

# Grupo de Mejora COMUNICACIÓN

JORNADA TÉCNICA  
junio 2011

Líneamadrid 



Dirección General de Calidad  
y Atención al Ciudadano

Área de Gobierno de Hacienda  
y Administración Pública



## ¿Por qué Comunicación?

**Autoevaluación EFQM**

**Plan de mejora**

**Informe de evaluación AENOR**

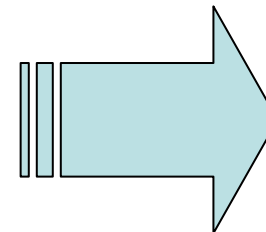
**Certificación 400+**

**6 Acciones de mejora**



**Líneamadrid**

Servicio acreditado con el Sello de Excelencia Europea 400+ por su Modelo de Gestión

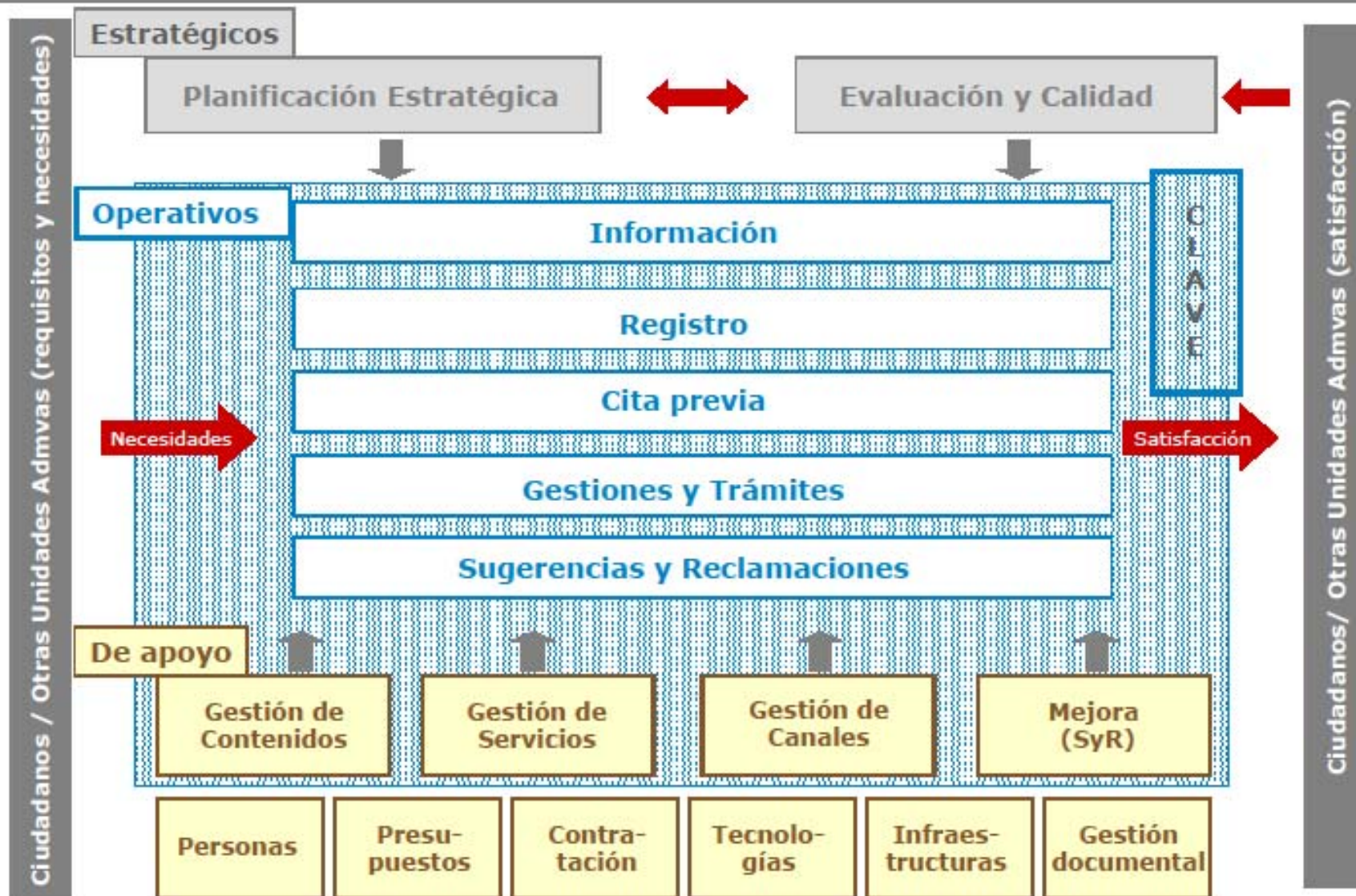


**500+**



Definición e implantación de un procedimiento de gestión del plan anual de COMUNICACIÓN de Línea Madrid

# Mapa de Procesos Línea Madrid



PLAN DE COMUNICACIÓN

¿qué?

1

¿cómo?

4

¿quién?

3

5

¿cuándo?

2

¿por qué?

# elementos de la comunicación

5

objetivos

contenidos

públicos

emisores

formatos



## PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN 2011-2015

1. Introducción
2. Diagnóstico inicial
3. Objetivos
4. Líneas estratégicas de acción
5. Contenidos
6. Públicos objetivo
7. Emisores
8. Formatos, soportes y canales
9. Recursos
10. Evaluación del plan
11. Cronograma
12. Créditos

- Anexo I: Indicadores
- Anexo II. Ejemplos notas de prensa
- Anexo III: Glosario
- Anexo IV: Tríptico informativo pago voluntario tributos
- Anexo V: Ejemplo comunicación nuevo tema en [www.madrid.es](http://www.madrid.es)
- Anexo VI: Ejemplo comunicación convocatoria jornada
- Anexo VII: Ejemplo aparición en medios de comunicación
- Anexo VIII: Manual de Identidad Corporativa
- Anexo IX: Intranet municipal "Ayre". Canal Atención al Ciudadano

## Áreas de mejora en COMUNICACIÓN. Informe AENOR

- ➔ No resultados de **indicadores** relevantes “eficacia comunicación”
- ➔ No evidencia de **evaluación eficacia** comunicación a grupos interés
- ➔ Discontinuidad en **participación** e **impulso** de equipos de mejora por líderes
- ➔ No **plan comunicación** interno
- ➔ No definidas **relaciones** de Unidad de Gestión del Conocimiento con Comisión General Formación e Instituto Formación y Estudios
- ➔ No evidencia de **metodología** para fomentar y apoyar participación en actividades mejora
- ➔ En 2009 **satisfacción** de **usuario** de **Web** inferior a Ayto. Barcelona y CM

diagnóstico inicial



## LA VISION DE LÍNEA MADRID ES...

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



**Líneamadrid**

Servicio acreditado con el  
Sello de Excelencia Europea 400+  
por su Modelo de Gestión



## OBJETIVOS estratégicos

1 Fomentar el **conocimiento** de Línea Madrid y sus características (especialmente su carácter multicanal), así como su identificación con el Ayuntamiento de Madrid

2 Promover una **valoración positiva** de Línea Madrid, como organización pública líder en materia de atención multipropósito a la ciudadanía en el ámbito nacional

3 Promover la **utilización racional y eficiente** de los canales y servicios de Línea Madrid

4 Incrementar la satisfacción y el compromiso de las **personas** que forman Línea Madrid, favoreciendo su participación y sentido de pertenencia

**objetivo**



**indicadores**



**registro / fuente**



**tipo**



**escala**



**valor objetivo**

**5**

**LÍNEAS DE ACCIÓN** estratégicas

- 1 Promover la identificación de Línea Madrid a través de comunicaciones realizadas por terceros**
- 2 Proactividad y personalización en las comunicaciones con todos los públicos objetivo**
- 3 Favorecer la accesibilidad y participación**
- 4 Formalizar e implantar el proceso de gestión de comunicación**
- 5 Impulsar el Canal Atención al Ciudadano de Ayre**

**PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN LÍNEA MADRID  
2011 - 2015**

**cronograma**

**Fase de Diagnóstico**

2011	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
•Identificación	■	■									
•Diseño metodología	■	■									
•Ejecución evaluación	■	■									
•Informe y propuestas	■	■									

**Fase de Diseño del Plan Estratégico y del Anual**

•Constitución GM	■										
•Definición de los apartados del Plan		■									
•Diseño		■	■								
•Elaboración del documento			■	■							
•Difusión del documento				■	■						

**Fase de Ejecución 2011**

•Implantación de acciones específicas	<b>Plan 2011</b>			<b>Plan 2012</b>		<b>Plan 2013</b>		<b>Plan 2014</b>			
•Seguimiento y control (evaluación de proceso)											

**Fase de Evaluación de resultados 2015**

•Recogida de datos	<b>Primer trimestre 2015</b>										
•Análisis											
•Informe y propuestas de mejora											

**Revisión del Plan y nueva implantación 2015 - 2019**

•Confeción nuevo documento	<b>Segundo trimestre 2015</b>										
•Difusión nuevo documento											
•Implantación del Plan revisado											

## NIVEL ESTRATÉGICO

### CONTENIDOS COMUNICACIÓN

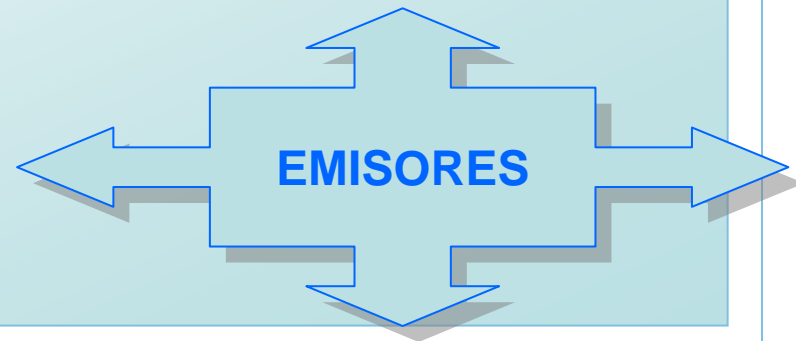
- ① Identidad, estrategia y resultados clave
- ② Servicios
- ③ Capacidades y procesos
- ④ Mensajes relacionados con las personas
- ⑤ Participación, formación, calidad y procesos de mejora

- 😊 **Toda la ciudadanía**
- 😊 **Segmentos específicos de la ciudadanía**
- 😊 **Clientes internos**
- 😊 **Proveedores**
- 😊 **Aliados**
- 😊 **Sector Atención al Ciudadano**
- 😊 **Personas**

**PÚBLICO  
OBJETIVO**



- 😊 **Alta Dirección**
- 😊 **Servicio de Atención Personalizada**
- 😊 **Servicio de Implantación y Seguimiento de Servicios**
- 😊 **Departamento de Sugerencias y Reclamaciones**
- 😊 **Departamento de Coordinación de Oficinas Línea Madrid**
- 😊 **Departamento de Gestión de Contenidos**
- 😊 **Unidad Técnica de Coordinación**
- 😊 **Departamento de Atención Telemática**
- 😊 **Departamento de Gestión Administrativa**
- 😊 **Unidad de Gestión del Conocimiento**



## FORMATOS, SOPORTES Y CANALES

- Interacciones personales
- Correo electrónico
- Ayre
- Foro, correo: sugerencias, formación
- [www.madrid.es/lineamadrid](http://www.madrid.es/lineamadrid)
- Notas de prensa
- Folletos, campañas y materiales promocionales de terceros
- Publicaciones de terceros
- Reuniones y jornadas propias
- Jornadas organizadas por otros
- Visitas programadas
- Vídeo
- Cartelería y mensajes
- Redes sociales electrónicas
- SMS, MMS

# ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN



2011  
PLAN  
estratégico  
anual

PLAN  
2012

PLAN  
2013

PLAN  
2014

2015  
PLAN  
anual  
estratégico

**Plan Estratégico de Comunicación 2011-2015**

**Plan Anual de Comunicación 2011**

**acciones**

## PLAN ANUAL DE COMUNICACIÓN ACCIONES

Línea estratégica 1: Promover la identificación de Línea Madrid a través de las **comunicaciones realizadas por terceros**, y en particular por otros servicios municipales.

Acción	Objetivos	Emisor/Responsable	Público objetivo	Formatos, canales y soportes	Referencias	Impacto/Esfuerzo
Revisar formatos (folletos, cartas, correos, publicación Web, etc.) en los que esté implicado Línea Madrid, para introducir marca y referencias multicanal	Conocimiento	Departamento de Gestión de Contenidos	Ciudadanía	<a href="http://www.madrid.es">www.madrid.es</a> , folletos, campañas y materiales promocionales realizados por terceros		Medio/medio: programar
Publicar vídeo sobre Línea Madrid en Youtube	Todos	Subdirección General de Atención al Ciudadano	Ciudadanía	Vídeo		Medio/bajo: realizar
Publicar entrada sobre Línea Madrid en <a href="http://www.wikipedia.org">www.wikipedia.org</a>	Todos	Departamento de Atención Telemática	Ciudadanía	Texto/web		Medio/bajo: realizar
Enviar notas de prensa a Dirección General de Medios de Comunicación informando de novedades en Línea Madrid para su difusión en medios	Todos	Dirección General de Calidad y Atención al Ciudadano	Ciudadanía	Notas de prensa		Medio/bajo: realizar

Línea estratégica 2: **proactividad y personalización** en las comunicaciones con todas las categorías de público objetivo y especialmente con la ciudadanía, en particular con quienes reciben servicios de Línea Madrid.

Acción	Objetivos	Emisor/Responsable	Público objetivo	Formatos, canales y soportes	Referencias	Impacto/Esfuerzo
Difundir la publicación sobre los estudios de satisfacción de Línea Madrid 2002-2011	Todos	Subdirección General de Atención al Ciudadano	Todos	Publicación en papel en OAC Publicación en formato electrónico en <a href="http://www.madrid.es">www.madrid.es</a> , correo electrónico y Ayre	Publicación sobre los estudios de satisfacción de LM 2002-2011 de Quota	Medio/Bajo: realizar
Promover la visita de alumnos de enseñanza secundaria a oficinas de Línea Madrid, a través del programa municipal "Madrid, un libro abierto"	Conocimiento Valoración	Unidad de Gestión del Conocimiento	Ciudadanía (estudiantes de secundaria)	Visita a OACs		Medio/Medio: realizar
Promover nuevos contenidos en <a href="http://www.madrid.es/lineamadrid">www.madrid.es/lineamadrid</a> incluyendo difusión de las actividades de cara al ciudadano: "Madrid un libro abierto", algunos procesos, mayor énfasis cuando se lanzan servicios nuevos, y similares	Conocimiento Valoración	Departamento de Gestión de Contenidos	Ciudadanía Sector "Atención al Ciudadano"	<a href="http://www.madrid.es/lineamadrid">www.madrid.es/lineamadrid</a>		Medio/Bajo: realizar
Ofrecer <a href="http://www.madrid.es">www.madrid.es</a> como alternativa para la realización de gestiones	Conocimiento Uso eficiente	Subdirección General de Atención al Ciudadano	Ciudadanía	Cartel informativo en OAC Mensaje grabado en 010 Mensaje en página de inicio de <a href="http://www.madrid.es">www.madrid.es</a> Mensajes por correo electrónico a ciudadanos usuarios de cita previa		Alto/Bajo: realizar



**Lineamadrid**

Servicio acreditado con el Sello de Excelencia Europea 400+ por su Modelo de Gestión





Acción	Objetivos	Emisor/Responsable	Público objetivo	Formatos, canales y soportes	Referencias	Impacto/Esfuerzo
Recordar a las Unidades Gestoras Descentralizadas la necesidad de darse a conocer y recopilar información de sus propios servicios	Uso eficiente Conocimiento	Departamento de Coordinación Web	Unidades Gestoras Descentralizadas	Correo electrónico Jornada de de Unidades Gestoras de Contenidos Web		Medio/Bajo: realizar
Promocionar la domiciliación de TRU a través de www.madrid.es	Conocimiento Uso eficiente	Servicio de implantación y seguimiento de servicios	Ciudadanía	Correo electrónico a personas que tienen domiciliado IBI pero no TRU	Evaluación de campañas de pago voluntario de tributos	Medio/Bajo: realizar
Incluir el aviso: "Por favor, recuerde anular su cita si no le es posible acudir", en cada citación	Uso eficiente	Servicio de Implantación y Seguimiento de Servicios	Ciudadanos usuarios	Aviso oral en 010 Aviso oral e impreso en OAC Aviso en www.madrid.es		Medio/Bajo: realizar
Confirmar la cita por correo electrónico o SMS	Uso eficiente	IAM	Ciudadanos usuarios	Correo electrónico SMS		Alto/Medio: Realizar



**Lineamadrid**

Servicio acreditado con el Sello de Excelencia Europea 400+ por su Modelo de Gestión

Línea estratégica 3: favorecer la **accesibilidad y participación** de todos los segmentos de público objetivo en la gestión de Línea Madrid.

Acción	Objetivos	Emisor/Responsable	Público objetivo	Formatos, canales y soportes	Referencias	Impacto/Esfuerzo
Comunicar los resultados anuales destacados de Línea Madrid	Conocimiento Valoración Personas	Subdirección General	Todos	Nota de prensa en medios comunicación, <a href="http://www.madrid.es">www.madrid.es</a> y Ayre		Alto/Bajo: realizar
I Jornada de Puertas Abiertas de Línea Madrid a todo el personal del Ayuntamiento de Madrid	Todos	Dirección General de Calidad y Atención al Ciudadano	Personal del Ayuntamiento de Madrid	Jornada Ayre Correo electrónico		Alto/Alto: programar
Implantar programa de visitas cruzadas de clientes internos de Línea Madrid y responsables de otros servicios municipales de atención al ciudadano a Oficinas y plataforma 010	Conocimiento Valoración	Unidad de Gestión del Conocimiento	Clientes internos	Visitas		Medio/Medio: programar
II Jornada de Unidades Gestoras de Contenidos Web	Conocimiento Valoración Personas	Dirección General de Calidad y Atención al Ciudadano	Proveedores internos (unidades gestoras web) y personas (Departamento Gestión de Contenidos y canal <a href="http://www.madrid.es">www.madrid.es</a> )	Jornada Ayre		Alto/Alto: realizar
IV Jornada Técnica Línea Madrid	Conocimiento Valoración Personas	Dirección General de Calidad y Atención al Ciudadano	Personas (responsables Línea Madrid) y Aliados (UTE)	Jornada Ayre	Plan anual de formación y calidad de Línea Madrid 2011	Alto/Alto: realizar



**Lineamadrid**

Servicio acreditado con el Sello de Excelencia Europea 400+ por su Modelo de Gestión



Acción	Objetivos	Emisor/Responsable	Público objetivo	Formatos, canales y soportes	Referencias	Impacto/Esfuerzo
Promocionar la participación en buzón de sugerencias y foro de Línea Madrid	Personas	Unidad de gestión del conocimiento Departamento de Registro y Régimen Jurídico	Personas	Aviso en la página de inicio de Ayre Destacado en el Canal de Atención al Ciudadano Correo electrónico semestral	Plan anual de Formación y Calidad de Línea Madrid 2011	Medio/Bajo: realizar
Trasladar la felicitación de los ciudadanos a las personas de Línea Madrid	Personas	Delegado de Área de Hacienda y Administración Pública Departamento de SYR	Personas	Carta Correo electrónico		Medio/Bajo: realizar
Expresar el reconocimiento por los responsables directos a cada participación y mejora	Valoración Personas	Responsable directo	Personas	Verbal Correo electrónico Foro	Misión, visión y valores de Línea Madrid	Alto/Bajo: realizar



**Líneamadrid**

Servicio acreditado con el Sello de Excelencia Europea 400+ por su Modelo de Gestión

Línea estratégica 4: formalizar e implantar el **proceso de gestión de comunicación** en Línea Madrid (plan estratégico, planes anuales, definición de procesos, asignación de responsabilidades, registros, evaluación y mejora continua).

Acción	Objetivos	Emisor/Responsable	Público objetivo	Formatos, canales y soportes	Referencias	Impacto/Esfuerzo
Elaborar el plan estratégico de comunicación de Línea Madrid 2011-2015	Todos	Grupo de mejora EFQM comunicación Subdirección General	Todos	Todos	Auditoría EFQM Línea Madrid realizada por AENOR, septiembre 2010	Alto/Alto: realizar
Elaborar el plan anual de comunicación de Línea Madrid 2011	Todos	Grupo de mejora EFQM comunicación Subdirección General	Todos	Todos	Auditoría EFQM Línea Madrid realizada por AENOR, septiembre 2010	Alto/Alto: realizar
Recopilar noticias difundidas en cualquier medio relacionadas con Línea Madrid	Conocimiento Valoración Personas	Grupo de mejora EFQM comunicación Subdirección General	Todos	Todos		Alto/Bajo: realizar
Revisar y normalizar formatos de comunicación	Uso eficiente	Grupo de mejora EFQM comunicación Subdirección General	Todos	Todos	Manual de Identidad corporativa	Alto/Medio: realizar



**Lineamadrid**

Servicio acreditado con el  
Sello de Excelencia Europea 400+  
por su Modelo de Gestión

Línea estratégica 5: impulsar el canal "Ayre / Atención al Ciudadano" como herramienta fundamental de comunicación interna.

Acción	Objetivos	Emisor/Responsable	Público objetivo	Formatos, canales y soportes	Referencias	Impacto/Esfuerzo
Renovar por completo el canal "Atención al Ciudadano" de Ayre, usabilidad, participación	Todos	Subdirección General de Atención al Ciudadano Departamento de Registro y Régimen Jurídico	Personas Grupos de interés internos Proveedores internos	Ayre		Alto/Alto: realizar
Elaborar procedimiento para promover la publicación de contenidos en Ayre	Personas	Departamento de Registro y Régimen Jurídico	Personas Grupos de interés internos Proveedores internos	Ayre		Alto/Medio: realizar
Incluir el canal "Atención al Ciudadano" de Ayre entre los contenidos del curso inicial de Línea Madrid	Personas	Unidad de Gestión del Conocimiento	Personas	Ayre		Medio/Bajo: realizar
Publicar sistemáticamente en Ayre, canal "Atención al Ciudadano", como "aviso", la convocatoria de plazas en Línea Madrid y su resolución	Personas	Departamento de Registro y Régimen Jurídico	Personas	Ayre		Medio/Bajo: realizar
Promover el cambio de la "página de inicio" del navegador de todas las personas de Línea Madrid al canal "Atención al Ciudadano" de Ayre	Uso eficiente Personas	Subdirección General de Atención al Ciudadano	Personas	Ayre		Bajo/Bajo: realizar



# Proceso Apoyo Clave 11 : Comunicación

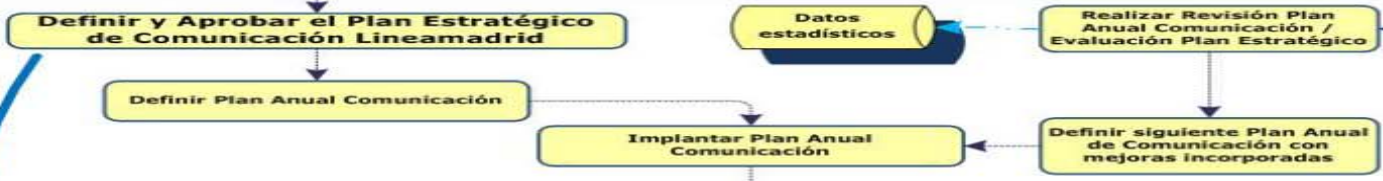
Cientes:  
Ciudadanos  
Segmentos específicos de ciudadanos  
Clientes internos  
Proveedores  
Personas  
Aliados  
Sector "Atención al Ciudadano"

Cientes:  
Ciudadanos  
Segmentos específicos de ciudadanos  
Clientes internos  
Proveedores  
Personas  
Aliados  
Sector "Atención al Ciudadano"

Sistematizar, implantar, gestionar y evaluar la Comunicación en Lineamadrid

Necesidad Sistematizar Comunicación

## Plan Estratégico Comunicación 2011/2015



## Plan Anual Comunicación

Llevar a cabo el Plan de Comunicación

### Canales

- Correo electrónico "Línea Madrid - Todos" / Clientes internos/ Proveedores internos/ Proveedores externos/ Aliados e interesados
- Foro electrónico de discusión sobre Línea Madrid en "Ayre"
- Sitio web [www.madrid.es](http://www.madrid.es) / [www.madrid.es/lineamadrid](http://www.madrid.es/lineamadrid)
- Interacciones con los ciudadanos durante las atenciones realizadas en Oficinas de Atención al Ciudadano y en el 010
- Dirección General de Medios de Comunicación
- Folletos, campañas y materiales promocionales realizados por terceros
- Reuniones y jornadas organizadas por Línea Madrid
- Visitas a las instalaciones de Línea Madrid
- Publicaciones de terceros de cualquier naturaleza
- Cartelería y mensajes
- Participación en jornadas/ eventos organizados por terceros en representación de Línea Madrid
- Redes sociales, espacios de Línea Madrid en Facebook y Twitter"
- Mensajes cortos de telefonía móvil (SMS) o multimedia (MMS)
- Canal "Atención al Ciudadano" de la Intranet municipal "Ayre"

### Líneas Plan Estratégico

- Promover a Línea Madrid como líder en Atención al Ciudadano
- Incrementar la satisfacción y el compromiso de las personas que forman Línea Madrid
- Fomentar el conocimiento e identificación con Ayto Madrid
- Promover la utilización racional y eficiente de los canales y servicios de Línea Madrid

Datos estadísticos

Realizar Evaluación Plan Anual de Comunicación

Plan Estratégico y Anual de Comunicación de Lineamadrid Implantado con mejoras incorporadas

Comunicación Sistematizada e implantada

Línea Madrid  
Subdirección General de Atención al Ciudadano

Línea Madrid  
Subdirección General de Atención al Ciudadano

Cientes:  
Ciudadanos  
Segmentos específicos de ciudadanos  
Clientes internos  
Proveedores  
Personas  
Aliados  
Sector "Atención al Ciudadano"

Cientes:  
Ciudadanos  
Segmentos específicos de ciudadanos  
Clientes internos  
Proveedores  
Personas  
Aliados  
Sector "Atención al Ciudadano"



# Grupo de Mejora COMUNICACIÓN

JORNADA TÉCNICA  
junio 2011

Líneamadrid 



Muchas Gracias

