

# OBSERVATORIO DE CALIDAD 2007

VICEPRESIDENCIA SEGUNDA Y CONSEJERÍA DE JUSTICIA Y  
ADMINISTRACIONES PÚBLICAS



DIRECCIÓN GENERAL DE CALIDAD DE LOS SERVICIOS  
Y ATENCIÓN AL CIUDADANO



 VICEPRESIDENCIA SEGUNDA Y CONSEJERÍA  
DE JUSTICIA Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS  
**Comunidad de Madrid**

[www.madrid.org](http://www.madrid.org)

# OBSERVATORIO DE CALIDAD 2007



La Suma de Todos

 GOBIERNO DE LA  
COMUNIDAD DE MADRID  
**Comunidad de Madrid**

[www.madrid.org](http://www.madrid.org)





## 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 que permite establecer una serie histórica comparativa. Los datos se recogen mediante entrevistas 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 2007.

Respecto a la Atención Presencial hay que constatar que, aunque se mantiene 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.





## ÍNDICE

I. METODOLOGÍA.....	3
I.1. Establecimiento o Actualización de los Atributos que Componen el Servicio Prestado .....	4
I.2. Análisis de Expectativas .....	5
I.3. Asignación de Importancia a los Atributos .....	5
I.4. Estudio de Percepciones .....	6
I.5. Modelo Calidad Madrid (CAL-MA).....	7
I.6. Delimitación de Áreas de Mejora. IPCS Agregado.....	9
I.7. Glosario de Términos Utilizados.....	9
I.8. Relación de Anexos en Formato PDF .....	10
2. LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CIUDADANO .....	11
2.1. Ficha Técnica .....	11
2.2. Resultados Obtenidos .....	13
I. El Usuario .....	13
II. Valoración del Servicio Recibido .....	30
III. Organismo Gestor .....	49
2.3. Índices de Calidad .....	50
3. SERVICIO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA 012 .....	57
3.1. Ficha Técnica .....	57
3.2. Resultados Obtenidos .....	57
I. El Usuario .....	57
II. Atributos que Definen la Calidad del Servicio.....	74
III. Valoración del Servicio Recibido .....	77
IV. Los Servicios del 012 .....	91
V. Demandas y Sugerencias .....	94
VI. Organismo Gestor.....	95
3.3. Índices de Calidad .....	97
4. ÍNDICE DE PERCEPCIÓN DE CALIDAD DE LOS SERVICIOS AGREGADO (IPCS'A) .....	101



## I. METODOLOGÍA

El Índice de Percepción de Calidad de Servicio o IPCS 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:

1. Establecimiento o actualización de los atributos que componen el servicio prestado
2. Análisis de expectativas
3. Asignación de importancia de cada uno de los atributos
4. Estudio de percepciones
5. Aplicación de la metodología CAL-MA para el establecimiento de los IPCS telefónico y presencial
6. Obtención del IPCS agregado

A continuación se describe de forma resumida cada una de estas fases:



## **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.

Ésta es la primera premisa metodológica irrenunciable: cuando se pregunta a los ciudadanos por su satisfacción con el servicio que se les presta, tanto la pregunta como la respuesta se tienen que referir al mismo atributo y éste ha de ser un reflejo de la realidad.

Desde 1997 se viene editando el Observatorio de Calidad y los correspondientes Índices de Percepción de Calidad del Servicio.

Con el paso de los años, el Observatorio ha ido evolucionando y completándose. Se ha pasado 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 de calidad total", que abarca la satisfacción con la información, con el inicio de la gestión y con las sugerencias y reclamaciones. Éste análisis se realiza tanto en la atención presencial como en la telefónica.

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



## I.2. Análisis de expectativas

A continuación se incluye la ficha técnica de la encuesta de expectativas:

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA DE EXPECTATIVAS	
Fecha del trabajo de campo	Del 1 al 11 de octubre de 2007
Tipo de encuesta	Telefónicas CATI en el hogar del entrevistado
Universo	Personas mayores de 16 años residentes de hecho en la Comunidad de Madrid
Muestreo	Se ha realizado una muestra aleatoria sobre población general, mayor de 16 años y residente en la Comunidad de Madrid. Muestreo 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	2.421 entrevistas
Ámbito	Comunidad de Madrid
Supervisión /control de calidad	11% del total de entrevistas, y alcanzando al 100% de los entrevistadores participantes.
Error muestral	$\pm 2,03\%$ (2.421 n) para datos globales, $p=q=0,5$ , con un nivel de confianza del 95,5%.
Instituto responsable	SIMPLE LÓGICA

## 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 cuarto trimestre de 2.007, la Dirección General de Calidad de los Servicios y Atención al Ciudadano de la Vicepresidencia Segunda y Consejería de Justicia y Administraciones Públicas 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. En dicha entrevista 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 usuarios de las mismas, mayores de 16 años. La información se obtuvo mediante entrevista cara a cara, a la salida de las oficinas.

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 usuarios de las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano se utilizan dos herramientas:

- ✓ 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 (percepciones) y lo que esperan recibir (expectativas)
- ✓ 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. Éstas se realizan a muestras representativas independientes, en momentos distintos para que los resultados 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 se realiza 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 estos 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 cálculo:

- A) Del orden que ocupa cada atributo, en función de su peso en 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.



## I.6. Delimitación de áreas de mejora. IPCS agregado

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

## I.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  $\beta$  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 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:** unidades del universo que han sido seleccionadas para participar en el Estudio.

**Nivel de confianza:** probabilidad de 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:** técnica que permite, en esencia, conocer como influye cada variable independiente en la dependiente.

**Universo:** población a estudiar.

## **I.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 de 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:** 25 Oficinas de Información y Atención al Ciudadano de la Comunidad de Madrid. Nota: las tres oficinas de Pozuelo de Alarcón se han analizado como una única.
- ❑ **Universo:** población mayor de 16 años usuaria 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 muestral:** 3.480 entrevistas válidas mediante muestreo aleatorio simple sobre usuarios a la salida de los puntos de información.
- ❑ **Distribución muestral:** aporportional marcando un mínimo de 100 entrevistas en cada Oficina, excepto para las Oficinas Conjuntas Municipales de Valdemorillo y Villaviciosa de Odón donde el mínimo era de 75 entrevistas. El resto (1.230) se han distribuido de forma proporcional al volumen de afluencia de cada Oficina. En la página siguiente se adjunta una tabla con la distribución final por Oficina.
- ❑ **Error muestral:**  $\pm 1,70\%$  para el total de la muestra para un nivel de confianza del 95,5% (2 sigma) y bajo el supuesto de máxima indeterminación ( $p=q=50\%$ ).
- ❑ **Escala de valoración utilizada en el cuestionario:** Diez grados, mínimo = 0 y máximo = 10.
- ❑ **Fechas del trabajo de campo:** del 19 de octubre al 27 de noviembre de 2007.
- ❑ **Supervisión y control de calidad:** inspección telefónica del 20% de las entrevistas personales realizadas para verificar la validez de los datos recopilados alcanzando esta inspección al 100% de los entrevistadores.
- ❑ **Trabajo realizado por:** QUOTA RESEARCH, S.A.



OFICINAS DE INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CIUDADANO	Distrib. Muestral
Deportes (Gran Vía, 10)	179
Deportes D. G. Juventud (Fernando el Católico, 88)	110
Economía y Consumo (Cardenal Marcelo Spínola, 14)	132
Educación (Alcalá, 32)	111
Educación (General Díaz Porlier, 35)	143
Empleo y Mujer (Princesa, 5)	150
Familia y Asuntos Sociales (Gran Vía, 14)	123
Familia y Asuntos Sociales (Pedro Muñoz Seca, 2)	134
Hacienda (Pº General Martínez Campos, 30)	596
Medio Ambiente y Ordenación del Territorio (Princesa, 3)	118
Oficina Conjunta Comunidad de Madrid - Ayuntamiento El Escorial (Pza. de España, 1)	102
Oficina Conjunta Comunidad de Madrid - Ayuntamiento Guadarrama (Pza. Mayor, 8)	100
Oficina Conjunta Comunidad de Madrid - Ayuntamiento Navalcarnero (Pza. Francisco Sandoval, s/n)	101
Oficina Conjunta Comunidad de Madrid - Ayuntamiento Pozuelo (Pza. Mayor, 2; Voltorno, 2; Pza. del Gobernador, s/n)	101
Oficina Conjunta Comunidad de Madrid - Ayuntamiento Valdemorillo (La Paz, 53)	78
Oficina Conjunta Comunidad de Madrid - Ayuntamiento Villanueva de la Cañada (Rosales, 1)	103
Oficina Conjunta Comunidad de Madrid - Ayuntamiento Villaviciosa de Odón (Pza. de la Constitución, 1)	88
Sanidad (Pza. Carlos Trías Bertrán, 7)	101
Transportes e Infraestructuras (Orense, 60)	200
Vicepresidencia Segunda y Consejería de Justicia y Administraciones Públicas (Gran Vía, 18)	153
Vicepresidencia Segunda y Consejería de Justicia y Administraciones Públicas (Gran Vía, 3)	155
Vicepresidencia Segunda y Consejería de Justicia y Administraciones Públicas (Pza Chamberí, 8)	167
Vivienda (Avda. de Asturias, 28)	235
<b>TOTAL:</b>	<b>3.480</b>



## 2.2. Resultados Obtenidos

El informe correspondiente a las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano se divide en cuatro capítulos:

- ✓ El primero se centra en el tipo de visita que el usuario ha realizado a las Oficinas y en el perfil social del mismo.
- ✓ El segundo se refiere a la definición que los usuarios hacen, en espontáneo, de la calidad del servicio.
- ✓ El tercer capítulo recopila la opinión de los usuarios sobre el servicio recibido en las Oficinas de Atención al Ciudadano.
- ✓ El cuarto capítulo versa sobre la notoriedad de la Comunidad de Madrid como organismo gestor de las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano.

### I. El Usuario

En este capítulo se describe la visita del usuario y el perfil del mismo, diferenciando si se trata de un usuario particular o profesional.

La **visita del usuario** se describe según los siguientes criterios:

- ✓ visita atendida o no atendida
- ✓ área de gestión
- ✓ tipo de gestión
- ✓ finalidad de la gestión
- ✓ carácter de la visita (particular o profesional)
- ✓ frecuencia de visita
- ✓ elección de visitar la oficina



El **perfil del usuario particular** se determina según las siguientes variables:

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

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

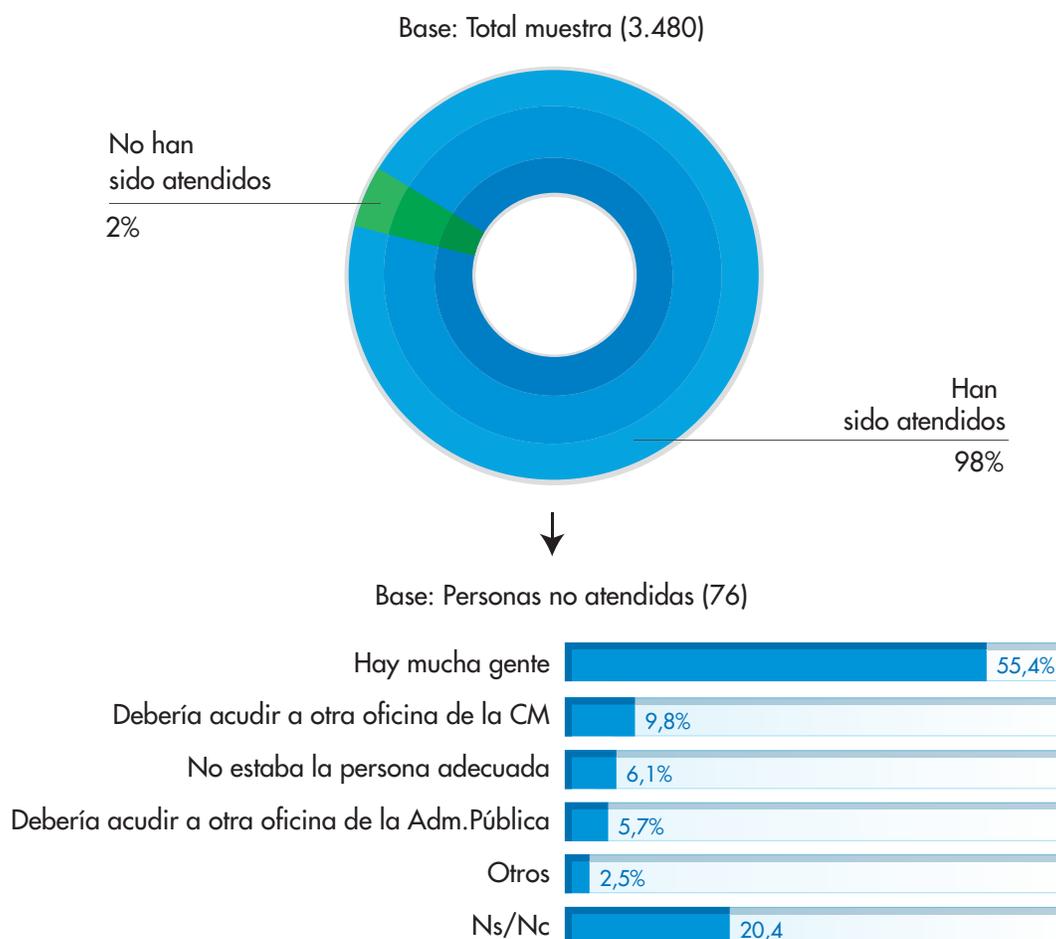
- ✓ tipo de actividad de la empresa
- ✓ carácter de la actividad (mercantil, ONG/fundación o institucional)
- ✓ tamaño de la empresa en función del número de empleados
- ✓ distrito o municipio en el que está ubicada la empresa



## I.a. La Visita del usuario

El 98% de las personas que acuden a las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano de la Comunidad, son atendidos en relación a la gestión demandada.

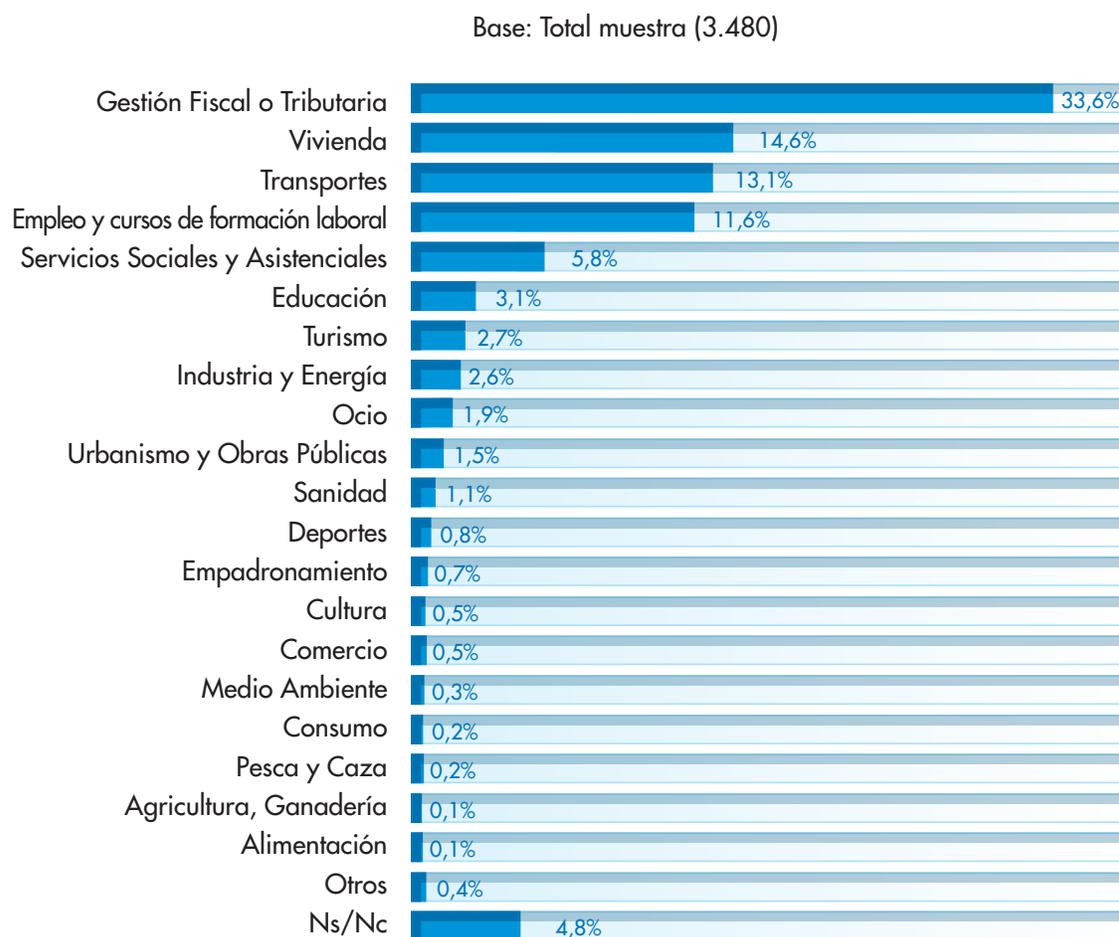
El elevado volumen de personas existente en el interior de las Oficinas, es la principal razón por la que el 2% restante de personas no fueron atendidas, es decir, ellas mismas decidieron marcharse de la Oficina al comprobar que había mucha gente.





El área de gestión que registra un mayor número de consultas es la de **Gestión fiscal o Tributaria**, ya que el 34% del total de visitas de ciudadanos a las Oficinas de Información y Atención de la Comunidad de Madrid estaban relacionados con trámites relacionados con este área.

En un segundo nivel, con porcentajes de mención superiores al 10%, aparecen las áreas de **Vivienda**, **Transportes** y **Empleo y Cursos de formación laboral**.





Algo más de la mitad de los usuarios, concretamente el 58%, de las Oficinas de Información y Atención de la Comunidad de Madrid realizan más de una gestión en las mismas:

- ✓ el 29,7% **registra y gestiona documentos**
- ✓ el 17,1% **solicita información y realiza gestiones**
- ✓ el 7,9% **solicita información y registra documentos**
- ✓ el 3,3% **solicita información y registra alguna reclamación o sugerencia**

El 40% restante de usuarios realizan una única gestión en las Oficinas:

- ✓ el 15,2% únicamente **solicita información**
- ✓ el 12,4% sólo **realiza gestiones**
- ✓ el 11% sólo **registra documentos**
- ✓ el 1,6% sólo **realiza sugerencias o reclamaciones**

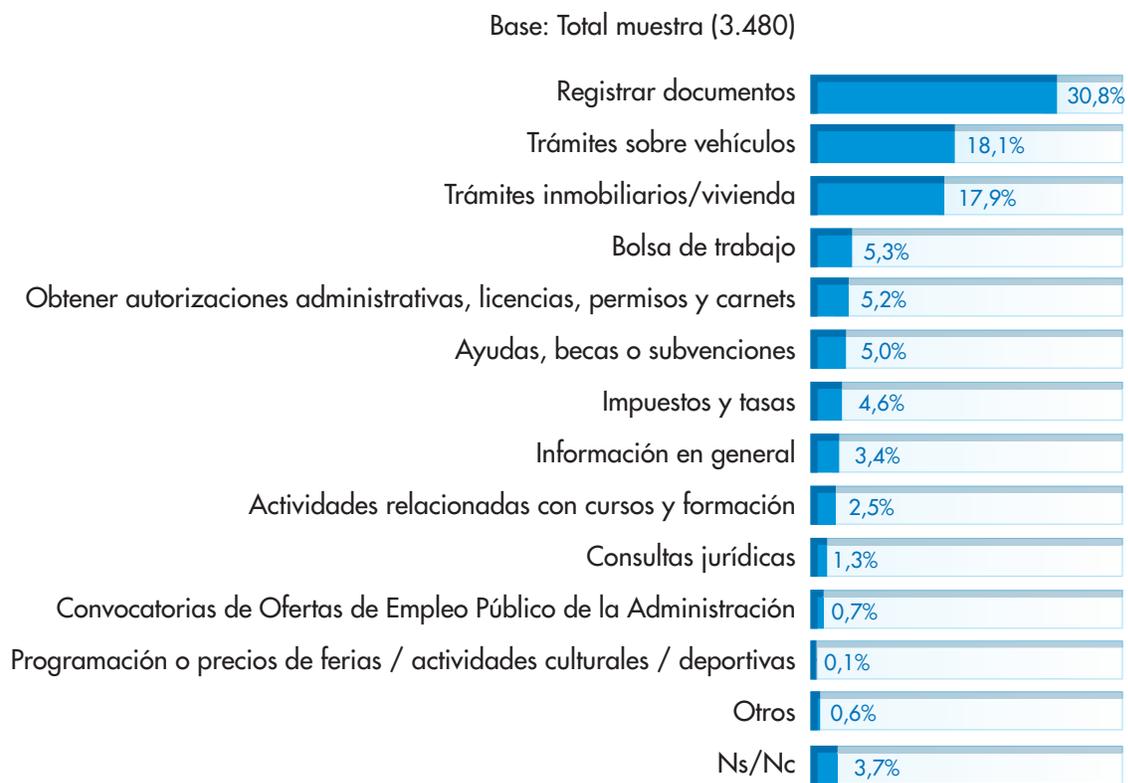
Base: Total muestra (3.480)



Al comparar estos datos con los correspondientes al 2006, se percibe un cambio de tendencia respecto al número de gestiones realizadas en las Oficinas de Información y Atención, ya que el 77% de los usuarios entrevistados en 2006 únicamente realizaban una gestión.



El **registro de documentos** es el motivo principal que ha motivado la visita a las Oficinas de Información y Atención de la Comunidad de Madrid, de tres de cada diez ciudadanos. Otros trámites que también han ocasionado un importante número de visitas a las Oficinas son los relacionados con **vehículos** (18,1%) y con **temas inmobiliarios o de vivienda** (17,9%).

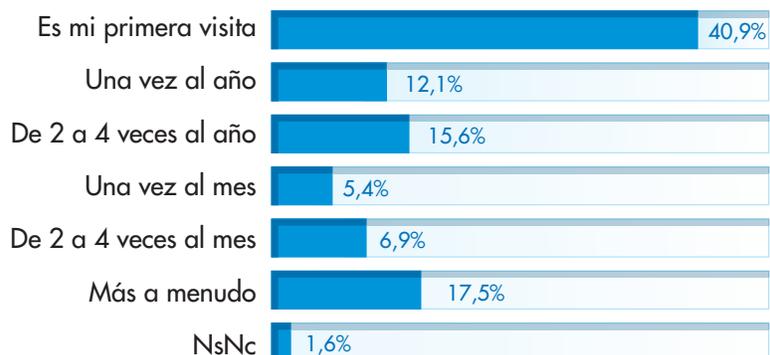


El 40% de las visitas realizadas corresponden a personas que acuden por primera vez a una Oficina de Información y Atención de la Comunidad de Madrid.



Los usuarios que acuden con frecuencia a las Oficinas (al menos una vez al mes) representan el 24,4% del total.

Base: Total personas atendidas (3.480)



Como se observa en el gráfico contenido en la siguiente página, el principal motivo por el que los ciudadanos visitan una Oficina determinada es la especificidad de la gestión que tienen que realizar, es decir, acuden a una Oficina concreta porque es en ella donde se realiza la gestión específica que tienen que realizan. Concretamente, en esta situación se sitúan el 43% de los entrevistados.

El segundo motivo más importante, a la hora de determinar la elección de la Oficina de Información y Atención al Ciudadano a la que acudir, tiene que ver con la cercanía de ésta al domicilio o lugar de trabajo del usuario (18% de los casos).

El tercer motivo es la derivación del usuario a esta Oficina desde otros organismo públicos (13%).

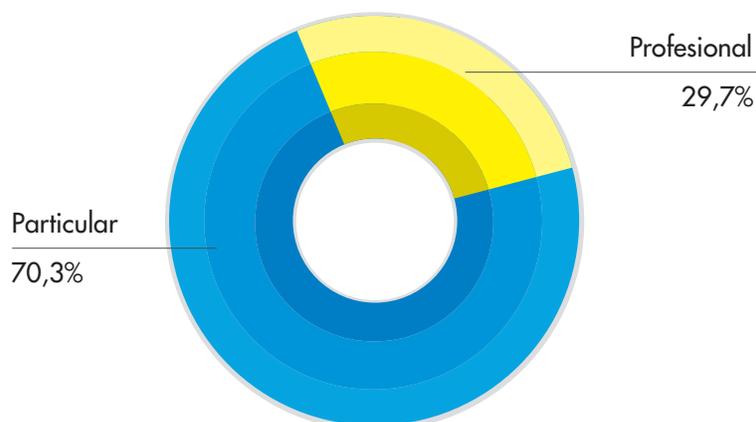


Base: Total personas atendidas (3.480)



Siete de cada diez personas que acuden a las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano de la Comunidad de Madrid, lo hacen por asuntos particulares. El 30% restante acude a las Oficinas por temas profesionales, es decir, en representación de una empresa.

Base: Total muestra (3.480)



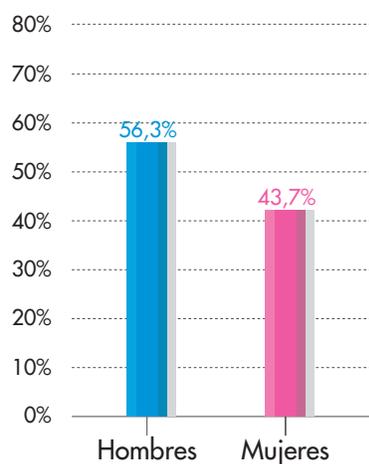


Respecto a la medición de 2006, el número de visitas particulares disminuye en casi ocho puntos porcentuales, lo que sitúa a éstas en cifras similares a los obtenidos en el 2005.

### 1.b El Perfil del usuario particular

Los hombres visitan las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano en mayor proporción que las mujeres: 56,3% frente al 43,7%, respectivamente.

Base: Usuarios particulares (2.447)



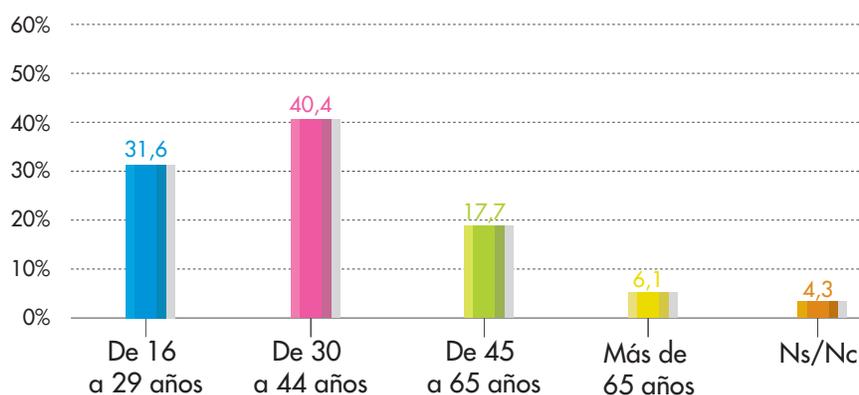
Estos datos vienen a confirmar la tendencia apuntada el año anterior en el que los usuarios de género masculino habían experimentado un incremento del 2,7% respecto a los datos de 2005. Esto, sumado al incremento del 7,1% experimentado en el ejercicio actual, hace que el número de usuarios masculinos prevalezca sobre el de femeninos.



El 72% de los usuarios particulares que acuden a las Oficinas de Información y Atención, son menores de 45 años, cifra que coincide con la obtenida en el 2005. Sin embargo, dentro de este grupo, se observa un aumento de casi cuatro puntos porcentuales de los usuarios con edades comprendidas entre los 30 y los 44 años.

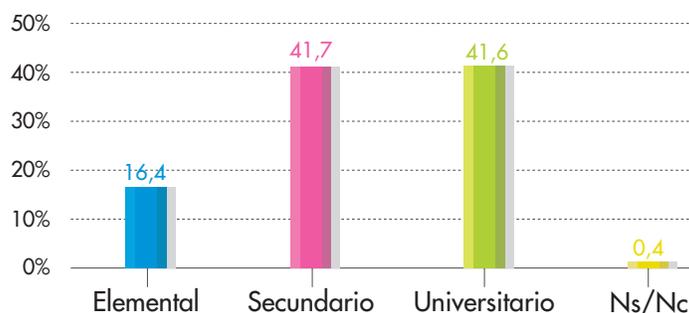
El 17,7% de los usuarios tiene entre 45 y 65 años y el 6,1% restante, más de 65.

Base: Usuarios particulares (2.447)



El 83,3% de los usuarios dispone de estudios a nivel secundario o universitario, repartiéndose entre estas dos categorías a partes, prácticamente, iguales. El 16,4% restante de las personas que ofrecen información respecto a su nivel educativo, posee estudios a nivel elemental.

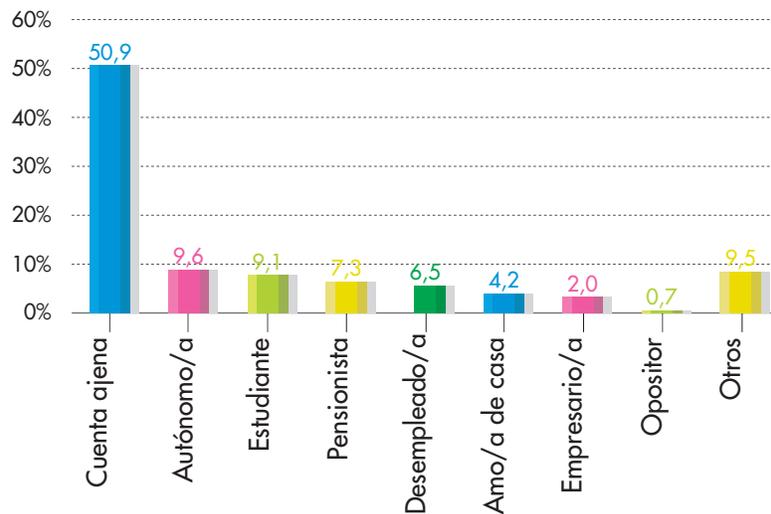
Base: Usuarios particulares (2.447)





Algo más de la mitad de los usuarios (el 50,9%) de las Oficinas, declara trabajar por cuenta ajena. A continuación se sitúan autónomos y estudiantes, ambos colectivos con porcentajes entre el 9% y el 10%.

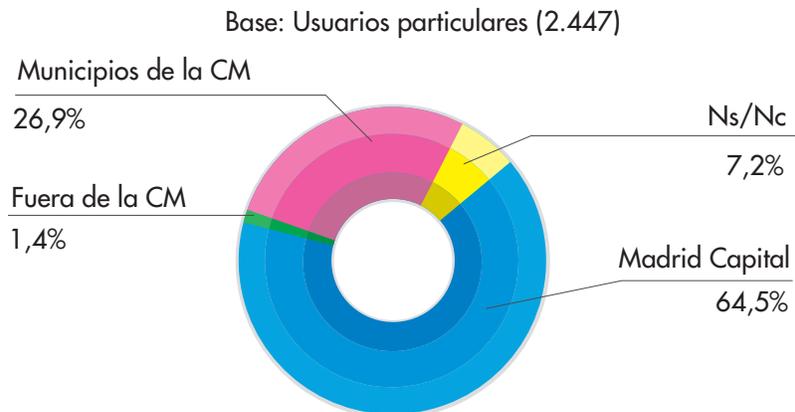
Base: Usuarios particulares (2.447)



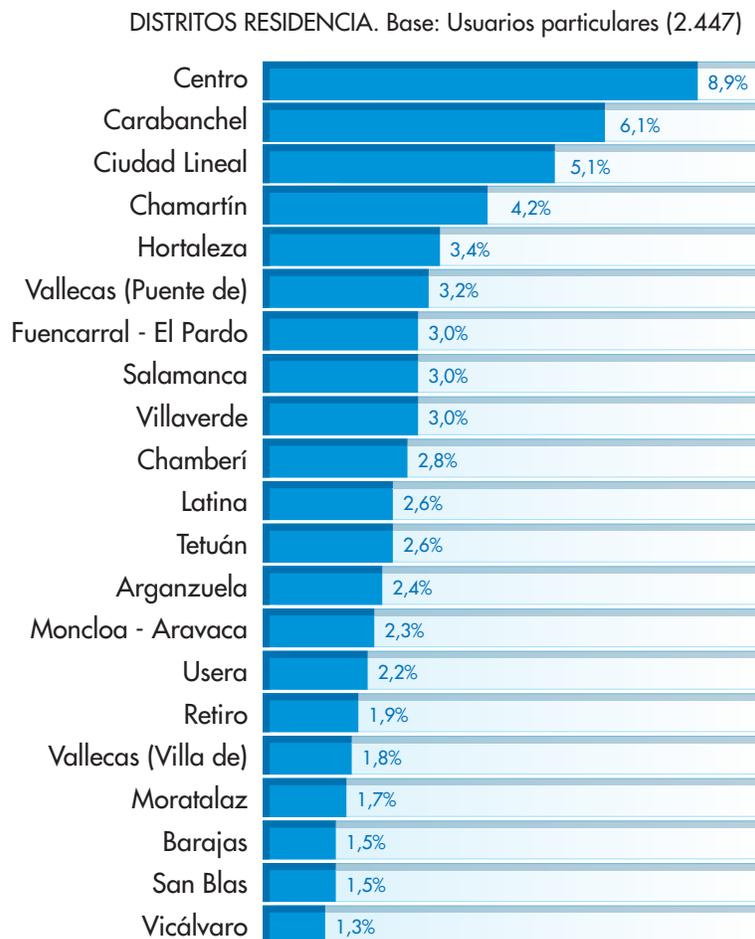
Respecto a los datos del 2006, la principal diferencia reside en la disminución en un 8,4% del número de estudiantes. Este hecho se debe, principalmente, a que en la edición anterior del estudio las entrevistas se realizaron en época vacacional y se registraron múltiples gestiones de estudiantes, relacionadas con el “carnet joven” e “inter-rail”.



El 64,5% de los usuarios particulares reside en Madrid capital. El 26,9% lo hace en municipios de la Comunidad de Madrid y el 1,4% restante de los usuarios particulares que contesta a la pregunta acerca de su lugar de residencia, en localidades de fuera de la Comunidad de Madrid.



Centro (8,9%) es el distrito en el que residen más usuarios particulares de las Oficinas. A continuación, se sitúan otros distritos como Carabanchel (6,1%) y Ciudad Lineal (5,1%).

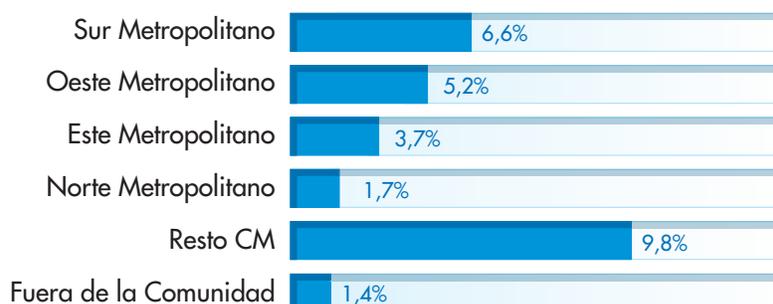




Los usuarios que residen fuera de Madrid capital, lo hacen en municipios situados fuera del Área Metropolitana (9,8%). El Sur, es la zona metropolitana de la que más usuarios particulares proceden (6,6%), seguido del Oeste (5,2%), el Este (3,7%) y el Norte (1,7%).

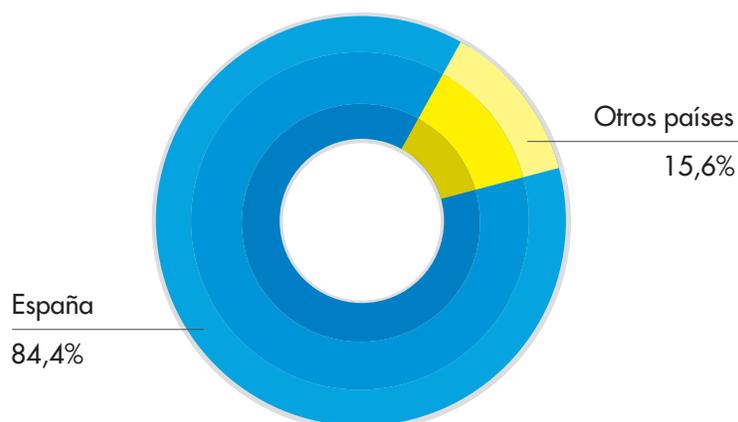
#### DISTRITOS RESIDENCIA

Base: Usuarios particulares (2.447)



Ocho de cada diez usuarios particulares, concretamente el 84,4% de los mismos, de las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano de la Comunidad de Madrid han nacido en España, mientras que el 15,6% restante lo ha hecho fuera de nuestras fronteras.

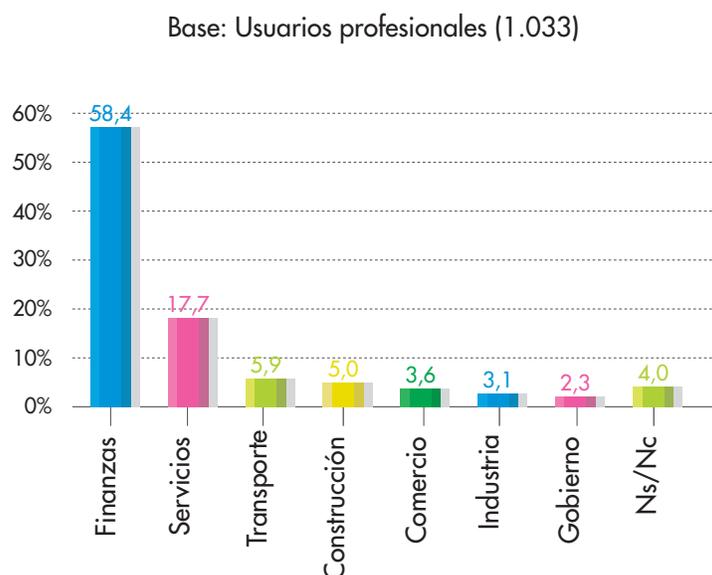
Base: Usuarios particulares (2.447)





### 1.c El Perfil del Usuario Profesional

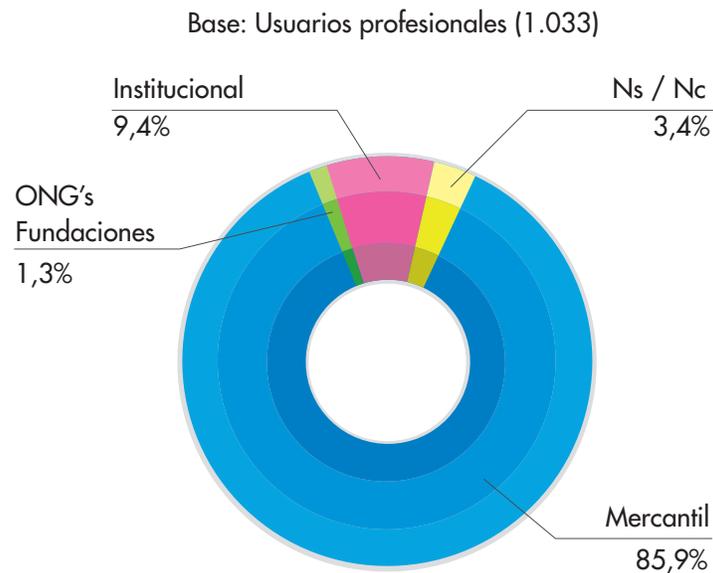
La mayor parte de los usuarios profesionales de las Oficinas de Información y Atención, concretamente el 58,4% de los mismos, trabajan en empresas pertenecientes a sectores relacionados con las finanzas, seguros e inmobiliaria. En el año 2006, finanzas también era el sector de actividad mayoritario entre los profesionales que acuden a las Oficinas, representando a una empresa o entidad.



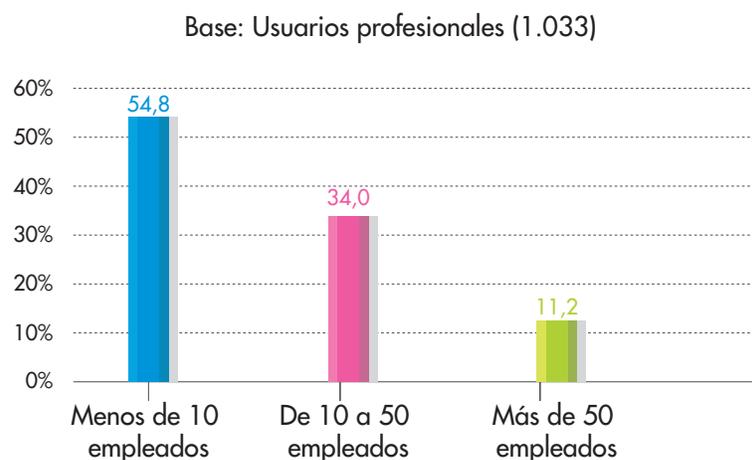
El 17,7% de los usuarios profesionales trabajan en organizaciones del sector servicios. El resto de sectores de actividad cuentan con porcentajes de mención residuales.



La mayor parte de las personas que acuden a las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano de la Comunidad de Madrid en representación de alguna empresa, trabajan en entidades de carácter mercantil. El resto de profesionales se reparten entre los que trabajan en entidades públicas (9,4%) y ONG's o fundaciones (1,3%).

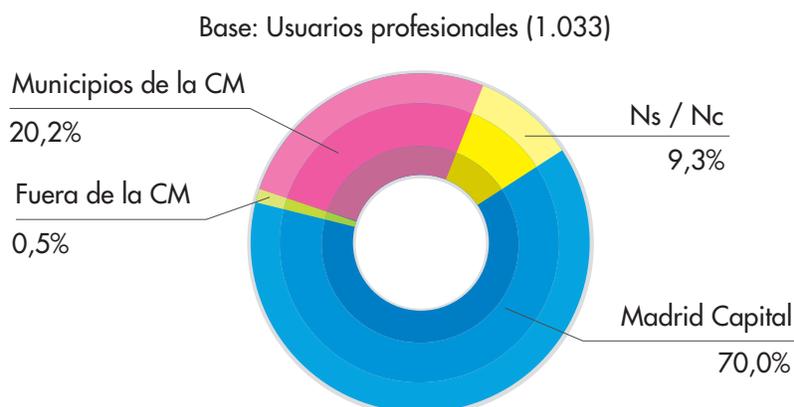


Algo más de la mitad de los usuarios profesionales (el 54,8%) de las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano de la Comunidad de Madrid, trabajan en empresas pequeñas, es decir, con menos de diez empleados. Un 34% trabaja en organizaciones con plantillas de entre 10 y 50 trabajadores y el 11,2% restante en empresas de más de 50 empleados.

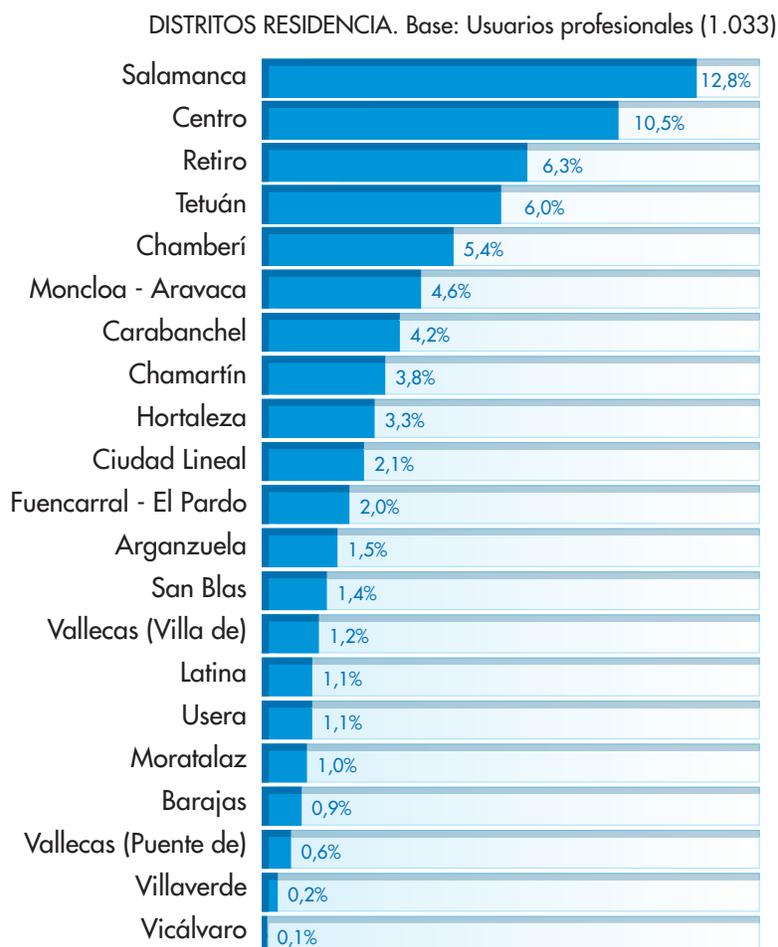




Siete de cada diez personas que acuden a las Oficinas en representación de una entidad, trabajan en organizaciones ubicadas en Madrid capital. Un 20,2% de empresas están localizadas en municipios de la Comunidad de Madrid y el restante 0,5% de personas que contestan a esta cuestión, trabajan en organizaciones que tienen su sede fuera de la Comunidad de Madrid.



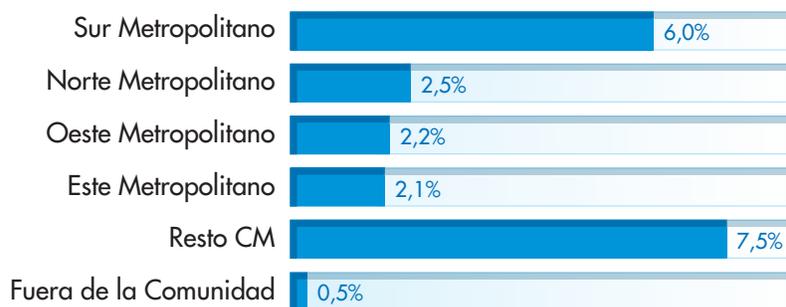
En los distritos de Salamanca y Centro se ubican el 23,3% de las empresas a las que pertenecen los usuarios profesionales que acuden a las Oficinas de la Comunidad de Madrid.





El 6% de las empresas se ubican en el Sur Metropolitano, el 2,5% en el Norte Metropolitano, el 2,2% en el Oeste Metropolitano y el 2,1% en el Este Metropolitano.

MUNICIPIO RESIDENCIA  
Base: Usuarios profesionales (1.033)





## II. 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...).
- ✓ La Oficina está cerca de donde vive usted.

### - 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 y al día.
- ✓ Se han interesado en solucionar su problema (la cuestión 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.



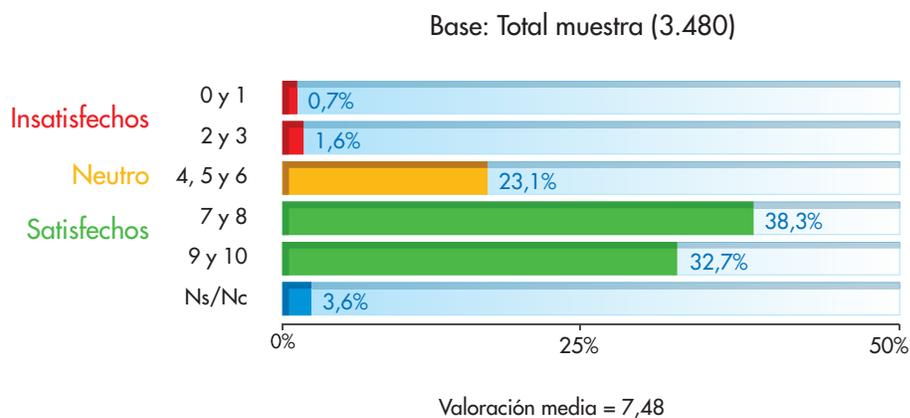
## - Otros aspectos del servicio

- ✓ 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 para realizar lo que ha venido a hacer.
- ✓ Puede conocer fácilmente el estado de la tramitación de su expediente.

Los usuarios de las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano de la Comunidad de Madrid, han valorado estos 21 atributos en una escala de 0 a 10, en la que 0 significa “muy insatisfecho” y 10, “muy satisfecho”. Además, se recoge la satisfacción global con el servicio recibido y la percepción de los usuarios sobre la utilidad del servicio.

La **Satisfacción Global** de los usuarios con el servicio recibido es **alta: 7,48 puntos de media** pero ha disminuido ligeramente respecto a la obtenida en el 2006 (7,65 puntos).

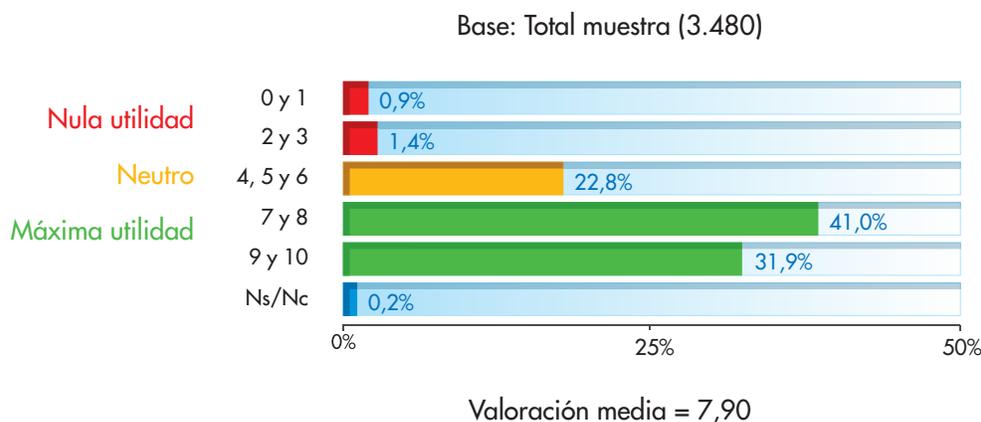
**El 71% de los usuarios declaran estar satisfechos con el servicio** que han recibido en las Oficinas de la Comunidad de Madrid, lo que supone un disminución algo superior a los nueve puntos porcentuales respecto al número de entrevistados que, en la edición anterior del estudio, otorgaban una valoración comprendida entre el 7 y el 10, a su satisfacción con el servicio recibido.





Los usuarios otorgan una valoración más elevada a la **utilidad**, ya que su valoración **media** asciende hasta los **7,90** puntos sobre 10. En este caso la **diferencia**, respecto a la puntuación obtenida el **año anterior**, es más **escasa** ya que es de tan solo 0,07 puntos.

Como se observa en el siguiente gráfico el **72,9%** de los **usuarios** de las Oficinas consideran que éstas son de **máxima utilidad** (valoraciones comprendidas entre el 7 y el 10).



La satisfacción de los usuarios de las Oficinas con los atributos de calidad testados, puede considerarse, en general, alta; si bien es cierto que la práctica totalidad de los mismos, experimentan un retroceso respecto a las valoraciones obtenidas en la edición anterior del estudio.

Los tres **atributos mejor valorados** están **relacionados con las características físicas de las Oficinas**:

- ✓ su **buena comunicación** por metro, autobús, tren... con una valoración media de 7,56 puntos,
- ✓ las **buenas condiciones ambientales** (7,56 puntos),
- ✓ las **buenas instalaciones** (7,52 puntos).



A continuación se sitúan otros tres atributos relacionados con el **personal de atención** de las Oficinas:

- ✓ **amabilidad y consideración** con una valoración media de 7,51 puntos sobre 10,
- ✓ **claridad del lenguaje** utilizado en las explicación (7,47 puntos),
- ✓ **entendimiento de las necesidades** (7,45 puntos),
- ✓ **formación y preparación** del personal (7,44 puntos).

Respecto a los resultados del año anterior, dentro del contexto general de valoraciones más bajas, se aprecia un cambio en el ranking de atributos de calidad, ya que en el 2006 eran los relacionados con el personal de atención los que obtenían los grados de satisfacción medios, más altos. Mientras que en 2007 estas posiciones son ocupadas por atributos relacionados con las instalaciones.

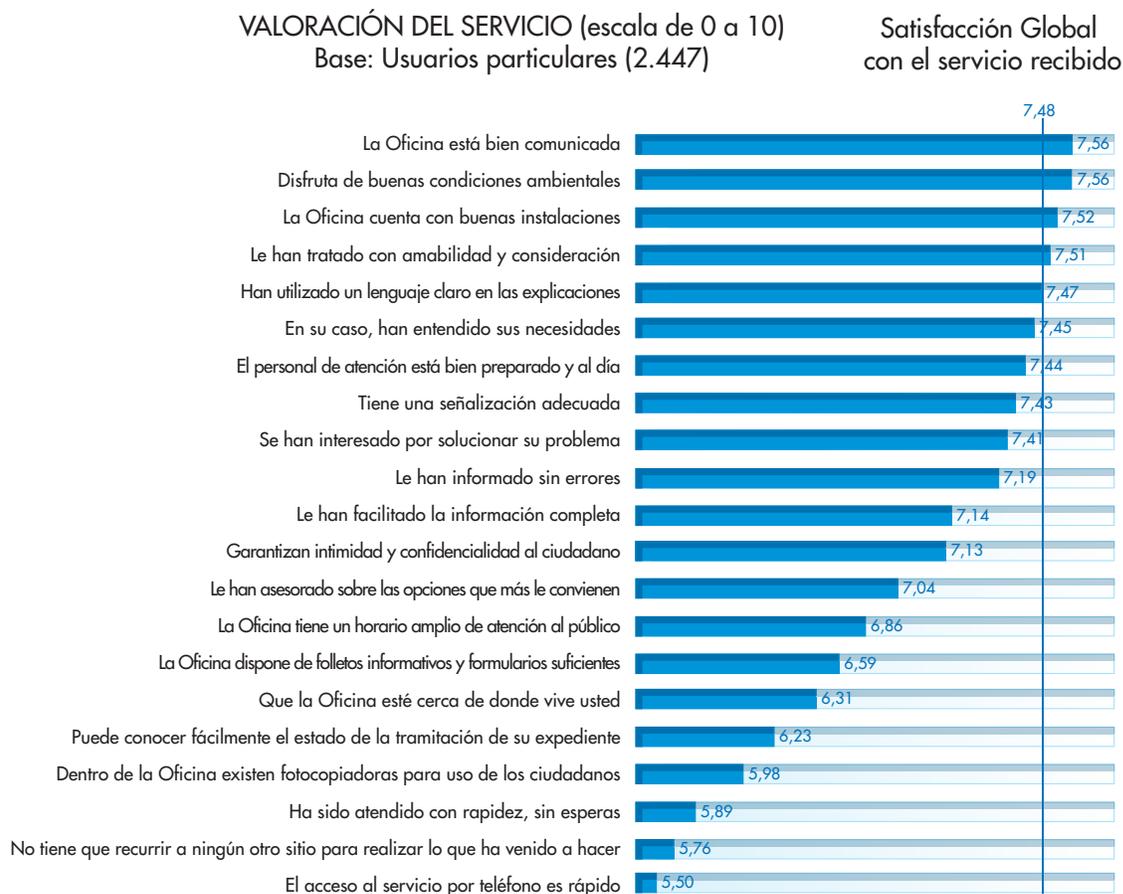
Los **atributos** que obtienen los **grados de satisfacción más bajos**, son los correspondientes a:

- ✓ el **acceso al servicio por teléfono** (5,50 puntos),
- ✓ **no tener que acudir a ningún otro sitio** para realizar la gestión que ha ido a realizar a la Oficina (5,76 puntos),
- ✓ **rapidez en la atención** (5,89 puntos).

El que obtiene la peor valoración es el correspondiente al acceso al servicio por teléfono, siendo éste el que cuenta con un mayor índice de respuesta “ns / nc”. Además, es un atributo incluido por primera vez en esta edición del estudio, por lo que no se puede llevar a cabo una comparación con ejercicios anteriores.



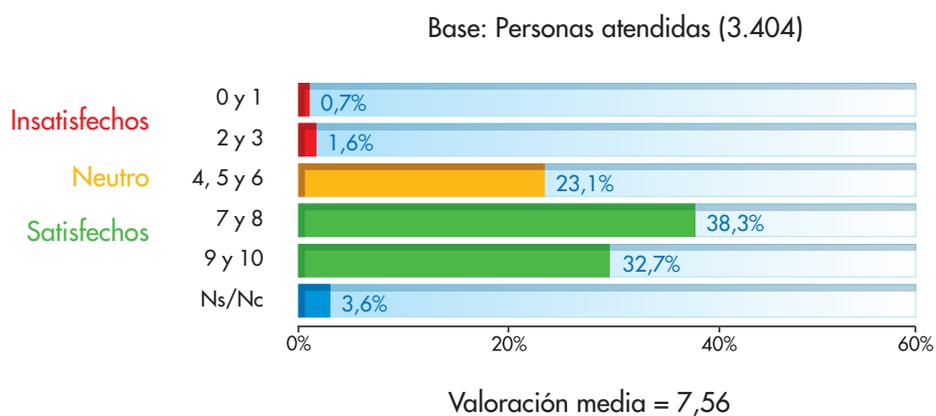
Los otros dos atributos con valoraciones más bajas han sufrido importantes descensos en sus grados medios de satisfacción: -1,51 puntos en la realización de la gestión in situ y -1,92 en la atención con rapidez, sin esperas.





## La Oficina está bien comunicada

Lo bien comunicada que están las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano de la Comunidad de Madrid es el atributo con el que los usuarios de las mismas están más satisfechos, obteniendo una valoración media de 7,56 puntos sobre una escala de diez puntos.



En términos de valoración media, se observa una disminución de 0,42 puntos respecto a la obtenida en el 2006 (7,98).

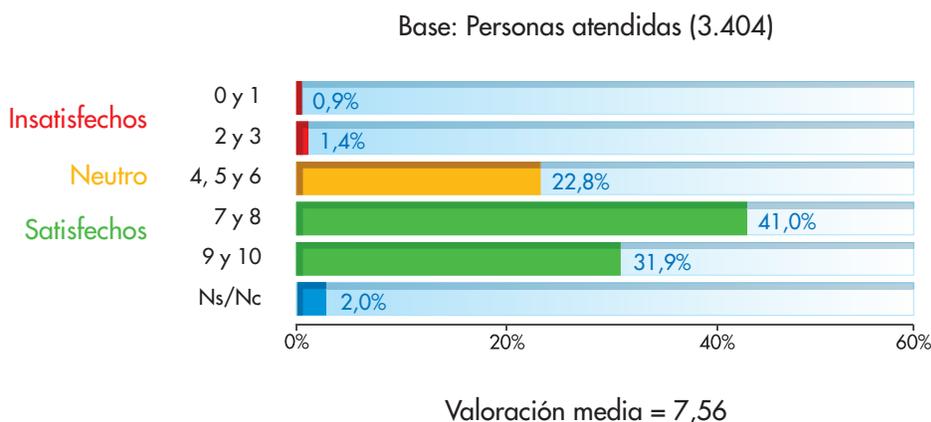
El 71% de los usuarios de las Oficinas se encuentran satisfechos (valoraciones entre 7 y 10 puntos) con este aspecto.



## La Oficina disfruta de buenas condiciones ambientales

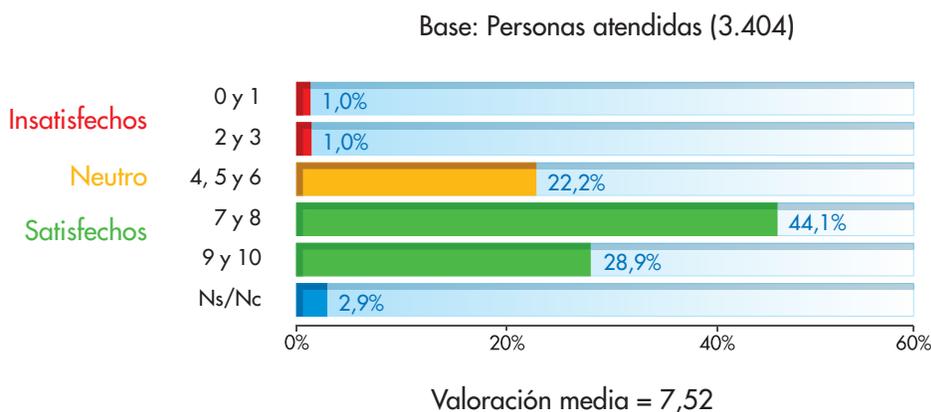
Al mismo nivel de satisfacción media que la buena comunicación de las Oficinas, se sitúa el ítem relacionado con las condiciones ambientales de la misma.

El 72,9% de las personas atendidas en las Oficinas se muestran satisfechas con las condiciones ambientales (limpieza, temperatura, iluminación, ruido...) de las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano de la Comunidad de Madrid.



## La Oficina cuenta con buenas instalaciones

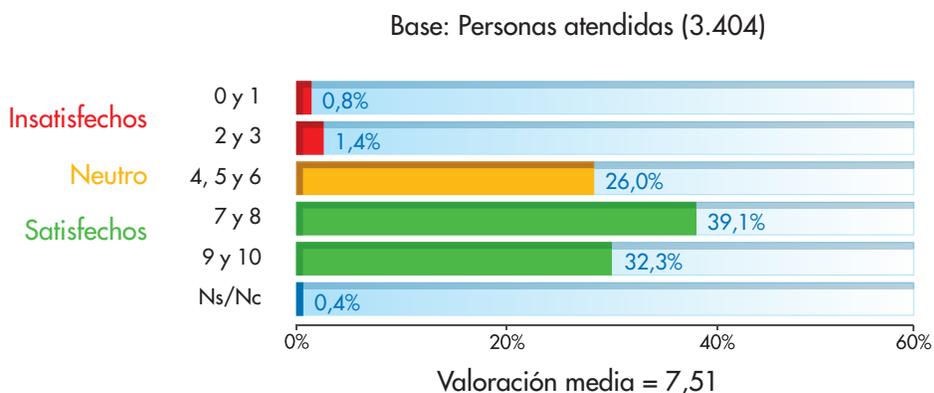
El 73% de los usuarios se encuentra satisfecho con las instalaciones de las Oficinas de la Comunidad de Madrid, es decir, con todo lo relacionado con asientos, aseos, teléfonos públicos... La satisfacción media con las instalaciones ha experimentado un incremento respecto a la obtenida en el 2006: 7,52 puntos en esta edición del estudio frente a los 7,26 puntos obtenidos en el 2006.





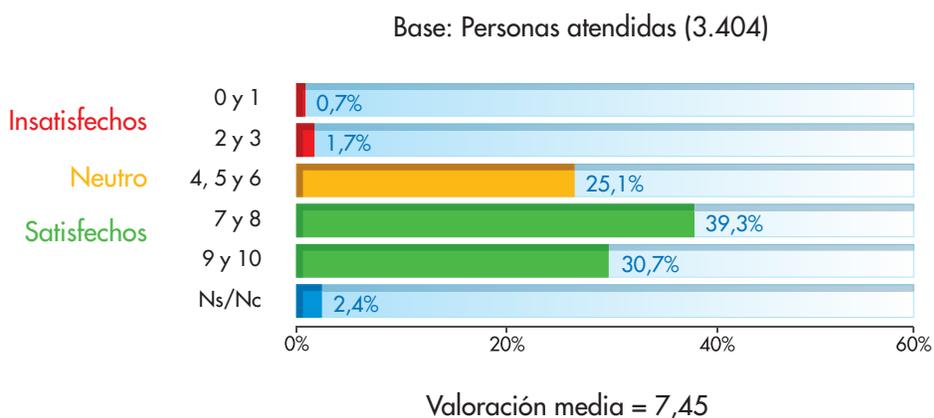
## Le han tratado con amabilidad y consideración, de igual a igual

El atributo relacionado con el personal de atención de las Oficinas que obtiene un mayor grado de satisfacción medio es el concerniente a la amabilidad y consideración de los empleados con los usuarios. El 71,4% de las personas atendidas se considera satisfecha (valoraciones comprendidas entre el 7 y el 10) con este aspecto del trato recibido.



## En su caso, han entendido sus necesidades

El nivel medio de satisfacción con el grado de comprensión de las necesidades de los usuarios por parte del personal de las Oficinas, siguiendo la tendencia general, ha experimentado un significativo retroceso respecto al año anterior, al pasar de los 8,22 puntos obtenidos en el 2006, a los 7,45 del presente año.



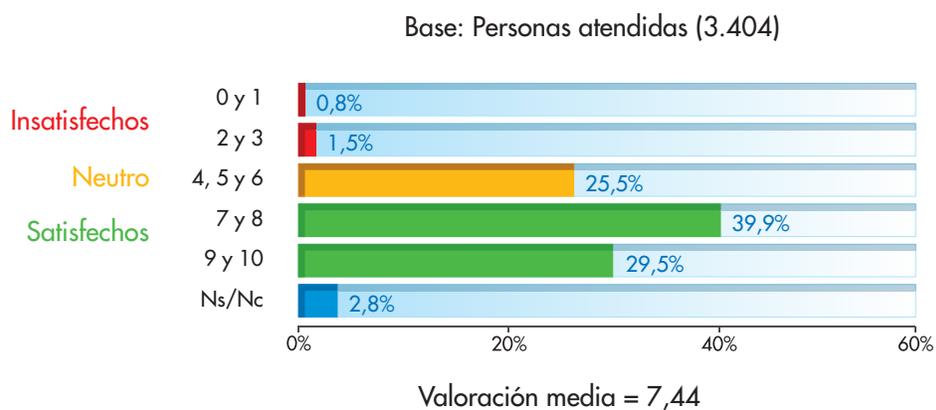


Esta disminución en el grado medio de satisfacción se debe, principalmente, al “trasvase” del grupo de usuarios satisfechos, al de los que aportan una valoración neutra, ya que los primeros se ven reducidos en dieciséis puntos porcentuales respecto a las cifras registradas en el 2006, los mismos que ascienden en la valoración neutra.

### El personal de atención está bien preparado y al día

Siete de cada diez usuarios otorga, en la escala de diez grados, una valoración comprendida entre el 7 y el 10 al nivel de formación del personal de atención de las Oficinas.

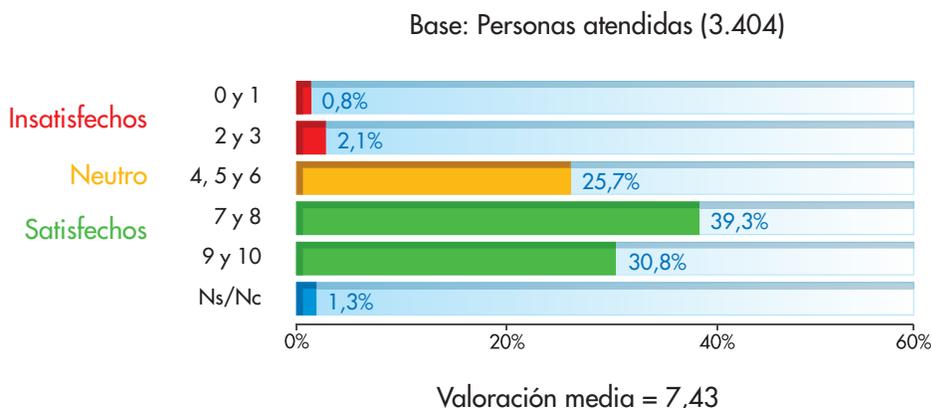
La satisfacción media con este atributo se sitúa en 7,44 puntos sobre un máximo de diez.





## La Oficina tiene una señalización adecuada, en la calle y dentro de la Oficina

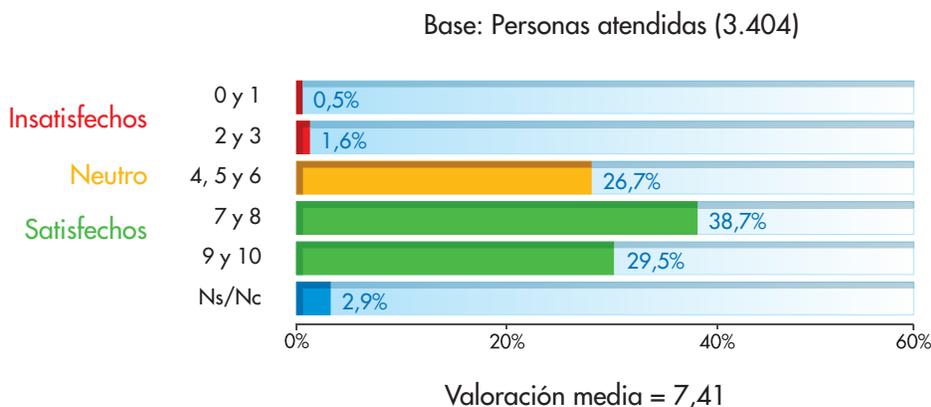
La señalización de la Oficina tanto en el interior de la misma como en la calle, es uno de los atributos que ha experimentado un mayor incremento en el nivel de satisfacción respecto al obtenido en el 2006 al pasar de 6,71 puntos a 7,43.



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

El interés mostrado por el personal de las Oficinas en solucionar los problemas de los usuarios, es decir, las gestiones que estos han acudido a resolver, es calificado con un grado de satisfacción medio de 7,41 puntos.

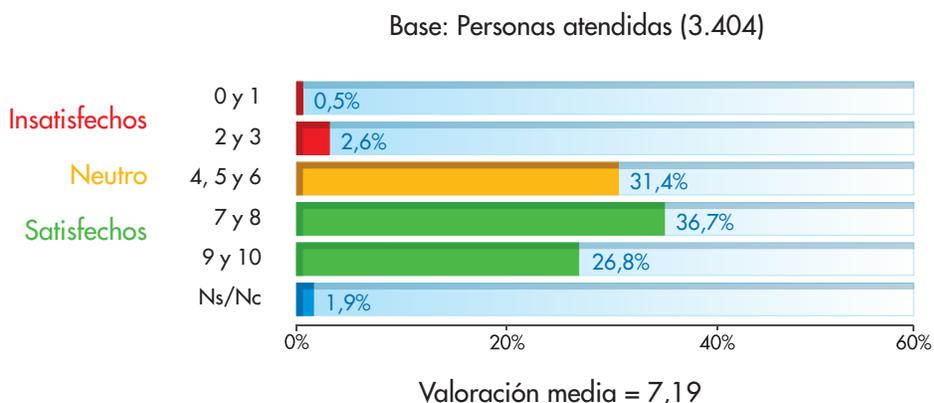
El porcentaje de personas atendidas que se consideran satisfechas (valoraciones comprendidas entre el 7 y el 10) con este aspecto se sitúa en el 68,2%.





## Le han informado sin errores

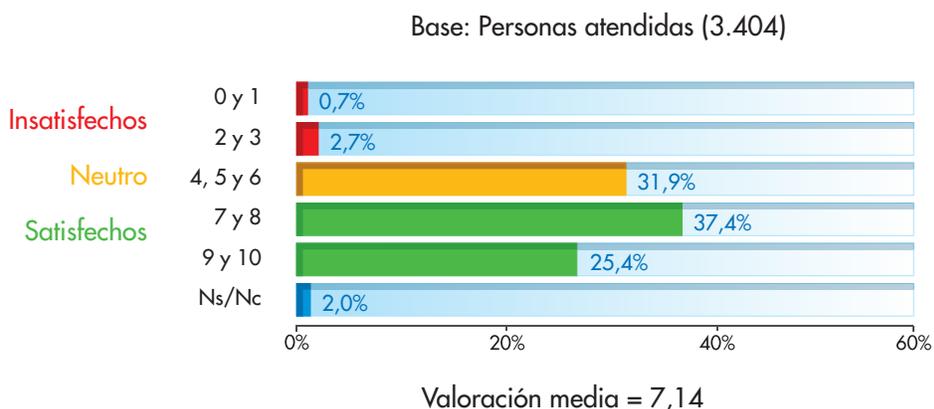
El grado de satisfacción medio de las personas atendidas, se sitúa en 7,19 puntos respecto a la información que han recibido en cuanto a que ésta haya sido correcta. Esto supone una importante disminución de casi un punto porcentual respecto al año anterior, en el que la valoración media se situaba en 8,11 puntos.



## Le han facilitado la información completa

El 62,8% de las personas atendidas y entrevistadas, ha otorgado una valoración alta (entre 7 y 10) al grado de completitud de la información que le han facilitado en la Oficina de Información y Atención al Ciudadano de la Comunidad de Madrid, a la que han acudido.

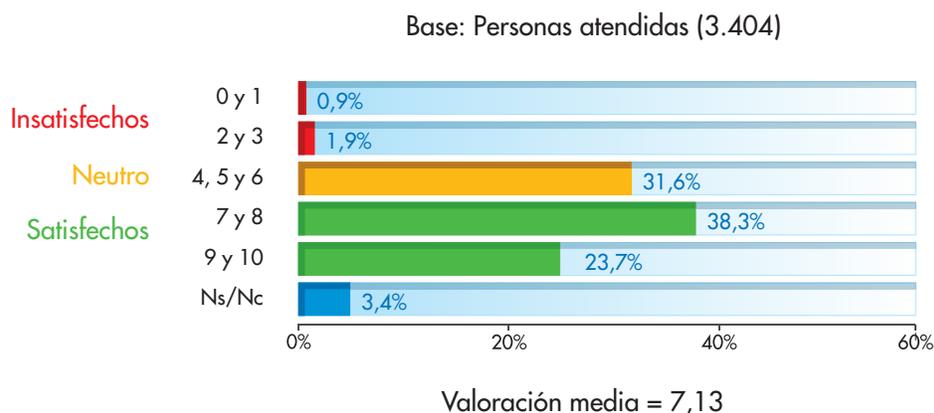
El grado medio de satisfacción con el nivel de información se sitúa en 7,14 puntos lo que, como viene sucediendo con la mayor parte de los atributos de calidad testados, supone una disminución respecto a la valoración obtenida en el 2006 que, en este caso concreto, se cifra en 0,81 puntos.





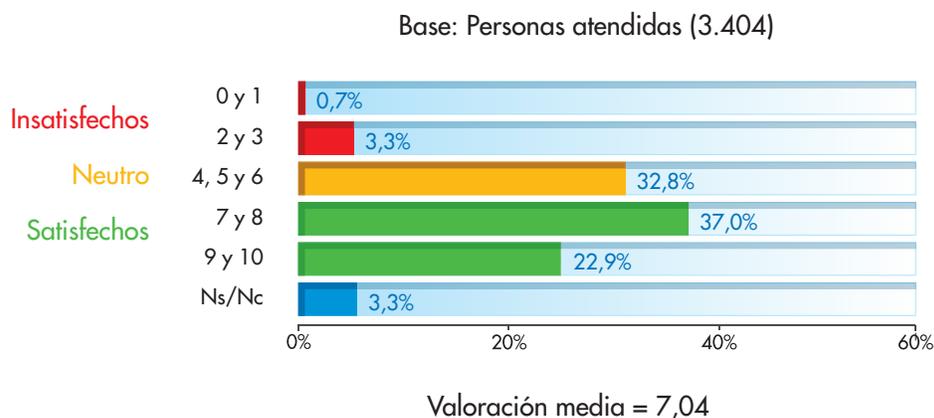
## Garantizan intimidad y confidencialidad al ciudadano

La satisfacción media de los usuarios con la intimidad y confidencialidad que se ofrece en las Oficinas de la Comunidad de Madrid se sitúa en 7,13 puntos, valoración muy similar a la obtenida en el 2006 (7,25 puntos).



## Le han asesorado sobre las opciones que más le convienen

Un tercio de los usuarios otorga valoraciones neutras, es decir, comprendidas entre el 4 y el 6, al nivel de asesoramiento sobre las opciones que más le convienen y que les proporciona el personal de atención de las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano.

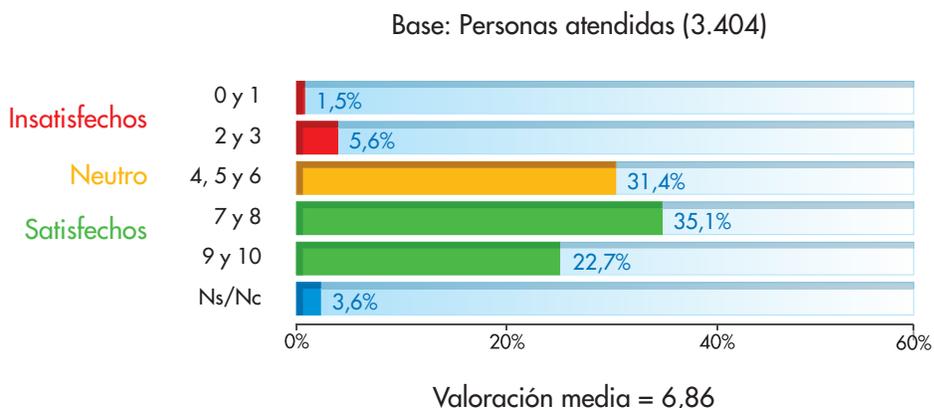


Por otro lado, un 59,9% de las personas atendidas consideran satisfactorio el grado de asesoramiento recibido, al calificarlo con puntuaciones comprendidas entre el 7 y el 10. La valoración media se sitúa algo por encima de los siete puntos.



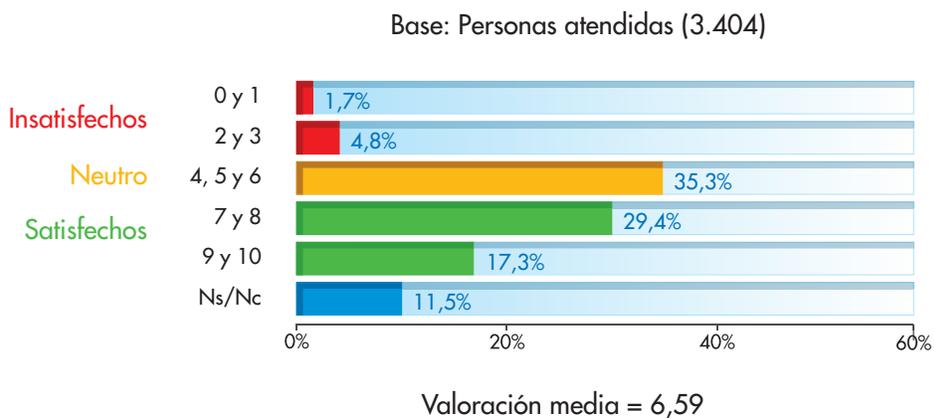
## La Oficina tiene un horario amplio de atención al público

La amplitud del horario de atención al público de las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano de la Comunidad de Madrid recibe una valoración superior a la concedida hace un año, ascendiendo de los 6,46 puntos del 2006 a los 6,86 del 2007.



## La Oficina dispone de folletos informativos y formularios suficientes

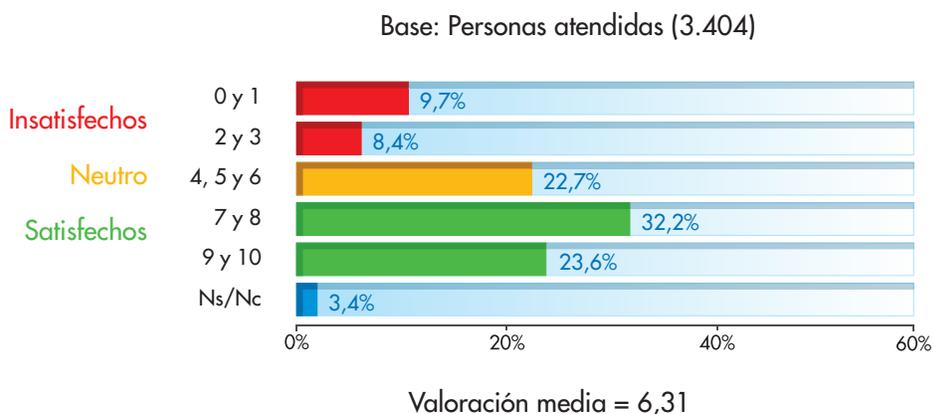
La disponibilidad de folletos informativos y formularios en las Oficinas es uno de los ítems valorados que cuenta con un mayor porcentaje de respuesta correspondiente al “ns / nc”, concretamente el 11,5%. El nivel de satisfacción medio relativo a este atributo es de 6,59 puntos y es considerado satisfactorio por el 46,7% de las personas atendidas.





## Que la Oficina esté cerca de donde vive usted

La cercanía de la Oficina al lugar de residencia del usuario es una cuestión testada en esta edición del estudio por primera vez, obteniendo una satisfacción media de 6,31 puntos.



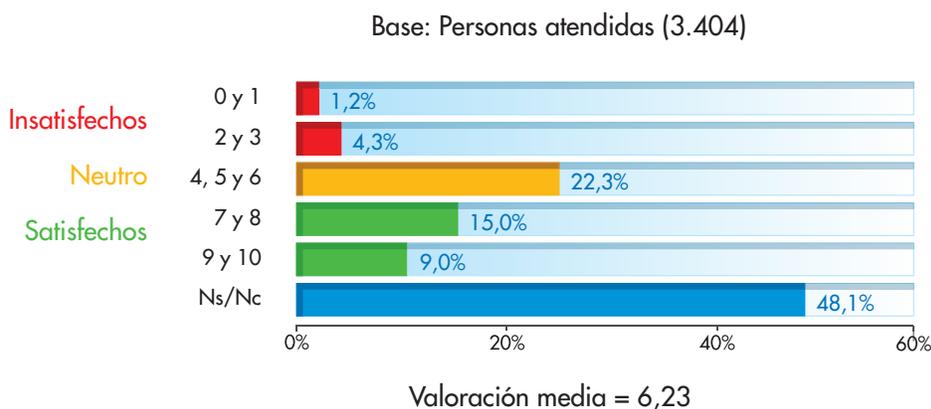
En este ítem, se recogen valoraciones más extremas que en otros, como refleja el hecho de que el 55,8% de los entrevistados califica de satisfactoria (valoraciones comprendidas entre el 7 y el 10) la cercanía de las Oficinas a sus domicilios, mientras que el 18,1% de los mismos expresa su insatisfacción con este aspecto, es decir, otorga puntuaciones entre el 0 y el 3.



## Puede conocer fácilmente el estado de la tramitación de su expediente

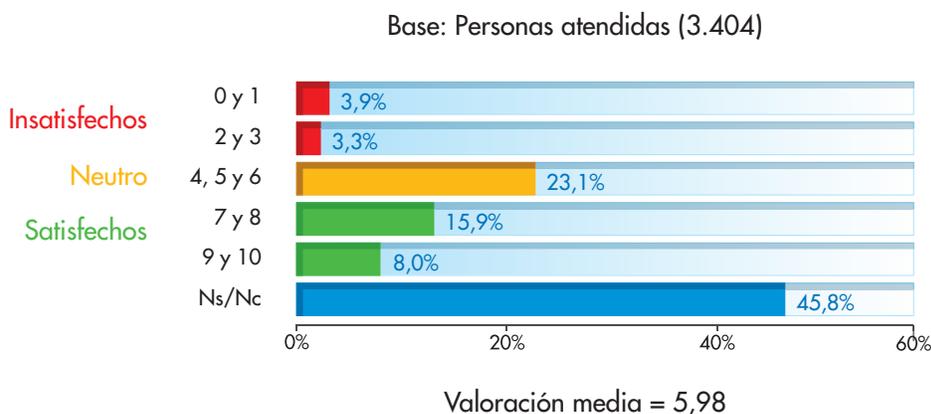
El grado medio de satisfacción de los usuarios con la facilidad para conocer el estado de tramitación de su expediente es de 6,23 puntos.

Respecto a este atributo hay que tener en cuenta el elevado porcentaje, casi la mitad, de usuarios que no lo han valorado ya que gran parte de las gestiones que estos realizan no requieren la apertura de ningún expediente ni, por lo tanto, de seguimiento el mismo.



## Dentro de la Oficina existen fotocopiadoras para uso de los ciudadanos

La existencia de fotocopiadoras para el uso de los ciudadanos en el interior de las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano de la Comunidad de Madrid, registra un índice medio de satisfacción de 5,98, puntos lo que supone un significativo ascenso respecto al año anterior.

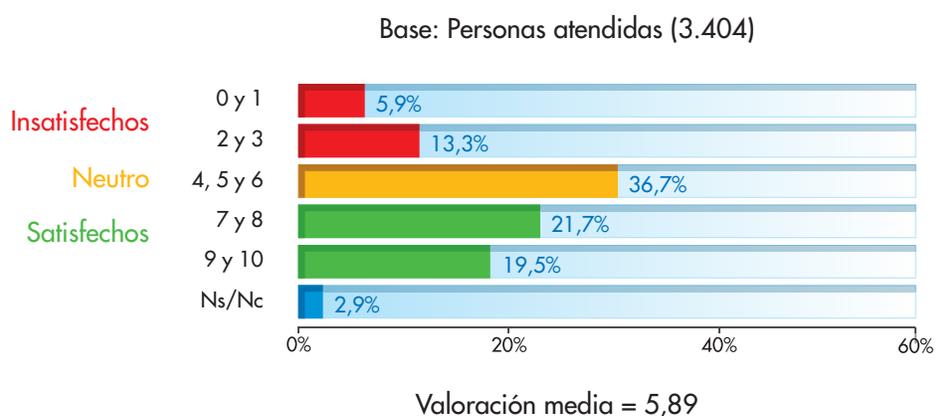




En este caso, al igual que sucedía con la facilidad para conocer el estado de tramitación del expediente, existe un elevado porcentaje de personas que no pueden valorar este concepto.

### Ha sido atendido con rapidez, sin esperas

La satisfacción media con el tiempo que los usuarios de las Oficinas tienen que esperar para ser atendidos, se sitúa en 5,89 puntos; lo que supone un descenso muy pronunciado respecto a la obtenida en el 2006, que alcanzaba los 7,81 puntos.

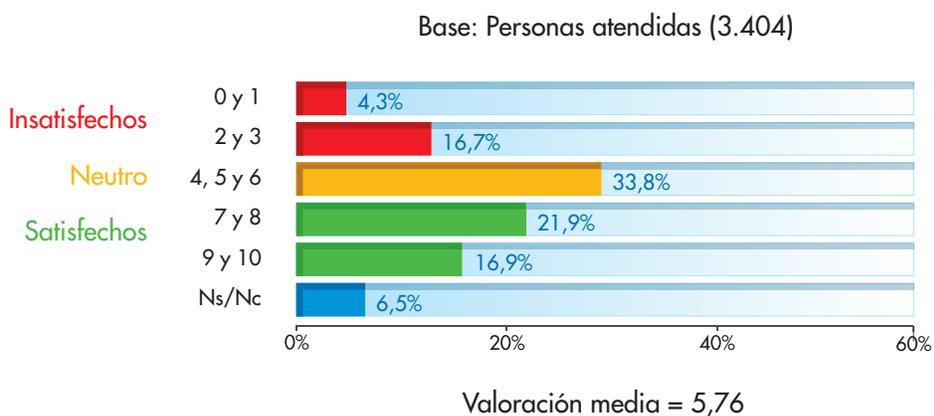




## No tiene que acudir a ningún otro sitio para realizar lo que ha venido a hacer

La satisfacción con el hecho de poder resolver la gestión in situ, es decir, sin tener que acudir a ningún otro sitio, obtiene una de las valoraciones más bajas, al situarse en 5,76 puntos.

El 38,8% de las personas atendidas se consideran satisfechas (valoraciones comprendidas entre el 7 y el 10) con este atributo, un 33,8% expresa un grado de satisfacción neutro (valoraciones entre el 4 y el 6) y un 21% ofrece valoraciones negativas (entre 0 y 3).

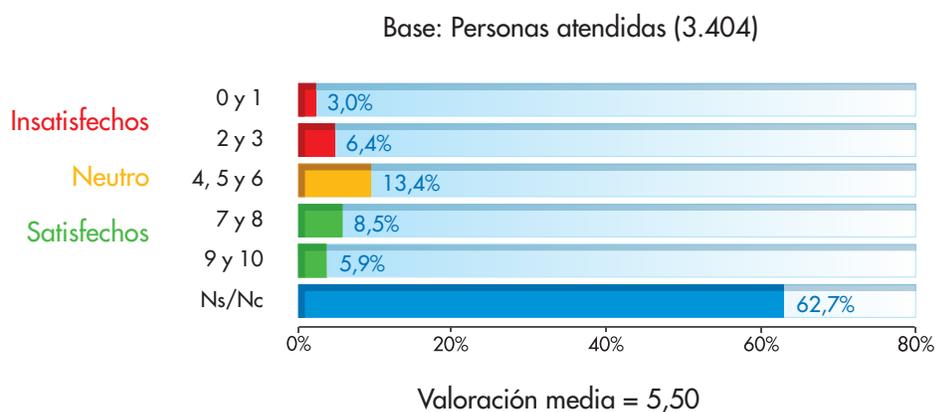




## El acceso al servicio por teléfono es rápido

Un 62,7% de las personas atendidas, no saben o no contestan a la cuestión relativa a la rapidez de acceso al servicio por teléfono, lo que indica que este servicio es utilizado únicamente, por una pequeña parte de los usuarios de las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano de la Comunidad de Madrid.

Este porcentaje de “ns / nc” ha disminuido cinco puntos porcentuales respecto al obtenido en el 2006 y la satisfacción media ha experimentado un ligero aumento de 0,2 puntos alcanzando los 5,5.

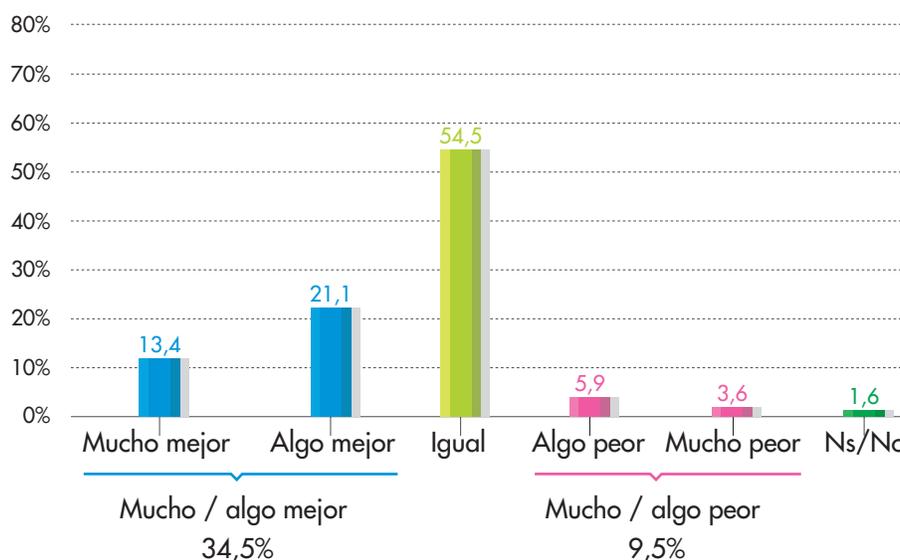




Algo más de la mitad de los usuarios que habían visitado la Oficina con anterioridad, considera que el servicio ofrecido en la misma, se mantiene en niveles similares a los registrados hace un año.

Entre el resto de usuarios existe un claro predominio de los que consideran que el servicio ha mejorado respecto al año anterior (34,5%), frente a los que consideran que ha empeorado (9,5%).

Base: Usuarios que han visitado la Oficina en el pasado (1.955)

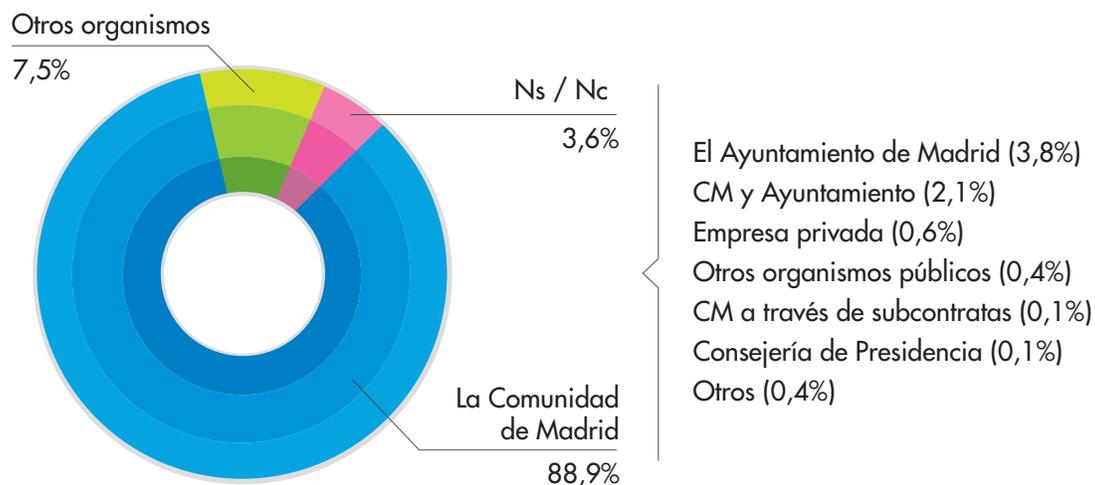




### III. Organismo Gestor

El 88,9% de los usuarios cita como organismo gestor de las Oficinas de Información y Atención al Ciudadano a la Comunidad de Madrid lo que supone un incremento de más de ocho puntos porcentuales respecto al porcentaje de mención obtenido en el 2006.

Base: Total muestra (3.480)



Un 7,5% de los entrevistados cree que las Oficinas son gestionadas por otros organismos públicos, destacando entre ellos el Ayuntamiento de Madrid (3,8% de menciones). También existe un 2,1% de usuarios que creen que las Oficinas son de gestión mixta entre Ayuntamiento y Comunidad de Madrid.



### 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 22 variables analizadas (21 atributos de calidad y la utilidad del servicio) 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 21 atributos de calidad y la utilidad del servicio) 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 fotocopadoras, fácil acceso al servicio por teléfono y fácil seguimiento de la tramitación), que tienen porcentajes de valores perdidos superiores al 44%.



	Respuestas válidas	Valores perdidos	% de pérdida
El acceso al servicio por teléfono es rápido	1346	2134	61,3
Puede conocer fácilmente el estado de la tramitación de su expediente	1842	1638	47,1
Dentro de la Oficina existen fotocopiadoras para uso de los ciudadanos	1924	1556	44,7
La Oficina dispone de folletos informativos y formularios suficientes	3090	390	11,2
No tiene que acudir a ningún otro sitio para realizar lo que ha venido a hacer	3260	220	6,3
La Oficina está bien comunicada	3358	122	3,5
La Oficina tiene un horario amplio de atención al público	3358	122	3,5
Garantizan intimidad y confidencialidad al ciudadano	3363	117	3,4
Que la oficina esté cerca de donde vive usted	3364	116	3,3
Le han asesorado sobre las opciones que más le convienen	3367	113	3,2
Se han interesado por solucionar su problema	3381	99	2,8
La Oficina cuenta con buenas instalaciones	3383	97	2,8
Ha sido atendido con rapidez, sin esperas	3383	97	2,8
El personal de atención está bien preparado y al día	3384	96	2,8
En su caso, han entendido sus necesidades	3399	81	2,3
Disfruta de buenas condiciones ambientales	3413	67	1,9
Le han facilitado la información completa	3413	67	1,9
Le han informado sin errores	3417	63	1,8
Han utilizado un lenguaje claro en las explicaciones	3435	45	1,3
Tiene una señalización adecuada	3437	43	1,2
Le han tratado con amabilidad y consideración	3465	15	0,4

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 4 factores que explican un 79,7% de la varianza. La correlación de las variables que componen cada factor es sobresaliente (0,96 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
- ✓ Claridad del lenguaje en las explicaciones
- ✓ Preparación del personal
- ✓ Interés del personal por solucionar el problema del usuario
- ✓ Información sin errores
- ✓ Asesoramiento sobre las opciones más convenientes para el usuario
- ✓ Información completa

### **Factor 2: aspectos materiales**

- ✓ Calidad de las instalaciones
- ✓ Señalización externa e interna adecuadas
- ✓ Acceso a la oficina
- ✓ Condiciones ambientales
- ✓ Ubicación de la oficina

### **Factor 3: recursos organizativos**

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

### **Factor 4: utilidad del servicio**

- ✓ Utilidad del servicio



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 41% de las diferencias en el nivel de satisfacción entre usuarios. La importancia de cada factor viene determinada por el coeficiente estandarizado  $\beta$ , 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, existen dos factores que destacan por su peso en la satisfacción global: el de **utilidad del servicio** ( $\beta = 0,377$ ) y el de **calidad de atención e información** ( $\beta = 0,367$ ). Les siguen el de **recursos organizativos de la oficina** ( $\beta = 0,315$ ) y, finalmente, el de los **aspectos materiales** ( $\beta = 0,203$ ).

Por lo tanto, **además del requisito imprescindible de utilidad** que debe caracterizar a un servicio de esta índole, **lo que más contribuye a mejorar la satisfacción global** con un servicio son variables como la **amabilidad y consideración** en el trato, el **entendimiento** de las **necesidades**, la **claridad del lenguaje**, la **preparación del personal** y su **interés por solucionar el problema** del usuario, la **exactitud y completitud** de la **información** facilitada y el **asesoramiento sobre las opciones más convenientes** para el usuario.

Si situamos los cuatro 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  $\beta$  que arroja el análisis de regresión de cada factor), comprobamos que los cuatro factores se sitúan en el cuadrante superior izquierdo del mapa de posicionamiento, al registrar altos niveles de satisfacción y contar con grados de importancia inferiores a 0,5.



No obstante, el factor de recursos materiales, a pesar de ser satisfactorio, no resulta especialmente importante en la valoración de la satisfacción global. Por lo tanto, parece más razonable centrarse en el factor de utilidad, en el de calidad de la atención y la información y en el de recursos organizativos. En estos tres casos aunque existen niveles altos de satisfacción, mejorarlo significará una considerable mejora de la satisfacción global del usuario con el servicio.

Área de mantenimiento de expectativas UTILIDAD DEL SERVICIO CALIDAD DE ATENCIÓN E INFORMACIÓN RECURSOS ORGANIZATIVOS ASPECTOS MATERIALES	Área de superación de expectativas
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 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 (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  $\beta$  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:

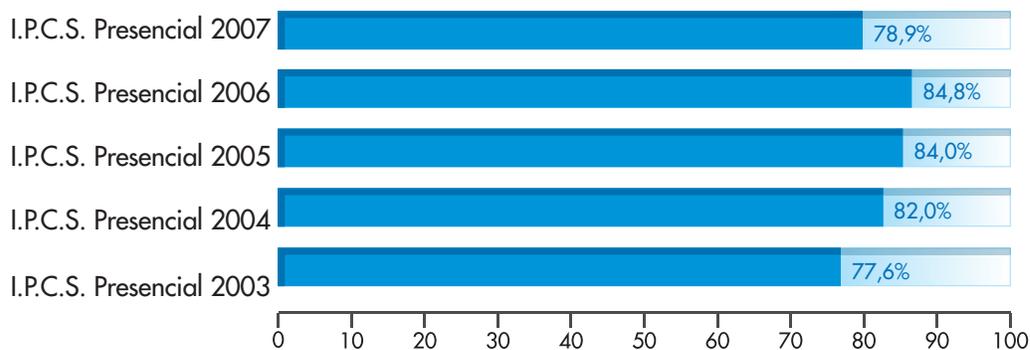
- ✓ Tienen una importancia alta en el CAL-MA.
- ✓ Tienen un IPCS más bajo.
- ✓ Tienen un peso más alto en la regresión.
- ✓ Están dentro del factor con peor puntuación media.

	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 CALMA	IPCS. % de las expectativas satisfechas	Influencia en satisfacción global. Ranking según regresión	Factorial. Medias de grupo
Le han tratado con amabilidad y consideración	9,16	2	7,51	1,65	1	81,99	5	7,35
Han utilizado un lenguaje claro en las explicaciones	9,19	5	7,47	1,72	2	81,28	16	7,35
El personal de atención está bien preparado y el día	9,32	6	7,44	1,88	2	79,83	11	7,35
Se han interesado por solucionar su problema	9,30	3	7,41	1,89	4	79,68	2	7,35
Le han informado sin errores	9,31	4	7,19	2,12	5	77,23	13	7,35
Le han facilitado la información completa	9,35	9	7,14	2,21	6	76,36	3	7,35
En su caso, han entendido sus necesidades	9,16	12	7,45	1,71	7	81,33	18	7,35
La Oficina está bien comunicada	8,86	14	7,56	1,30	8	85,33	10	7,28
Ha sido atendido con rapidez, sin esperas	9,08	1	5,89	3,19	8	64,87	6	6,50
Le han asesorado sobre las opciones que más le convienen	9,07	8	7,04	2,03	10	77,62	15	7,35
Disfruta de buenas condiciones ambientales	8,50	15	7,56	0,94	11	88,94	14	7,28
No tiene que acudir a ningún otro sitio para realizar lo que ha venido a hacer	9,12	7	5,76	3,36	12	63,16	7	6,50
Tiene una señalización adecuada	8,60	13	7,43	1,17	13	86,40	9	7,28
La Oficina cuenta con buenas instalaciones	8,45	18	7,52	0,93	14	88,99	17	7,28
La Oficina tiene un horario amplio de atención al público	8,81	11	6,86	1,95	15	77,87	8	6,50
Garantizan intimidad y confidencialidad al ciudadano	8,95	17	7,13	1,82	16	79,66	1	6,50
Que la Oficina esté cerca de donde vive usted	8,33	10	6,31	2,02	17	75,75	4	7,28
La Oficina dispone de folletos informativos y formularios suficientes	8,19	16	6,59	1,60	18	80,46	12	6,50



El IPCS de los Puntos de Información y Atención de la Comunidad de Madrid se sitúa en el 78,9, derivándose de una percepción media de 7,02 y de una expectativa media de 8,90 ambas sobre una escala de 0 a 10.

Es decir, el Servicio de Atención al Ciudadano de la Comunidad de Madrid en 2007 ha cubierto el 78,9% de las expectativas de los usuarios.





### 3. SERVICIO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA 012

#### 3.1. Ficha Técnica

- ❑ **Técnica de investigación:** entrevista telefónica asistida por ordenador mediante sistema C.A.T.I.
- ❑ **Universo:** población usuaria del servicio de atención telefónica 012 durante los meses de julio y agosto de 2007
- ❑ **Tamaño muestral:** 1.561 entrevistas válidas mediante muestreo aleatorio
- ❑ **Error muestral:**  $\pm 2,58\%$  para el total de la muestra para un nivel de confianza del 95,5% (2 sigma) y bajo el supuesto de máxima indeterminación ( $p=q=50\%$ )
- ❑ **Escala de valoración utilizada en el cuestionario:** Diez grados, mínimo = 0 y máximo = 10
- ❑ **Fechas del trabajo de campo:** del 25 de octubre al 15 de noviembre de 2007
- ❑ **Trabajo realizado por:** QUOTA RESEARCH, S.A.

#### 3.2. Resultados Obtenidos

##### I. El Usuario

En este capítulo se describe la llamada del usuario y el perfil del mismo diferenciando si se trata de un usuario particular o profesional.

La **llamada del usuario** se describe según los siguientes criterios:

- ✓ área de gestión
- ✓ finalidad de la gestión
- ✓ carácter de la llamada (particular o profesional)
- ✓ número de veces que ha tenido que llamar hasta ser atendido
- ✓ repetición de llamada
- ✓ frecuencia de llamada



El **perfil del usuario particular** se determina según las siguientes variables:

- ✓ sexo
- ✓ edad
- ✓ distrito o municipio de residencia
- ✓ nivel de estudios
- ✓ ocupación

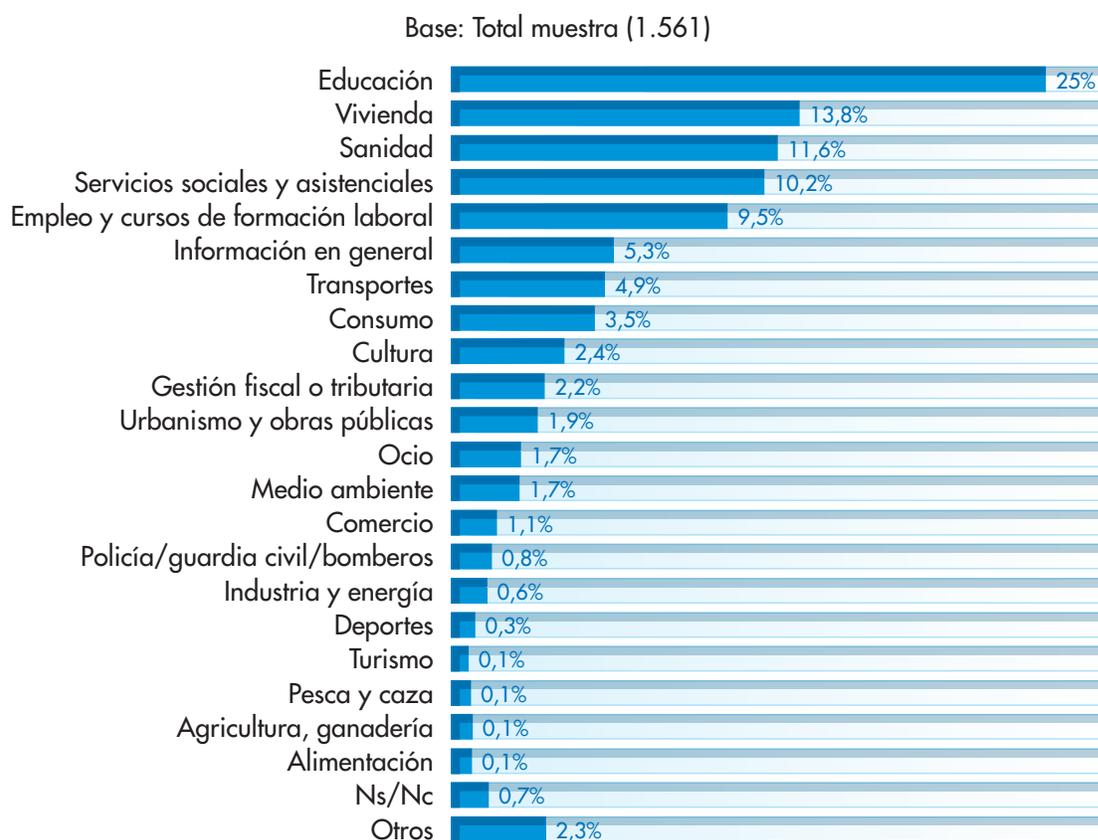
Y el **perfil del usuario profesional** según:

- ✓ tipo de actividad de la empresa
- ✓ carácter de la actividad (mercantil, ONG/fundación o institucional)
- ✓ tamaño de la empresa en función del número de empleados
- ✓ distrito o municipio en el que está ubicado la empresa



## I.a. La Llamada del Usuario

Una de cada cuatro llamadas recibidas en el 012 se relaciona con el área de **Educación**. A continuación, a una distancia considerable, se sitúan otras áreas de gestión como **Vivienda, Sanidad y Servicios sociales y asistenciales**, siendo estas cuatro áreas las únicas que cuentan con un porcentaje de llamadas superior al 10%.



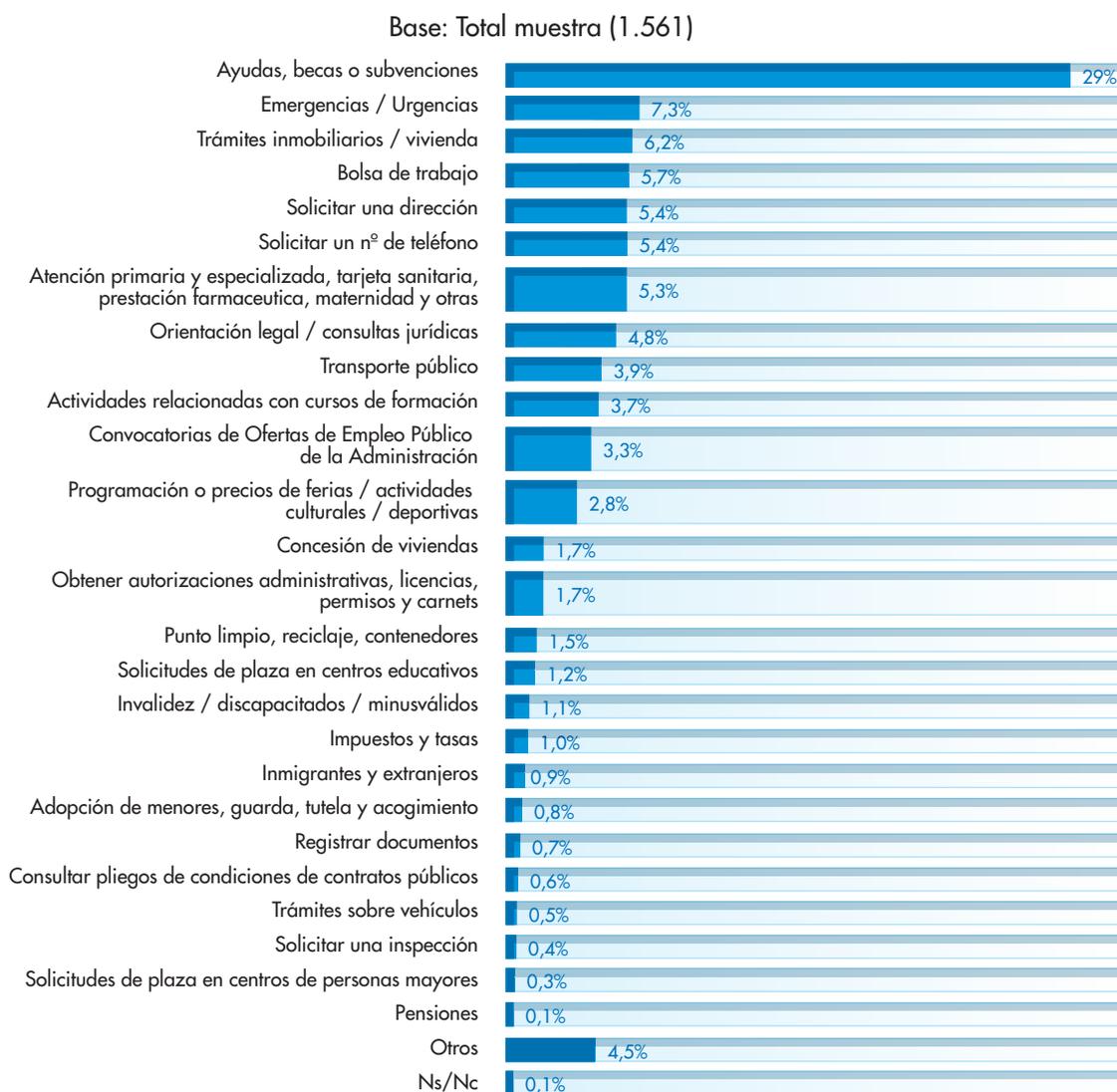
Respecto al año anterior, el número de llamadas correspondientes al área de educación ha aumentado considerablemente (+6,9%) mientras que las relacionadas con empleo y cursos de formación laboral han descendido doce puntos porcentuales lo que ha provocado un descenso de cuatro posiciones en el ranking de las áreas de gestión que más llamadas reciben.



El principal motivo por el que los ciudadanos recurren al servicio telefónico 012 es para obtener información sobre **ayudas, becas o subvenciones**: un 29% del total de la muestra ha realizado alguna gestión relativa a este tema.

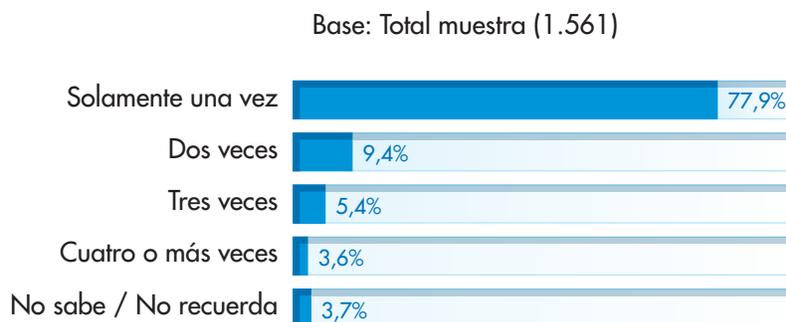
Además, este año se utiliza el servicio de atención telefónica principalmente para:

- ✓ Emergencias/urgencias (7,3%).
- ✓ Trámites inmobiliarios/vivienda (6,2%).
- ✓ Bolsa de trabajo (5,7%).
- ✓ Solicitar una dirección (5,4%).
- ✓ Solicitar un número de teléfono (5,4%).
- ✓ Atención primaria y especializada, tarjeta sanitaria, prestación farmacéutica, maternidad y otras (5,3%)

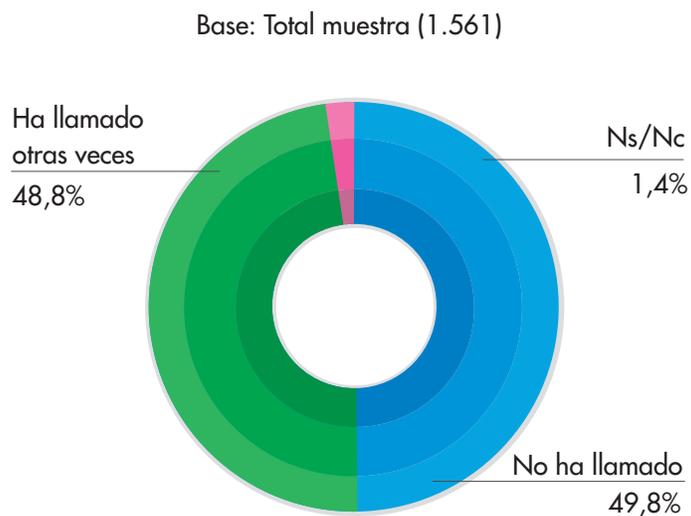




Como ocurría en el año 2006, más de tres cuartas partes de los usuarios entrevistados han tenido que marcar una sola vez el número 012 para ser atendidos por un operador.



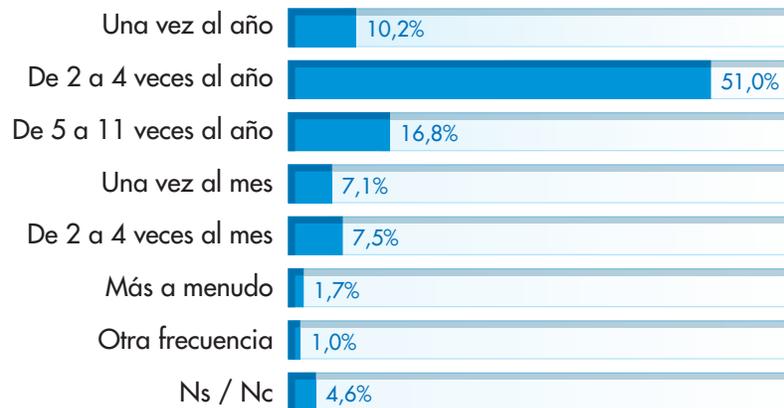
El 50% de los usuarios del 012 recurrían a este servicio por primera vez, mientras que el 49% afirmaba haber llamado con anterioridad, lo que supone una disminución del 15,6% del número de usuarios “repetitivos” del servicio.





Descontando al 49,8% de usuarios que han declarado que llamaban por primera vez al 012, para el resto, la frecuencia más habitual ha sido de 2 a 4 llamadas al año, ya que el 51% de la muestra ha realizado este número de llamadas, seguido de los que han llamado de 5 a 11 veces al año, un 16,8% del total de la muestra. Un 10,2% realiza una llamada al año, siendo inferior al 8% el resto de frecuencias consultadas.

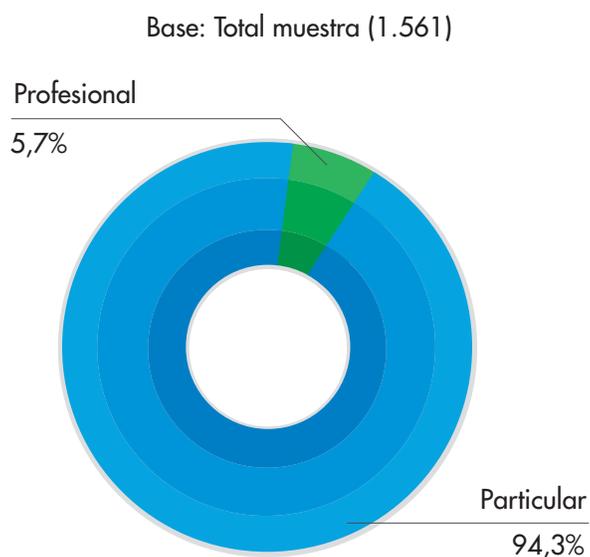
Base: Usuarios que han llamado otras veces (784)





Prácticamente la totalidad de usuarios del servicio de atención telefónica de la Comunidad de Madrid consultados, el 94,3%, son particulares, es decir, llaman al 012 por asuntos propios. Mientras que el 5,7% restante lo hace como profesional, esto es, en representación de alguna empresa o entidad.

Los datos obtenidos este año son prácticamente idénticos a los del año pasado, ya que en esa ocasión se registraron un 94,4% de llamadas particulares y un 5,6% profesionales.

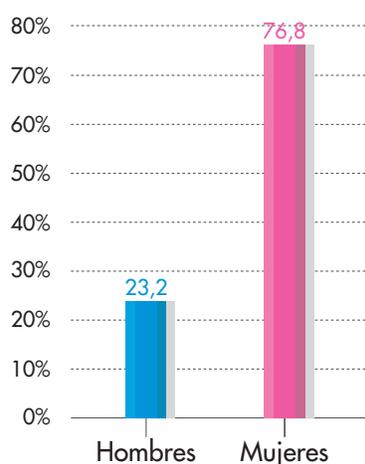




## I.b. El Perfil del Usuario Particular

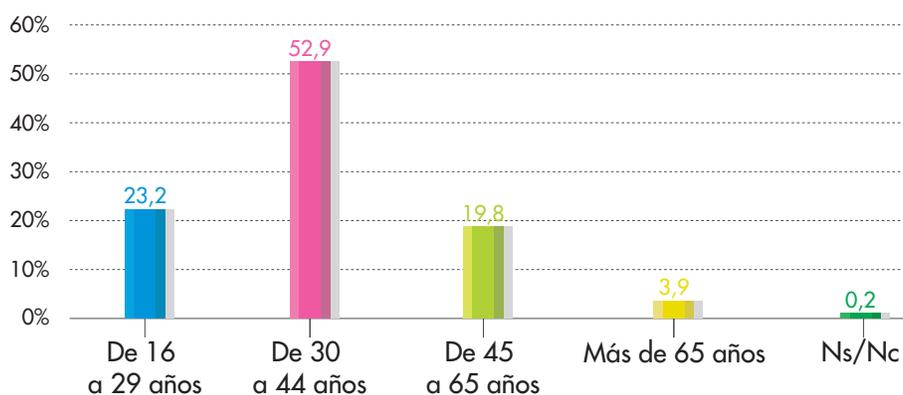
Las mujeres son las que con mayor asiduidad utilizan este servicio telefónico. En concreto, un 76,8% frente al 23,2% de hombres. Este porcentaje es similar al obtenido el año 2006, cuando un 74,8% de las llamadas fueron realizadas por mujeres y un 25,2%, por hombres.

Base: Usuarios particulares (1.472)



Más de la mitad de los usuarios, en concreto el 52,9%, tienen una edad comprendida entre los 30 y 44 años (en el año 2006 el 47,7%). El segundo grupo de edad más numeroso es el correspondiente a los usuarios con edades comprendidas entre los 16 y los 29 años (el 23,2% del total) seguido de los que tienen entre 45 y 65 años que constituyen el 19,8% de la muestra y de las personas mayores de 65 años que representan un 3,9% de la misma.

Base: Usuarios particulares (1.472)

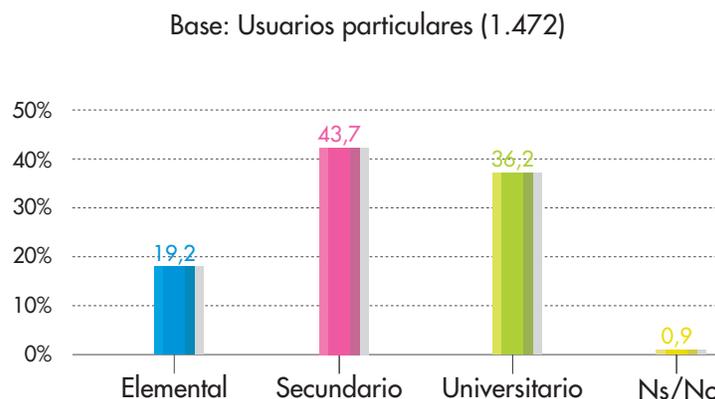




La principal diferencia frente a los datos del 2006 respecto a la composición de los grupos de edad de los usuarios, radica en la disminución de su número entre 45 y 65 años, en un 7,8%, como consecuencia de los incrementos de los grupos más jóvenes: de 16 a 29 años (+4,1%) y de 30 a 44 (+5,2%).

El nivel de estudios que predomina entre los usuarios del 012 es el de secundaria (43,7%). Un 36,2% de ellos declara tener estudios universitarios y un 19,2%, estudios elementales.

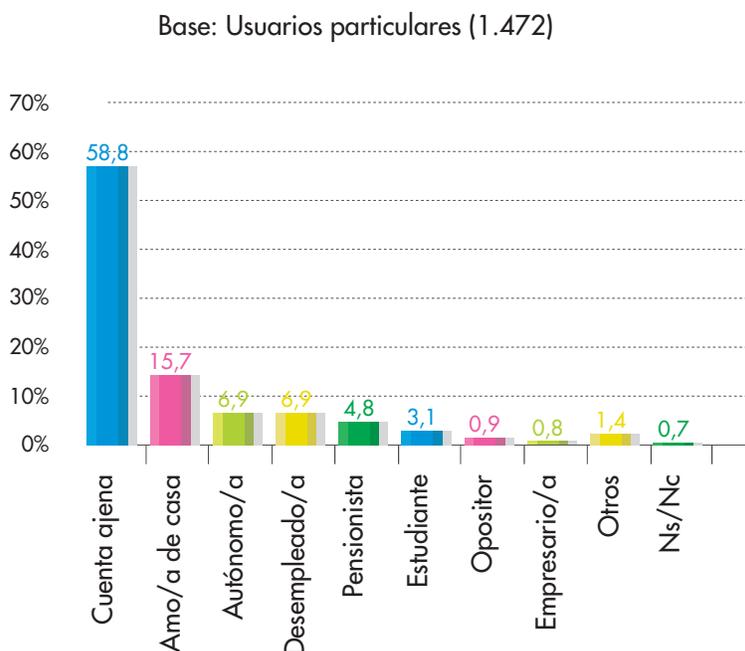
En 2006 el grupo que predominaba era el de usuarios con estudios universitarios (49%), seguido de los que tenían estudios secundarios (36,3%).



Por lo tanto, en el 2007, el perfil del usuario del 012, según su nivel de estudios, se ha visto modificado considerablemente, al reducirse el grupo de usuarios con estudios universitarios en un 12,8% e incrementar los de estudios secundarios y elementales en un 7,4% y un 6,7%, respectivamente.



Casi seis de cada diez usuarios del 012, el 58,8%, de los usuarios está ocupado por cuenta ajena mientras que en el 2006 este porcentaje era del 53,7%.



Un 45,6% de los usuarios del 012 reside en Madrid capital, un 46,6% de los mismos lo hace en municipios de la Comunidad de Madrid y un 1% en localidades de fuera de la misma.

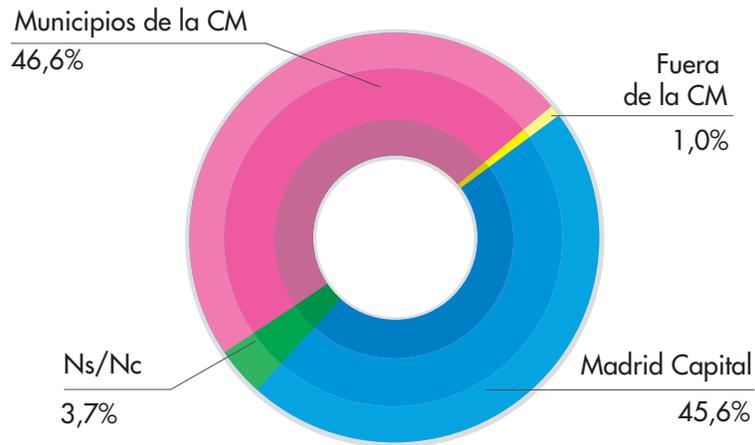
Respecto al año pasado, crece el porcentaje de los usuarios residentes en municipios de la Comunidad de Madrid pasando de un 33,3% en 2006 a un 46,6% actual, a costa de los que lo hacen en Madrid Capital: de un 62,3% se pasa a un 45,6%.

Los que residen en Madrid Capital lo hacen principalmente en los distritos de Carabanchel (4,6%), Centro (3,9%) y Vallecas (3,6%). Los usuarios residentes en municipios de la Comunidad de Madrid, por su parte, pertenecen, principalmente, a localidades del Sur Metropolitano.

En 2006 también fueron mayoritarios, ya que un 15,3% declaró residir en esa zona geográfica de la Comunidad de Madrid.

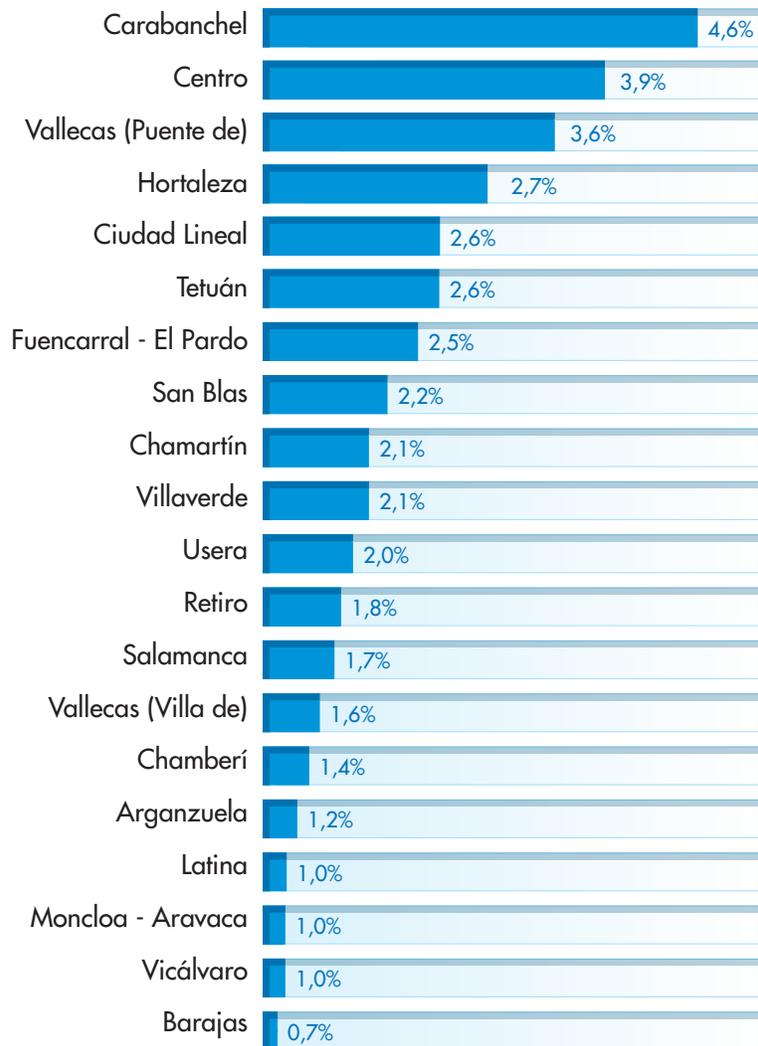


Base: Usuarios particulares (1.472)



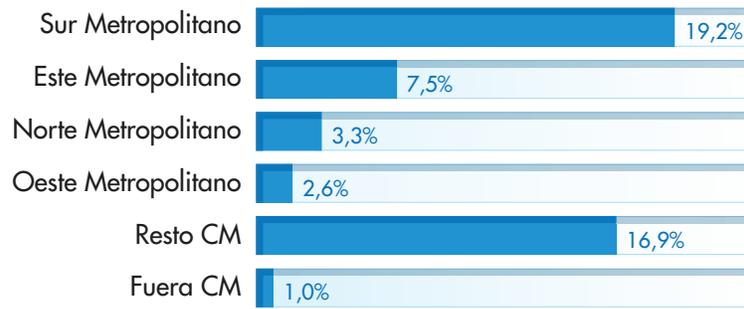
### DISTRITOS RESIDENCIA

Base: Usuarios particulares (1.472)





ZONAS RESIDENCIA CM  
Base: Usuarios particulares (1.472)

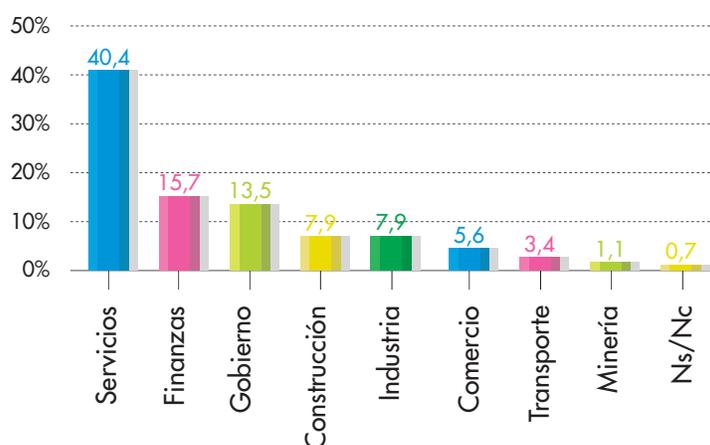




## I.c. El Perfil del Usuario Profesional

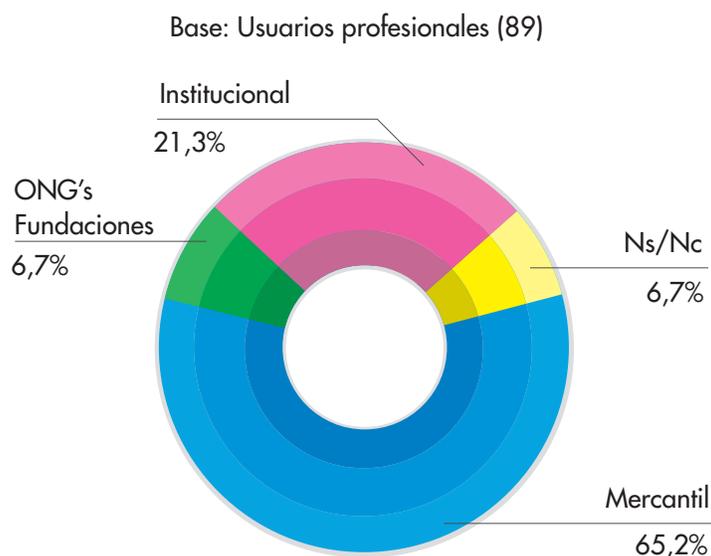
El sector de actividad mayoritario entre los profesionales que llaman al 012 representando a una empresa o entidad es el de **Servicios** (educación, ocio, hoteles, salud, legales, sociales, etc.), según refiere el 40,4% de los mismos (13,6 puntos más que el pasado año). El segundo sector con mayor presencia, un 15,7%, es el de finanzas, le siguen los relacionados con el gobierno (un 13,5%) , la construcción (7,9%) y la industria (7,9%).

Base: Usuarios profesionales (89)





El 65,2% de los profesionales llaman al 012 representando a una entidad de carácter mercantil frente a un 21,3% que lo hace en nombre de una entidad institucional o pública y un 6,7% de una ONG o fundación. Por último, señalar que un 6,7% no se ha declarado al respecto.

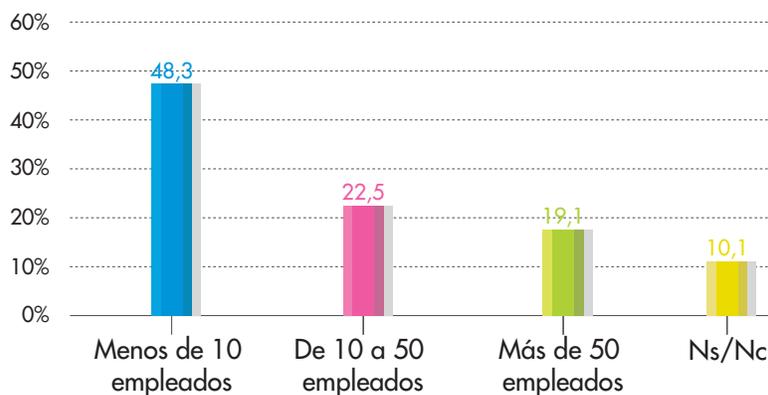


Estos datos son muy similares a los recopilados en la edición anterior del estudio, radicando la principal diferencia en el incremento de un 4,2% de los usuarios que llaman por asuntos profesionales y trabajan en la Administración Pública.



La mayoría de los profesionales que recurre al servicio del 012 en representación de alguna entidad, trabaja en pequeñas empresas: el 48,3% trabaja en una empresa de menos de 10 trabajadores y el 22,5% en una organización con una plantilla de 10 a 50 trabajadores. Mientras que el 19,1% desarrolla su trabajo en una empresa de más de 50 empleados. El 10,1% de los profesionales consultados no se ha posicionado al respecto.

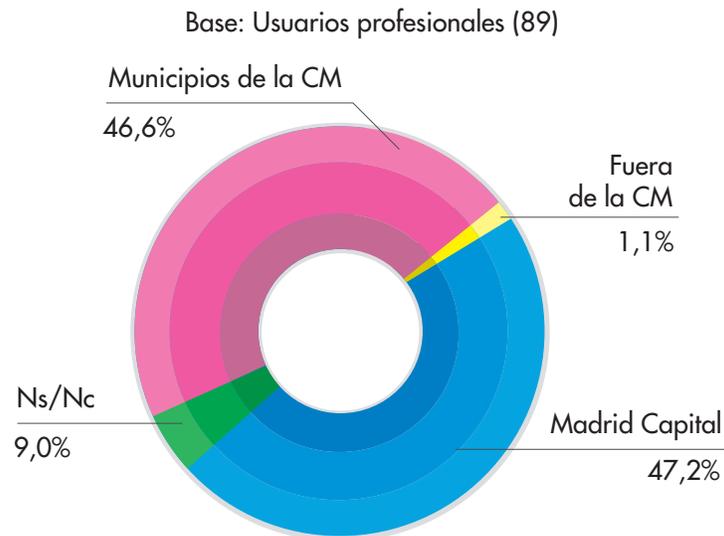
Base: Usuarios profesionales (89)



Este reparto de llamadas de usuarios profesionales, por el número de empleados de las empresas en las que trabajan, es homogéneo al registrado el 2006, aunque se acentúa la importancia de las empresas más pequeñas (menos de 10 empleados), en un 10,5%.



Casi la mitad de los profesionales que ha utilizado el servicio del 012 trabaja en empresas que están ubicadas en Madrid Capital, el 47,2%. Mientras que un 46,6% de empresas se encuentran situadas en otros municipios de la Comunidad y un 1,1%, fuera de la Comunidad de Madrid.

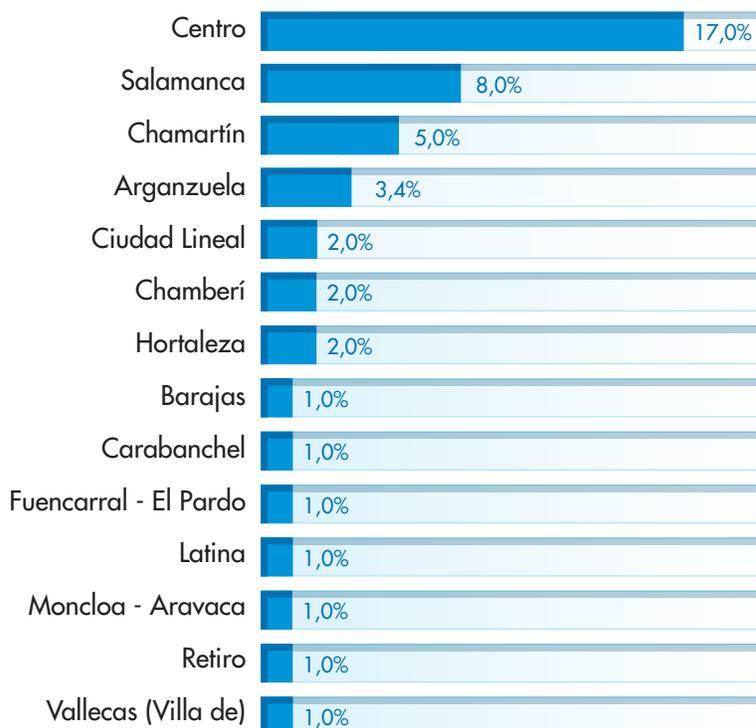


Las empresas ubicadas en Madrid Capital lo están principalmente en los distritos Centro (17%) y Salamanca (8%). Las empresas ubicadas en municipios de la Comunidad de Madrid aparecen muy diseminadas geográficamente pero, en su mayoría, se sitúan fuera del área metropolitana de Madrid.



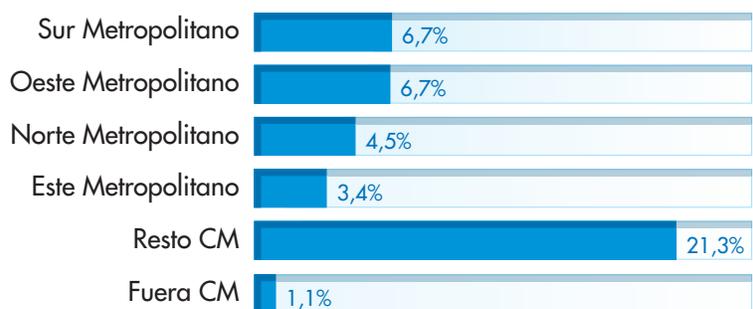
### DISTRITOS UBICACIÓN EMPRESAS

Base: Usuarios profesionales (89)



### MUNICIPIOS UBICACIÓN EMPRESAS

Base: Usuarios profesionales (89)





## II. Atributos que definen la calidad del servicio

Los datos que se presentan a continuación, corresponden a los aspectos que, según citan de forma espontánea 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.

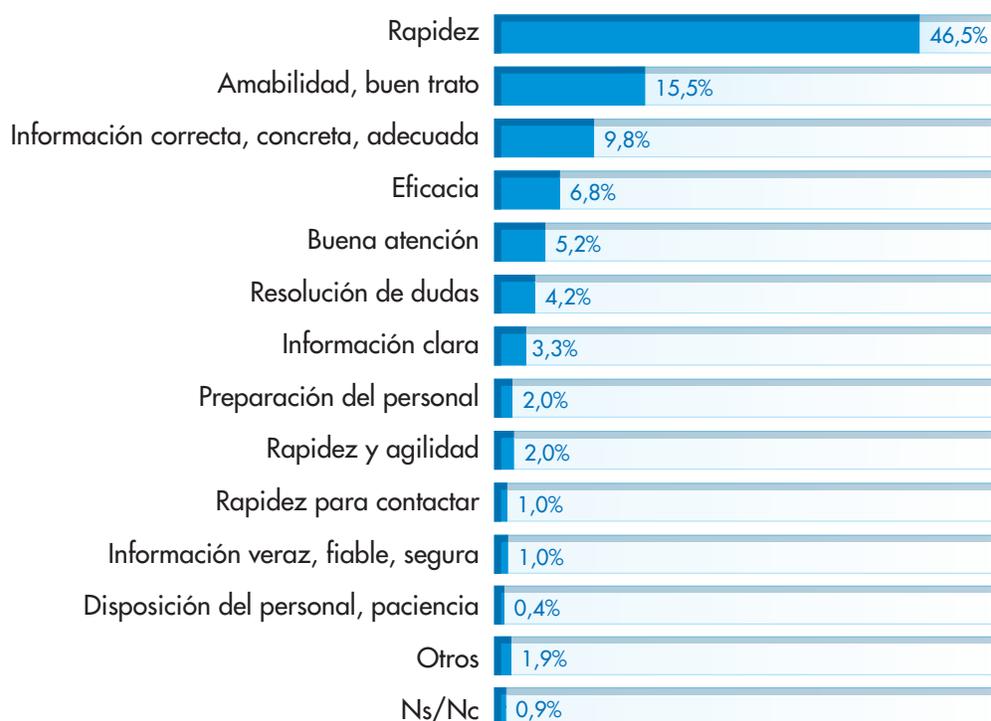
En primer lugar, se analizan las respuestas en primera mención. En estudios como el que nos ocupa, analizar las respuestas en primera mención resulta especialmente relevante, puesto que éstas configuran la estructura mental de los usuarios.

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

Los datos contenidos en los siguientes gráficos indican que para los usuarios del servicio de información telefónica de la Comunidad de Madrid **la rapidez** es, claramente, el atributo que mejor define la calidad del servicio. **La amabilidad y el buen el trato del personal de atención** se sitúan en segundo lugar y, a continuación, **la necesidad de una información, correcta, concreta y adecuada**.



PRIMERA MENCIÓN  
Base: Total muestra (1.561)

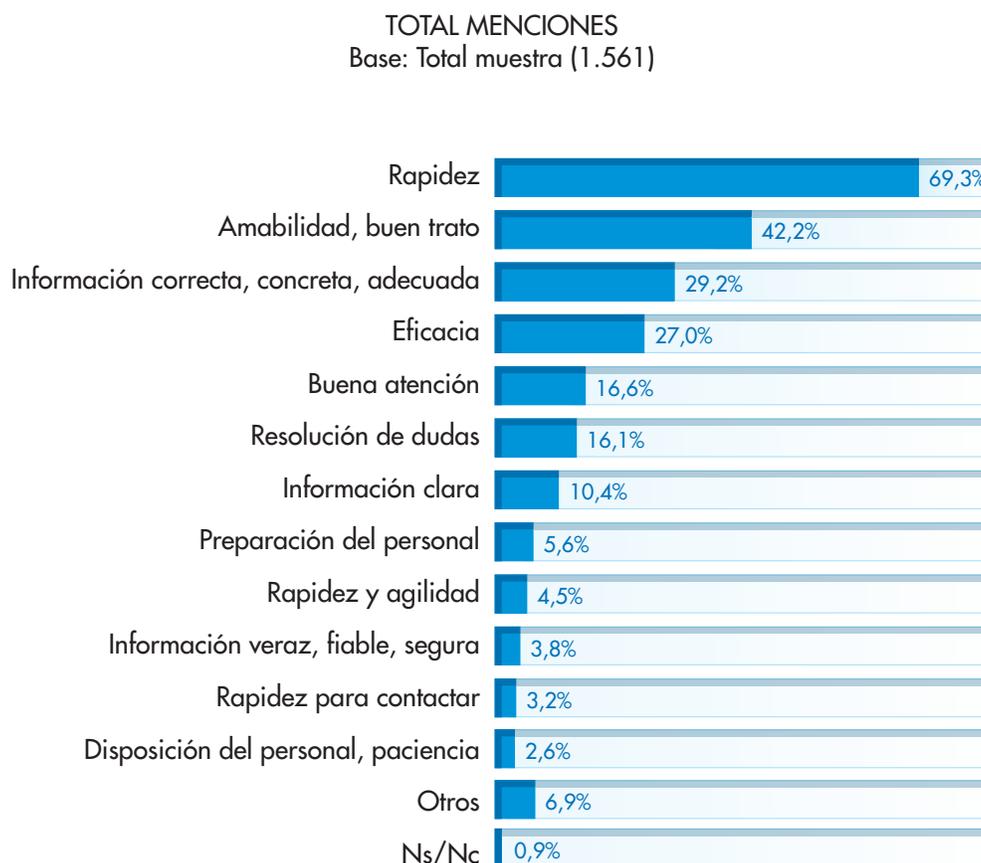


En el año 2006, la rapidez también fue mencionada en primer lugar como el aspecto que mejor define la calidad del servicio, aunque de forma más tenue que este año, ya que alcanzó un 32,3% de las primeras menciones.

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.



Al igual que sucedía al analizar los aspectos mencionados en primer lugar, la rapidez vuelve a ocupar el primer puesto, independientemente de la posición en que haya sido citado, con un 69,3%. La amabilidad y el buen trato (42,2%), la necesidad de una información correcta, concreta y adecuada (29,2%) y la eficacia (27,0%) son los siguientes atributos más mencionados.



Estos cuatro atributos más mencionados son los mismos que ocupaban las cuatro primeras posiciones en el 2006.



### III. Valoración del Servicio Recibido

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

#### **Rapidez en la atención:**

- ✓ Que tenga un horario amplio de atención al público.
- ✓ Ha sido atendido con rapidez, sin esperas.
- ✓ El acceso al servicio por teléfono es rápido.

#### **Información:**

- ✓ Le han informado sin errores.
- ✓ Le han asesorado sobre las opciones que más le convienen.
- ✓ Le han facilitado la información completa.
- ✓ No tener que llamar a otro sitio.
- ✓ Poder conocer fácilmente el estado de la tramitación de su expediente.

#### **Personal:**

- ✓ 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 y al día.
- ✓ Se han interesado por solucionar su problema (la cuestión por la que ha llamado).
- ✓ Garantizan intimidad y confidencialidad al ciudadano.

#### **Coste:**

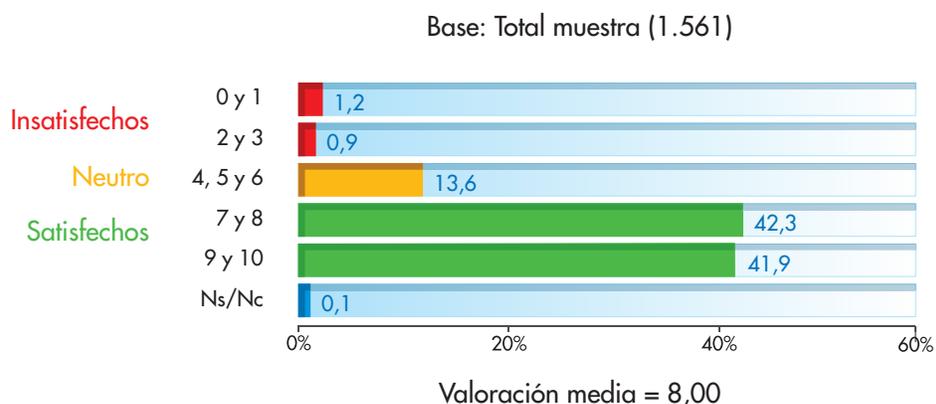
- ✓ El coste de la llamada de teléfono de información 012.



Los usuarios del servicio de atención telefónica de la Comunidad de Madrid han valorado su satisfacción en una escala de valoración del 0 al 10; en la que la 0 significa “muy insatisfecho” y 10, “muy satisfecho”. Además, se recoge la satisfacción global con el servicio recibido y la percepción de los usuarios sobre la utilidad del servicio.

La **Satisfacción Global** de los usuarios con el servicio recibido es **muy alta: 8 puntos de media** y ha aumentado ligeramente respecto a la obtenida en el 2006 (7,89 puntos).

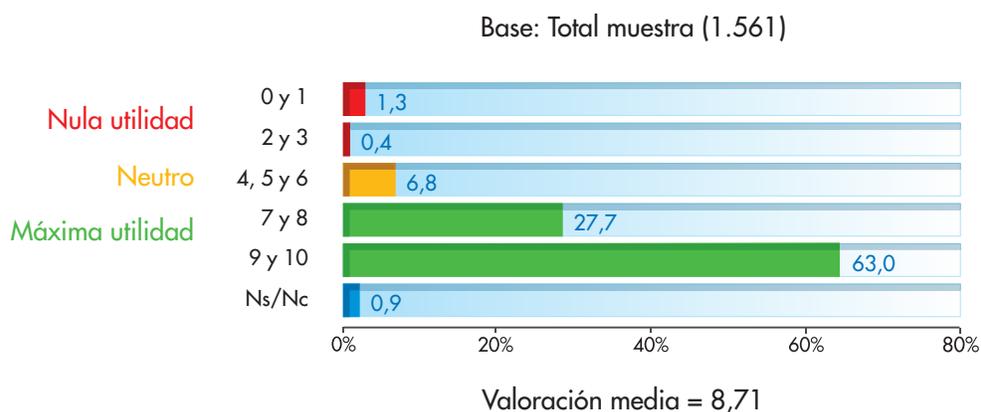
**El 84,2% de los usuarios declaran estar satisfechos con el servicio** que han recibido en el servicio telefónico de atención de la Comunidad de Madrid, lo que supone un incremento de casi cuatro puntos porcentuales respecto al número de entrevistados, que en la edición anterior del estudio otorgaban una valoración comprendida entre el 7 y el 10, a su satisfacción con el servicio recibido.





Los usuarios otorgan una valoración aún más elevada a la utilidad que este servicio tiene para los ciudadanos ya que **nueve de cada diez entrevistados considera que el teléfono de información 012 es de máxima utilidad** (valoraciones comprendidas entre el 7 y el 10).

La **utilidad media** correspondiente al total de la muestra se sitúa en el **8,71**, mejorándose así en 0,15 puntos la valoración obtenida el año anterior.



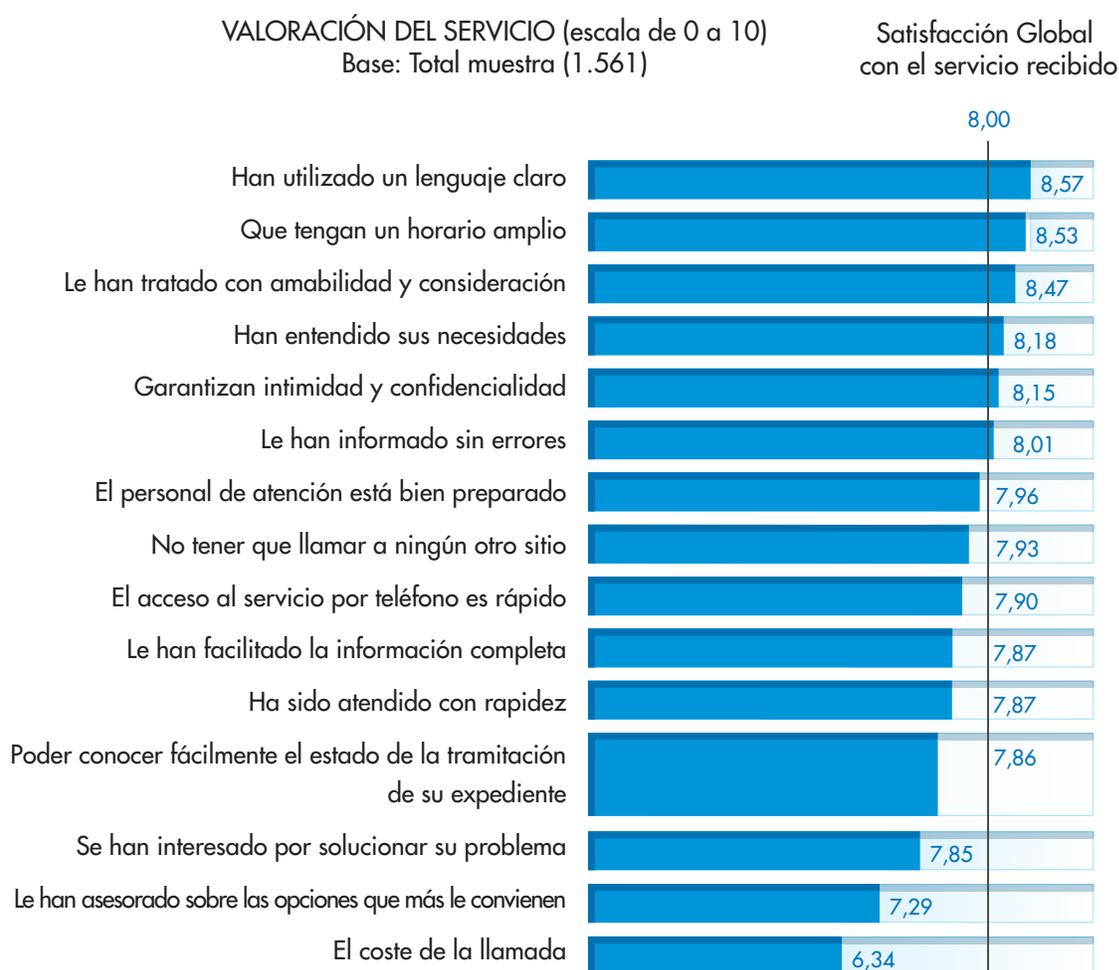
En el siguiente gráfico se recogen las satisfacciones medias para cada uno de los quince atributos de calidad testados. Como puede observarse, en general, todas las **valoraciones obtenidas son elevadas** aunque destacan, especialmente, las correspondientes a los siguientes aspectos:

- ✓ Han utilizado un lenguaje claro.
- ✓ Que tenga un horario amplio.
- ✓ Le han tratado con amabilidad y consideración.
- ✓ Han entendido sus necesidades.
- ✓ Garantizan intimidad y confidencialidad.



Todos estos atributos obtienen puntuaciones superiores a la correspondiente a la valoración global del servicio (8 puntos). En estos primeros puestos del ranking, **destacan sobremanera los aspectos relacionados con el personal que atiende el servicio**, ya que cuatro de ellos son inherentes al mismo mientras que el restante corresponde a la amplitud de horario del servicio.

**El coste de la llamada es**, con clara diferencia respecto al resto de ítems valorados, **el aspecto que obtiene una valoración más baja** (6,34 puntos). La segunda valoración más baja (7,29), corresponde al grado de asesoramiento proporcionado por los operadores, respecto a las opciones que más convienen a los usuarios.

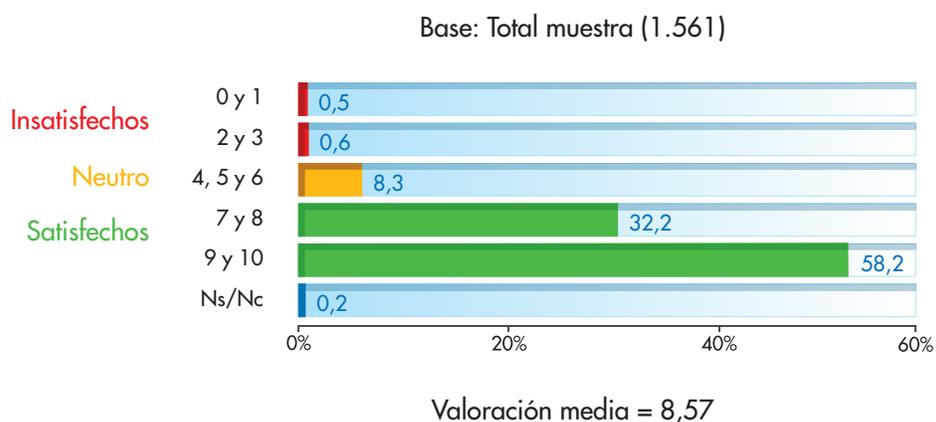




## Han utilizado un lenguaje claro en las explicaciones

La claridad del lenguaje utilizado en las explicaciones que los operadores proporcionan a los usuarios del 012 es, como se ha comentado anteriormente, el aspecto al que corresponde la mayor satisfacción de los usuarios (8,57 puntos). El porcentaje de usuarios satisfechos (valoraciones comprendidas entre el 7 y el 10) asciende al 90,4% del total.

En el 2006 este atributo ya obtuvo la mayor satisfacción como consecuencia de una satisfacción media de 8,52 puntos.

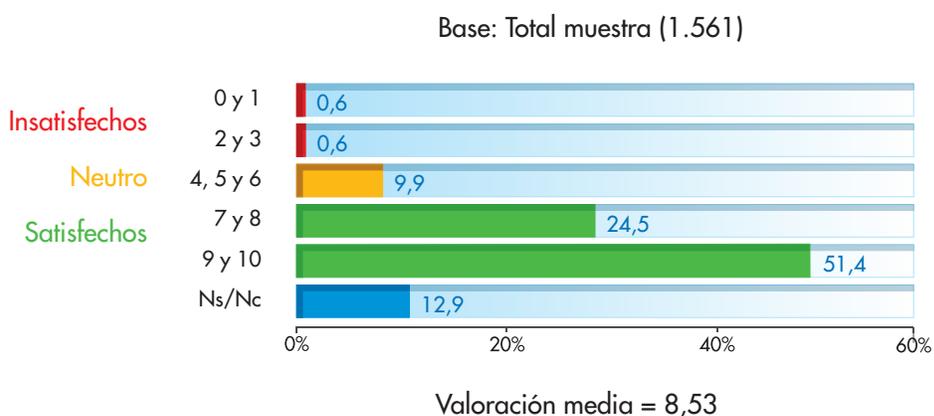




## Que tenga un horario amplio de atención al público

A continuación se sitúa la amplitud de horario de atención al público, que obtiene un grado medio de satisfacción de 8,53 puntos sobre 10, lo que supone un importante incremento respecto a la valoración correspondiente al 2006, que se situaba en 7,81 puntos.

Como puede comprobarse en el siguiente gráfico, únicamente un 1,2% de los entrevistados se consideran insatisfechos (valoraciones comprendidas entre el 0 y el 3) con la amplitud horaria del servicio.

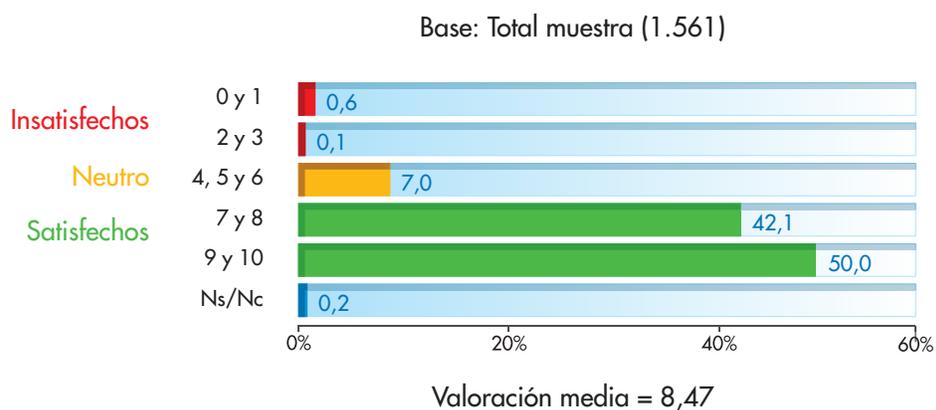


Es destacable que un 13% de los entrevistados no disponía de argumentos suficientes para valorar este aspecto del servicio.



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

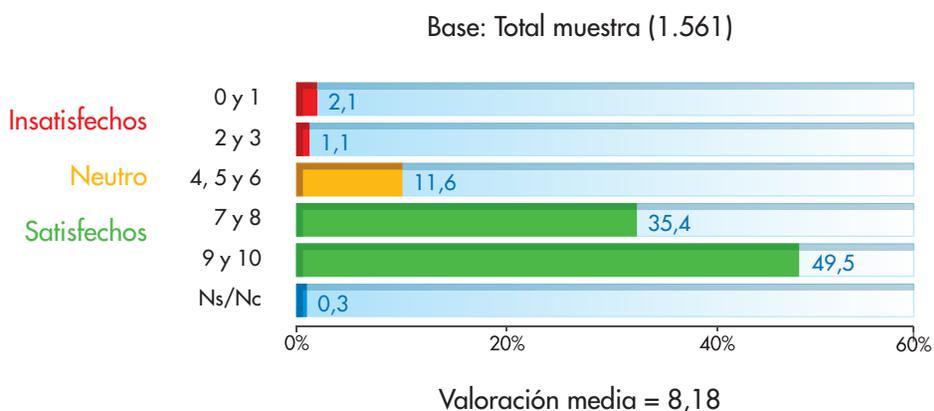
El trato dispensado por los operadores a los usuarios en lo que concierne a amabilidad y consideración se sitúa como el tercer aspecto mejor valorado, lo que supone la pérdida de una posición respecto al 2006 en el ranking de atributos con mayor grado de satisfacción a pesar que la satisfacción media ha experimentado un ligero incremento: 8,47 frente al 8,44 del año anterior.





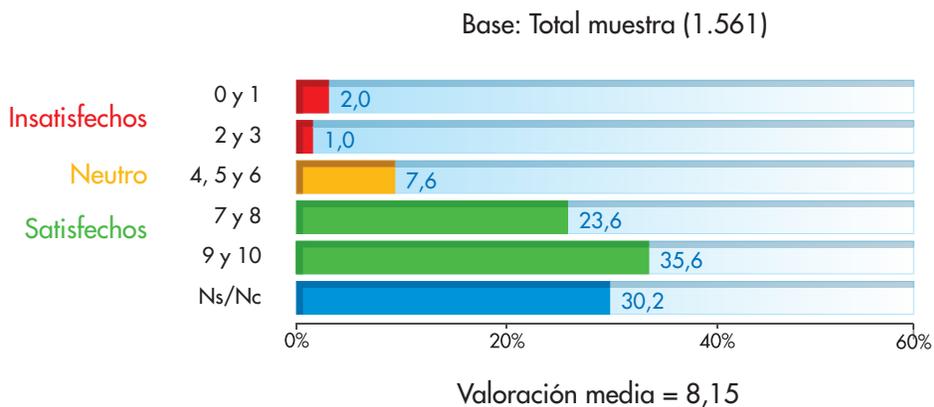
## En su caso, han entendido sus necesidades

En el 2007, el grado medio de satisfacción de los usuarios respecto al nivel de comprensión de sus necesidades por parte de los operadores del 012, sufre un retroceso respecto al obtenido el año anterior: 8,18 puntos frente a los 8,32 del año 2006.



## Garantizan intimidad y confidencialidad al ciudadano

Al igual que sucedía con el atributo anterior, la valoración que los usuarios otorgan a la intimidad y confidencialidad con la que es tratada su llamada y la información facilitada en la misma, sufre un retroceso cifrado en 0,16 puntos (satisfacción media del 8,31 en el 2006).

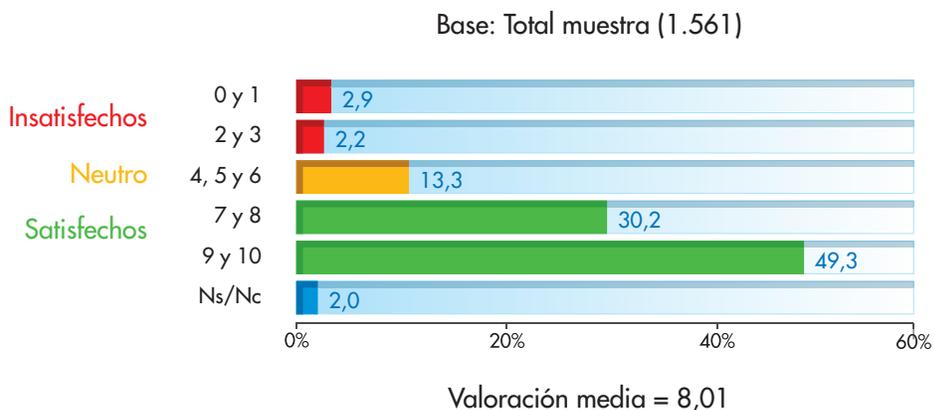




## Le han informado sin errores

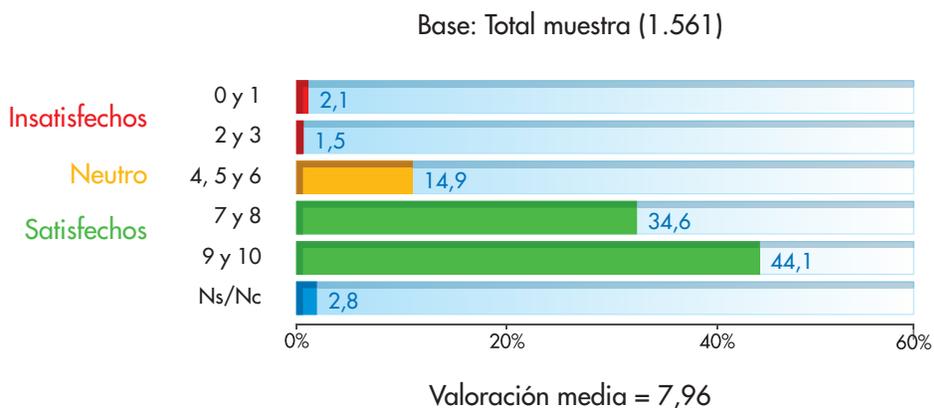
La información sin errores alcanza una satisfacción media de 8,01 puntos debido, principalmente, a que el 79,5% de los usuarios se muestran satisfechos con este atributo.

El año pasado la satisfacción media de este atributo fue 7,87 puntos lo que supone que este año este aspecto ha alcanzado una satisfacción media ligeramente superior.



## El personal de atención está bien preparado y al día

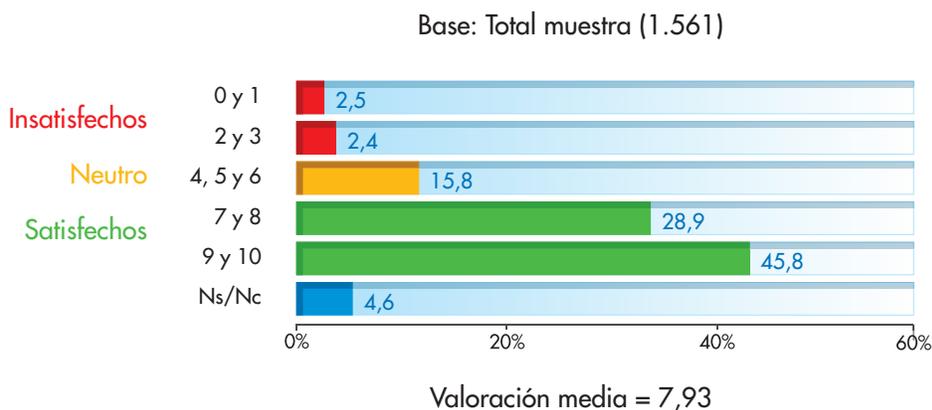
Respecto a este atributo, la satisfacción media ha alcanzado los 7,96 puntos frente a los 7,85 del año 2006. Esta mejora en la satisfacción media, viene propiciada por el aumento porcentual de los que están satisfechos con este atributo respecto al año anterior (78,7% frente al 76,8%).





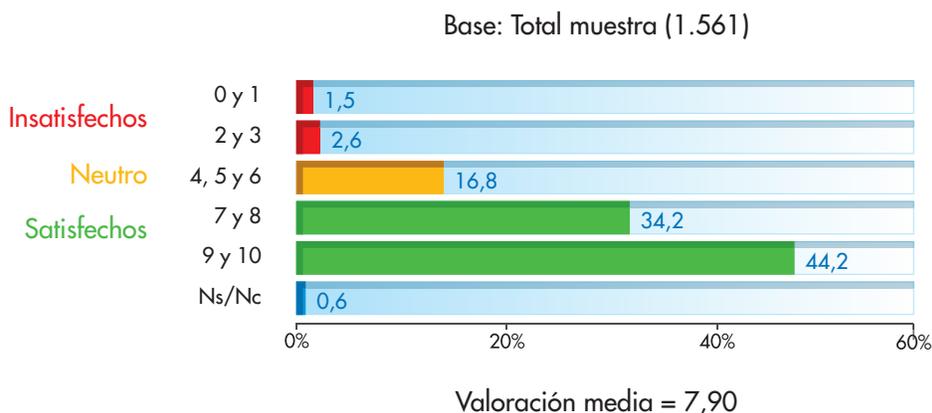
## No tener que llamar a ningún otro sitio

Este aspecto ha sido valorado con 7,93 puntos de satisfacción media, mientras que un 74,7% de los usuarios del servicio 012 se muestran satisfechos con este atributo.



## El acceso al servicio por teléfono es rápido

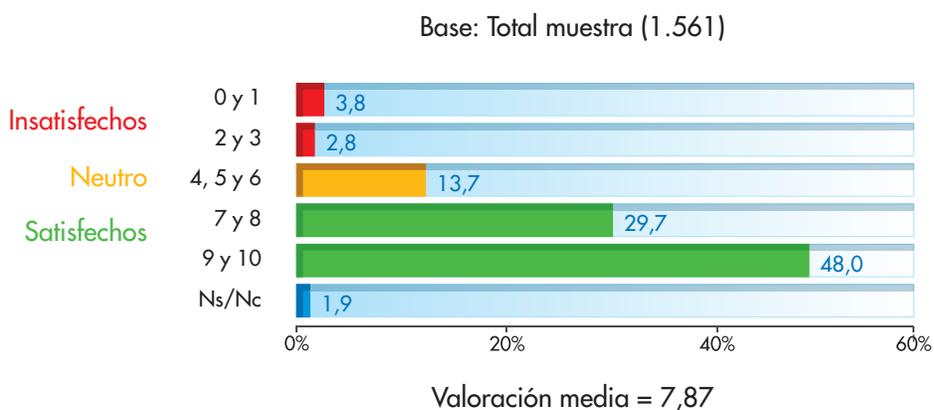
La satisfacción media de este atributo experimenta un incremento al pasar de 7,32 puntos en 2006 a los 7,90 actuales. Se da la circunstancia que en esta ocasión crecen los que se muestran muy satisfechos con este aspecto (del 27,9% del 2006 al 44,2% de 2007). En conjunto, los que se muestran satisfechos este año son un 78,4% del total de la muestra frente al 70,2% del año anterior.





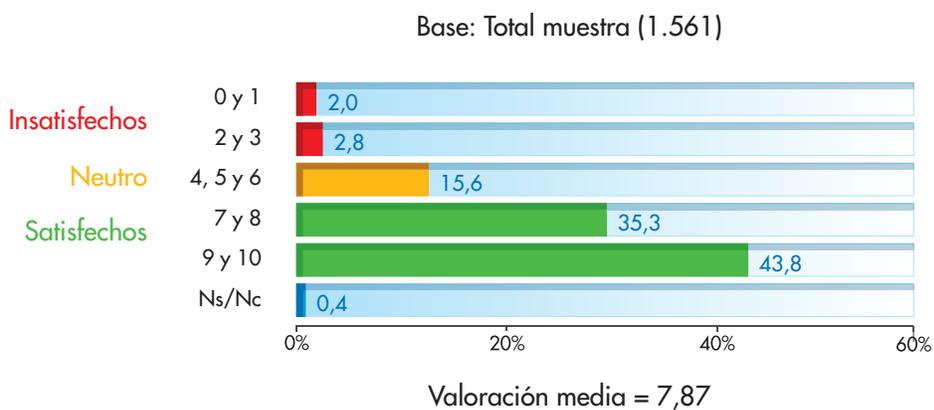
## Le han facilitado la información completa

El 77,7% de los usuarios, dos décimas porcentuales más que en 2006, se muestra satisfecho con este atributo. La satisfacción media de este aspecto ha alcanzado los 7,87 puntos frente a los 7,69 del 2006.



## Ha sido atendido con rapidez, sin esperas

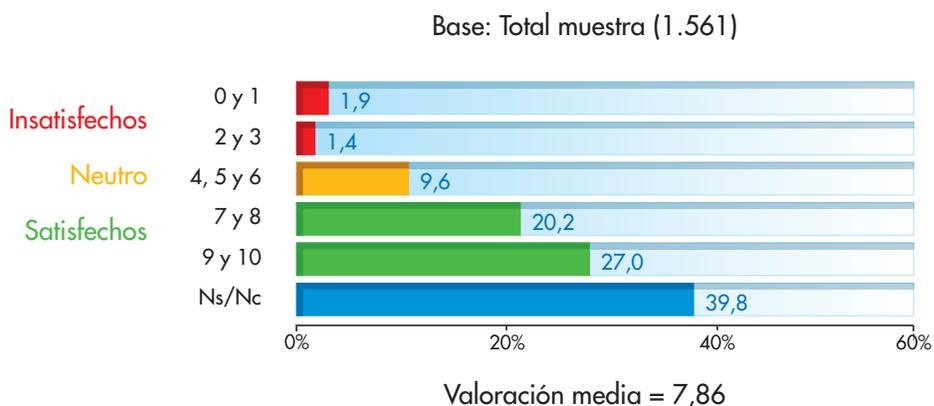
Esta particularidad alcanza el mismo grado de satisfacción media que el aspecto anterior, 7,87 puntos, estando muy satisfechos con él, algo más de cuatro de cada diez entrevistados.





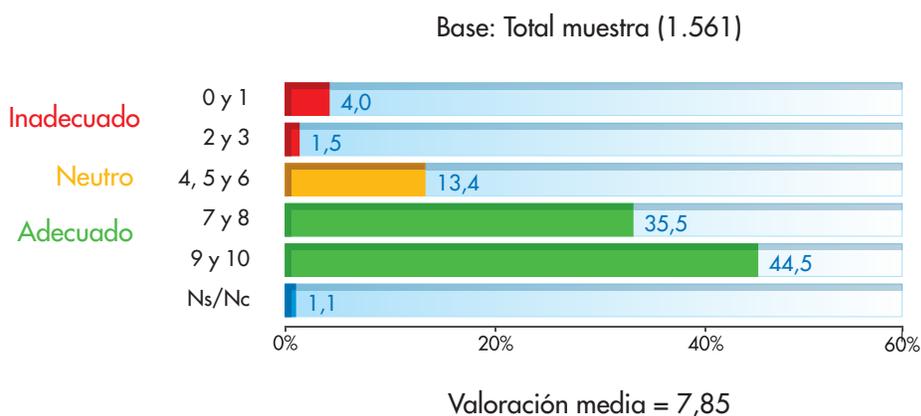
## Poder conocer fácilmente el estado de la tramitación del expediente

Este atributo no ha sido valorado por el 40% de los usuarios. El 47,2% de la muestra considera que está satisfecho con la facilidad para conocer el estado de la tramitación de su expediente. La satisfacción media del atributo llega a los 7,86 puntos.



## Se han interesado por solucionar el problema (la cuestión de la llamada)

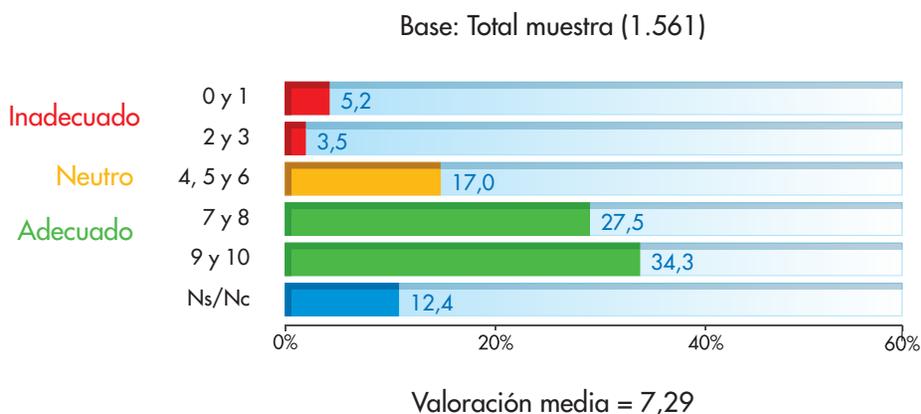
Respecto al año 2006 se ha producido un recorte de diez puntos porcentuales respecto de los que estaban muy satisfechos con este aspecto. Ello ha redundado en un descenso de la satisfacción media total del atributo, pasando de 8,32 puntos a los 7,85 puntos de este año.





## Le han asesorado sobre las opciones que más le convienen

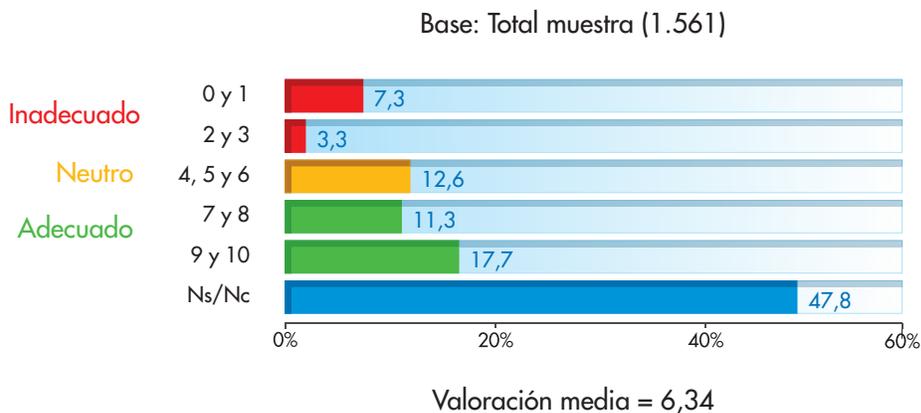
Este atributo es de los peores valorados en 2007 ya que alcanza únicamente 7,29 puntos de satisfacción media. Aún así obtiene una valoración superior al año anterior, en el que se quedó en 7,19 puntos.



## El coste de la llamada al teléfono de información 012

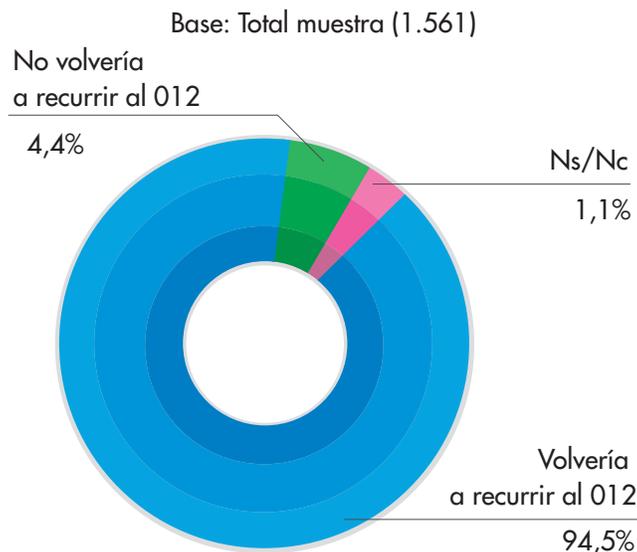
Casi la mitad de los entrevistados no valora este parámetro y su satisfacción media del atributo se cifra en 6,34 puntos.

Es destacable que es superior el porcentaje de los que tienen una satisfacción neutra con este aspecto respecto a los que se muestran bastante satisfechos (un 12,6% frente al 11,3%).

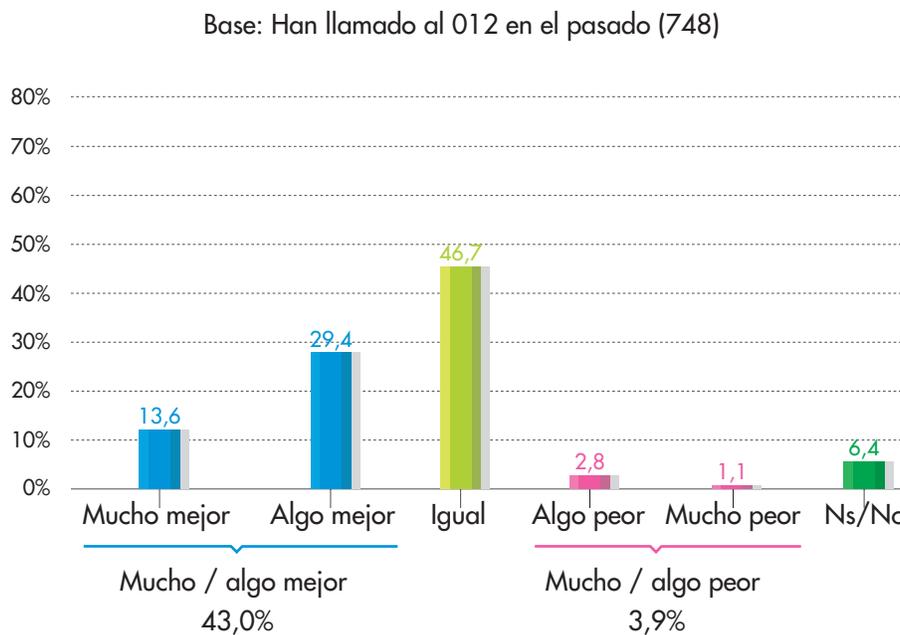




Casi un 95% de los usuarios consultados volvería a recurrir al Servicio de Atención Telefónica 012. Este porcentaje alcanza cotas difíciles de superar en años venideros y mejora el registro de 2006 en el que un 90,9% de los usuarios, declaró que volvería a utilizar este servicio telefónico.



Respecto a la evolución experimentada en la calidad del servicio, el 43% de los usuarios considera que ésta ha mejorado respecto al año anterior. Sin embargo, un 47% considera que la calidad del servicio permanece igual (en el 2006 este porcentaje era del 33%).



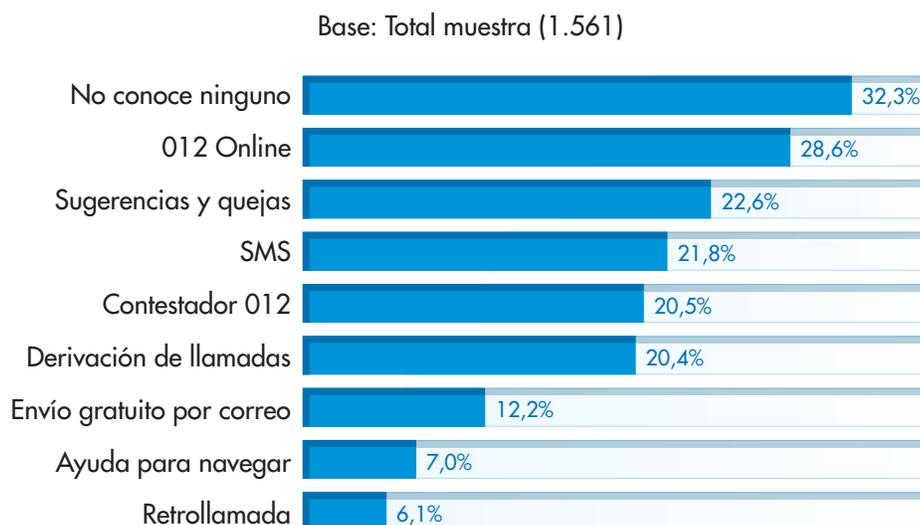


#### IV. Los Servicios del 012

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

Los servicios más conocidos son el “012 On-line” que tiene un nivel de notoriedad del 28,6%, seguido del de “sugerencias y quejas” que es mencionado por un 22,6% de los usuarios.

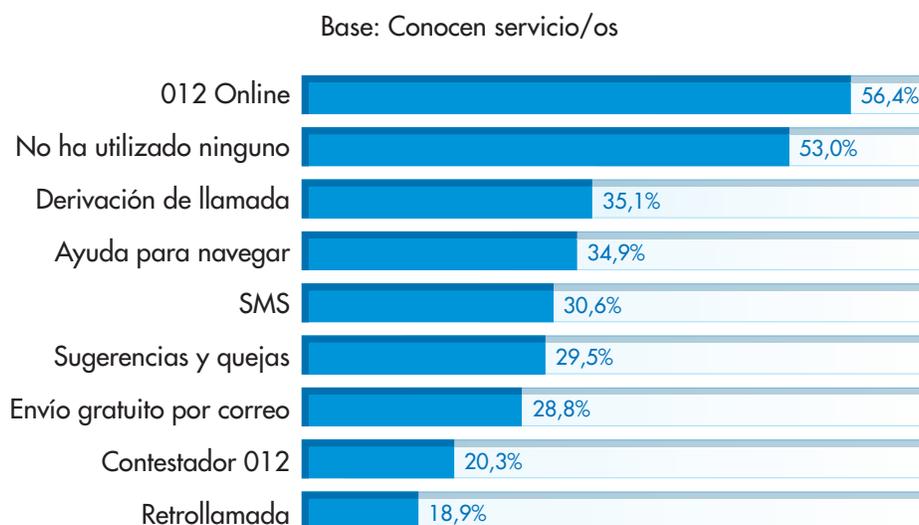
Por el contrario, los servicios menos conocidos son la “retrollamada” (6,1%), la “ayuda para navegar” (7%) y el “envío gratuito por correo” (12,2%).





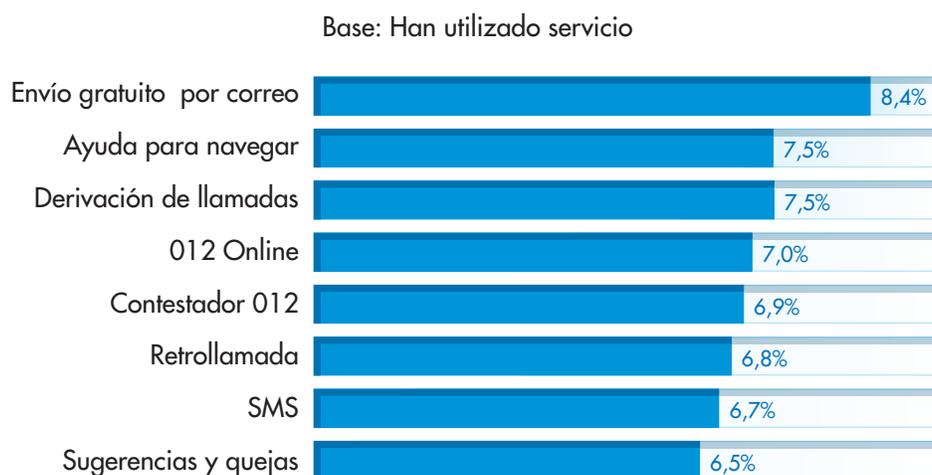
Entre los usuarios que conocen alguno o algunos de los servicios que presta el 012, se observa que el 53% de los mismos no ha hecho uso de ninguno de ellos, mientras que el año pasado, un 31,9% no utilizaba estos servicios.

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. Estas posiciones permanecen igual respecto al año anterior, sin embargo, los porcentajes han variado en un +36% en el caso de 012 on-line y un +20% en relación a la retrollamada.





El nivel de satisfacción con los servicios utilizados entre los usuarios del 012 es favorable. Los servicios mejor valorados, con calificaciones de notable alto, son el envío gratuito por correo postal o electrónico de documentación, la ayuda para navegar y la derivación de llamadas. Por el contrario, los servicios que menos satisfacción generan entre los usuarios son la retrollamada, el SMS y las sugerencias y quejas por teléfono. Los dos primeros alcanzaron una puntuación mucho mayor el año pasado.

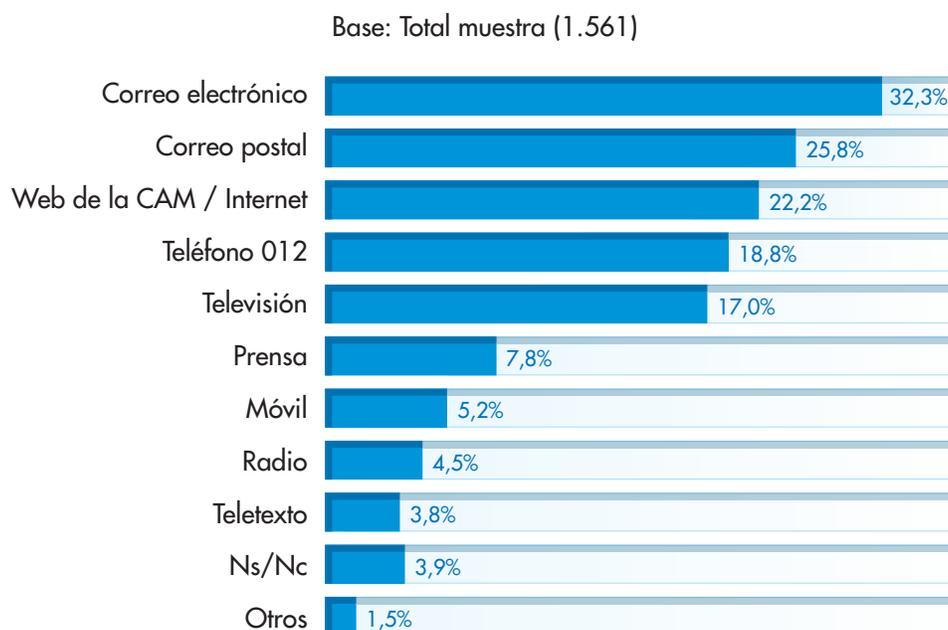




## V. Demandas y Sugerencias

Uno de los objetivos de la investigación consiste en identificar canales por los que a los usuarios les gustaría recibir información:

- ✓ El 32,2% de los usuarios demanda información a través de correo electrónico.
- ✓ El 25,8 % a través de correo postal.
- ✓ Al 22,% de los consultados le gustaría recibir información a través de la página Web de la CM (o Internet).
- ✓ Un 18,8% de los usuarios menciona el teléfono 012 como medio por el que le gustaría recibir información.
- ✓ El 17% de los usuarios cita la TV como canal de información.

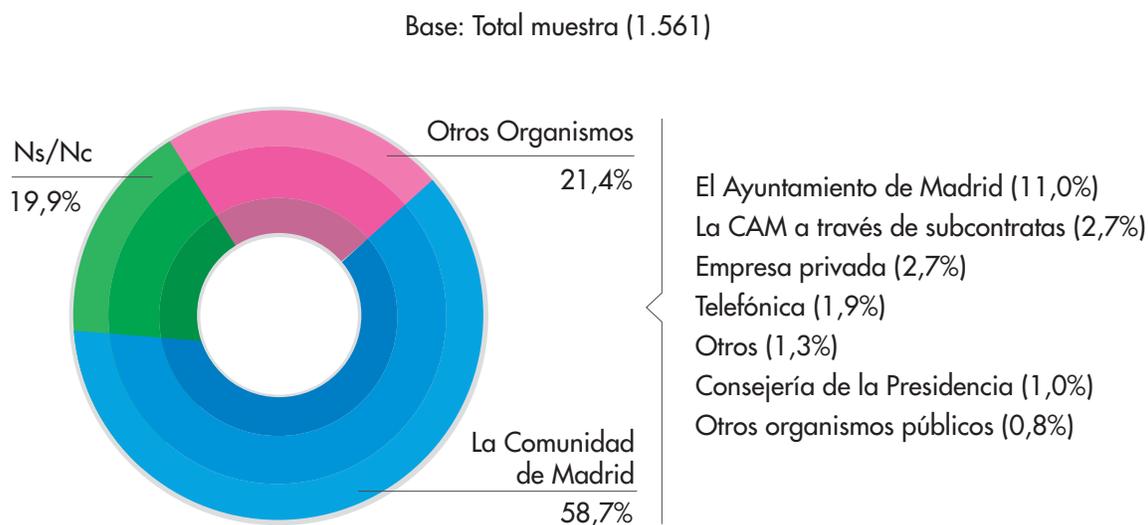




## VI. Organismo Gestor

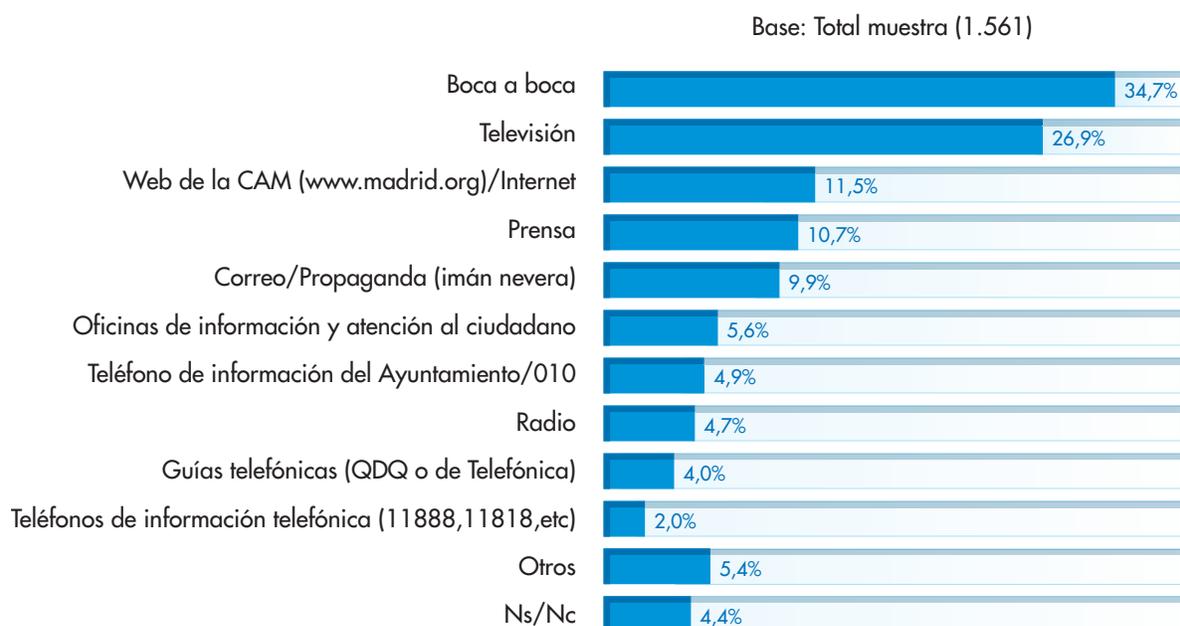
La notoriedad de la Comunidad de Madrid como el organismo que gestiona el 012, se sitúa en un 58,7%, es decir, el 58,7% de los usuarios citan de forma espontánea y correcta a la Comunidad de Madrid como entidad gestora. No obstante, un 19,9% de usuarios del servicio telefónico no sabe cuál es la entidad que gestiona el servicio.

Mientras que, finalmente, un 21,4% menciona otros organismos públicos.





El boca a boca es el medio más habitual por el que los usuarios conocen el servicio del 012. Así, el 34,7% de los mismos declara que han sido personas de su entorno quienes han puesto en su conocimiento la existencia del servicio (un 11% más que en 2006). La televisión es el segundo canal por el que los usuarios declaran conocer más el servicio 012 (26.9%).





### 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.

Se ha procedido al análisis factorial, de acuerdo con una solución de rotación VARIMAX. El criterio de rotación VARIMAX se centra en simplificar al máximo los vectores columna de la matriz de factores. La simplificación máxima se alcanza cuando existen 1s y 0s en una columna. El método VARIMAX maximiza la suma de varianzas de las cargas requeridas de la matriz de factores. La rotación VARIMAX es la que permite obtener unas cargas extremas (cercanas al -1 o al +1) y otras cargas cercanas al 0. El interés de esta rotación es que permite interpretar los factores más fácilmente, al indicar una asociación positiva o negativa clara entre la variable y el factor (o una ausencia de valoración si el valor está cercano a 0). Mostrándose, pues, la forma más clara de separar los factores.

El modelo al que se llega en la matriz de componentes consta de 5 factores que explican un 73,3% 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.

Para el análisis factorial se han considerado todos los ítems ya que el porcentaje de pérdida era, en todos los casos, admisible. El ítem al que corresponde el mayor porcentaje de pérdida es el coste de la llamada (47,8%), sin embargo, este aspecto conforma un factor por sí solo por lo que se ha optado por mantenerlo para no desvirtuar el análisis.



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

### **Factor 1: eficacia en la gestión**

- ✓ El personal de atención está bien preparado y al día.
- ✓ Se han interesado por solucionar su problema.
- ✓ Le han informado sin errores.
- ✓ Le han asesorado sobre las opciones que más le convienen.
- ✓ Le han facilitado la información completa.
- ✓ Garantizan intimidad y confidencialidad al ciudadano.

### **Factor 2: rapidez y disponibilidad**

- ✓ Que tenga un horario amplio de atención al público.
- ✓ Ha sido atendido con rapidez, sin esperas.
- ✓ El acceso al servicio por teléfono es rápido.
- ✓ No tener que llamar a ningún otro sitio.
- ✓ Poder conocer fácilmente el estado de la tramitación de su expediente.

### **Factor 3: calidad en la 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.

### **Factor 4: coste**

- ✓ Coste de la llamada.

### **Factor 5: 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 69,3% 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 ( $\beta=0,623$ ), a continuación se sitúa la calidad en la atención ( $\beta=0,399$ ). El menos importante a la hora de explicar la satisfacción global ( $\beta=0,032$ ) es el de utilidad.

Factor	Etiqueta	-	Media satisfacción
1	Eficacia en la gestión	.623	7,84
2	Rapidez y disponibilidad	.358	7,98
3	Calidad en atención	.399	8,41
4	Coste	.136	6,34
5	Utilidad	.032	8,71

Los 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).

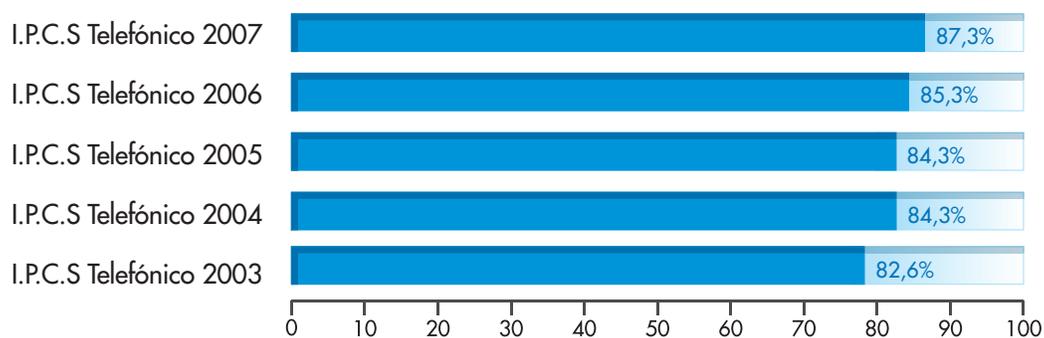
Área de mantenimiento de satisfacción RAPIDEZ Y DISPONIBILIDAD UTILIDAD CALIDAD EN LA ATENCIÓN COSTE	Área de superación de expectativas EFICACIA EN LA GESTIÓN
Área de vigilancia	Área de mejora prioritaria



Cuatro de los cinco factores registran una importancia inferior a 0,5 y una satisfacción superior a 5 puntos por lo que se sitúan en el cuadrado superior izquierdo de la matriz, es decir, en el área de mantenimiento de expectativas.

El factor “eficacia en la gestión” posee una importancia superior a 0,5 lo que, unido a una satisfacción superior a 5 puntos, hace que se sitúe en el cuadrante superior derecho, es decir, en el área de superación de expectativas.

El índice de percepción de calidad del servicio telefónico en 2007 es de 87,3, resultado de una percepción media de 7,92 y de una expectativa media de 9,07, 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 del 2006 que no la incluye).





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

En el 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.

El IPCS'A se sitúa en el 83,1 lo que significa que los Servicios de Atención al Ciudadano de la Comunidad de Madrid en 2007 han cubierto el 83,1% de las expectativas de los usuarios.

