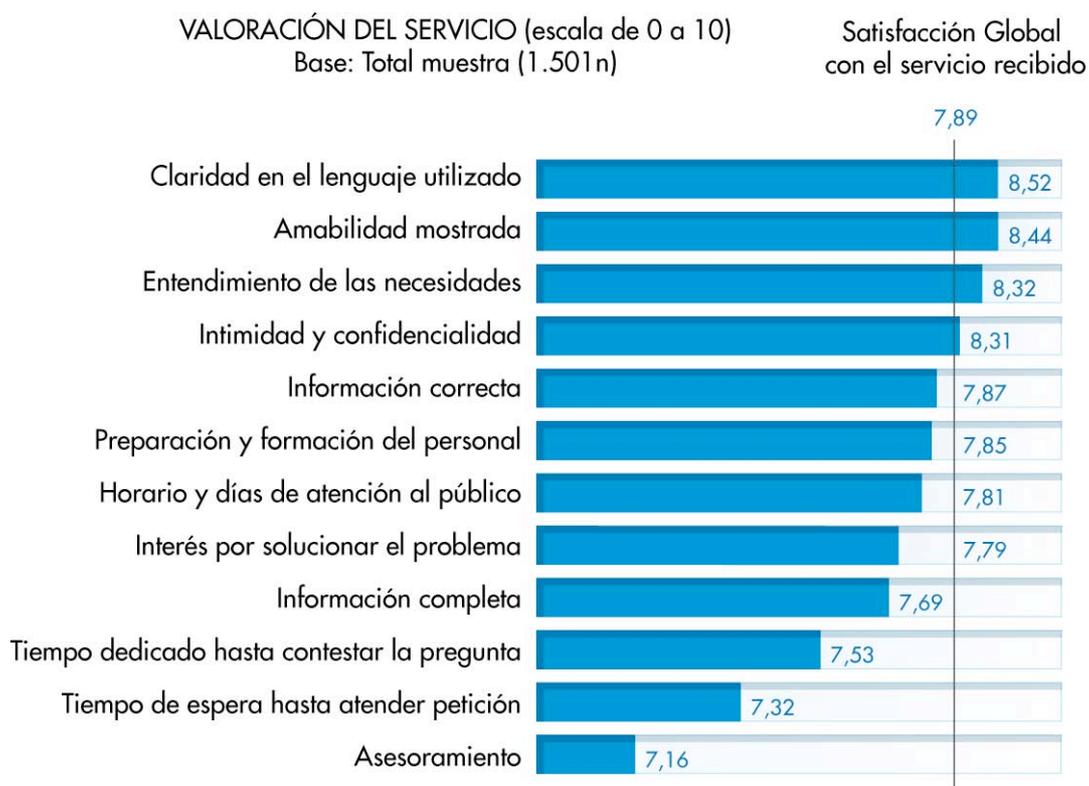


En este sentido, los atributos **mejor valorados** (los que recogen las medias más altas) por los usuarios del 012 son los siguientes:

- La claridad del lenguaje utilizado por el operador (8,52 puntos de media).
- La amabilidad mostrada (8,44 puntos).

Por el contrario, y aunque con puntuaciones también elevadas, los atributos **peor valorados** son estos otros:

- Tiempo de espera hasta que un operador comenzó a atender la petición (7,32 puntos).
- Asesoramiento sobre las opciones más convenientes (7,16 puntos de media).



Claridad del lenguaje utilizado por el operador

El primer aspecto que genera mayor satisfacción entre los usuarios del 012 es el que hace referencia a la claridad del lenguaje utilizado por el personal de atención, con un nivel de satisfacción media de 8,52 puntos. Asimismo el porcentaje de usuarios satisfechos es elevado: un 89,6%.





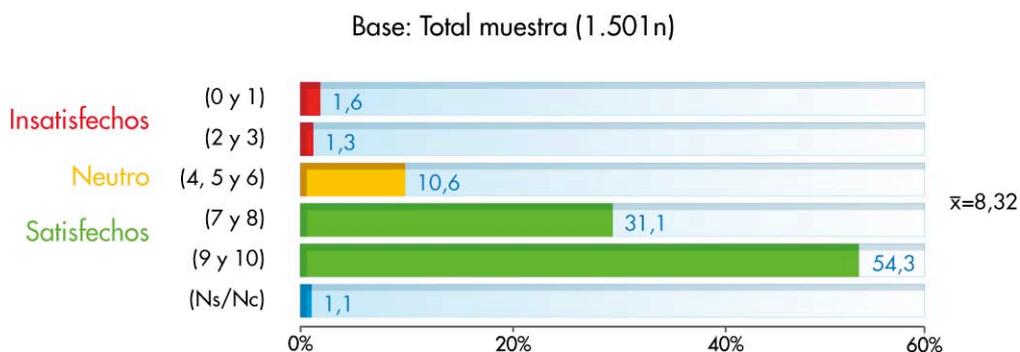
Amabilidad mostrada

Situándose como el segundo aspecto que genera mayor satisfacción entre los usuarios del 012, se encuentra la amabilidad mostrada por el personal de atención telefónica: el 89,0% se encuentra muy o bastante satisfecha y, en términos de valoración media, recoge 8,44 puntos.



Entendimiento de la información demandada

Un 85,4% de los usuarios se muestra muy o bastante satisfecho con el personal de atención en cuanto que éste ha entendido la información que se demandaba. La satisfacción media se sitúa en 8,32 puntos.



Garantizan intimidad y confidencialidad en la llamada

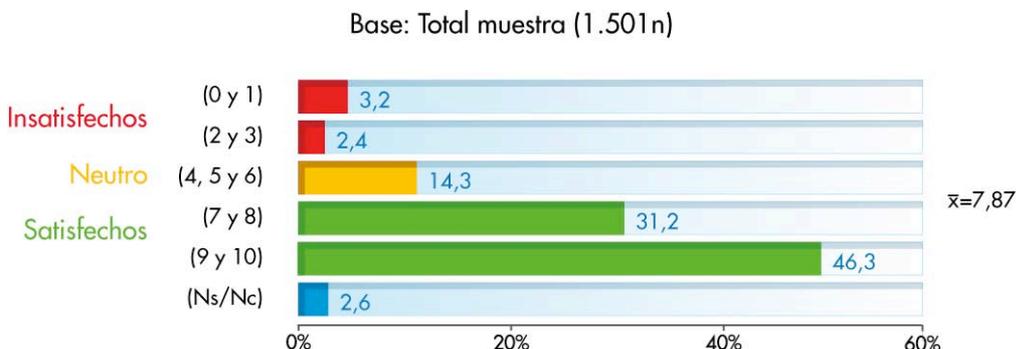
La percepción de los usuarios en tanto que se garantizaba la intimidad y confidencialidad durante la llamada es objeto de satisfacción entre el 60,2% de los usuarios y obtiene una nota de 8,31 puntos en satisfacción.





Información facilitada en el 012 correcta

Otro aspecto del servicio con el que los usuarios se encuentran más satisfechos hace referencia a la información recibida en cuanto que es correcta, con una media de satisfacción de 8,87 puntos y con porcentaje de personas muy o bastante satisfechas del 77,5%.



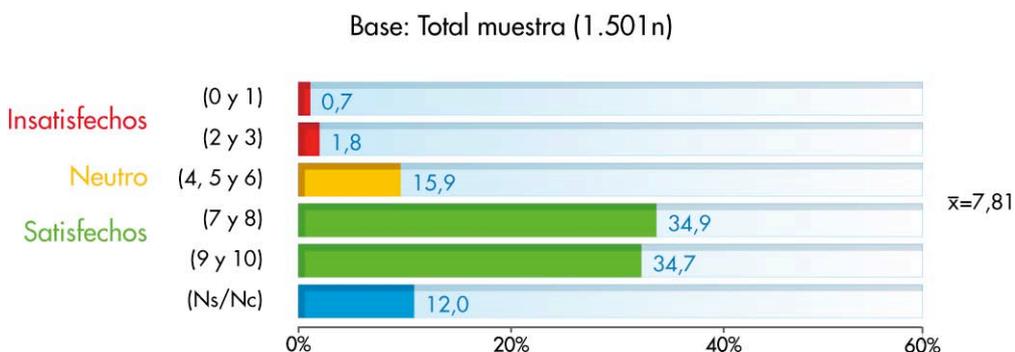
Preparación y formación del personal para atender el servicio

El 76,8% de los consultados se encuentra muy o bastante satisfecho con la preparación y formación del personal de atención. Respecto a la valoración media, la puntuación se sitúa en un 7,85.



Horario y días de atención al público del servicio 012

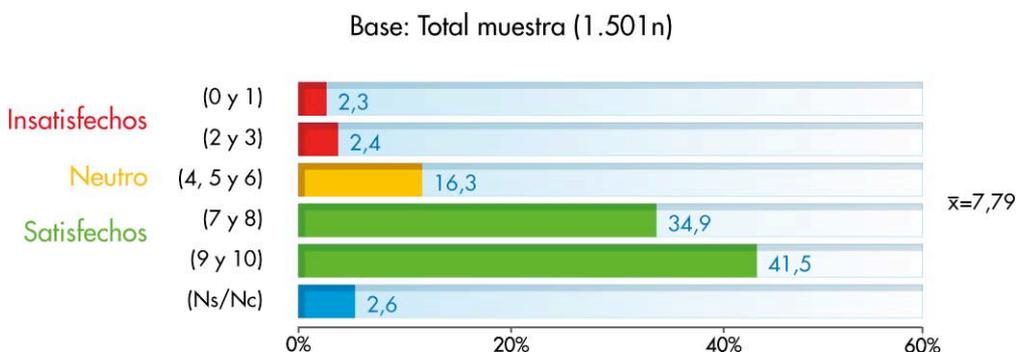
El horario y días de atención al público es fuente de satisfacción para un 69,6% de los usuarios del 012. El nivel de satisfacción se sitúa en una media de 7,81 puntos.





Interés por el problema

El 76,4% de los consultados se encuentra muy o bastante satisfecho con el interés mostrado por el personal de atención para solucionar el problema planteado. Respecto a la valoración media, se recoge una puntuación de notable alto: 7,79.



La información recibida contestaba completamente a la pregunta

El 75,7 de los usuarios se muestra muy o bastante satisfecho con la información recibida en tanto que contestaba completamente su a su pregunta. Por otro lado, la valoración emitida es 7,69 puntos de satisfacción.



Tiempo dedicado hasta contestar la pregunta

El tiempo que el operador ha dedicado a contestar la pregunta planteada presenta un nivel de satisfacción de 7,58 puntos, con un 76,4% de usuarios satisfechos o muy satisfechos.





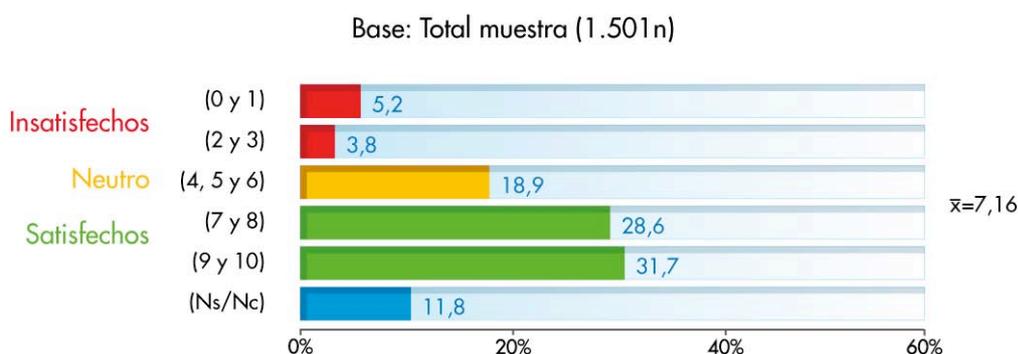
Tiempo de espera hasta que un operador comenzó a atender la petición

La satisfacción con el tiempo de espera hasta ser atendido por un operador es de 7,32 puntos de media entre los usuarios del 012. Por otra parte, siete de cada diez manifiesta estar muy o bastante satisfecho al respecto.



Le han asesorado sobre las opciones que más le convienen

El porcentaje de usuarios satisfechos con el asesoramiento recibido es del 60,3%. Este aspecto del servicio registra un nivel de satisfacción favorable: 7,16 puntos de media.

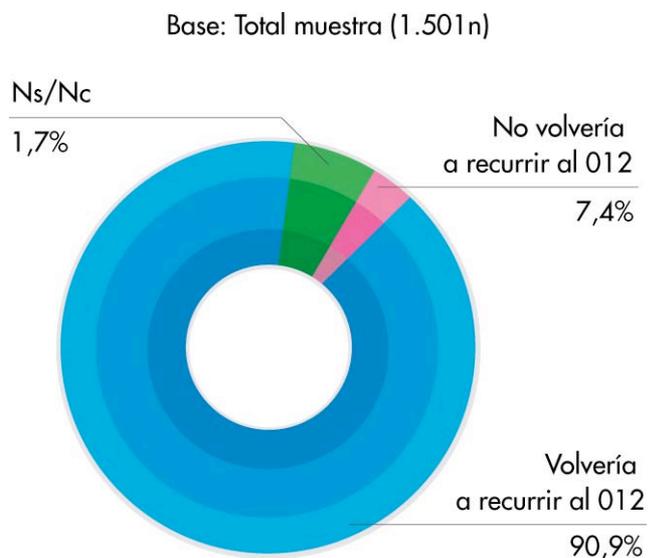


En relación a la información solicitada, la gran mayoría de los usuarios del 012, el 76,6%, manifiesta que le facilitaron la información en esa misma llamada frente al 23,4% que declara que le facilitaron otro número de teléfono al que dirigirse para solicitar la información demandada. En este sentido, el 38,2% de los mismos considera bastante o muy adecuado que le facilitaran otro número de teléfono, alcanzando una satisfacción media de suficiente, 5,42 puntos.

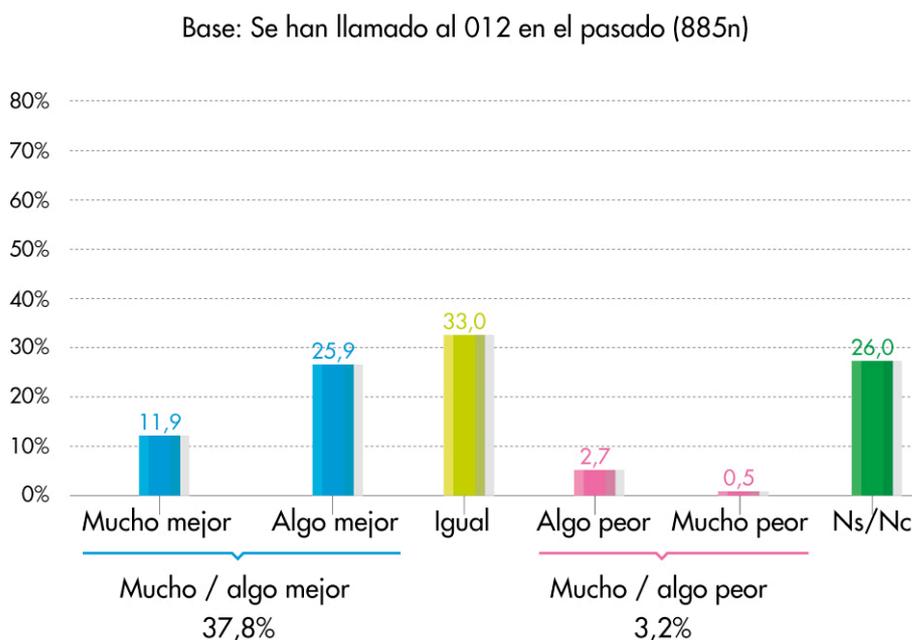




Por otra parte y en relación a la satisfacción con el servicio que muestran los usuarios, el 90,9% de los mismos volvería a pedir la misma información que solicitó al 012.



La calidad del servicio ofrecido por la Comunidad de Madrid en materia de atención telefónica, según percibe el 37,8% de los usuarios, ha evolucionado favorablemente en el último año. Mientras que un 33,0% de los usuarios no percibe ningún cambio y escaso 3,2% declara que la calidad es peor. Por último un 26,0% de los consultados no se posiciona al respecto.





IV. Los Servicios del 012

En primer lugar, cabe señalar que **7 de cada diez usuarios conoce alguno de los servicios que presta el 012**, concretamente 70,1%.

Y ya entre los servicios más conocidos destacan “realizar sugerencias y quejas por teléfono” que recoge un nivel de notoriedad del 25,4% entre los usuarios, seguido por el 012 on-line que es mencionado por un 24,5% de los mismos.

Mientras que, por el contrario, los servicios menos conocidos son el envío gratuito por correo postal o electrónico de documentos (13,4%) y la retrollamada (8,4%).

Base: Total muestra (1.501n)



Entre los usuarios que sí conoce alguno o algunos de los servicios que presta el 012, se observa que el 31,9% de los mismos no ha hecho uso de ninguno de ellos.

El servicio 012 on-line es el servicio más utilizado entre los usuarios del servicio telefónico de atención mientras que la retrollamada es el menos demandado.

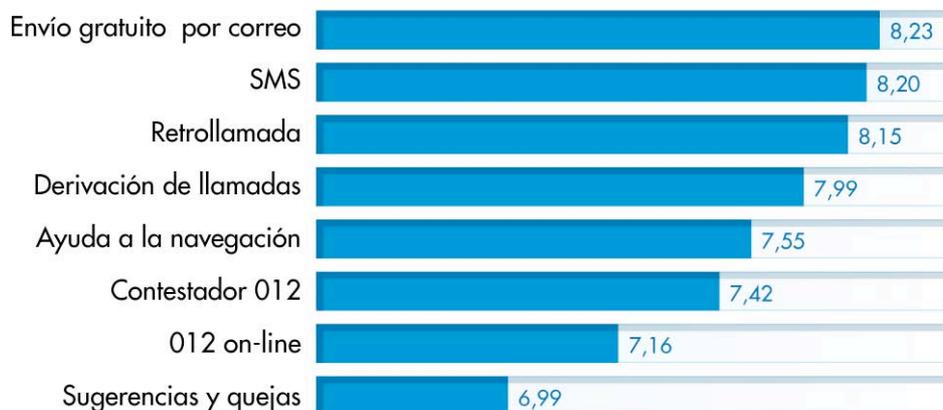
Base: Conocen servicio/os





El nivel de satisfacción con los servicios utilizados entre los usuarios del 012 es favorable. Los servicios mejor valorados, con notas de notable alto, son el envío gratuito por correo postal o electrónico de documentación, las alertas SMS y la retrollamada. Por el contrario, los servicios que menos satisfacción generan entre los usuarios son el servicio 012 on-line y realizar sugerencias y quejas por teléfono.

Base: Han utilizado servicio



V. Demandas y Sugerencias

Entre los objetivos de la investigación se encuentra el de analizar las demandas de los usuarios del teléfono de atención al ciudadano de la Comunidad de Madrid.

En primer lugar, se establece qué otro tipo de información demandan los usuarios de dicho servicio y en segundo lugar, se describen otros canales por los que a los usuarios les gustaría recibir información.

Respecto a las **demandas de otro tipo de información** cabe señalar que:

- **Un elevado porcentaje de usuarios no contesta al respecto (41,7%).**
- Y por otra parte **hay una gran dispersión de demandas de información**, puesto que, en ningún caso las demandas relativas a un información concreta superan el 12% de menciones.

Entre las menciones se encuentran las siguientes

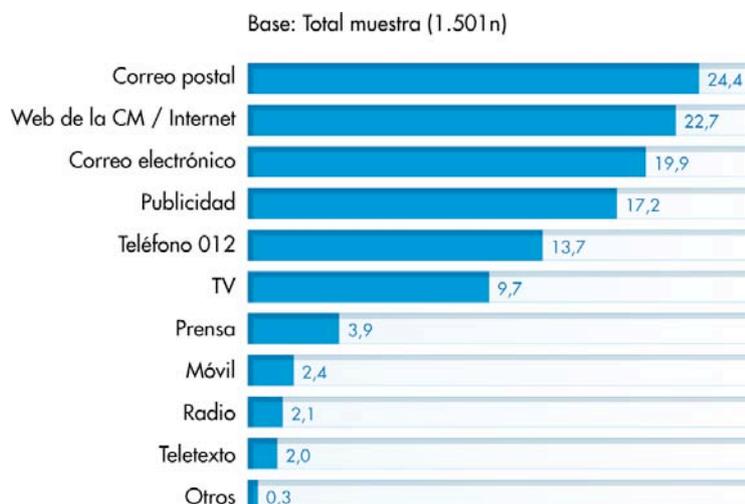
- Bolsa de trabajo (11,1%).
- Ayudas, becas y subvenciones (8,8%).
- Convocatorias de Ofertas de Empleo Público de la Administración-Oposiciones (8,2%).
- Programación o precios de ferias, actividades culturales, deportivas (6,8%).
- Actividades relacionadas con cursos y formación (6,4%).
- Información institucional, sobre la Administración (5,3%).
- Trámites inmobiliarios / vivienda / hipotecas, escrituras (4,8%).
- Transporte público (4,8%).
- Atención primaria y especializada, tarjeta sanitaria, prestación farmacéutica, maternidad y otras materias (4,3%).
- Solicitar una dirección (4,1%).
- Orientación legal, consultas jurídicas (3,6%).



- Solicitar un número de teléfono (3,5%).
- Emergencias, urgencias (2,9%).
- Información de todo tipo (2,6%).
- Ocio (2,5%).
- Obtener autorizaciones administrativas, licencias, permisos y carnets (2,2%).
- Ningún tipo de información (1,7%).
- Información sobre el estado de las carreteras, cortes de circulación por obras (1,6%).
- Información útil (1,4%).
- Información páginas Web (1,3%).
- Otros (1,3%).
- Impuestos y tasas (1,1%).
- Registrar documentos (1,1%).
- Información sobre turismo (1,1%).
- Consumo (1,1%).
- Servicios Sociales y Asistenciales (1,1%).
- Inmigrantes y extranjeros (0,9%).
- Solicitudes de plaza en centros de personas mayores (0,9%).
- Solicitudes de plazas en centros educativos (0,9%).
- Consultar pliegos de condiciones de contratos públicos (0,6%).
- Invalidez, discapacitados, minusválidos (0,5%).
- Pensiones (0,3%).
- Punto limpio, reciclaje, contenedores (0,3%).
- Trámites sobre vehículos (0,3%).
- Información sobre medio ambiente (0,2%).
- Solicitar una inspección (0,1%).
- Violencia de género (0,1%).

En relación a otros canales por los que a los usuarios les gustaría recibir información, se ha recogido lo siguiente:

- El 24,4% de los usuarios demanda información de la Comunidad de Madrid a través de correo postal.
- Al 22,7% de los consultados le gustaría recibir información a través de la Pagina Web de la CM (o Internet).
- Un 19,9% de los usuarios menciona el correo electrónico como medio por el que le gustaría recibir información.
- El 17,2% de los usuarios cita la publicidad como canal de información.



VI. Organismo Gestor

La notoriedad de la Comunidad de Madrid como el organismo que gestiona el 012 se sitúa en un 44,3%, es decir, clientes que citan de forma espontánea y correcta a la Comunidad de Madrid como entidad gestora. No obstante, un significativo porcentaje de usuarios del servicio telefónico no sabe quién es la entidad que gestiona el servicio.

Mientras que, finalmente, un 11,2 % menciona otros organismos públicos, entre los que destacan, el Ayuntamiento de Madrid.

Base: Total muestra (1.501n)



El boca a boca es el medio más habitual por el que los usuarios conocen el servicio del 012, así, el 23,5% de los mismos declara que han sido personas de su entorno quienes han puesto en su conocimiento la existencia del servicio. La televisión es el segundo canal por el que se conoce el servicio, según el 19,5%.

Base: Total muestra (1.501n)





3.3. Índices de Calidad

El grado de satisfacción de los usuarios con cada uno de los atributos no es suficiente para determinar las acciones de mejora a emprender. Es necesario, por el contrario, realizar un análisis de importancia que permita establecer el peso de cada valoración en la satisfacción global con el servicio. Para ello, se ha realizado un análisis factorial que agrupa los diferentes atributos de calidad para identificar los componentes (factores) que inciden de manera principal en la satisfacción global. Posteriormente, para establecer qué importancia tiene cada uno de los factores en la satisfacción global se aplica un análisis de regresión múltiple.

Por el alto porcentaje de pérdida (78,1%), no se ha considerado para el análisis factorial el ítem remisión a otro número de teléfono. El alto número de casos perdidos habría impedido la correcta extracción de los factores. Con las restantes variables se ha procedido al análisis factorial, de acuerdo con una solución de rotación VARIMAX. El modelo al que se llega en la matriz de componentes consta de 4 factores que explican un 74,7% de la varianza. La correlación de las variables que componen cada factor es sobresaliente (0,93 en la prueba de KMO), lo que confirma la pertinencia del análisis.

Los atributos se distribuyen en sus factores correspondientes de la manera siguiente:

Factor 1: eficacia en la gestión

- Información completa.
- Información sin errores.
- Interés del problema.
- Comprensión del problema.
- Preparación del personal.
- Asesoramiento.

Factor 2: calidad en la atención

- Amabilidad.
- Claridad del lenguaje.
- Confidencialidad e intimidad.

Factor 3: rapidez y disponibilidad

- Tiempo de espera.
- Tiempo de atención.
- Horario.

Factor 4: utilidad

- Utilidad del servicio.

El siguiente paso consiste en establecer la importancia que cada uno de estos factores tiene sobre la satisfacción global con el servicio, a través de una regresión múltiple. El modelo, que es significativo, explica un 70% de las diferencias que existen entre unos y otros usuarios a la hora de definir su nivel de satisfacción general.



El factor que más aporta al nivel de satisfacción global es el de eficacia en la gestión ($\beta=0,672$), seguido por el de horarios y disponibilidad. El menos importante a la hora de explicar la satisfacción global ($\beta=0,163$) es el de utilidad del servicio.

Factor	Etiqueta	-	Media satisfacción
1	Eficacia en la gestión	.672	7,78
2	Calidad en atención	.316	8,42
3	Horarios y disponibilidad	.353	7,57
4	Utilidad	.163	8,56

<p>Área de mantenimiento de expectativas</p> <p>UTILIDAD CALIDAD DE LA ATENCIÓN HORARIOS Y DISPONIBILIDAD</p>	<p>Área de superación de expectativas</p> <p>EFICACIA EN LA GESTIÓN</p>
<p>Área de vigilancia</p>	<p>Área de mejora prioritaria</p>

Los cuatro factores obtenidos se han situado en un mapa en que se conjugan los ejes satisfacción (la media de las medias de las valoraciones recogidas en la encuesta de los aspectos dominantes en cada factor) y la importancia (el coeficiente _ estandarizado que arroja el análisis de la regresión de cada factor).

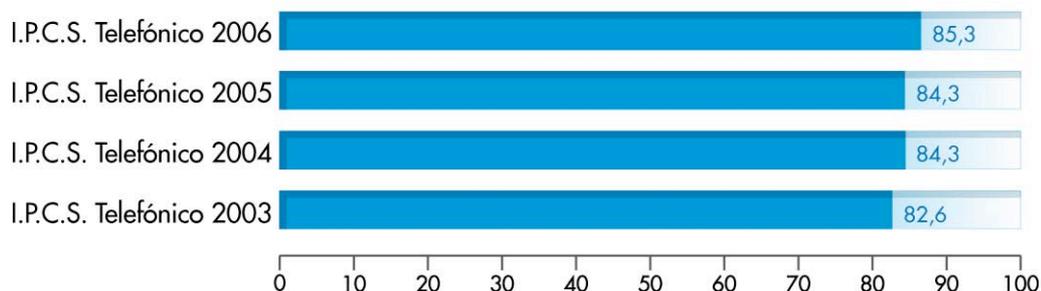
Comprobamos como todos los factores registran unos niveles de satisfacción altos (superiores a 7 puntos sobre 10) situándose por tanto en los cuadrantes superiores del mapa. No obstante, el que peor nivel de satisfacción registra, y tiene sin embargo una importancia elevada a la hora de determinar la satisfacción global, es el de disponibilidad y horarios. Una mejora en esta área supondría un incremento en el nivel de satisfacción con el servicio. Del mismo modo, cualquier aumento de la satisfacción con la eficacia de la gestión que, aunque es buena, aún tiene margen de mejora, significaría, dada la importancia capital de este factor, un incremento significativo de la satisfacción de los usuarios con el servicio en su conjunto.

Concluimos pues que las principales áreas de mejora del servicio 012 son:

- Rapidez en la atención.
- Amplitud de horarios.
- Tiempo de atención al usuario.
- Información completa y sin errores.
- Preocupación por comprender y solucionar el problema.
- Preparación del personal.
- Asesoramiento sobre diferentes opciones.



El índice de percepción de calidad del servicio telefónico en 2006 es de 85,3, resultado de una percepción media ponderada de 7,70 y de una expectativa media de 9,02, ambas sobre 10 (este índice se ha hecho sin tener en cuenta la valoración de la utilidad del servicio, para que sea comparable con el IPCS presencial, que no la incluye).



A pesar de que los atributos obtienen puntuaciones elevadas, al confrontarlos con las expectativas y la importancia que se les otorga, es posible detectar algunas áreas de mejora. En estos casos, un pequeño impulso significaría una mejora cualitativa de la satisfacción global de los ciudadanos. Cabe destacar aspectos de la capacidad organizativa del servicio, como son el tiempo para ser atendido y la resolución de la gestión sin tener que desplazarse. Además, es de considerar la posibilidad de incidir en la información que se ofrece a los usuarios: aunque las puntuaciones son altas, la importancia que se confiere a este aspecto de la atención, y la distancia entre expectativas y percepciones que demuestra el GAP, indican que una actuación en esta área potenciaría la satisfacción global con el servicio.

Por tanto, las áreas de mejora que destacamos son:

- rapidez en la atención,
- resolución de las gestiones en el momento,
- proporcionar información completa y sin errores.

4. ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DE CALIDAD DE LOS SERVICIOS AGREGADO (IPCS'A)

En el año 2003 se elaboró por primera vez el Índice Agregado de Percepción de la Calidad de los Servicios de la Comunidad de Madrid.

Este índice que resume la satisfacción de los usuarios con los servicios de Atención al Ciudadano de la Comunidad de Madrid, es el resultado de la medición de las percepciones sobre el servicio prestado en las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano más la medición de la percepción del servicio telefónico 012.

Respecto a 2005 se aprecia un aumento en el I.P.C.S'a de prácticamente un punto.

