



## ***Presentación de resultados de los estudios de satisfacción 2014***

***Línea Madrid***



***Línea Madrid***



**MARZO 2015**

## I. Análisis horizontal de canales

## II. Oficinas de Atención a la Ciudadanía

## III. Canal Telefónico

## IV. Canal Telemático

## V. Cliente Interno

## VI. Twitter



# I. Análisis horizontal de Canales

## Satisfacción general: TOP TWO (% muy satisfechos + % satisfechos)

	OAC	010	MADRID.ES
<b>2014</b>	96%	<b>94,1%</b>	68,3%
<b>2013</b>	<b>98,3%</b>	93,1%	<b>72,7%</b>

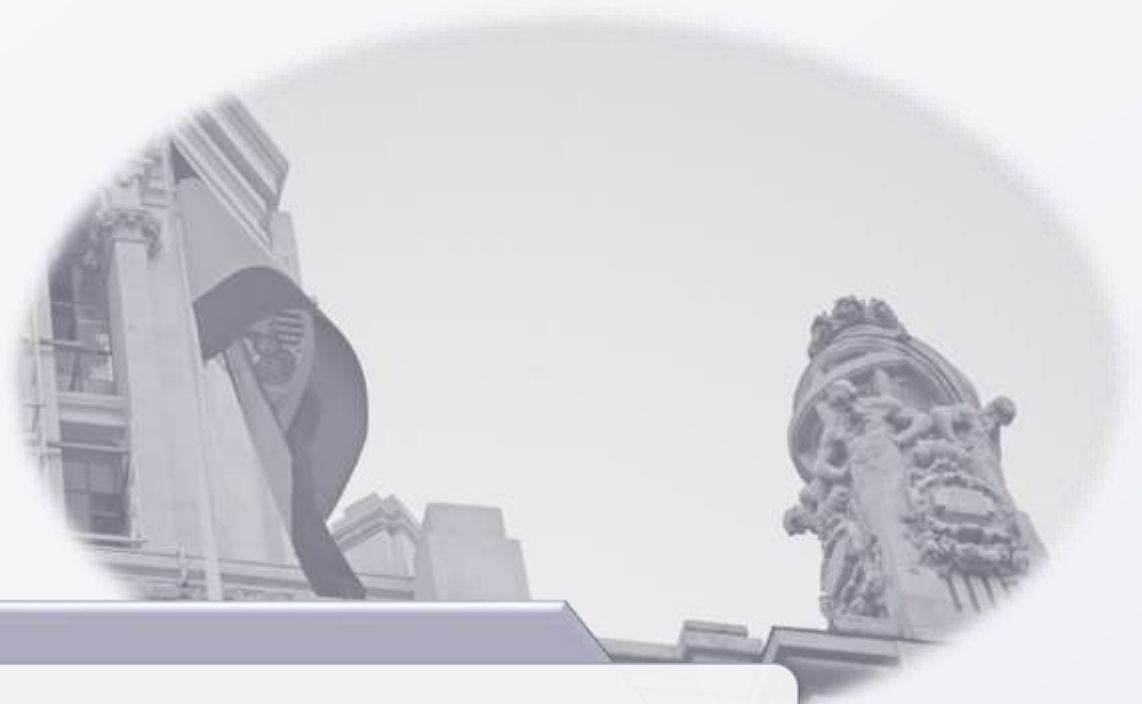
Base: usuarios / as

## Satisfacción general: Valoración media

	OAC	010	MADRID.ES
<b>2014</b>	8,72	<b>8,20</b>	6,13
Base	4.775	2.001	3.062
<b>2013</b>	<b>8,81</b>	7,81	<b>6,82</b>
Base	4.587	2.005	3.590

## Análisis segmentado de la satisfacción global según canales

	OAC	010	MADRID.ES
<b>Satisfacción global</b>	<b>8,72</b>	<b>8,20</b>	<b>6,13</b>
Españoles	8,56	8,18	6,07
Extranjera de país miembro de la EU	8,97	8,34	7,53
Extranjera de país fuera de la UE	9,32		
18 a 24 años	8,86	8,20	6,65
25 a 44 años	8,85	8,24	6,15
45 a 64 años	8,56	8,23	6,10
65 o más años	8,65	8,05	6,18
Hombre	8,62	8,08	5,83
Mujer	8,81	8,29	6,42
Con discapacidad	8,45	8,08	5,97
Sin discapacidad	8,75	8,21	6,14



## II. Oficinas de Atención a la Ciudadanía

---

**TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN:** encuesta presencial mediante cuestionario.

---

**UNIVERSO:** usuarios de las Oficinas de Atención a la Ciudadanía de Línea Madrid.

---

**TAMAÑO MUESTRAL:** 4.782 entrevistas. Mínimo aporportional de 150 entrevistas por OAC más el porcentaje correspondiente al peso de cada OAC entre la afluencia total. Con posterioridad los resultados han sido ponderados según datos reales de afluencia en el año 2013.

---

**MUESTREO Y SELECCIÓN DE INFORMANTES:** usuarios seleccionados aleatoriamente en Oficinas de Atención a la Ciudadanía después de realizar alguna gestión.

---

**ERROR MUESTRAL:** Tomando como universo el total de atenciones realizadas en el año 2013 (2.440.687), el error para el total de la muestra es del +/- 1,44% para un nivel de confianza del 95.5% (2sigma) y p=q=50%.

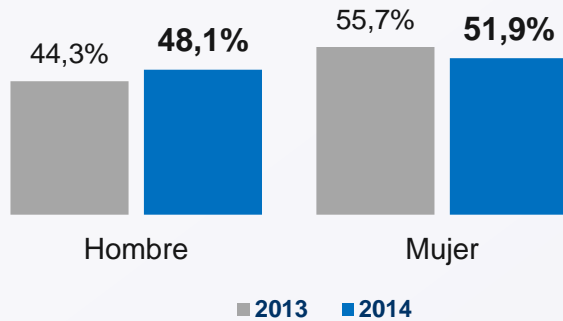
---

**FECHA DEL TRABAJO DE CAMPO:** 6 al 27 de octubre de 2014

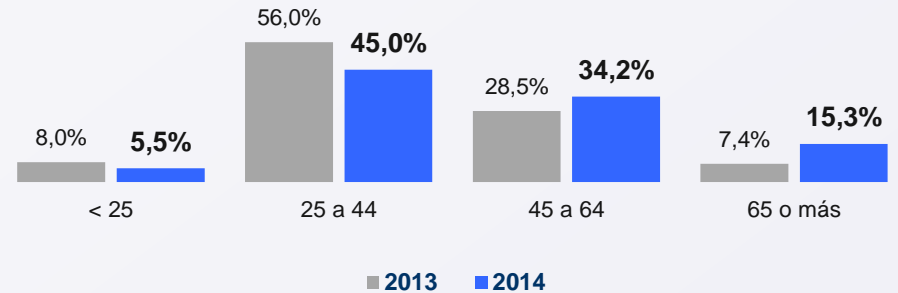
---

**TRABAJO REALIZADO** por Quota Research.com

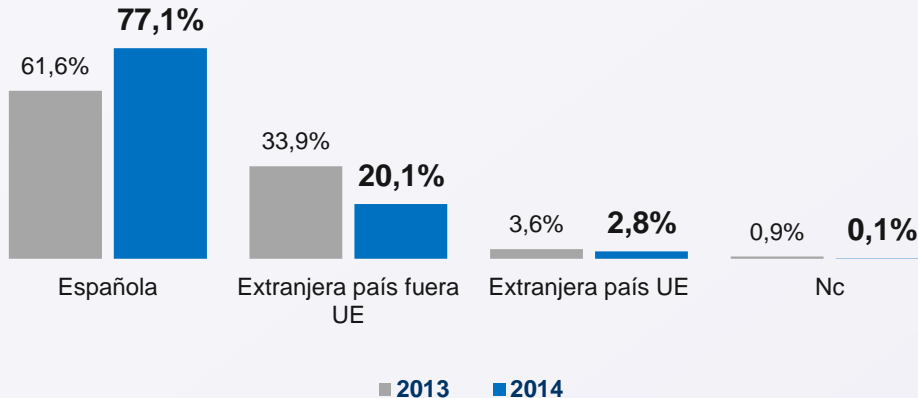
## Género



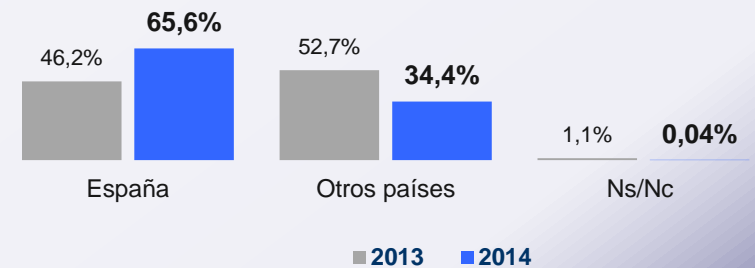
## Edad (años)



## Nacionalidad

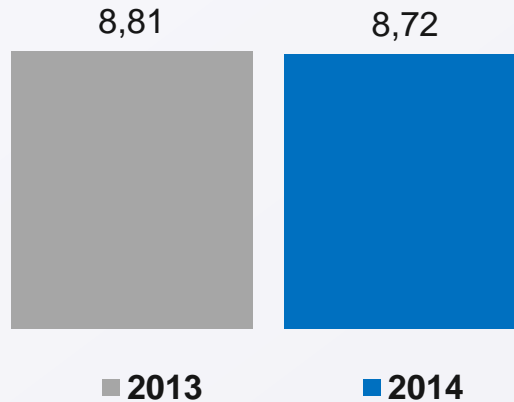


## País de origen





# Satisfacción global

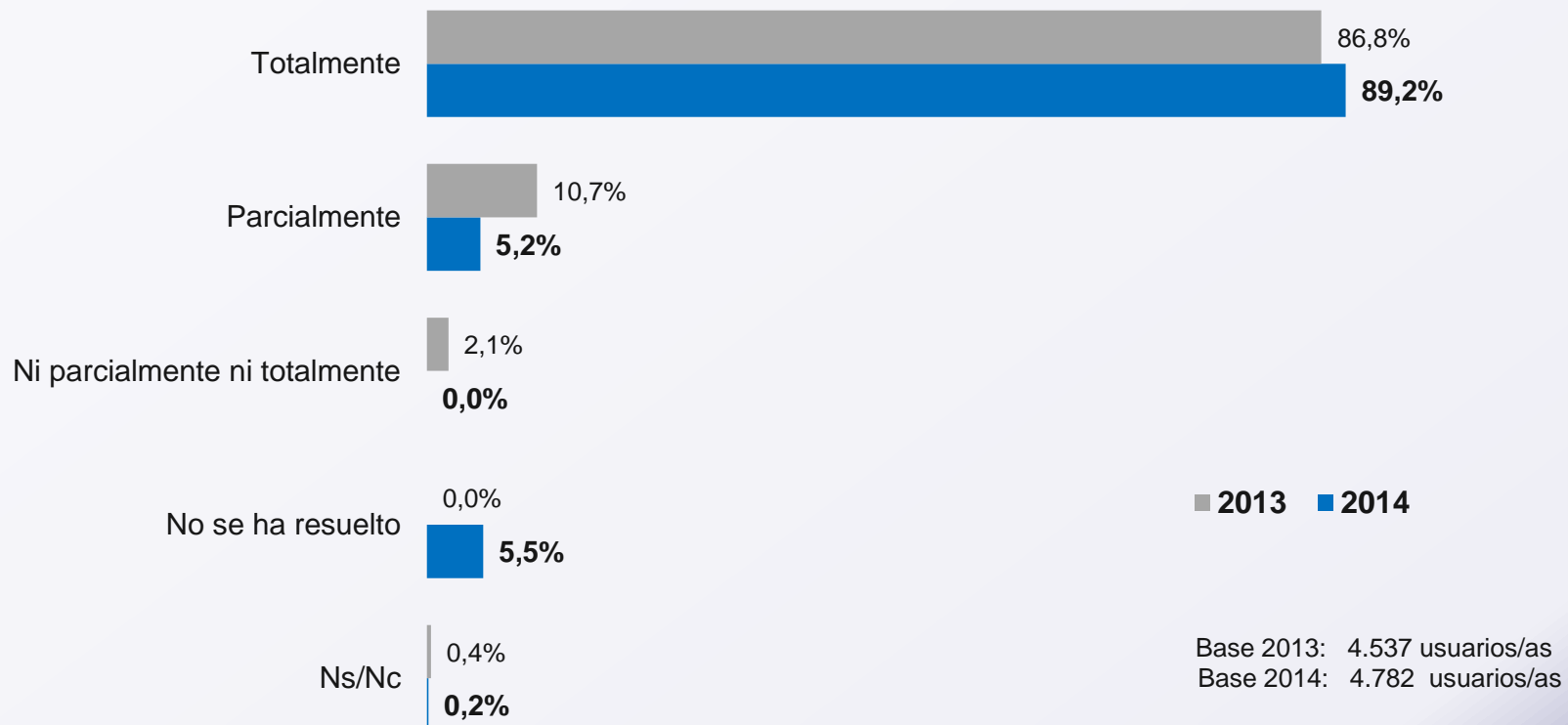


Base 2013: 4.515 usuarios/as  
Base 2014: 4.775 usuarios/as

# Evolución de la Satisfacción global media

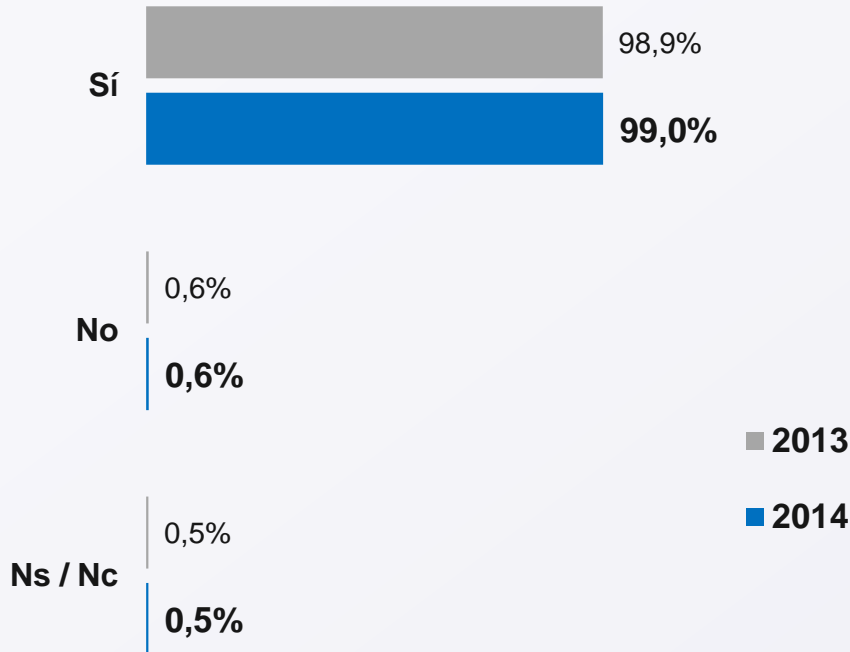


# Resolución de la tramitación o la consulta



## Fidelidad a la OAC

(Si volviese a tener que realizar una gestión o pedir una información similar a la de hoy, ¿volvería a acudir a esta oficina?)

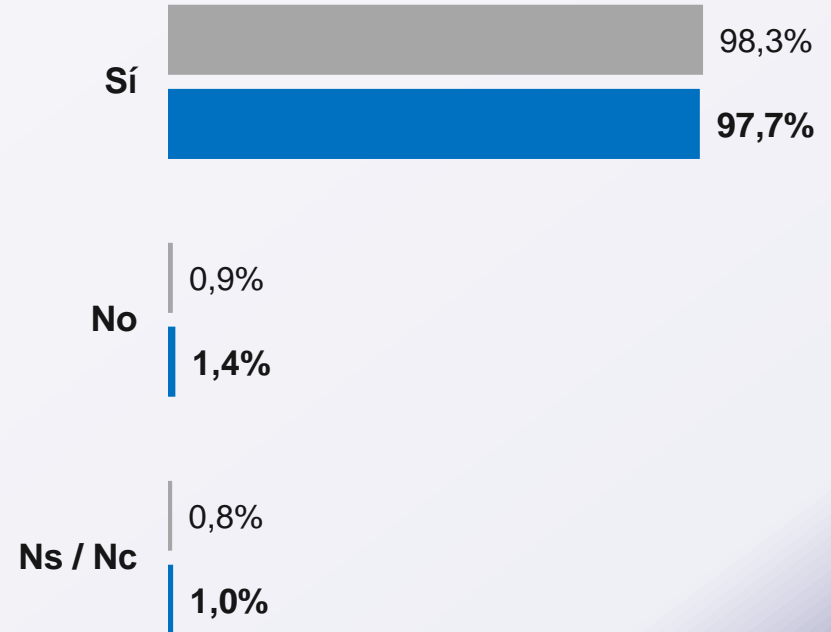


Base 2013: 4.538 usuarios/as

Base 2014: 4.782 usuarios/as

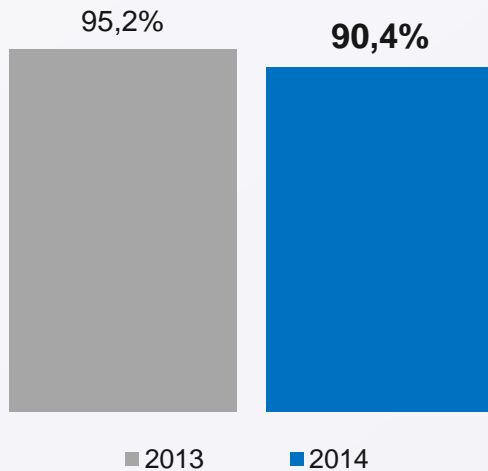
## Recomendación

(¿Recomendaría esta oficina?)



# Carácter de la gestión

(% particular)

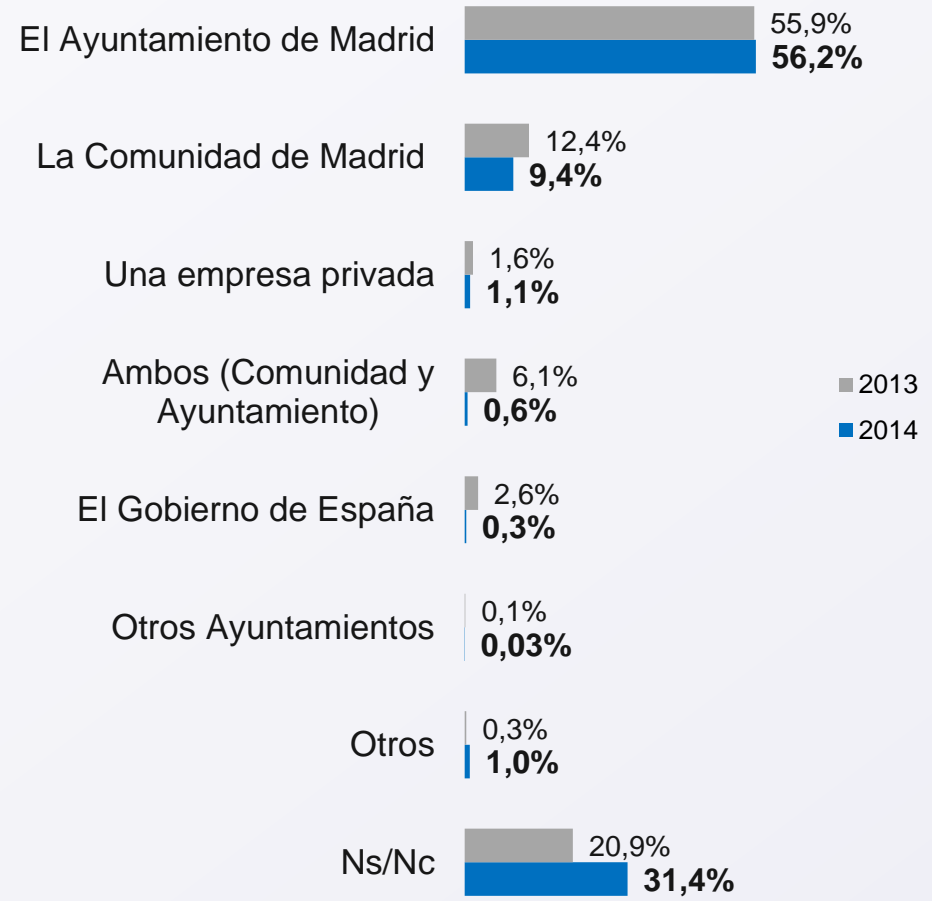


Base 2013: 4.537 usuarios/as  
 Base 2014: 4.782 usuarios/as

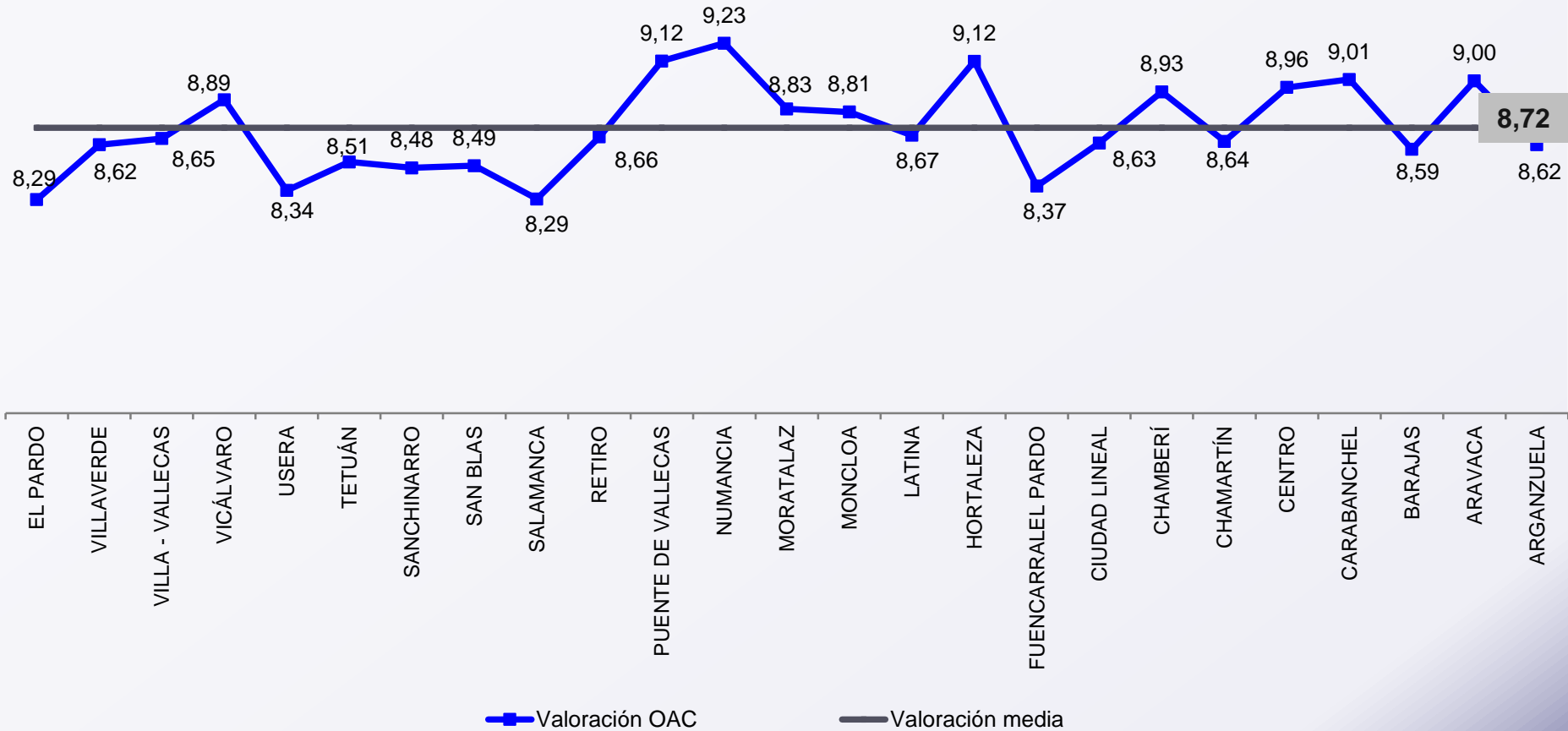
# Tipo de gestión



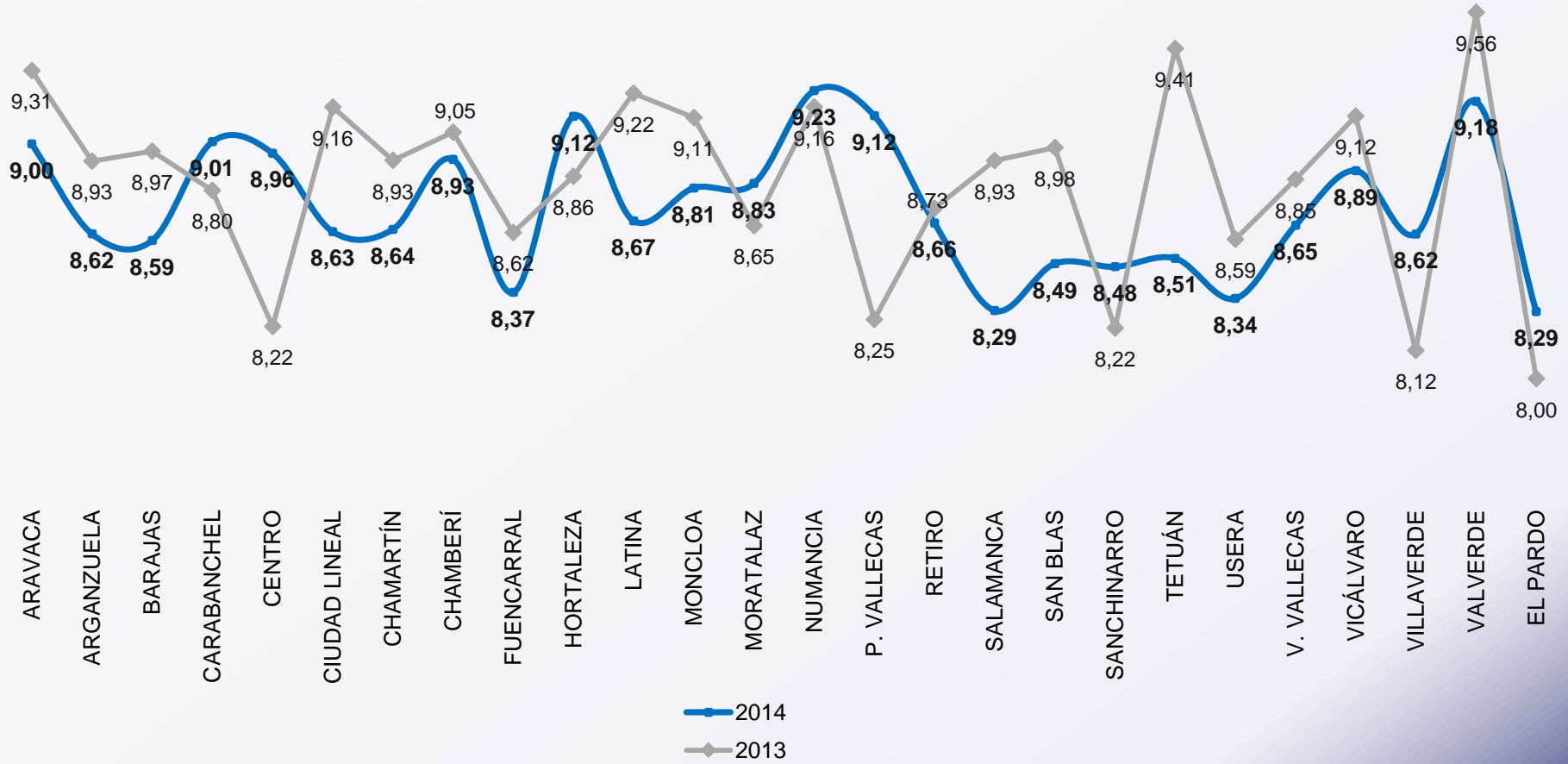
# ¿Qué organismo cree que gestiona esta OAC?



Base 2013: 4.537 usuarios/as  
Base 2014: 4.782 usuarios/as



## Evolución de la satisfacción global media por OAC (2013 - 2014)



# Atención personal

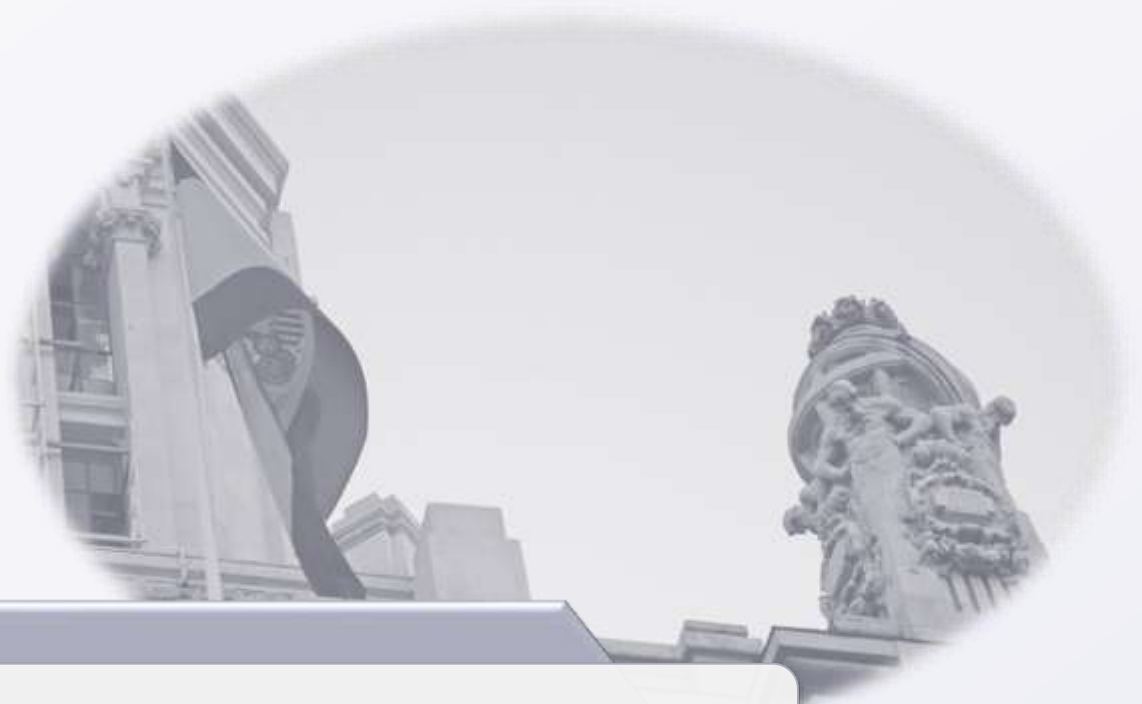




# Importancia de la satisfacción global

(Análisis de regresión lineal múltiple)





## III. Canal Telefónico

---

**TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN:** encuesta telefónica mediante cuestionario.

---

**UNIVERSO:** usuarios del servicio de atención telefónica 010.

---

**TAMAÑO MUESTRAL:** 2.001 entrevistas.

---

**MUESTREO Y SELECCIÓN DE INFORMANTES:** usuarios seleccionados aleatoriamente a partir de la base de datos de usuarios del servicio de atención telefónica 010 facilitada por la Subdirección General de Atención al Ciudadano.

---

**ERROR MUESTRAL:** Tomando como universo el total de la base de datos, el error para el total de la muestra es del +/- 2,01% para un nivel de confianza del 95.5% (2sigma) y  $p=q=50\%$ .

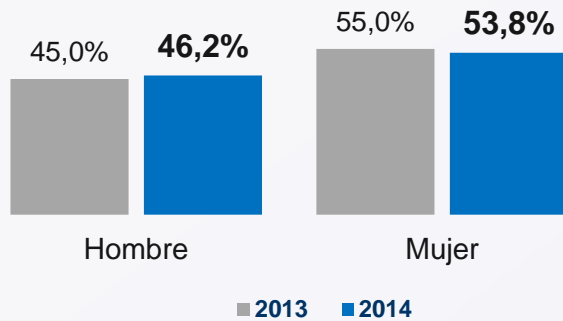
---

**FECHA DEL TRABAJO DE CAMPO:** 6 de octubre al 27 de noviembre de 2014

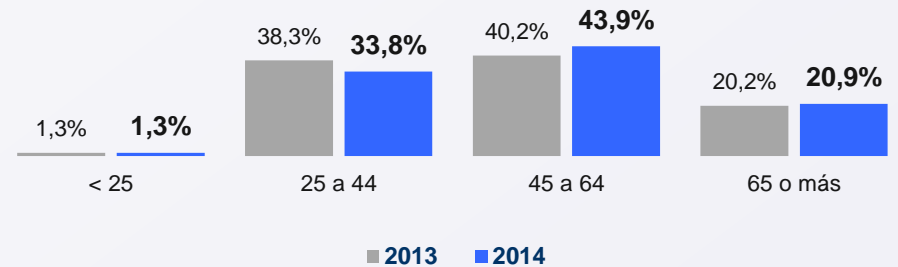
---

**TRABAJO REALIZADO** por Quota Research.com

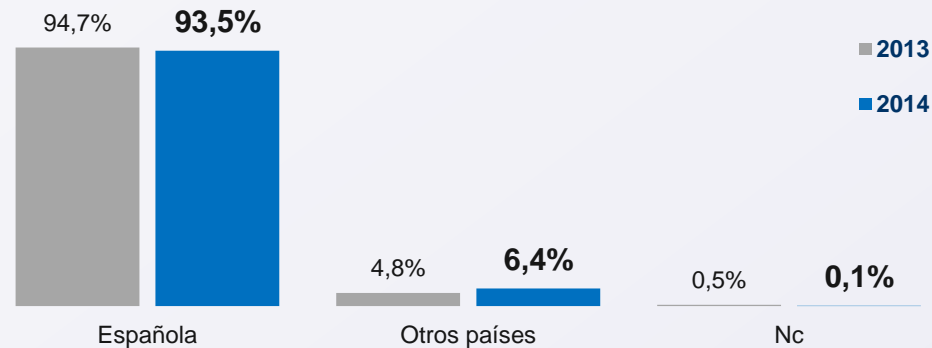
## Género



## Edad (años)



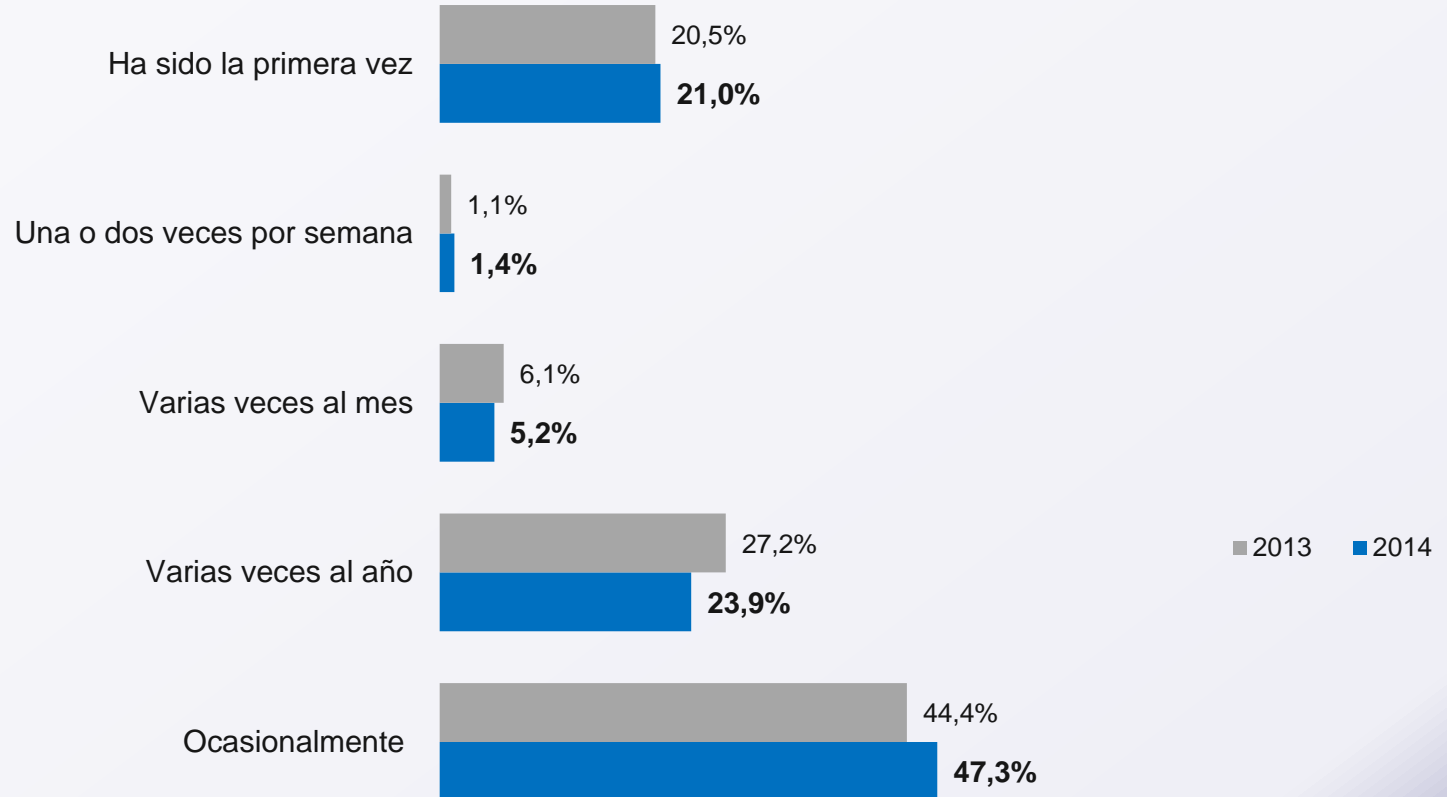
## Nacionalidad



Base 2014: 2001 usuarios/as

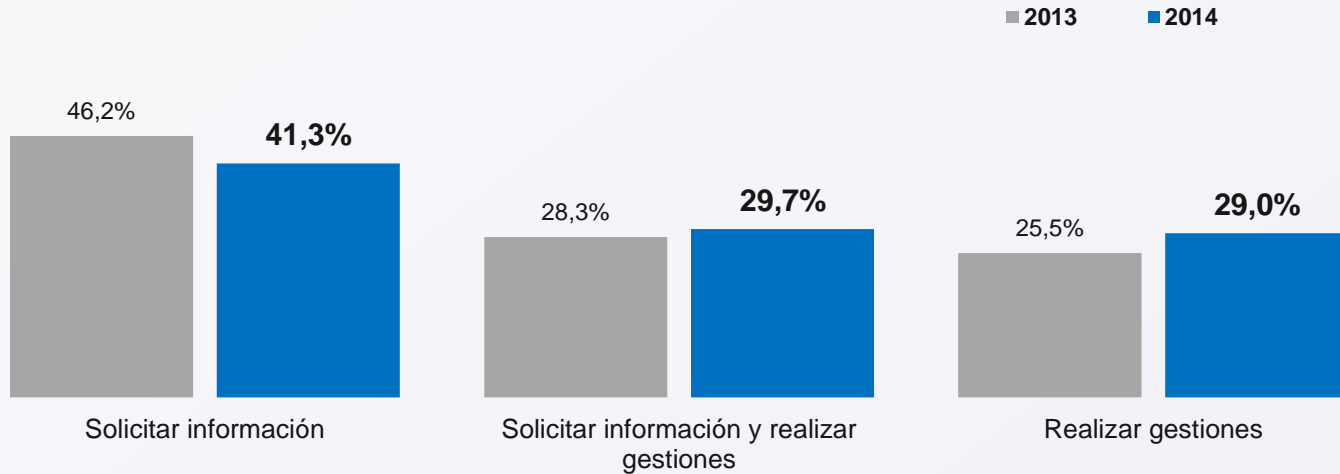
Base 2013: 2005 usuarios/as

# Frecuencia de la llamada

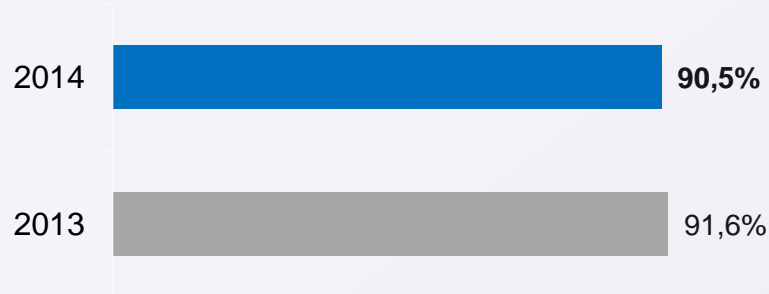


Base 2014: 2001 usuarios/as  
 Base 2013: 2005 usuarios/as

## Motivo de la llamada



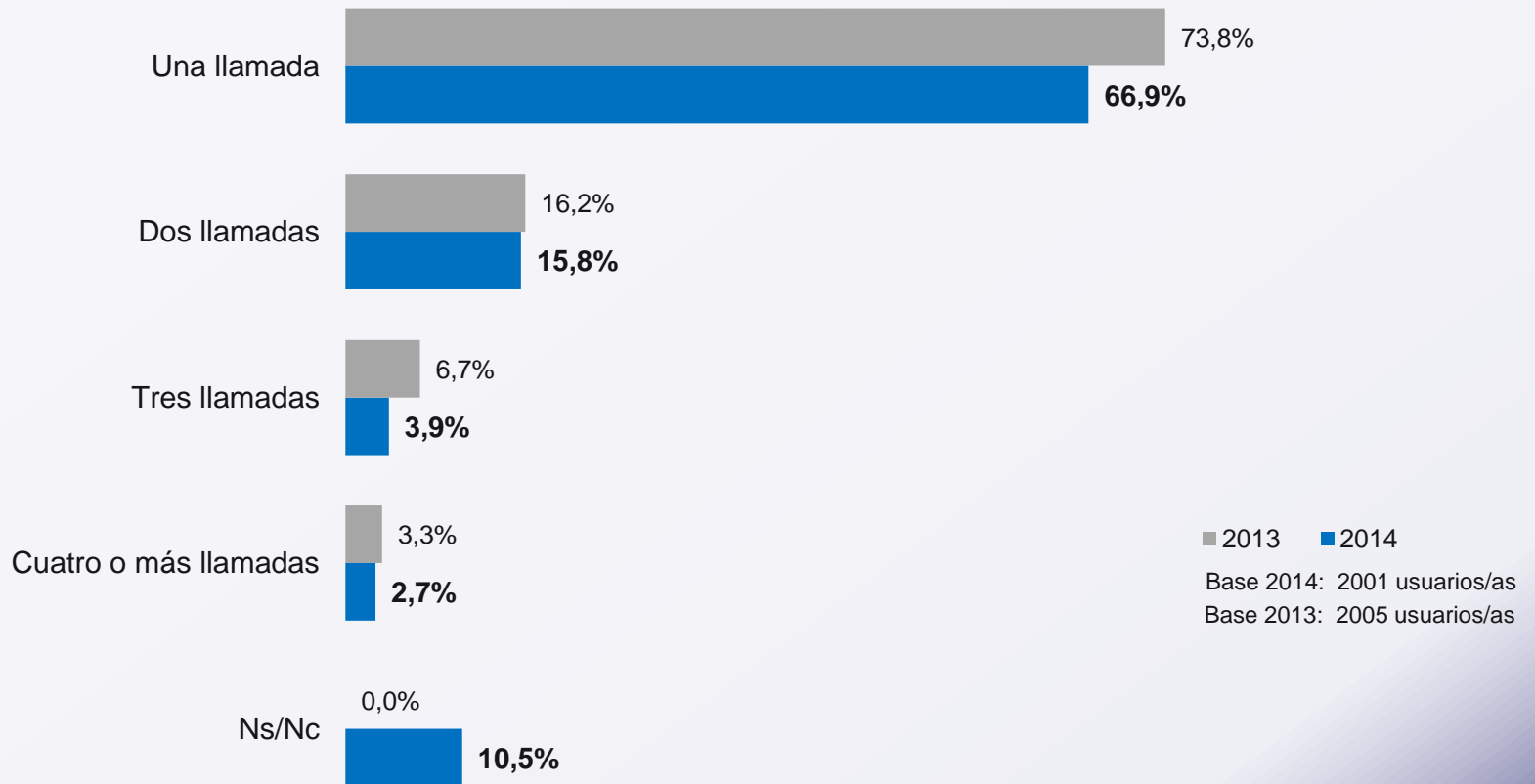
## Carácter de la gestión (% particular)



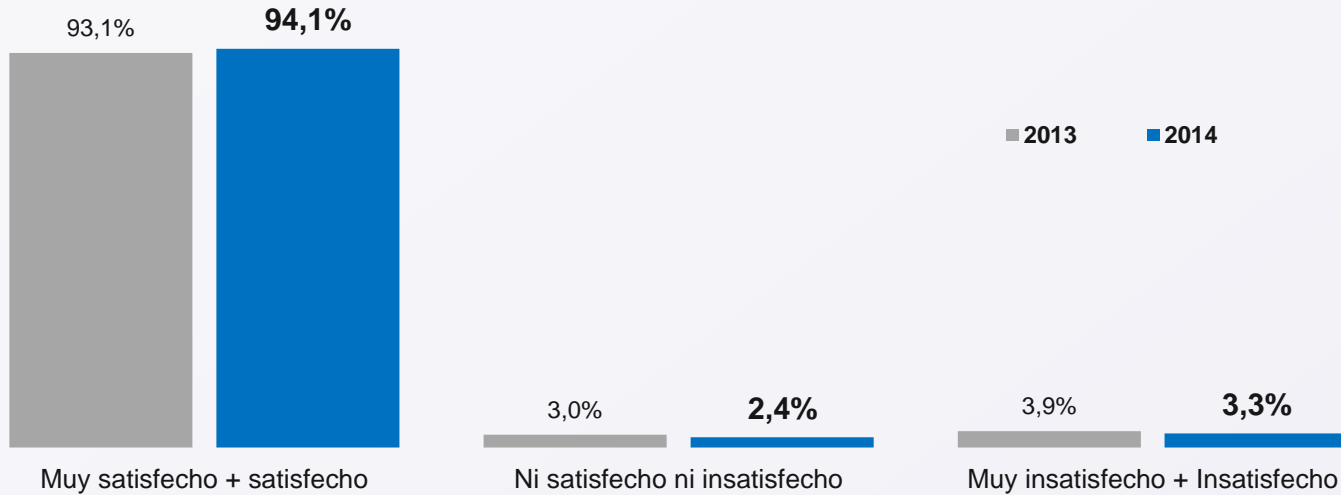
Base 2014: 2001 usuarios/as

Base 2013: 2005 usuarios/as

# Número de llamadas necesarias para contactar



## Satisfacción global



## Valoración media

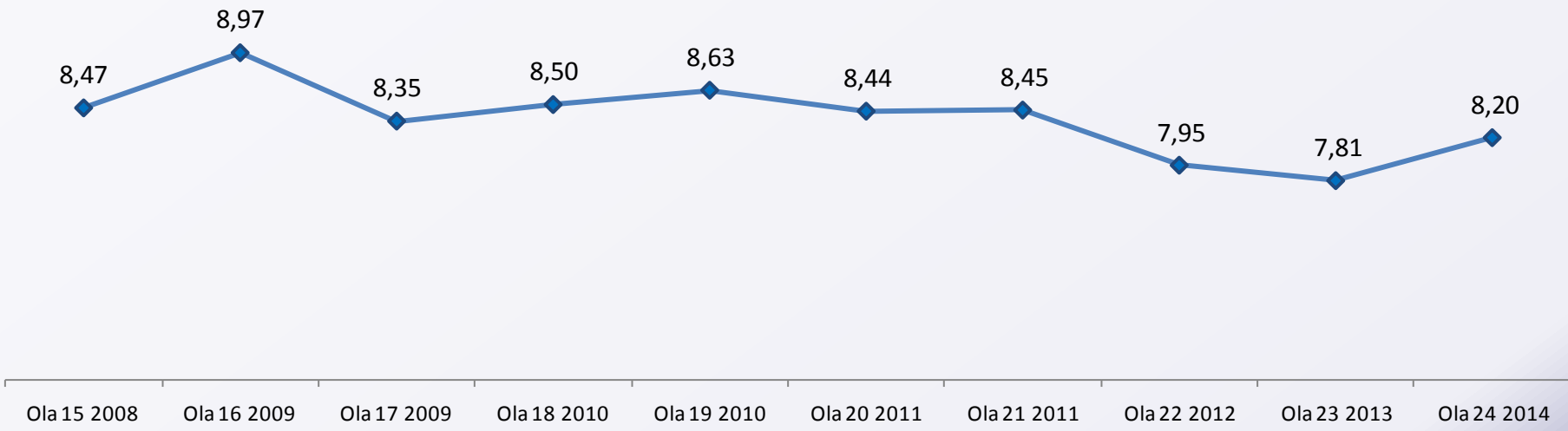


Base 2014: 2001 usuarios/as  
Base 2013: 2005 usuarios/as

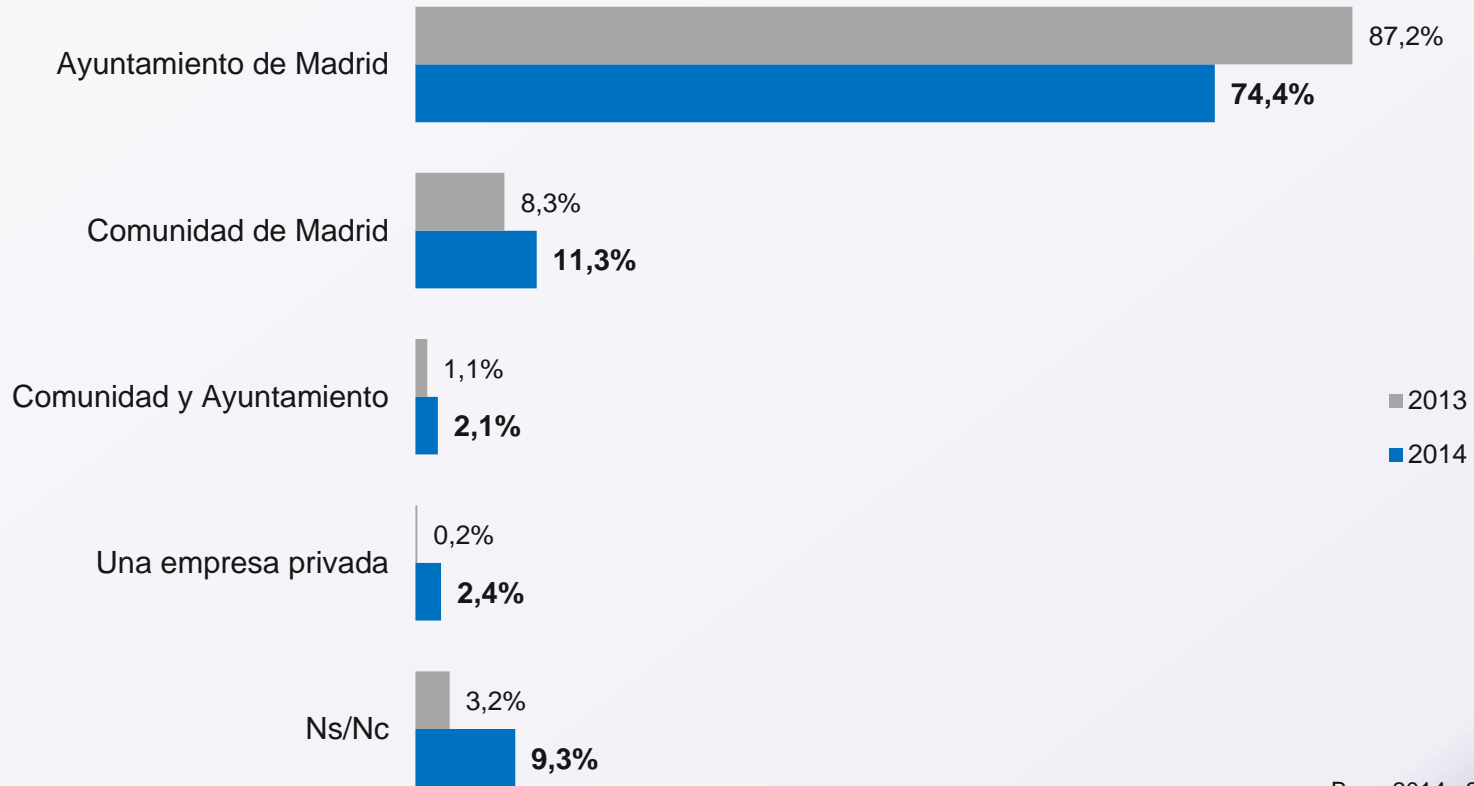


# Evolución de la satisfacción global media

(2008 – 2014)

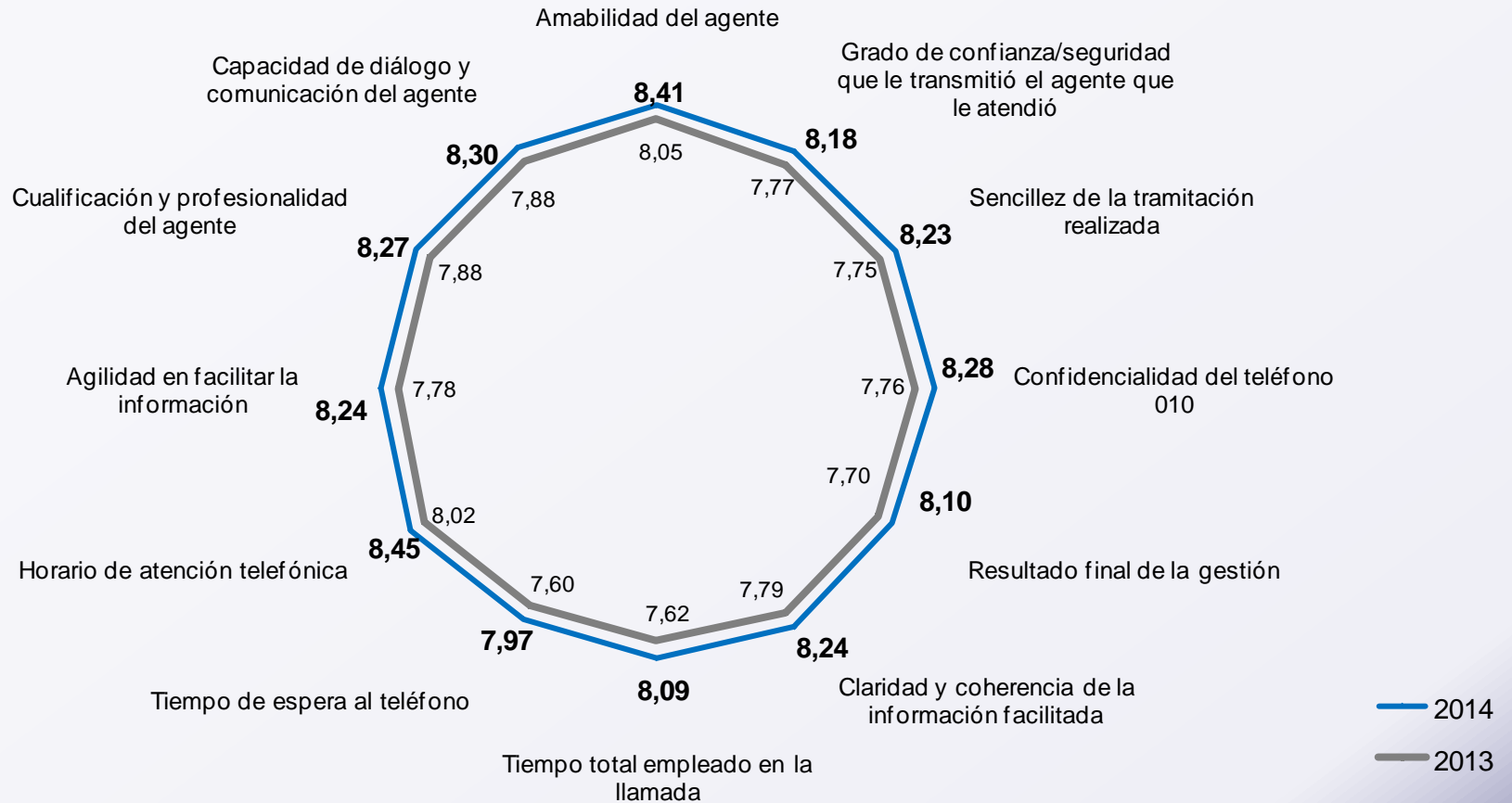


# ¿Qué organismo cree que gestiona el servicio?



Base 2014: 2001 usuarios/as  
 Base 2013: 2005 usuarios/as

# Atención personal



Base 2014: 2001 usuarios/as  
 Base 2013: 2005 usuarios/as

# Importancia de la satisfacción global

(Análisis de regresión lineal múltiple)





## IV. Canal Telemático

---

**TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN:** encuesta autocumplimentada mediante cuestionario.

---

**UNIVERSO:** usuarios del servicio [www.madrid.es](http://www.madrid.es)

---

**TAMAÑO MUESTRAL:** 3.062 encuestas autocumplimentadas de 46.619 invitaciones a participar (Tasa de Respuesta: 15,2%).

---

**MUESTREO Y SELECCIÓN DE INFORMANTES:** usuarios seleccionados aleatoriamente a partir de la base de datos de usuarios del servicio.

---

**ERROR MUESTRAL:** Tomando como universo el total de registros en la base de datos de usuarios, el error para el total de la muestra es del +/- 1,75% para un nivel de confianza del 95.5% (2sigma) y  $p=q=50\%$ .

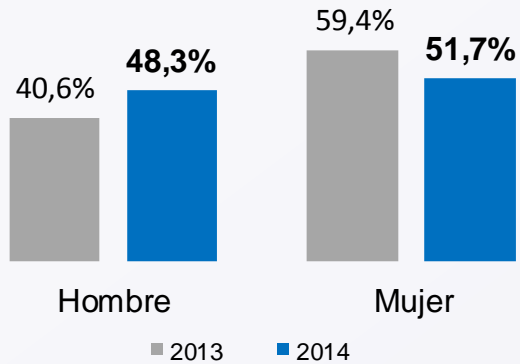
---

**FECHA DEL TRABAJO DE CAMPO:** Noviembre de 2014

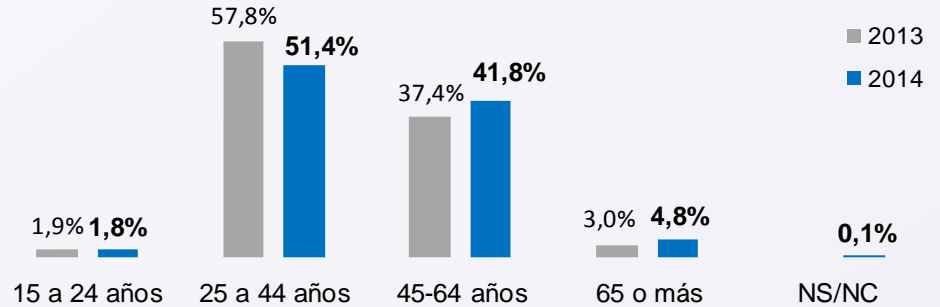
---

**TRABAJO REALIZADO** por Quota Research.com

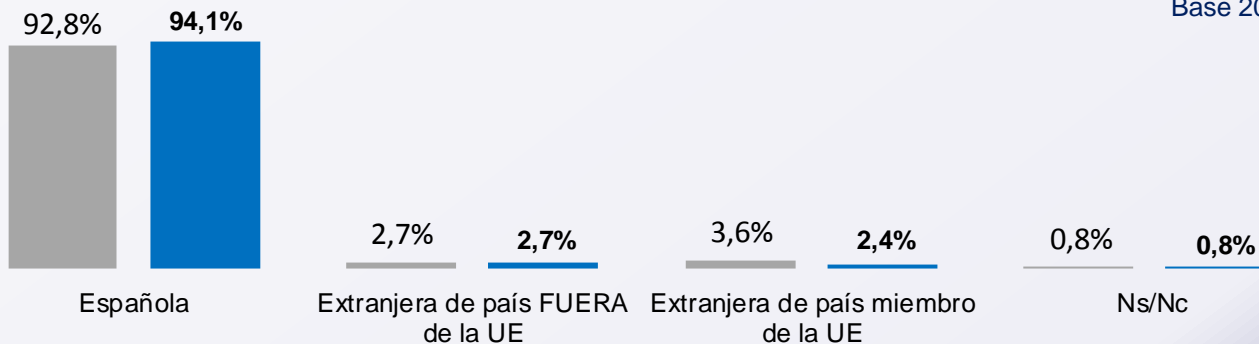
## Género



## Edad (años)

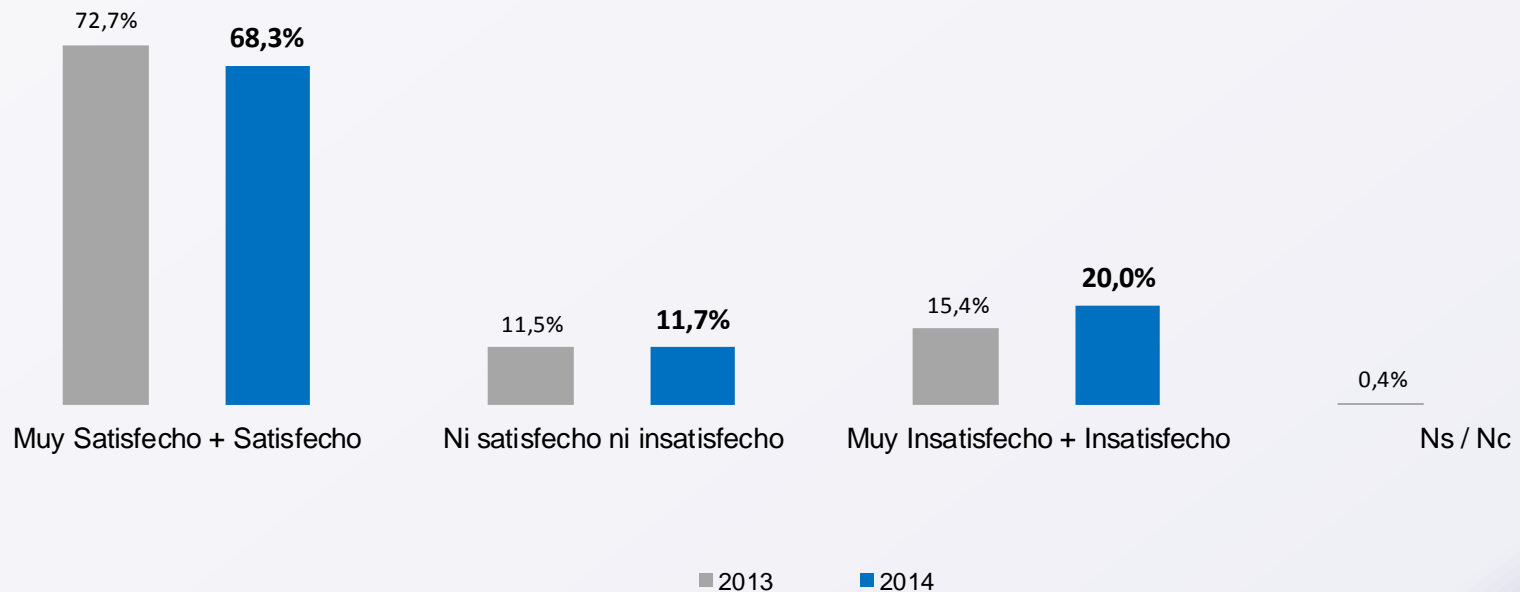


## Nacionalidad



Base 2013: 3.102 usuarios/as  
Base 2014: 3.061 usuarios/as

## Satisfacción global

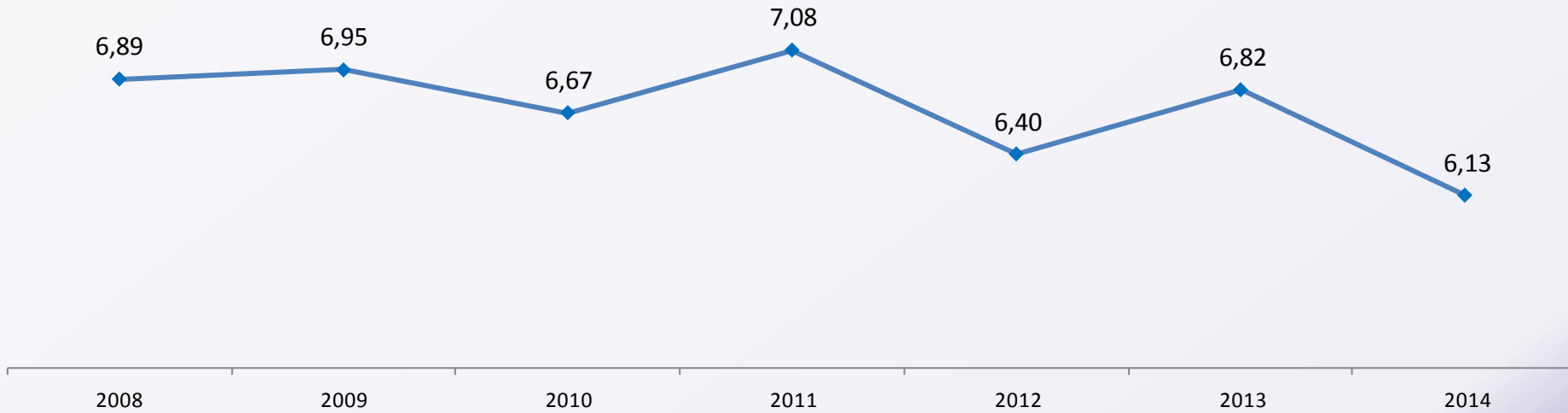


Base 2013: 3.102 usuarios/as  
 Base 2014: 3.061 usuarios/as

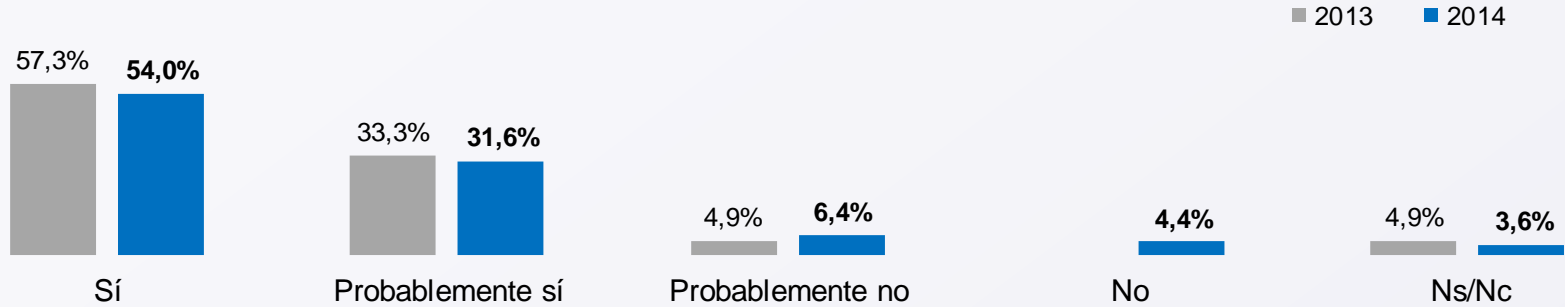


# Evolución de la satisfacción global media

(2008 – 2014)

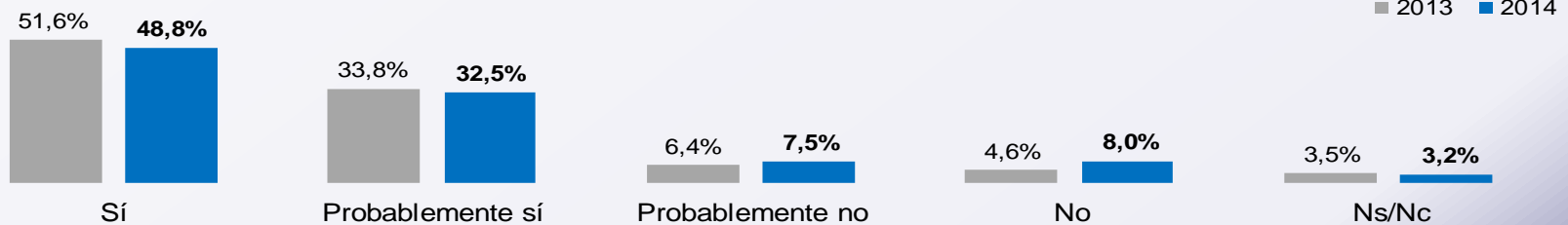


## Fidelidad

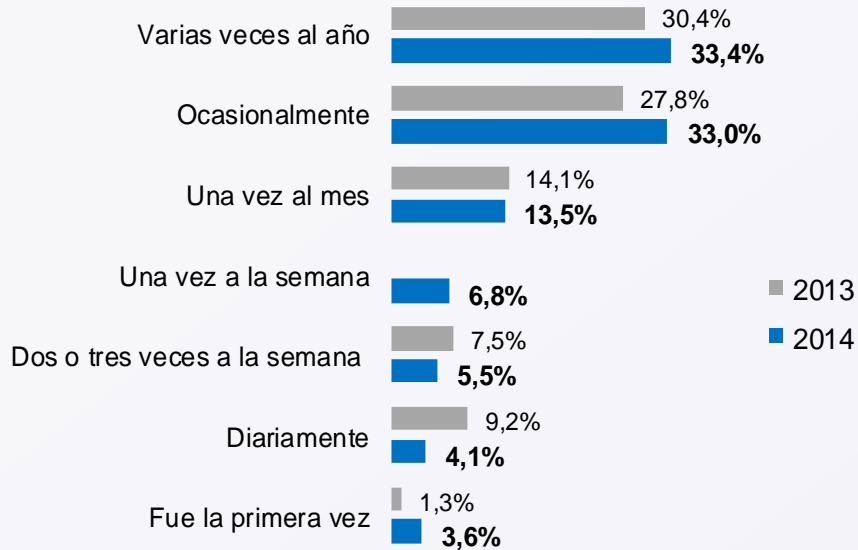


## Recomendación del servicio

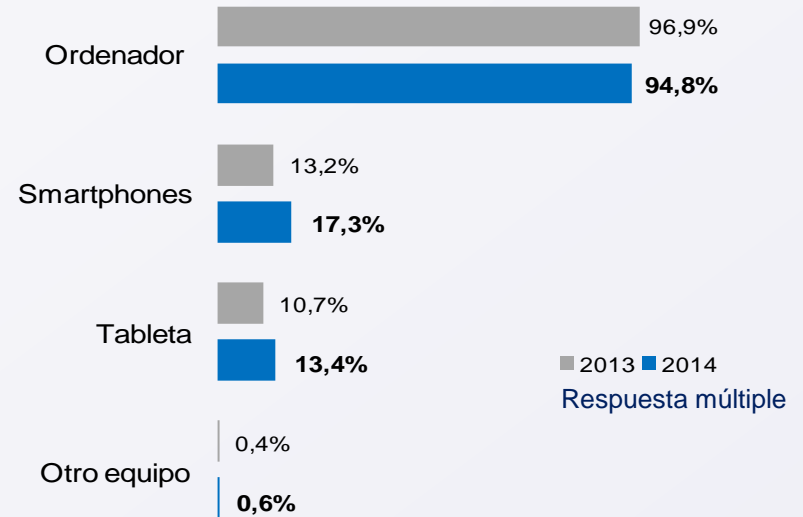
Base 2013: 3.102 usuarios/as  
Base 2014: 3.061 usuarios/as



## Frecuencia de uso



## Acceso a la Web



Base 2013: 3.102 usuarios/as  
Base 2014: 3.061 usuarios/as

## Carácter de la gestión

(% particular)

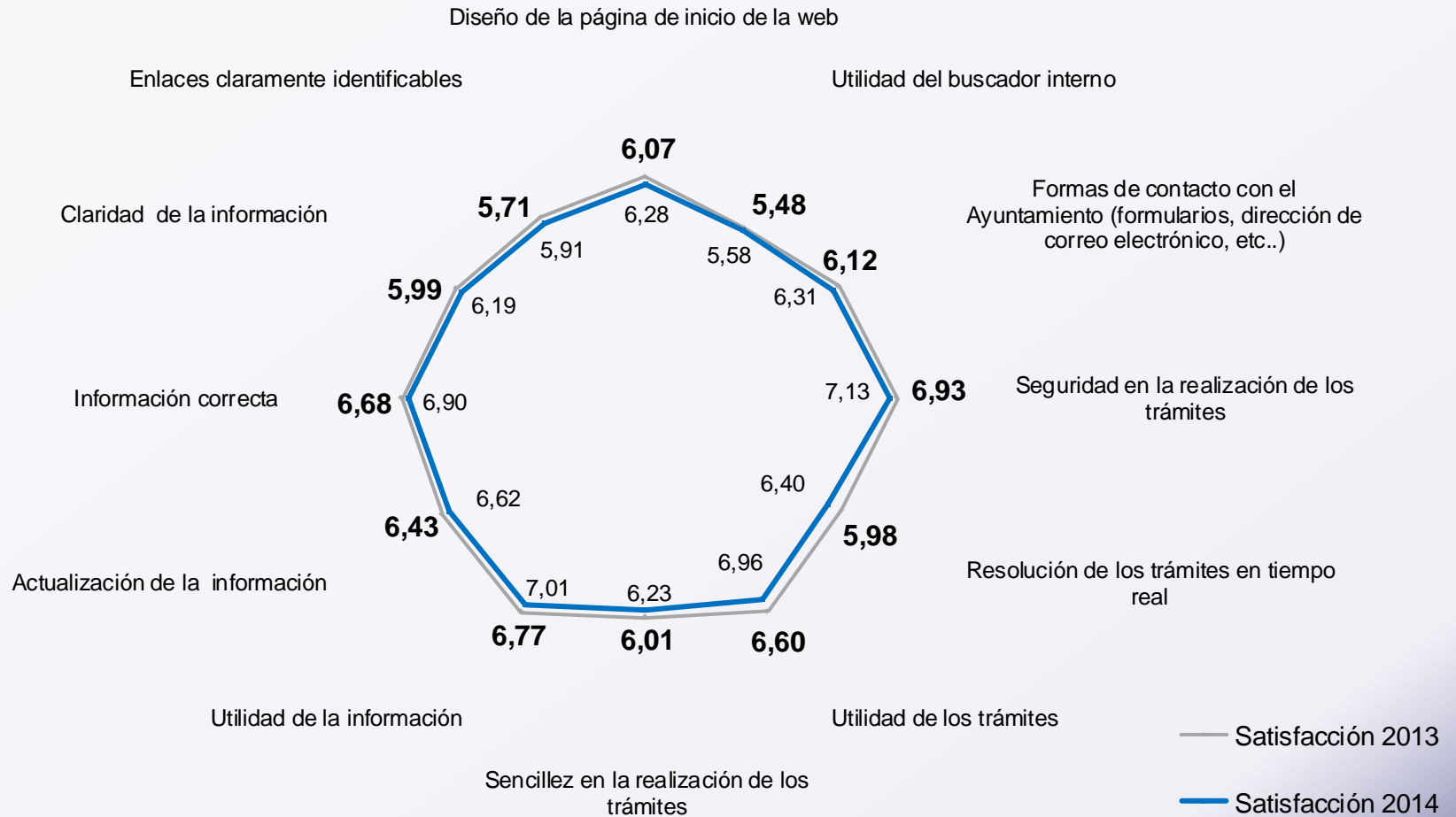


## ¿Qué organismo cree que gestiona el servicio?



Base 2013: 3.102 usuarios/as  
Base 2014: 3.061 usuarios/as

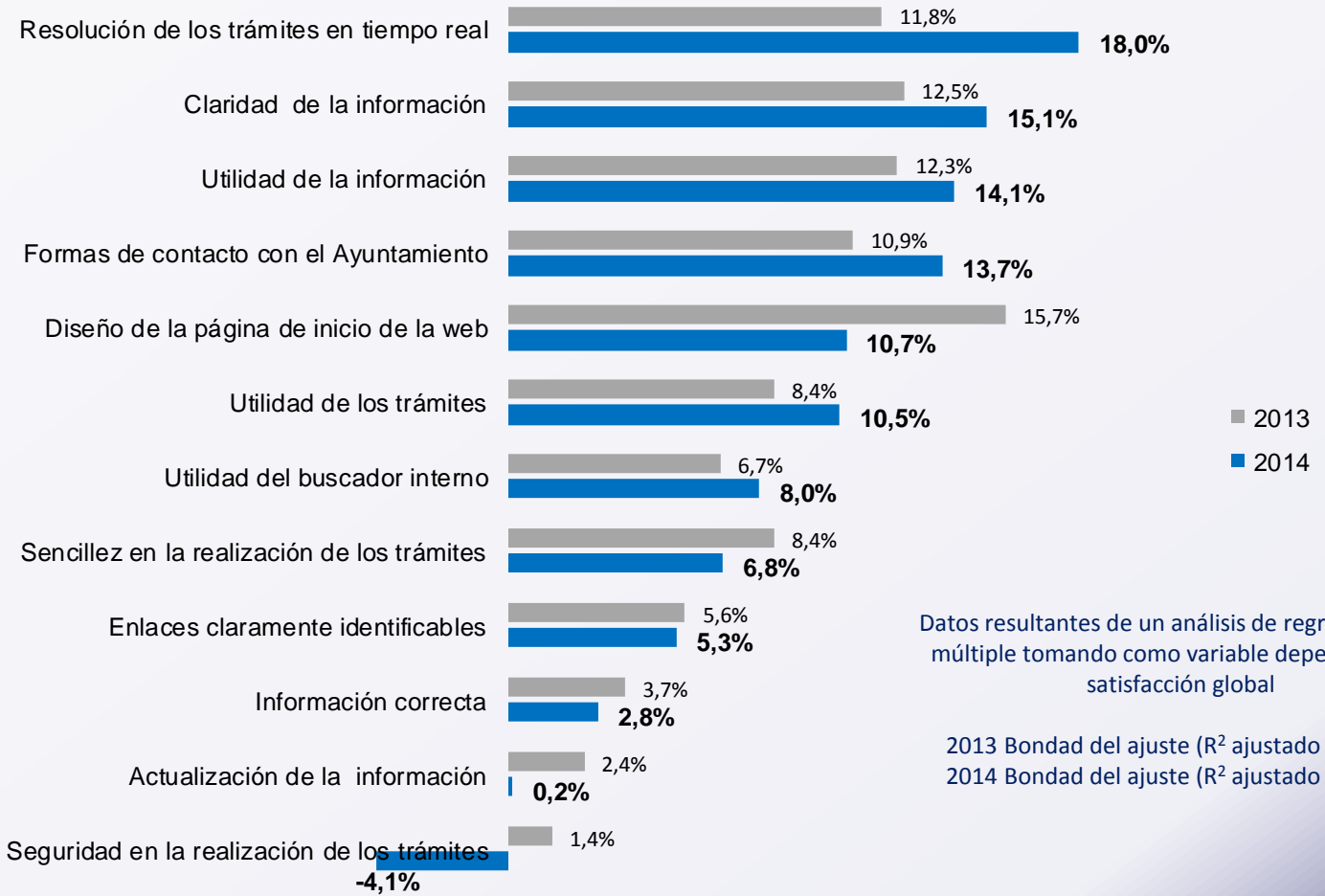
# Calidad de servicio



Base 2013: 3.102 usuarios/as  
Base 2014: 3.061 usuarios/as

# Importancia de la satisfacción global

(Análisis de regresión lineal múltiple)



Datos resultantes de un análisis de regresión lineal múltiple tomando como variable dependiente la satisfacción global

2013 Bondad del ajuste ( $R^2$  ajustado) = 0,992  
 2014 Bondad del ajuste ( $R^2$  ajustado) = 0,979



## V. Cliente Interno

---

**TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN:** encuesta autocumplimentada mediante cuestionario.

---

**UNIVERSO:** Responsables de servicios prestados por Línea Madrid a los ciudadanos (incluyendo a los secretarios de Juntas Municipales de Distrito, Subdirectores, Jefes de Servicio y de Departamento y otras unidades).

---

**TAMAÑO MUESTRAL:** 20 encuestas autocumplimentadas de 92 clientes internos.

---

**MUESTREO Y SELECCIÓN DE INFORMANTES:** Censal: a la totalidad de Clientes Internos de Línea Madrid (Secretarios de Juntas Municipales de Distrito, Subdirectores, Jefes de Servicio y de Departamento, y otras unidades).

---

**TASA DE RESPUESTA:** 21,7% sobre un universo total de 92 contactos.

---

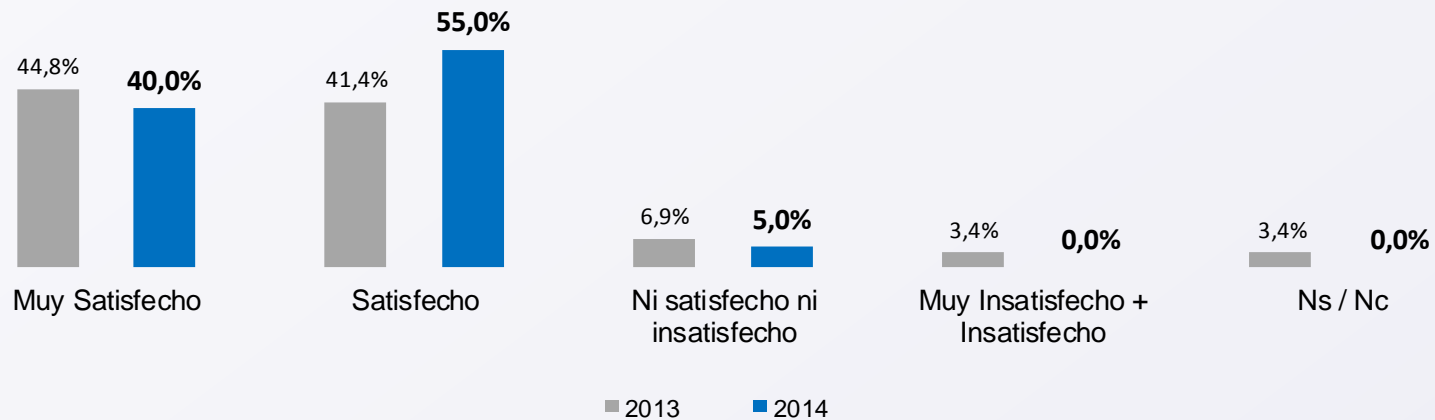
**FECHA DEL TRABAJO DE CAMPO:** Noviembre de 2014

---

**TRABAJO REALIZADO** por Quota Research.com



# Satisfacción global



Base 2013: 29 clientes/as

Base 2014: 20 clientes/as

# Evolución de la satisfacción global media

(2010 – 2014)



Base 2013: 29 clientes/as  
Base 2014: 20 clientes/as

# Valoraciones generales





## VI. Twitter

---

**TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN:** encuesta autocumplimentada mediante cuestionario.

---

**UNIVERSO:** Usuarios de Twitter @lineamadrid.

---

**TAMAÑO MUESTRAL:** 83 encuestas autocumplimentadas.

---

**MUESTREO Y SELECCIÓN DE INFORMANTES:** Censal sobre usuarios de Twitter @lineamadrid. La encuesta fue publicada en el perfil de Lineamadrid de Twitter; todos los usuarios del servicio fueron, por tanto, invitados a participar en el estudio cumplimentando la encuesta.

---

**FECHA DEL TRABAJO DE CAMPO:** Noviembre de 2014

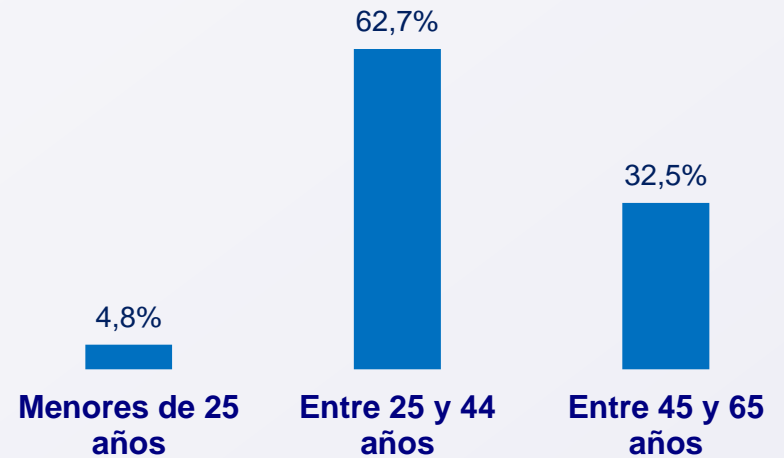
---

**TRABAJO REALIZADO** por Quota Research.com

## Género

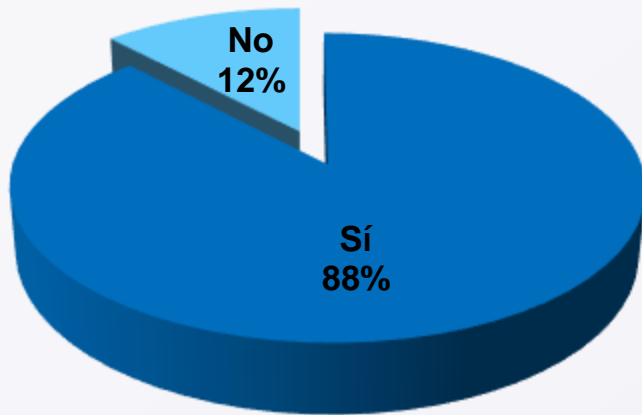


## Edad (años)

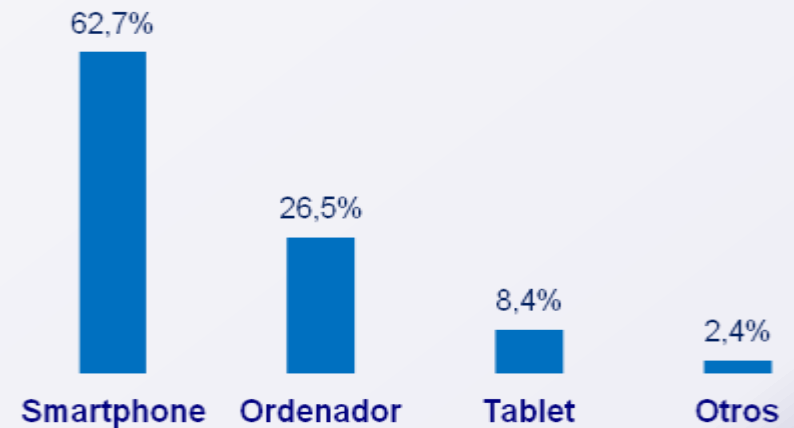


Base 2014: 83 usuarios/as

# ¿Nos sigues?



# ¿Desde qué dispositivo te conectas habitualmente a Twitter?



Base 2014: 83 usuarios/as

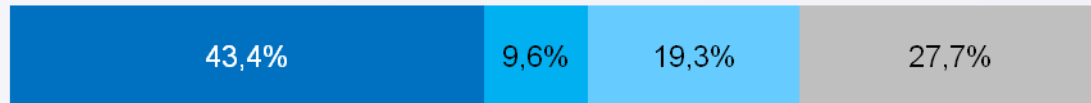
# Valoraciones generales

Utilidad de la información ofrecida en nuestros tweets



**Media: 6,26**  
**Base: 83 personas**

La respuesta facilitada por @lineamadrid

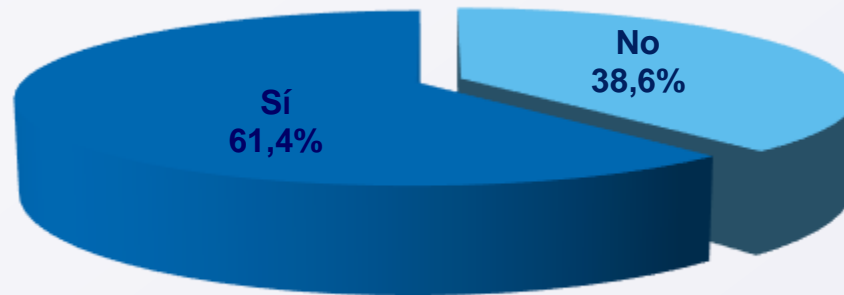


**Media: 6,96**  
**Base: 60 personas**

■ Muy Satisfecho   ■ Ni Satisfecho/Ni Insatisfecho   ■ Nada Satisfecho   ■ Ns/Nc



# En el caso de haber mencionado @lineamadrid... ¿se solucionó satisfactoriamente lo que requerías de nosotros?



Base 2014: 57 usuarios/as



**¡GRACIAS POR SU ATENCIÓN!**

