

Escucha Ciudadana: Estudio sobre la percepción de la calidad del Servicio de Atención Ciudadana del Gobierno vasco para Zuzenean

Dirección de Atención Ciudadana del Gobierno Vasco



Julio, 2010

OBJETIVOS

METODOLOGÍA

INFORME DE RESULTADOS

MODELO DE MEDICION DE LA VOZ DE LA CIUDADANÍA

Objetivos

El objetivo principal de la presente investigación es el de crear un modelo de medición de mejora continua dirigido a recoger la voz de la ciudadanía, en relación a sus necesidades de servicio y expectativas con la Administración Vasca.

Para ello se alcanzan los siguientes objetivos:

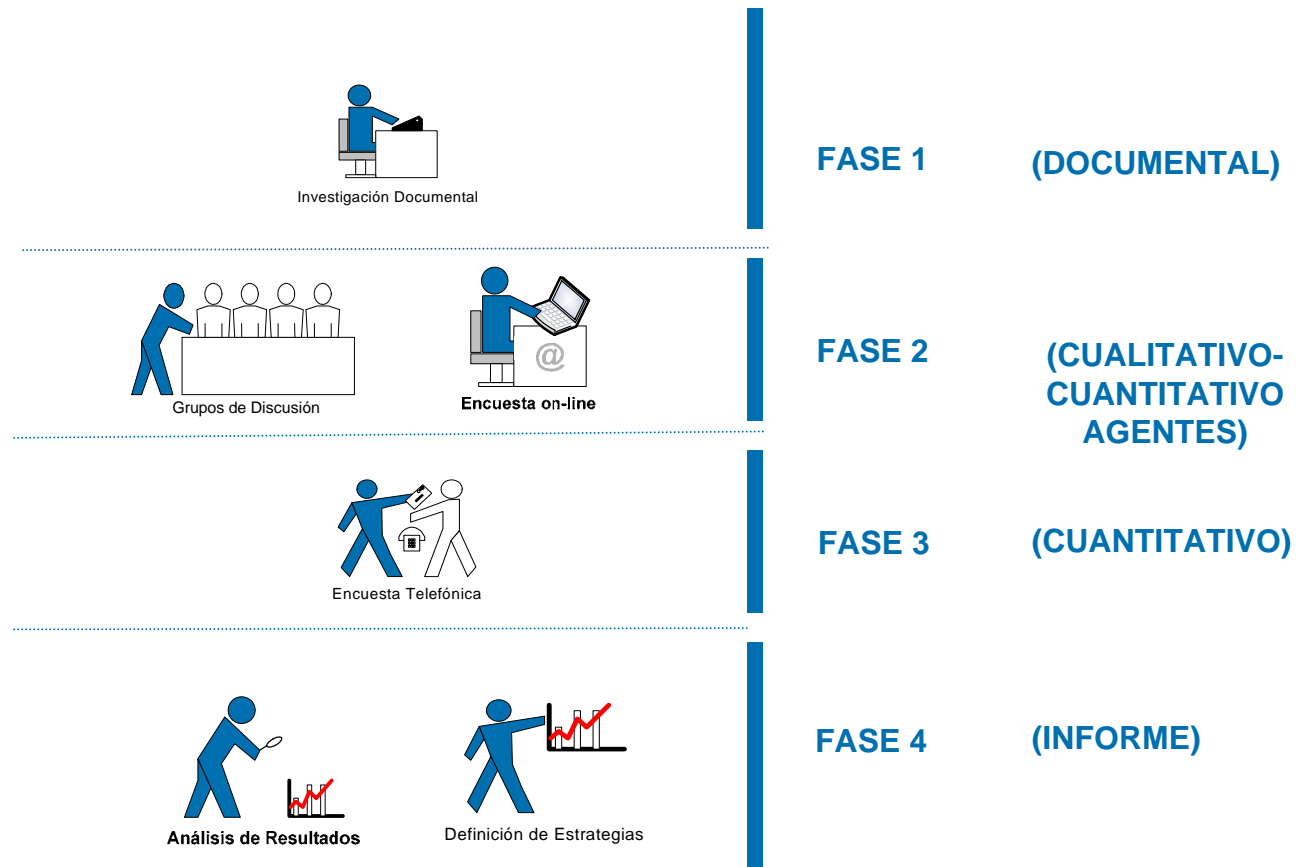
- Las necesidades reales de las personas que acuden al Servicio de Atención Ciudadana (Zuzenean): Información, derivación, trámite, queja...
- Conocimiento de experiencias, expectativas y necesidades, situaciones de buenas y malas experiencias con la Administración.
- Definición de las expectativas básicas.
- Priorización de las expectativas.
- Definición del cuadro de expectativas.
- Definición del Modelo de Medición de la Voz de la Ciudadanía, el cual dará las pautas para conocer el grado de cumplimiento y su evaluación, así como la evolución de las expectativas de la ciudadanía.
- Paralelamente, se da solución técnica para recoger información de los distintos canales de atención a la ciudadanía.

OBJETIVOS

METODOLOGÍA

INFORME DE RESULTADOS

MODELO DE MEDICION DE LA VOZ DE LA CIUDADANÍA



Este informe ha sido realizado siguiendo todas las instrucciones marcadas por la Norma Internacional de Calidad en Investigación de Mercados UNE-ISO 20252

 **Ficha Técnica**



METODOLOGÍA

Encuesta telefónica

UNIVERSO

Personas usuarias del servicio de atención telefónica y presencial de Zuzenean

MUESTREO

Muestreo por cuotas

MUESTRA

Se han realizado 404 encuestas, obteniendo la siguiente distribución:

<u>Muestra Real</u>	<u>Muestra Teórica</u>
Atención presencial: 286	Atención presencial: 219
Atención telefónica: 118	Atención telefónica: 185

PONDERADORES

Con el fin de ajustar la muestra obtenida al universo, se han establecido unos índices de ponderación (obtenidos con la siguiente fórmula: muestra teórica / muestra real).

Ponderadores

Atención presencial: 0,7657
Atención telefónica: 1,5678

ERROR MUESTRAL

±4,9 para un NC 95%



Ficha Técnica

FECHAS	<i>Del 05 al 07 de julio de 2010.</i>
EQUIPO	<i>Encuestadores profesionales de Append. El equipo de encuestadores se ha conformado por un total de 10 personas.</i>
LUGAR	<i>Call Center de Append</i>
CONTROLES	<ul style="list-style-type: none">✓ <i>Control de entendimiento del cuestionario en el briefing a los encuestadores.</i>✓ <i>Control in situ de las encuestas telefónicas.</i>✓ <i>Control de un 5% a través de escucha remota</i>✓ <i>Control de consistencia estadística de los datos principales</i>
CUESTIONARIO	<i>Se adjunta modelo en CD anexo</i>



Ficha Técnica

METODOLOGÍA	<i>Encuesta on line</i>
UNIVERSO	<i>Agentes trabajadores del Servicio de Atención Ciudadana de Zuzenean</i>
MUESTREO	<i>Censal</i>
MUESTRA	<i>Se han conseguido 70 encuestas válidas.</i>
ERROR MUESTRAL	<i>±6,4 para un NC 95%</i>
FECHAS	<i>Del 28 de mayo al 19 de junio de 2010.</i>
CUESTIONARIO	<i>Se adjunta modelo en CD anexo</i>



Ficha Técnica



Grupos de Discusión

METODOLOGÍA

Dinámicas de grupo.

UNIVERSO

Usuarios de Zuzenean

ÁMBITO

Comunidad Autónoma de Euskadi

Nº DE GRUPOS

4 Dinámicas de grupo.

→ 2 en Bilbao

→ 1 en San Sebastián

→ 1 en Vitoria-Gasteiz

CONTACTACIÓN

La contactación ha sido telefónica, sobre bbdd facilitada por Zuzenean en el caso de los grupos de Bilbao y Donostia y personal a la puerta de la oficina en el caso de Vitoria-Gasteiz

INCENTIVO

Se ha gratificado a los participantes en el estudio con 30 euros.

FECHAS

13 y 25 de mayo de 2010

OBJETIVOS

METODOLOGÍA

**INFORME DE
RESULTADOS: *cuantitativo
personas usuarias***

**MODELO DE MEDICION DE
LA VOZ DE LA CIUDADANÍA**

• **Análisis de la herramienta**

• **Utilización del servicio**

• **Conocimiento de Zuzenean**

• **Medición de tiempos**

• **Cumplimiento de expectativas**



Análisis de componentes principales

Un método idóneo para desarrollar este modelo, es el ANÁLISIS FACTORIAL DE COMPONENTES PRINCIPALES, ya que resume las relaciones principales entre las variables perdiendo poca información, de manera que permite detectar variables que pueden ser omitidas simplificando el análisis sin perder poder explicativo de manera significativa. Es decir, esta técnica de resumen de datos se utiliza para extraer factores latentes entre grandes cantidades de variables como las utilizadas.

En este marco, el análisis logra un doble objetivo:

- 1.- Detectar posibles variables que aportan poco a la explicación del fenómeno, y que por tanto son susceptibles de ser eliminadas del cuestionario siguiendo un criterio economicista.
- 2.- Detectar las relaciones internas entre las variables utilizadas, con el objetivo de definir los factores en las que se agrupan. Esto debe permitir contrastar si es adecuada la tradicional asignación de las variables a los factores preexistentes, y por tanto si las variables utilizadas realmente se asocian al fenómeno medido.

Paralelamente a este análisis se ha realizado un análisis de validez de la escala utilizada con el objetivo de:

- Validar las escalas de medición de la satisfacción.
- Comprobar qué atributos medidos pueden ser prescindibles (teniendo en cuenta los resultados de los análisis de correspondencias) sin restar validez a la escala y cuáles, eliminándolos, mejoran la calidad de la escala.

Análisis de la herramienta

append



Análisis de componentes principales: atención presencial

Una vez realizado este análisis se obtiene que:

El cuestionario es una herramienta bien construida que responde al esquema de la persona usuaria a la hora de medir el cumplimiento de sus expectativas con la atención presencial. El fenómeno quedaría resumido en cinco factores que explican un 73,08% de la varianza (con un KMO de 0,897):

FACTORES	% of Variance	Cumulative %
1	51,165	51,165
2	7,814	58,98
3	5,48	64,46
4	4,655	69,115
5	3,969	73,084

	Eficacia del servicio	Personal	Adecuación Instalaciones	Comodidad	Servicio General
P14.3. Coherencia de la información	0,84				
P14.4. Calidad de la información	0,823				
P14.2. Utilidad de la información	0,805				
P14.5. Calidad de la documentación que le dieron para realizar su gestión	0,799				
P14.1. Exactitud de la información que le dieron (sin errores)	0,764	0,433			
P14.6. Asesoramiento sobre las opciones que más le convenían	0,718				
P15.6. Tiempo total empleado en la resolución de los motivos de acudir a Zuzenean	0,709				
P15.2. Facilidad para conocer el estado de tramitación de su expediente	0,596				0,464
P15.7. Resultado final de la gestión	0,557				0,466
P13.6. Capacidad de diálogo y comunicación de la persona que le atendió	0,462	0,709			
P13.2. Trato de igual a igual		0,696			
P11.5. Señalización de la oficina (en la calle y dentro de la oficina)		0,688			
P13.1. Amabilidad y respeto con el que le trataron		0,644			
P13.5. Cualificación, preparación de la persona que le atendió, para darle un buen servicio	0,592	0,594			
P13.4. Preocupación e interés de la persona que le atendió, por solucionar la cuestión que haya ido a tratar	0,407	0,585			0,457
P15.5. Actitud de los agentes frente a sugerencias y reclamaciones	0,456	0,579			
P13.3. Claridad y facilidad de entender a la persona que le atendió, cuando le informaba	0,533	0,573			
P13.7. Adaptación a su idioma		0,487	0,481		
P11.3. Condiciones ambientales de la oficina (limpieza, orden, temperatura, iluminación, ruido, etc.)			0,763		
P11.4. Visibilidad del cartel del horario de atención al público			0,693		
P11.2. Adaptación de la oficina a personas con movilidad reducida			0,557	0,493	
P12.5. Intimidad y confidencialidad a los/as usuarios/as				0,86	
P11.1. Instalaciones de la oficina: espacio físico, asientos, aseos, teléfono público...				0,723	
P12.3. Orden y eficacia en la organización de las colas de espera en la oficina			0,423	0,609	
P17. En general, el servicio de Zuzenean estuvo					0,837
P12.6. Tiempo dedicado en su consulta		0,458			0,499

Análisis de la herramienta



Análisis de componentes principales: atención telefónica

Una vez realizado este análisis se obtiene que:

El cuestionario es una herramienta bien construida que responde al esquema de la persona usuaria a la hora de medir el cumplimiento de sus expectativas con la atención telefónica. El fenómeno quedaría resumido en cuatro factores que explican un 79,05% de la varianza (con un KMO de 0,924):

FACTORES	% of Variance	Cumulative %
1	57,875	57,875
2	9,263	67,139
3	6,836	73,974
4	5,076	79,051

	Eficacia servicio	Trato/cercanía	Profesionalidad	Tiempos
P14.2. Utilidad de la información	0,827	0,395		
P15.1. Eficacia del servicio en la resolución de los motivos por los que llamó	0,82		0,37	
P14.3. Coherencia de la información	0,815	0,382		
P15.7. Resultado final de la gestión	0,811		0,338	
P14.4. Calidad de la información	0,789	0,404		
P14.1. Exactitud de la información que le dieron (sin errores)	0,733	0,362		
P15.3. Suficiencia de la oficina para resolver el motivo de su llamada	0,679		0,403	
P15.6. Tiempo total empleado en la resolución de los motivos de acudir a Zuzenean	0,676		0,32	0,403
P15.2. Facilidad para conocer el estado de tramitación de su expediente	0,572		0,483	
P14.6. Asesoramiento sobre las opciones que más le convenían	0,554		0,438	
P13.1. Amabilidad y respeto con el que le trataron		0,865		
P13.2. Trato de igual a igual		0,844		
P13.3. Claridad y facilidad de entender a la persona que le atendió, cuando le informaba	0,456	0,683	0,316	
P13.4. Preocupación e interés de la persona que le atendió, por solucionar la cuestión que haya ido a tratar	0,305	0,443	0,71	
P13.6. Capacidad de diálogo y comunicación de la persona que le atendió		0,541	0,665	
P13.5. Cualificación, preparación de la persona que le atendió, para darle un buen servicio		0,462	0,657	0,358
P15.5. Actitud de los agentes frente a sugerencias y reclamaciones	0,464		0,633	
P12..2. Tiempo de espera hasta ser atendido				0,877
P12.1. Nº de llamadas a la atención telefónica necesarias para ser atendido				0,844
P12.6. Tiempo dedicado en su consulta		0,453		0,699



Análisis de componentes principales

En síntesis

Como se confirmaba al inicio de este análisis, el cuestionario es una herramienta óptima para la medición de la satisfacción de las personas usuarias del servicio de Zuzenean.

Si bien, a fin de optimizar el cuestionario, podrían ser eliminados los siguientes items, sin temor a que la herramienta pierda validez, por contar con una comunalidad baja, es decir, una baja contribución a la satisfacción y baja correlación con los factores construidos:

Del cuestionario a usuarios de atención presencial:

P12.4. Amplitud del horario de atención al público

P12.2. Tiempo de espera hasta ser atendido

P15.1. Eficacia del servicio en la resolución de los motivos por los que acudió

P15.3. Suficiencia de la oficina para resolver el motivo de su visita

Del cuestionario de usuarios de atención telefónica:

P12.5. Intimidad y confidencialidad a los/as usuarios/as

P12.4. Amplitud del horario de atención al público

P13.7. Adaptación a su idioma

P14.5. Calidad de la documentación que le dieron para realizar su gestión

P17. Servicio de Zuzenean

A continuación, con el fin de profundizar más en la efectividad de la herramienta, y antes de comprobar la validez de las escalas, un segundo paso es la detección de la no respuesta en cada uno de los items para determinar una solución en aquellos casos en los que el porcentaje sea elevado.

Análisis de la herramienta

append



Análisis de No respuesta: atención presencial

de 10% a 15%
de 16% a 20%
de 21% a 30%
más de 30%

Items	% de ns/nc
P11.1. Instalaciones de la oficina: espacio físico, asientos, aseos, teléfono público...	0,70%
P11.2. Adaptación de la oficina a personas con movilidad reducida	26,57%
P11.3. Condiciones ambientales de la oficina (limpieza, orden, temperatura, iluminación, ruido, etc.)	0,00%
P11.4. Visibilidad del cartel del horario de atención al público	24,13%
P11.5. Señalización de la oficina (en la calle y dentro de la oficina)	4,90%
P12..2. Tiempo de espera hasta ser atendido	0,35%
P12..3. Orden y eficacia en la organización de las colas de espera en la oficina	0,70%
P12.4. Amplitud del horario de atención al público	12,94%
P12.5. Intimidación y confidencialidad a los/as usuarios/as	1,05%
P12.6. Tiempo dedicado en su consulta	0,00%
P13.1. Amabilidad y respeto con el que le trataron	0,00%
P13.2. Trato de igual a igual	0,00%
P13.3. Claridad y facilidad de entender a la persona que le atendió, cuando le informaba	0,35%
P13.4. Preocupación e interés de la persona que le atendió, por solucionar la cuestión que haya ido a tratar	1,05%
P13.5. Cualificación, preparación de la persona que le atendió, para darle un buen servicio	3,85%
P13.6. Capacidad de diálogo y comunicación de la persona que le atendió	1,05%
P13.7. Adaptación a su idioma	2,10%
P14.1. Exactitud de la información que le dieron (sin errores)	3,15%
P14.2. Utilidad de la información	2,10%
P14.3. Coherencia de la información	2,45%
P14.4. Calidad de la información	1,40%
P14.5. Calidad de la documentación que le dieron para realizar su gestión	7,34%
P14.6. Asesoramiento sobre las opciones que más le convenían	12,59%
P15.1. Eficacia del servicio en la resolución de los motivos por los que acudió	2,80%
P15.2. Facilidad para conocer el estado de tramitación de su expediente	23,08%
P15.3. Suficiencia de la oficina para resolver el motivo de su visita	3,50%
P15.5. Actitud de los agentes frente a sugerencias y reclamaciones	32,87%
P15.6. Tiempo total empleado en la resolución de los motivos de acudir a Zuzenean	2,45%
P15.7. Resultado final de la gestión	3,50%
P17. Servicio Zuzenean	0,30%

No se es
consciente

Desconocimiento

No
procede



Análisis de No respuesta: atención telefónica

de 10% a 15%
 de 16% a 20%
 de 21% a 30%
 más de 30%

Items	% de no respuesta
P12.1. Nº de llamadas a la atención telefónica necesarias para ser atendido	0,85%
P12..2. Tiempo de espera hasta ser atendido	1,69%
P12.4. Amplitud del horario de atención al público	30,51%
P12.5. Intimidación y confidencialidad a los/as usuarios/as	40,68%
P12.6. Tiempo dedicado en su consulta	0,00%
P13.1. Amabilidad y respeto con el que le trataron	0,00%
P13.2. Trato de igual a igual	0,00%
P13.3. Claridad y facilidad de entender a la persona que le atendió, cuando le informaba	0,00%
P13.4. Preocupación e interés de la persona que le atendió, por solucionar la cuestión que haya ido a tratar	0,00%
P13.5. Cualificación, preparación de la persona que le atendió, para darle un buen servicio	10,17%
P13.6. Capacidad de diálogo y comunicación de la persona que le atendió	0,85%
P13.7. Adaptación a su idioma	2,54%
P14.1. Exactitud de la información que le dieron (sin errores)	1,69%
P14.2. Utilidad de la información	1,69%
P14.3. Coherencia de la información	0,85%
P14.4. Calidad de la información	0,85%
P14.5. Calidad de la documentación que le dieron para realizar su gestión	56,78%
P14.6. Asesoramiento sobre las opciones que más le convenían	18,64%
P15.1. Eficacia del servicio en la resolución de los motivos por los que acudió	11,02%
P15.2. Facilidad para conocer el estado de tramitación de su expediente	31,36%
P15.4. Suficiencia del servicio telefónico para resolver el motivo de su llamada	2,54%
P15.5. Actitud de los agentes frente a sugerencias y reclamaciones	45,76%
P15.6. Tiempo total empleado en la resolución de los motivos de acudir a Zuzenean	10,17%
P15.7. Resultado final de la gestión	3,39%
P17. Servicio Zuzenean	0,00%

Desconocimiento

No procede



Análisis de validez de la escala

Del análisis, por un lado, de componentes principales y, por otro, del análisis de no respuesta, se obtiene que los siguientes items son susceptibles de ser eliminados.

Del cuestionario a usuarios de atención presencial:

Atención presencial:

Alpha 0,9580.

Análisis factorial



- P12.4. Amplitud del horario de atención al público
- P12.2. Tiempo de espera hasta ser atendido
- P15.1. Eficacia del servicio en la resolución de los motivos por los que acudió
- P15.3. Suficiencia de la oficina para resolver el motivo de su visita

Análisis no respuesta



- P15.5. Actitud de los agentes frente a sugerencias y reclamaciones
- P11.2. Adaptación de la oficina a personas con movilidad reducida
- P11.4. Visibilidad del cartel del horario de atención al público
- P15.2. Facilidad para conocer el estado de su expediente

Del cuestionario de usuarios de atención telefónica:

Atención telefónica:

Alpha: 0,9785.

Análisis factorial



- P12.5. Intimidad y confidencialidad a los/as usuarios/as
- P12.4. Amplitud del horario de atención al público
- P13.7. Adaptación a su idioma
- P14.5. Calidad de la documentación que le dieron para realizar su gestión
- P17. Servicio de Zuzenean

Análisis no respuesta



- P14.5. Calidad de la documentación que le dieron para realizar su gestión
- P15.5. Actitud de los agentes frente a sugerencias y reclamaciones
- P12.5. Intimidad y confidencialidad a los/as usuarios
- P15.2. Facilidad para conocer el estado de tramitación de su expediente
- P12.4. Amplitud del horario de atención al público
- P14.6. Asesoramiento sobre las opciones que más le convenían

OBJETIVOS

METODOLOGÍA

**INFORME DE
RESULTADOS: *cuantitativo
personas usuarias***

**MODELO DE MEDICION DE
LA VOZ DE LA CIUDADANÍA**

• *Análisis de la herramienta*

• *Utilización del servicio*

• *Conocimiento de Zuzenean*

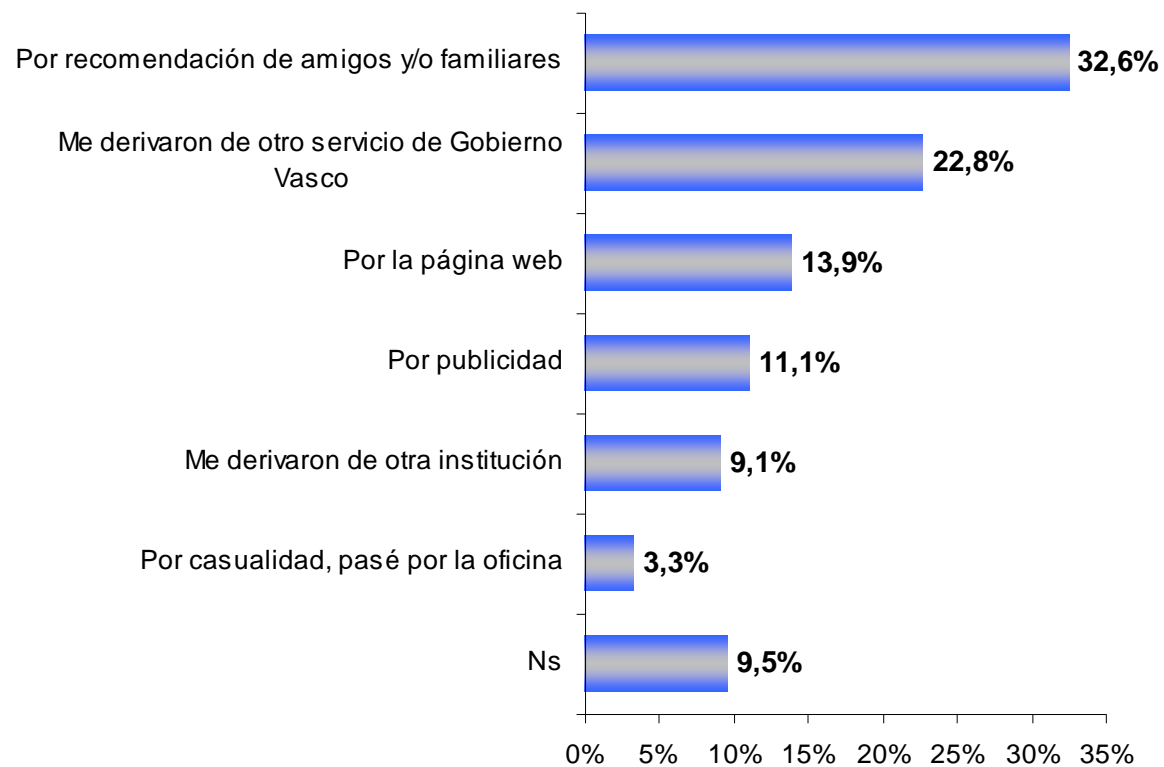
• *Medición de tiempos*

• *Cumplimiento de expectativas*



UTILIZACIÓN DEL SERVICIO

P4. ¿Cómo conoció el servicio de Atención Ciudadana Zuzenean?



Base: 404

OBJETIVOS

METODOLOGÍA

**INFORME DE
RESULTADOS: *cuantitativo
personas usuarias***

**MODELO DE MEDICION DE
LA VOZ DE LA CIUDADANÍA**

• *Análisis de la herramienta*

• *Utilización del servicio*

• *Conocimiento de Zuzenean*

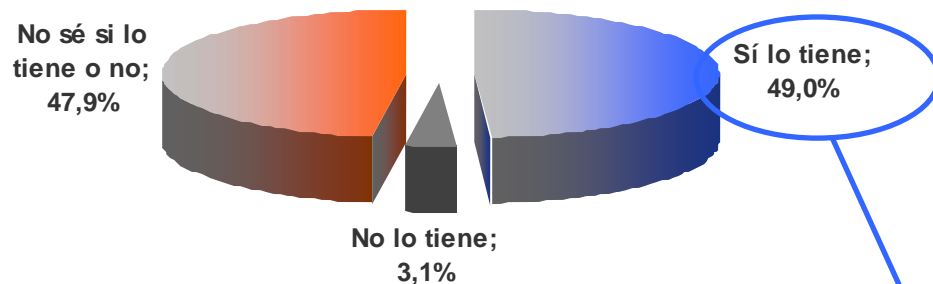
• *Medición de tiempos*

• *Cumplimiento de expectativas*



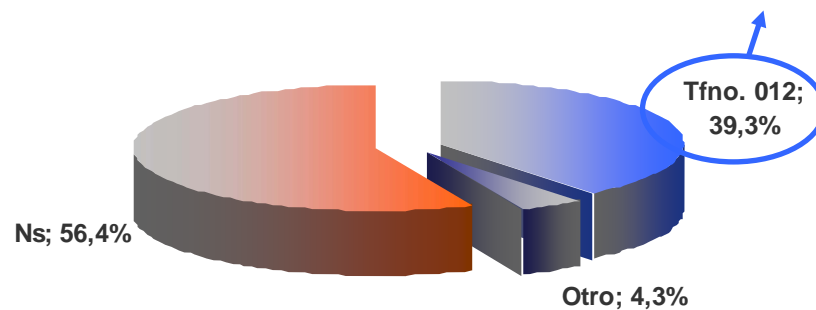
CONOCIMIENTO DE ZUZENEAN

P5. ¿Sabe si Zuzenean tiene un servicio de atención telefónica?



Base ponderada: 219
Base real: 286

P6. ¿Cuál es el nº de atención telefónica de Zuzenean?

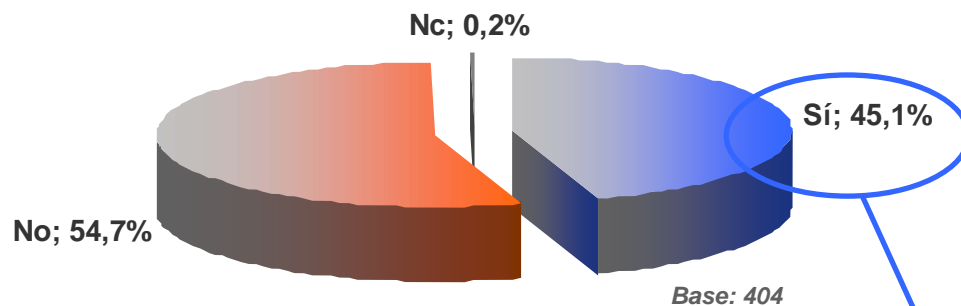


20,1% sobre el total de personas usuarias de la atención presencial

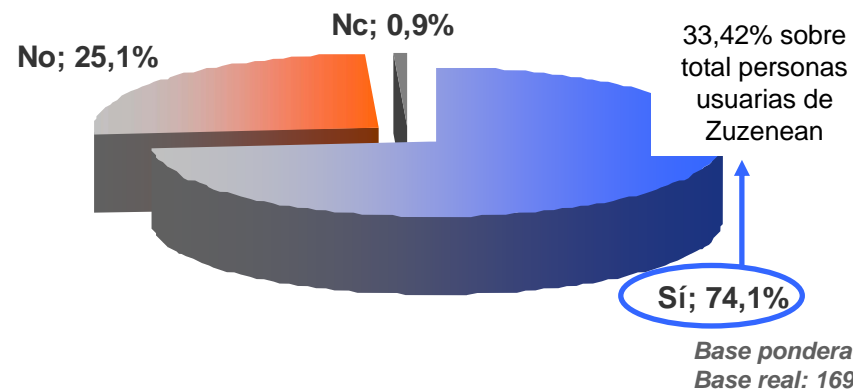


CONOCIMIENTO DE ZUZENEAN

P7. ¿Conoce la página web de Zuzenean?



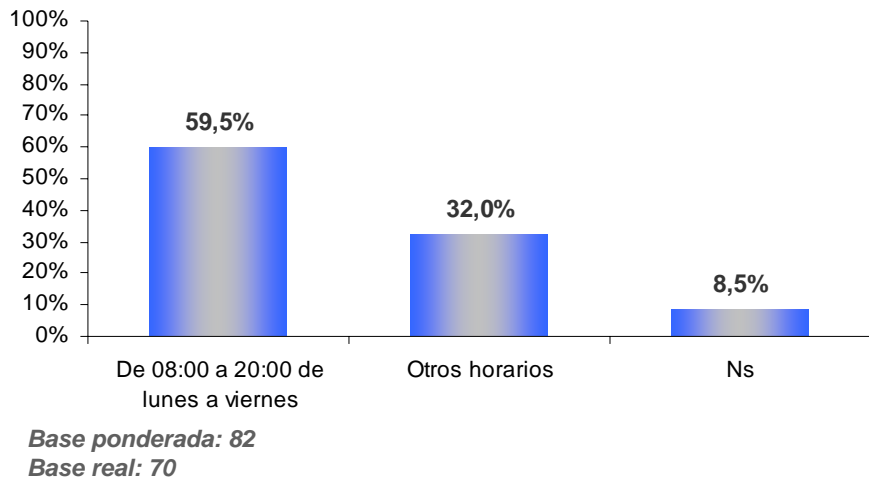
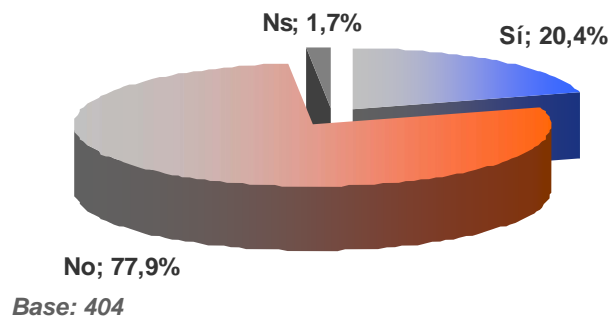
P8. ¿La ha utilizado?



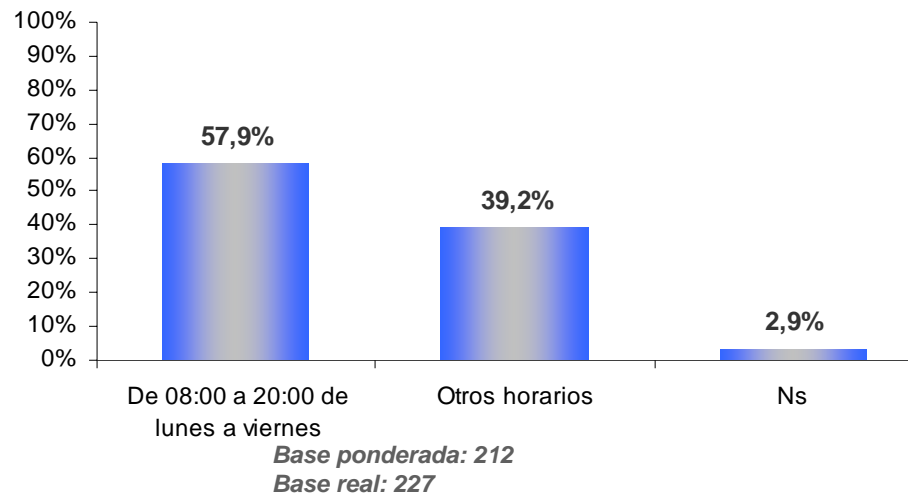
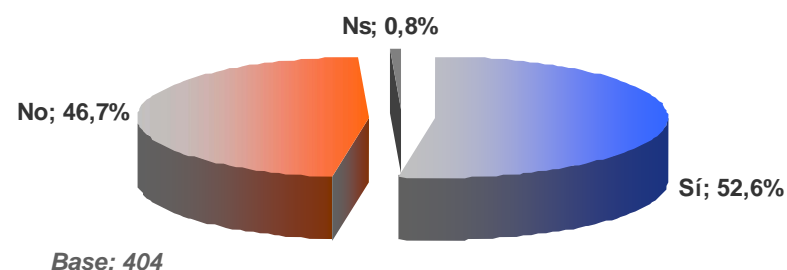


CONOCIMIENTO DE ZUZENEAN

P9.1. ¿Conoce los horarios de atención telefónica que tiene Zuzenean?



P9.2. ¿Conoce los horarios de atención presencial que tiene Zuzenean?



OBJETIVOS

METODOLOGÍA

**INFORME DE
RESULTADOS: *cuantitativo
personas usuarias***

**MODELO DE MEDICION DE
LA VOZ DE LA CIUDADANÍA**

• *Análisis de la herramienta*

• *Utilización del servicio*

• *Conocimiento de Zuzenean*

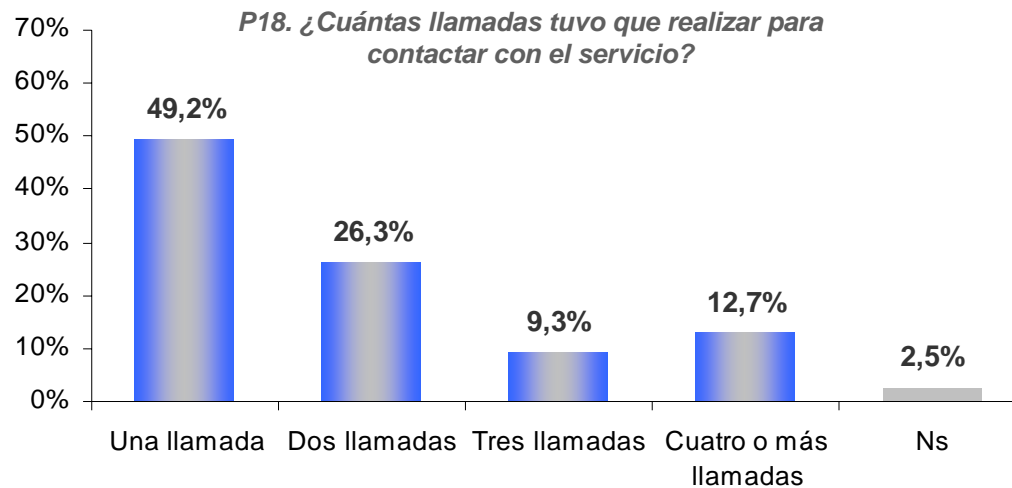
• *Medición de tiempos*

• *Cumplimiento de expectativas*

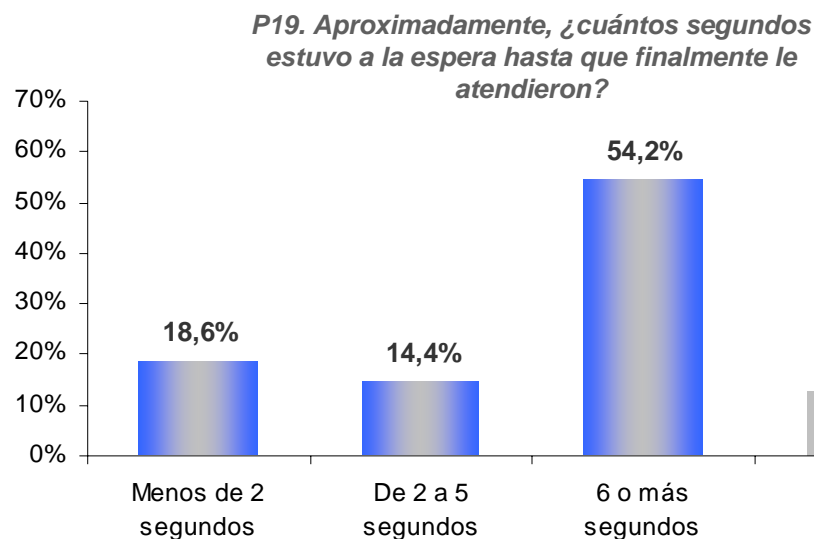


MEDICIÓN DE TIEMPOS: atención telefónica

Media
2,16 llamadas



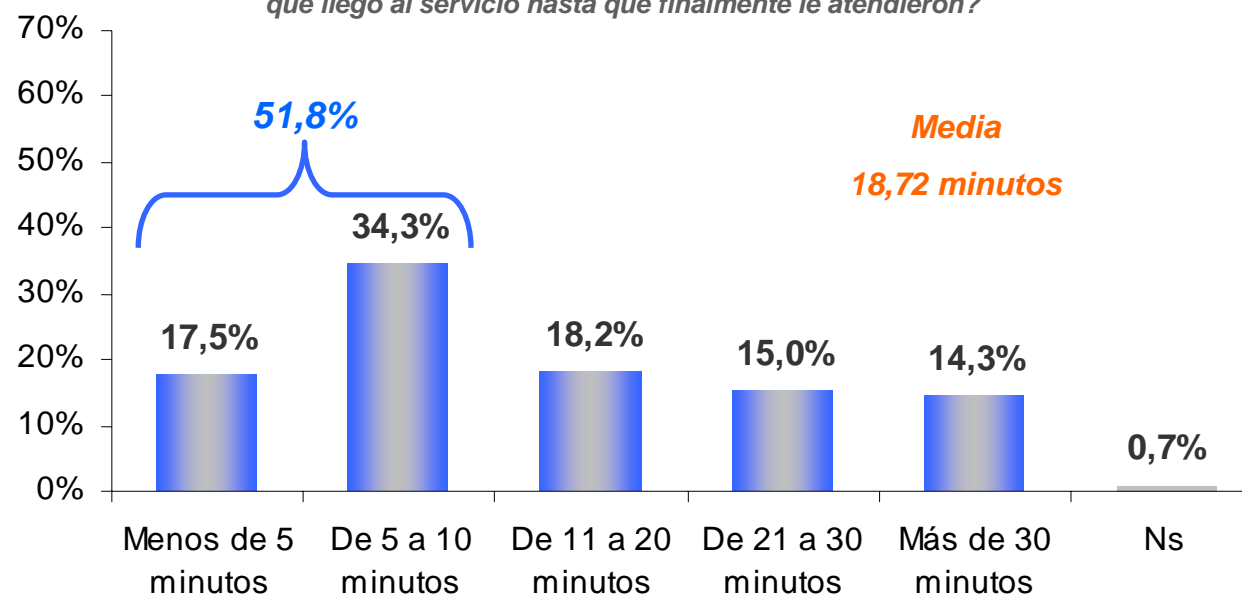
Media
38,5 segundos





MEDICIÓN DE TIEMPOS: atención presencial

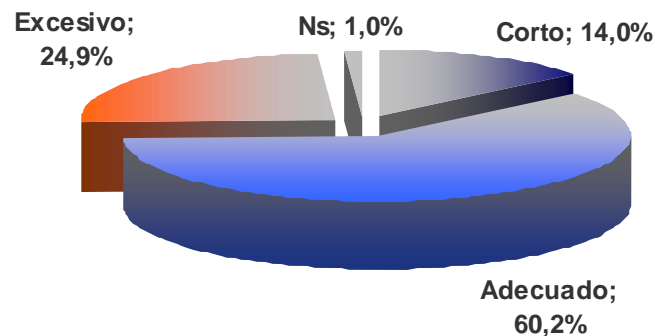
P20. Aproximadamente, ¿cuántos minutos estuvo de espera desde que llegó al servicio hasta que finalmente le atendieron?



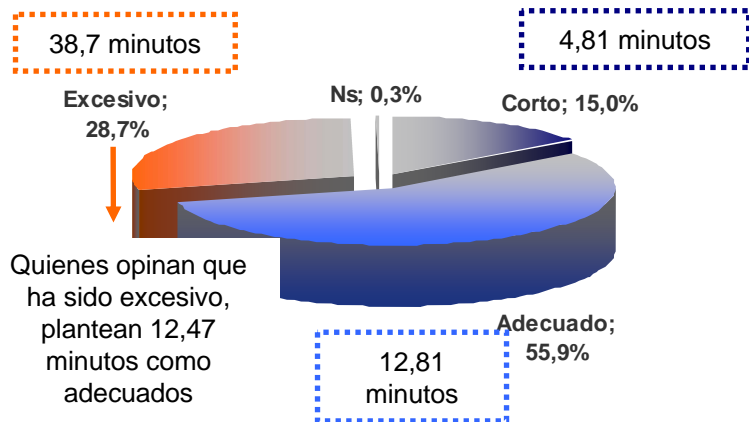


MEDICIÓN DE TIEMPOS

P21. Este tiempo le pareció a Ud....

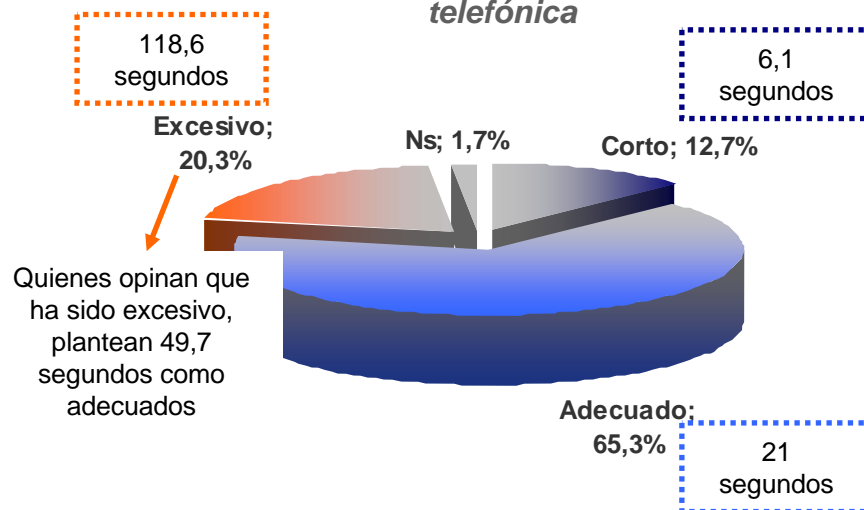


Atención presencial



Base ponderada: 219
Base real: 286

Atención telefónica



Base ponderada: 185
Base real: 118

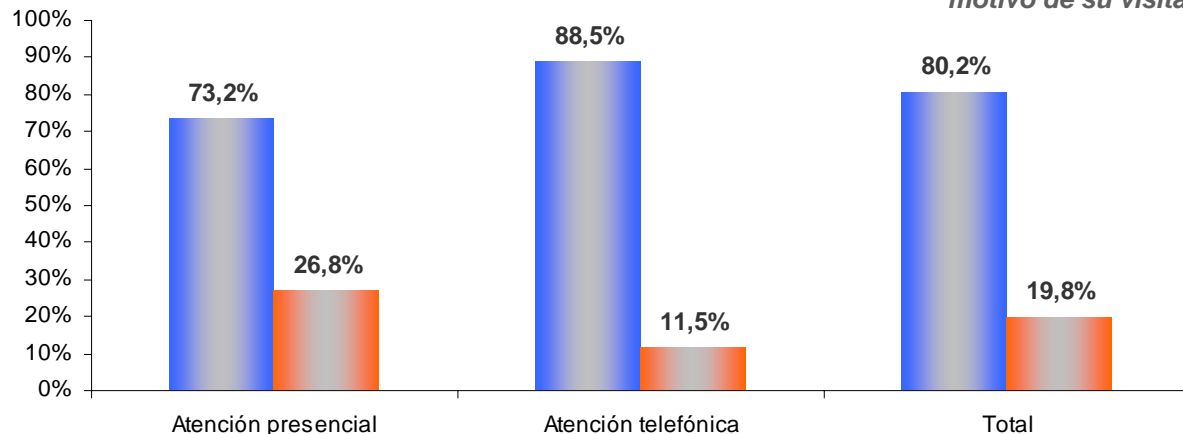
Informe de resultados

append

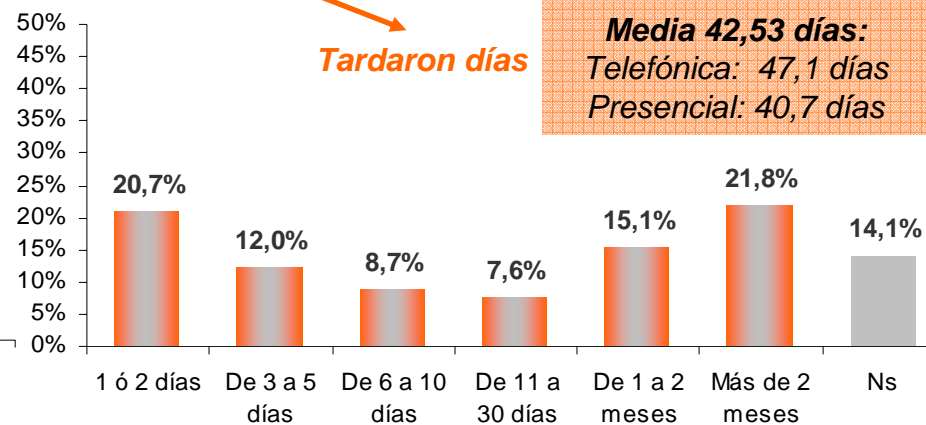
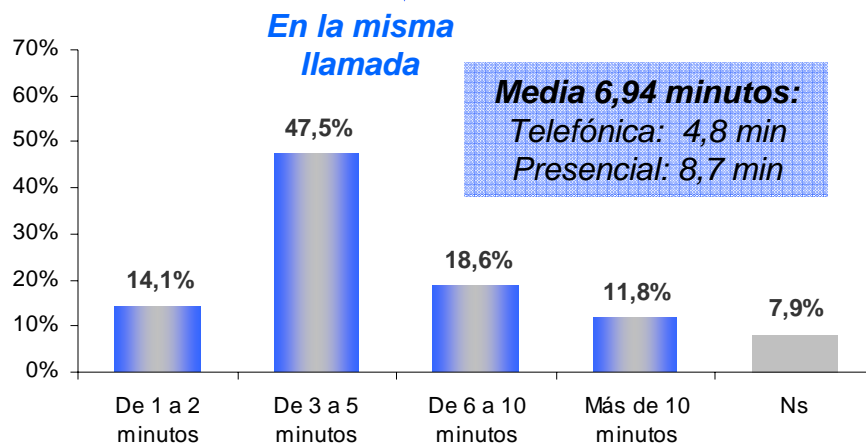


MEDICIÓN DE TIEMPOS

P23. ¿Cuánto tiempo tardó el servicio de Zuzenean en resolver el motivo de su visita/llamada?

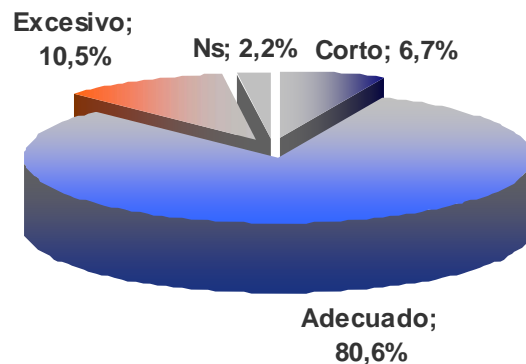


■ En la misma visita/llamada ■ Tardaron día/días

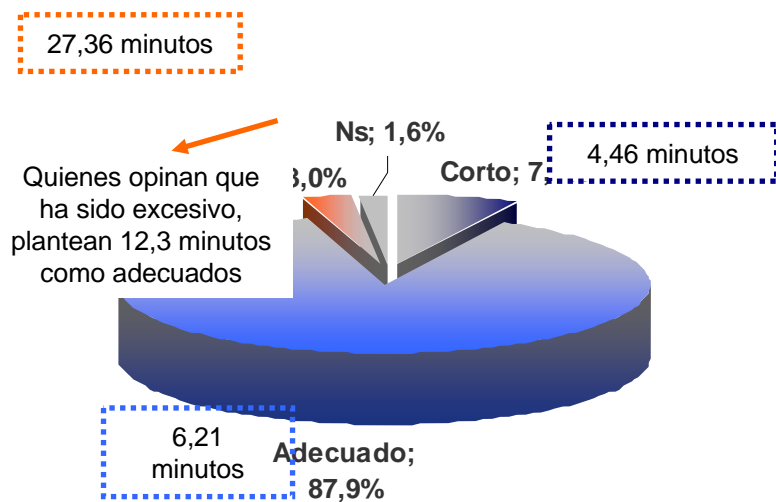


MEDICIÓN DE TIEMPOS

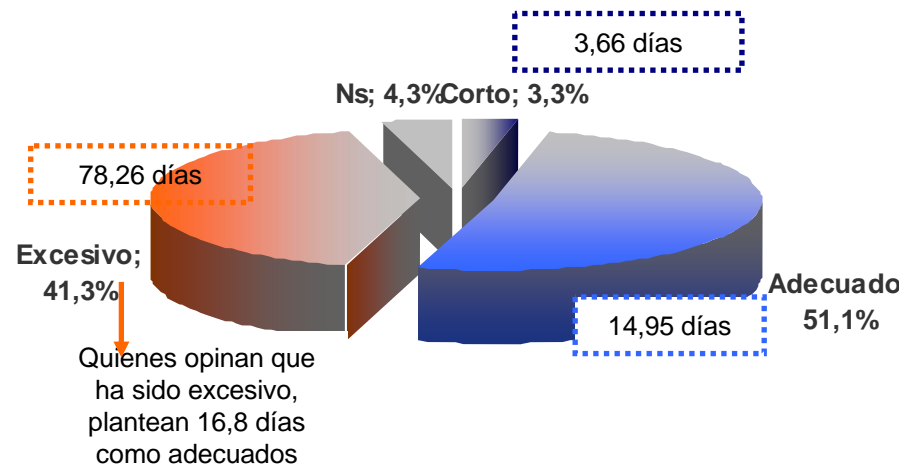
P24. Este tiempo le pareció a Ud...



En la misma llamada/visita



Tardaron días



OBJETIVOS

METODOLOGÍA

**INFORME DE
RESULTADOS: *cuantitativo
personas usuarias***

**MODELO DE MEDICION DE
LA VOZ DE LA CIUDADANÍA**

• *Análisis de la herramienta*

• *Utilización del servicio*

• *Conocimiento de Zuzenean*

• *Medición de tiempos*

• *Cumplimiento de expectativas*

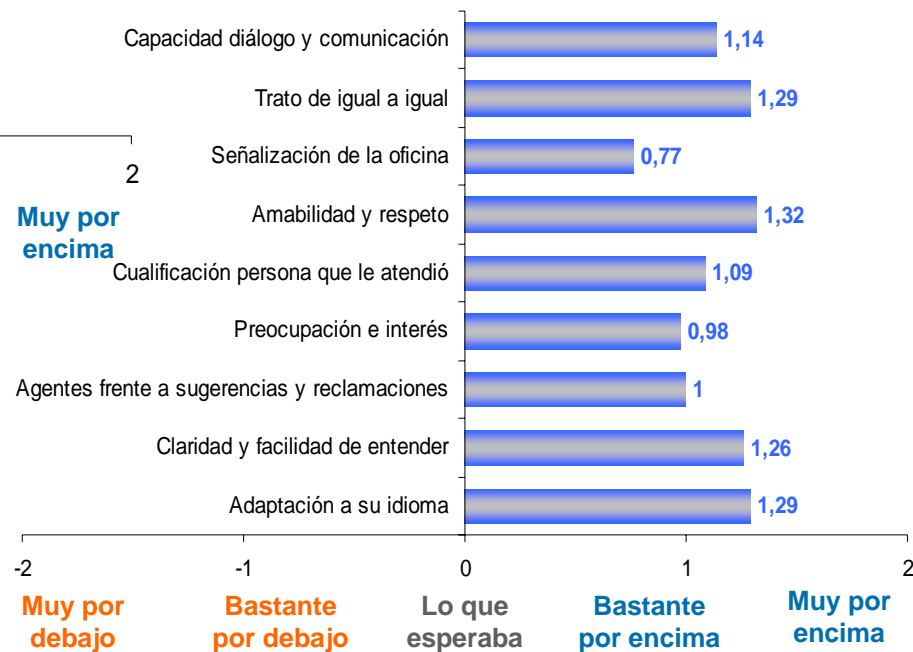


CUMPLIMIENTO DE EXPECTATIVAS: Atención presencial

EFICACIA DEL SERVICIO

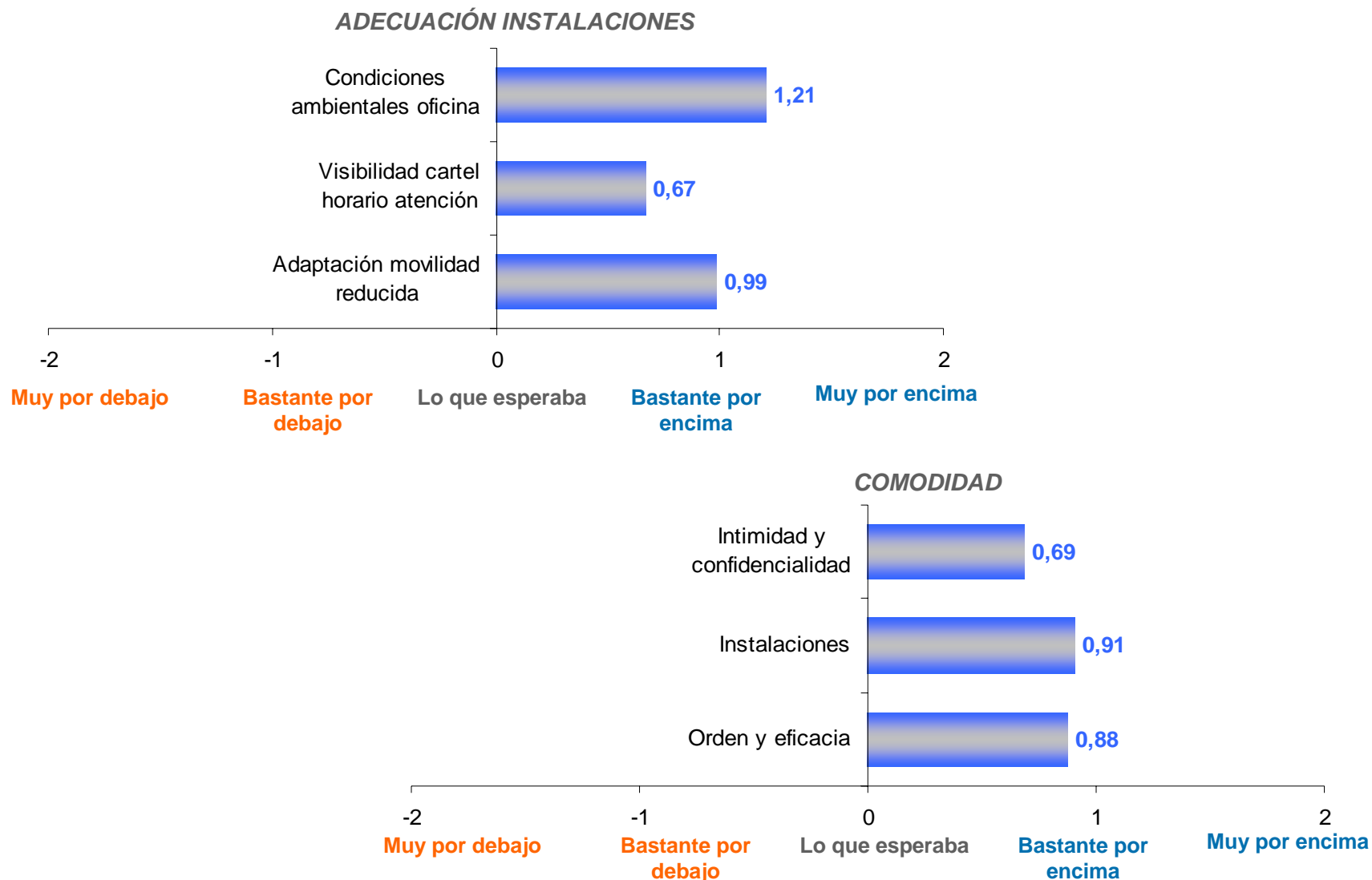


PERSONAL



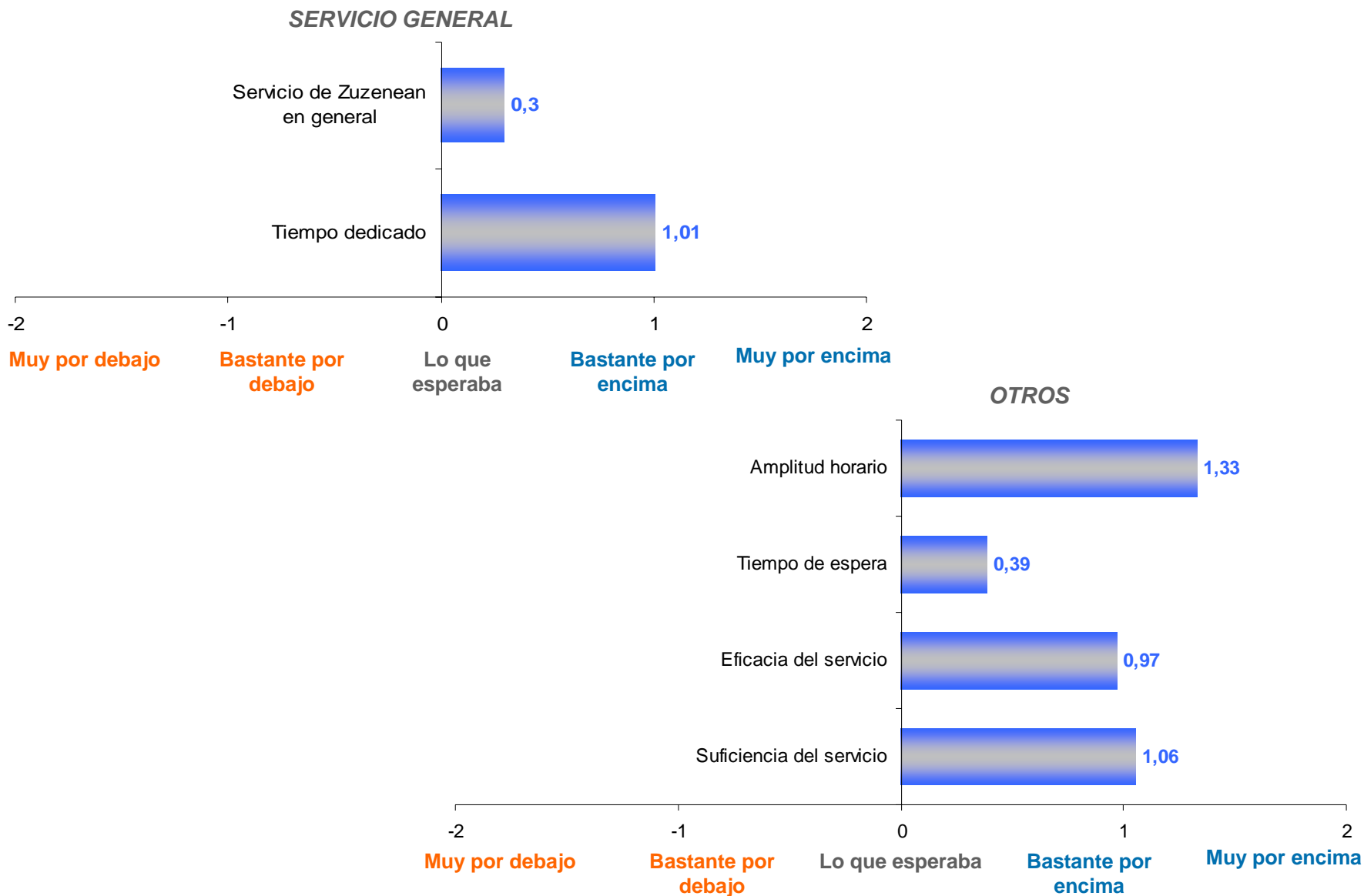


CUMPLIMIENTO DE EXPECTATIVAS: Atención presencial





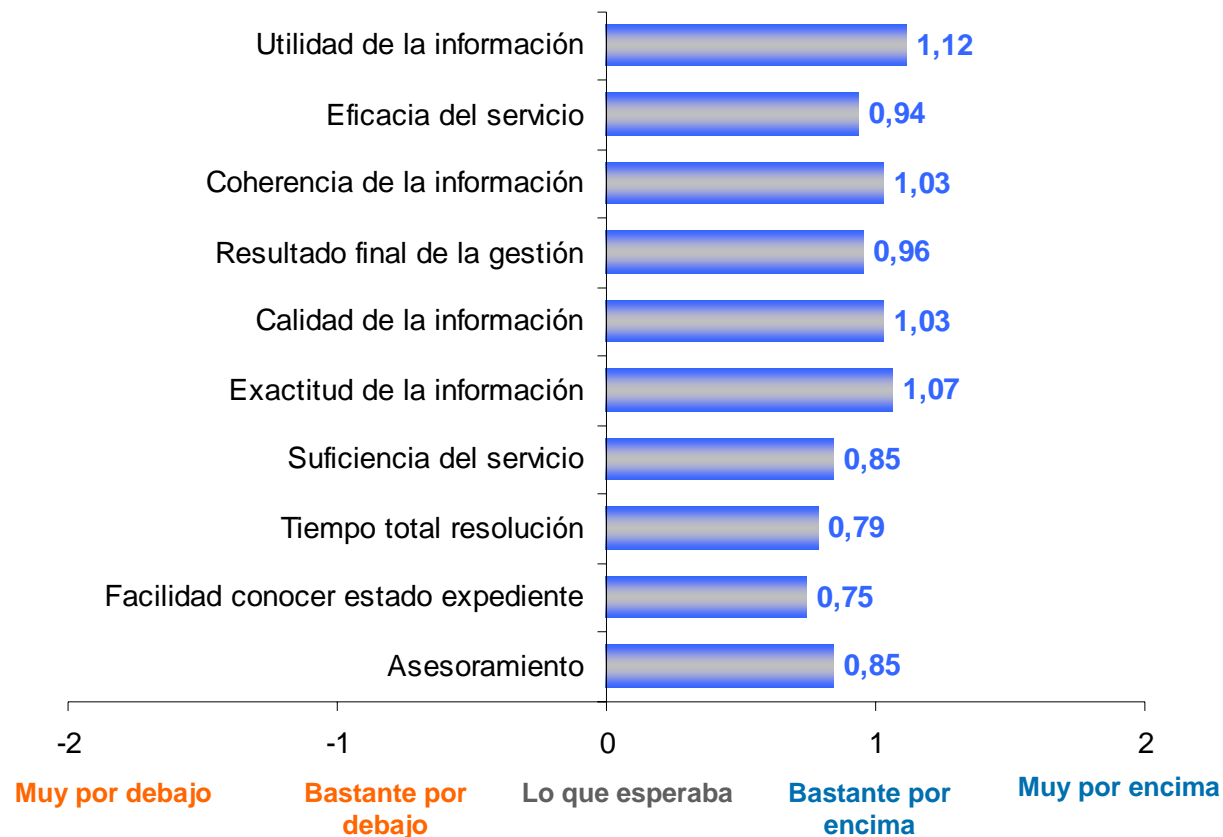
CUMPLIMIENTO DE EXPECTATIVAS: Atención presencial





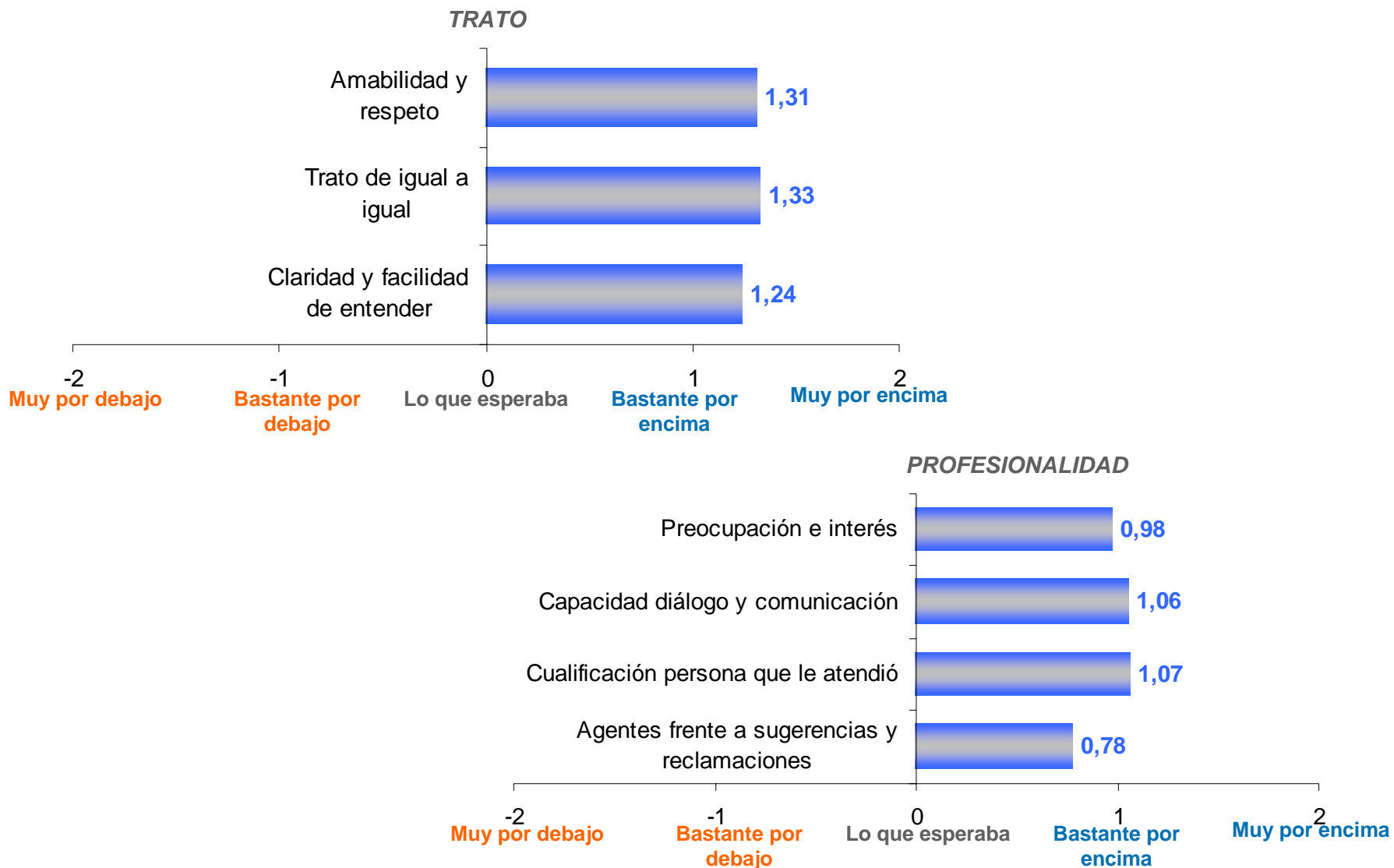
CUMPLIMIENTO DE EXPECTATIVAS: Atención telefónica

EFICACIA DEL SERVICIO



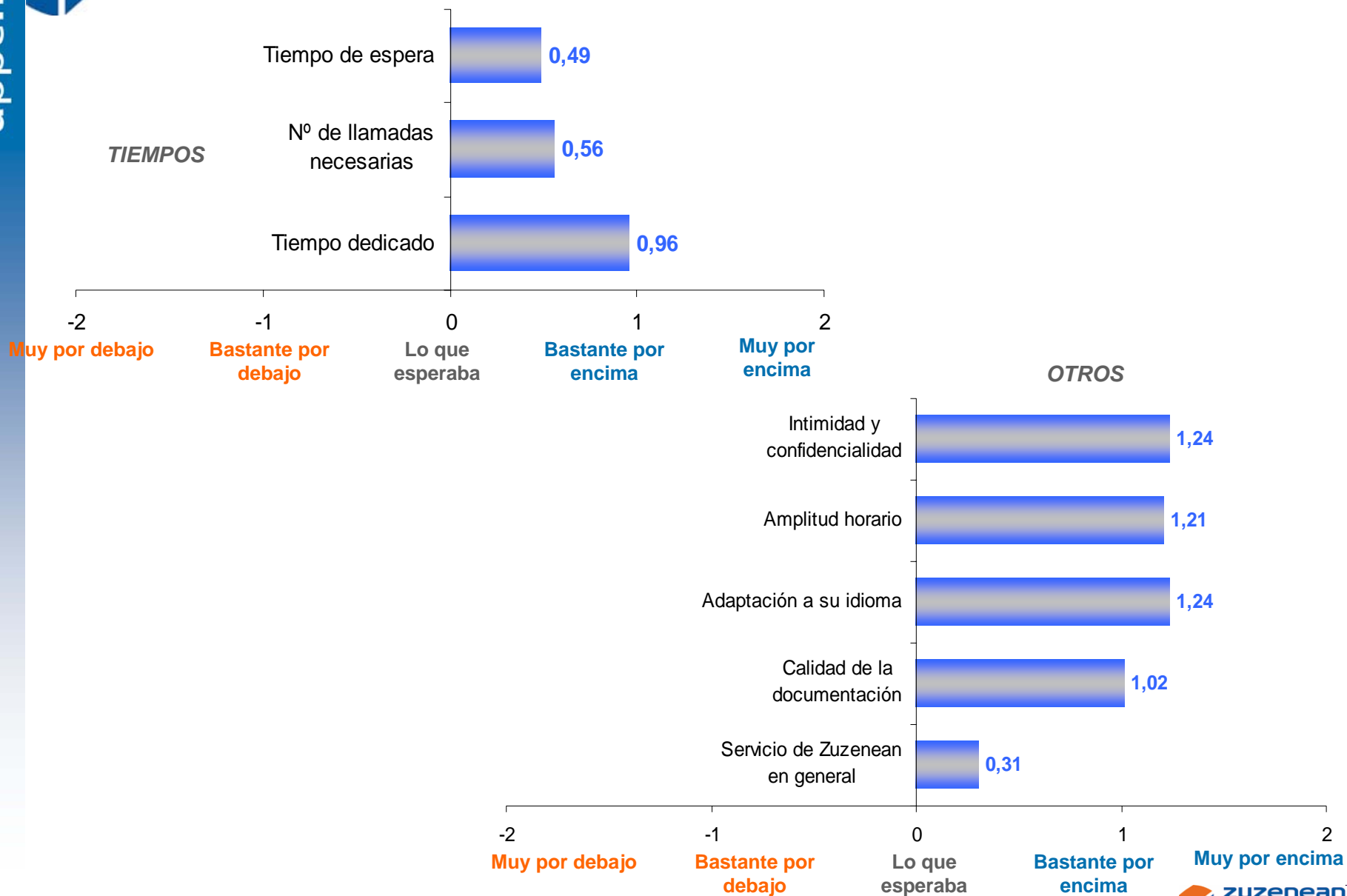


CUMPLIMIENTO DE EXPECTATIVAS: Atención telefónica





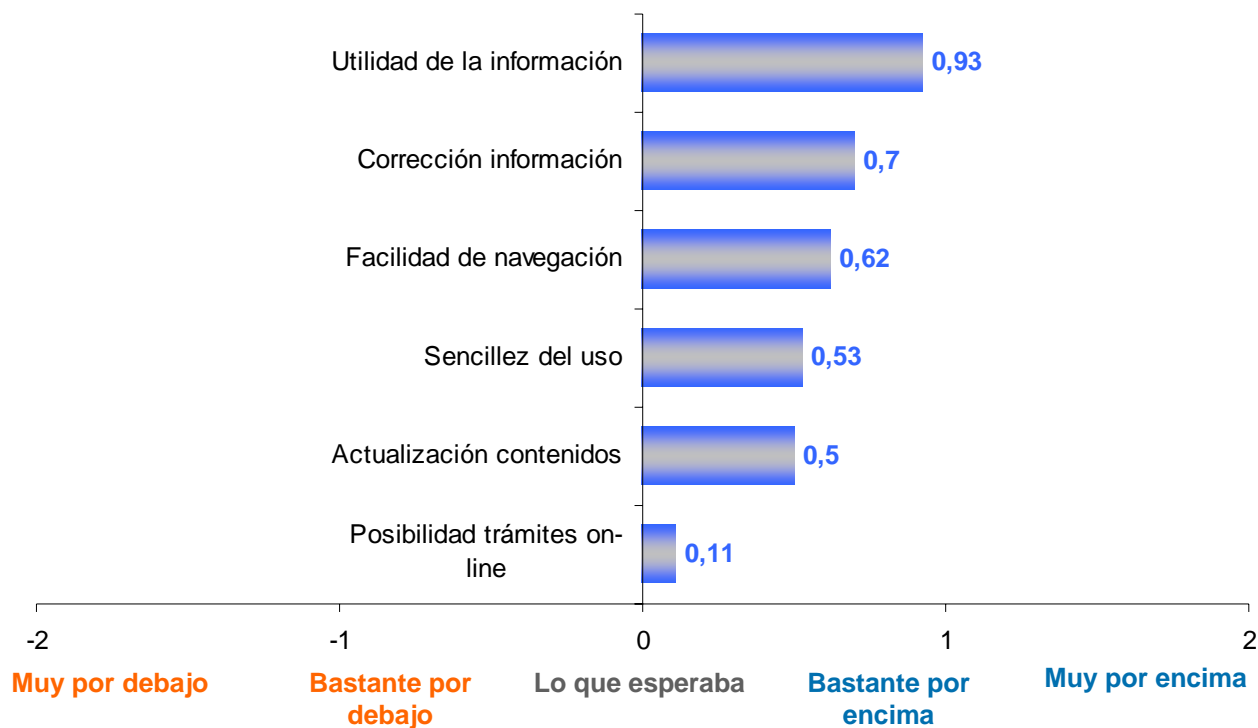
CUMPLIMIENTO DE EXPECTATIVAS: Atención telefónica





CUMPLIMIENTO DE EXPECTATIVAS: Atención web

Cumplimiento de expectativas en la web de Zuzenean



OBJETIVOS

METODOLOGÍA

INFORME DE RESULTADOS

MODELO DE MEDICION DE LA VOZ DE LA CIUDADANÍA

Aspectos a tener en cuenta



Antes de comenzar con la definición y el desarrollo del Modelo de Medición de la Voz de la ciudadanía, cabe realizar una serie de reflexiones derivadas de los diferentes análisis:

- ✓ Validez de la herramienta para medir las expectativas de las personas usuarias.
- ✓ En general, cumplimiento de las expectativas de las personas usuarias.
- ❖ Déficits en la notoriedad y conocimiento de algunos aspectos del Servicio de Zuzenean, con el objetivo de que sean tomados como posibles áreas de mejora de cara a mejorar la capacidad de valoración de la ciudadanía:
 - Necesidad de dar a conocer los horarios de atención al público.
 - Necesidad de aportar notoriedad al servicio de atención telefónica.
 - Necesidad de aportar notoriedad a la página web de Zuzenean como fuente de información.
 - Necesidad de dar notoriedad a Zuzenean como una entidad propia, responsable de la atención ciudadana, con el fin de que se asocien los servicios obtenidos por la ciudadanía a este servicio.
 - Necesidad de dar a conocer los servicios que ofrece Zuzenean.

Definición de los indicadores



Items de medición

❖ La elección y decisión de inclusión o no de los diferentes items se derivan de:

-Análisis estadísticos.

-Información obtenida por otras vías como las opiniones de los propios agentes o el discurso cualitativo de los propios usuarios.

-Necesidad de medición de indicadores: compromisos adquiridos a través de las cartas de servicio.

❖ En general, el cuestionario es una herramienta consistente. Son pocos los items que se recomienda eliminar.



Dos items en encuestación telefónica, debido a que no procede y a que tienen poco peso en la explicación de las expectativas de los usuarios:

-Intimidad y confidencialidad a los/as usuarios/as.

-Calidad de la documentación que le dieron para realizar su gestión.

❖ A pesar de que, del análisis de componentes principales y de la no respuesta se dan otros items con poco peso, se recomienda su mantenimiento debido a que su no pertinencia pueden deberse a:

➤ No conocimiento (caso de horarios de atención al público, adaptación de las oficinas a personas con movilidad reducida).

➤ No procede (facilidad para conocer el estado de su expediente, asesoramiento...).

➤ Deben mantenerse por necesidad de medición de compromisos (tiempo de espera hasta ser atendido).



Items de medición

A continuación se enumeran los 30 indicadores de expectativas en [atención presencial](#):

- P14.3. Coherencia de la información
- P14.4. Calidad de la información
- P14.2. Utilidad de la información
- P14.5. Calidad de la documentación que le dieron para realizar su gestión
- P14.1. Exactitud de la información que le dieron (sin errores)
- P14.6. Asesoramiento sobre las opciones que más le convenían
- P15.6. Tiempo total empleado en la resolución de los motivos de acudir a Zuzenean
- P15.2. Facilidad para conocer el estado de tramitación de su expediente
- P15.7. Resultado final de la gestión
- P13.6. Capacidad de diálogo y comunicación de la persona que le atendió
- P13.2. Trato de igual a igual
- P11.5. Señalización de la oficina (en la calle y dentro de la oficina)
- P13.1. Amabilidad y respeto con el que le trataron
- P13.5. Cualificación, preparación de la persona que le atendió, para darle un buen servicio
- P13.4. Preocupación e interés de la persona que le atendió, por solucionar la cuestión que haya ido a tratar
- P15.5. Actitud de los agentes frente a sugerencias y reclamaciones
- P13.3. Claridad y facilidad de entender a la persona que le atendió, cuando le informaba
- P13.7. Adaptación a su idioma
- P11.3. Condiciones ambientales de la oficina (limpieza, orden, temperatura, iluminación, ruido, etc.)
- P11.4. Visibilidad del cartel del horario de atención al público
- P11.2. Adaptación de la oficina a personas con movilidad reducida
- P12.5. Intimidad y confidencialidad a los/as usuarios/as
- P11.1. Instalaciones de la oficina: espacio físico, asientos, aseos, teléfono público...
- P12.3. Orden y eficacia en la organización de las colas de espera en la oficina
- P17. En general, el servicio de Zuzenean
- P12.6. Tiempo dedicado en su consulta
- P12.4. Amplitud del horario de atención al público
- P12.2. Tiempo de espera hasta ser atendido.
- P15.1. Eficacia del servicio en la resolución de los motivos por los que acudió
- P15.3. Suficiencia de la oficina para resolver el motivo de su visita.



Items de medición

A continuación se enumeran los 24 indicadores de expectativas en [atención telefónica](#):

- P14.2. Utilidad de la información
- P15.1. Eficacia del servicio en la resolución de los motivos por los que llamó
- P14.3. Coherencia de la información
- P15.7. Resultado final de la gestión
- P14.4. Calidad de la información
- P14.1. Exactitud de la información que le dieron (sin errores)
- P15.3. Suficiencia de la oficina para resolver el motivo de su llamada
- P15.6. Tiempo total empleado en la resolución de los motivos de acudir a Zuzenean
- P15.2. Facilidad para conocer el estado de tramitación de su expediente
- P14.6. Asesoramiento sobre las opciones que más le convenían
- P13.1. Amabilidad y respeto con el que le trataron
- P13.2. Trato de igual a igual
- P13.3. Claridad y facilidad de entender a la persona que le atendió, cuando le informaba
- P13.4. Preocupación e interés de la persona que le atendió, por solucionar la cuestión que haya ido a tratar
- P13.6. Capacidad de diálogo y comunicación de la persona que le atendió
- P13.5. Cualificación, preparación de la persona que le atendió, para darle un buen servicio
- P15.5. Actitud de los agentes frente a sugerencias y reclamaciones
- P12.2. Tiempo de espera hasta ser atendido
- P12.1. Nº de llamadas a la atención telefónica necesarias para ser atendido
- P12.6. Tiempo dedicado en su consulta
- P12.4. Amplitud del horario de atención al público
- P13.7. Adaptación a su idioma
- P17. En general, el servicio de Zuzenean

Modelo de Medición de la Voz de la Ciudadanía

A continuación se desarrolla el Modelo de Medición de la Voz de la Ciudadanía, que se resume en 5 fases en las que se desarrollan diferentes metodologías:

Fase 1: Definición de objetivos.

Fase 2: Realización de encuestas telefónicas a población general.

Fase 3: Realización de encuestas telefónicas a personas usuarias del servicio.

Fase 4: Realización de dinámicas de personas usuarias.

Fase 5: Revisión de la validez de la herramienta

MODELO DE MEDICIÓN DE LA VOZ DE LA CIUDADANÍA



En páginas siguientes se describe detalladamente cada una de las fases, con sus objetivos y las cuestiones claves de su desarrollo.



Definición de objetivos

Fase 1: Definición de objetivos.

En esta fase previa se terminará de concretar los objetivos específicos de información que más interesan a las personas responsables del proyecto, y se trabajará conjuntamente con la Dirección de Atención Ciudadana en el diseño y revisión del cuestionario y guiones a utilizar en las encuestas y dinámicas a realizar.

Esta fase tiene como objetivo fundamental conocer de primera mano los cambios efectivos que se hayan realizado en el servicio, desde diferentes aspectos:

- Nuevos servicios creados: objetivos de dichos servicios, público al que se dirigen, etc.
- Cualquier cambio (de diversa naturaleza) que se haya realizado en el servicio: ej. aumento o disminución de personal, cambios en la organización de la atención, etc.
- Aspectos tenidos en cuenta en la carta de servicios

El conocimiento previo de estas cuestiones permitirá ajustar el cuestionario a las nuevas necesidades de información, modificar o introducir nuevos items para recoger la opinión acerca de estos cambios y, de cara al análisis del informe, permitirá prestar especial atención a la comparativa por años, así como comprender los motivos de dichas variaciones.



Fase 2: Realización de encuestas telefónicas a población general.

Esta metodología tiene como principal objetivo conocer cuáles son las expectativas que la ciudadanía, en general, tiene hacia un servicio de atención ciudadana, independientemente de que lo haya utilizado o no. Así, se recogerán tanto las opiniones de quienes tienen una opinión ya formada de este tipo de servicios, por haber acudido a ellos y, por otro lado, se contará con las opiniones de aquellas personas que aún no han tenido ninguna experiencia pero que sí cuentan con unas expectativas previas.

Los items a medir serán, en todo caso, los mismos que se utilicen en la encuesta de percepción o satisfacción del servicio y que han sido definidos a partir del anterior análisis.



Metodología: encuesta telefónica.

Universo de estudio: población general CAPV

Muestra: 400 encuestas

Distribución muestral: por cuotas, con selección aleatoria del individuo

Cuotas: por zona geográfica, sexo y edad

Periodo temporal: una ola de medición cada 3 años.

Error muestral: $\pm 4,9$ para un NC 95%

Información a recabar:

- Expectativas de la población respecto a las cuestiones predefinidas.
- Otras cuestiones genéricas como: Notoriedad de Zuzenean, utilización del servicio, etc.

Modelo de Medición de la Voz de la Ciudadanía



Fase 3: Realización de encuestas a usuarios de Zuzenean.

Esta metodología tiene como principal objetivo conocer la percepción o satisfacción de las personas usuarias del Servicio de Atención Ciudadana Zuzenean, tanto en la modalidad telefónica como presencial.

Para recoger las opiniones tanto del servicio de atención telefónica como de atención presencial, son posibles diferentes modelos de encuestación, dependiendo de las posibilidades existentes de recogida de registros:

USUARIOS DEL SERVICIO DE ATENCIÓN PRESENCIAL

OPCIÓN A:

Encuesta telefónica a las personas usuarias del servicio de atención presencial. Para ello, habría un proceso de recogida de teléfonos en las propias oficinas de atención, previo a la encuestación, bajo cumplimentación de una hoja de permiso por parte de las personas atendidas.

OPCIÓN B

Encuesta presencial a usuarios del servicio de atención presencial de Zuzenean, a la salida de las oficinas.

USUARIOS DEL SERVICIO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA

OPCIÓN C

Encuesta telefónica a hogares de las personas usuarias del servicio de atención telefónico 012. Para poder cumplir con esta opción, se debería también recoger registros en las oficinas de atención telefónica previo consentimiento de las personas atendidas.



OPCIÓN D

Derivación a un call center de encuestación de la llamada una vez ha sido atendida, previa petición de permiso a la persona, para realizarle la encuesta de valoración del servicio.

OPCIÓN E

Utilizar los informantes de las encuestas de opinión de la atención presencial para pedirles información acerca de la atención telefónica en el caso de que la hayan utilizado en, como máximo, los dos últimos meses.

El planteamiento metodológico en lo que se refiere a la distribución muestral se mantendría idéntico en todos los casos. Es decir, se pretende recoger una muestra representativa y que permita un análisis de resultados por modalidad de encuestación óptima para poder realizar comparativas.

Los diferentes modelos presentan pros y contras que habría que tener en cuenta a la hora de decidirse por uno u otro modelo.



Encuesta a personas usuarias de Zuzenean

Metodología: encuesta telefónica y/o presencial.

Universo de estudio: usuarios del Servicio de Atención Ciudadana Zuzenean.

Ámbito geográfico: 3 Oficinas de Atención y teléfono de Atención 012.

Muestra: 600 encuestas

Distribución muestral: Por cuotas, aporportional marcando un mínimo de entrevistas en cada Oficina y atención telefónica. Elección aleatoria simple sobre usuarios de los diferentes tipos de oficina.

Cuotas: por modalidad de atención. Dentro de la modalidad presencial, se tendrán en cuenta cuotas por oficina:

Mínimo de 75 encuestas por oficina y 100 encuestas por servicio de atención telefónica. El resto de las encuestas se repartirá por oficinas y atención telefónica proporcionalmente a la afluencia recogida el mes anterior. Se ponderarán los resultados en función del peso de cada una de las oficinas.

En caso de que la encuestación se realice de forma telefónica, Recogida de teléfonos: en cada oficina, para cada una de las olas de medición, se recogerán un mínimo de 10 registros por cada 1 de las encuestas a realizar. La recogida de datos se realizará a lo largo del mes anterior a la encuestación.

El mismo procedimiento se realizarían para la recogida de los registros de usuarios de la encuestación telefónica.



Encuesta a personas usuarias de Zuzenean

Periodo temporal: reparto de la encuestación a lo largo de dos olas de medición anuales.

Error muestral: ± 4 para un NC 95%

Información a recabar:

- Satisfacción con los diferentes aspectos del servicio (items predefinidos en el presente análisis).
- Medición de tiempos.
- Medición del conocimiento y valoración de novedades introducidas en el servicio, para conocer el feed-back de las personas usuarias.

Análisis que se realizarán:

Además de la medición de items, uno a uno, la encuesta de percepción debe servir para tener una visión de conjunto del servicio y clarificar cuáles son las áreas que requieren acciones de mejora. Por ello, se debe tener en cuenta la inclusión de los siguientes análisis:

- Evolución de la satisfacción a lo largo de los diferentes años analizados.
- Significatividad estadística de las diferencias de los resultados entre diferentes años.
- GAPs o distancia entre las expectativas y la satisfacción de los usuarios.
- Delimitación de Áreas de Mejora, teniendo en cuenta la percepción de los usuarios, en contraste con las expectativas hacia un servicio de este tipo.
- Índice de Percepción de Calidad Agregado: para cada modalidad de atención, se resume, en un solo dato, la satisfacción con cada uno de los aspectos analizados, en relación con lo esperado.

Modelo de Medición de la Voz de la Ciudadanía



Fase 4: Realización de dinámicas de personas usuarias de Zuzenean.

En el análisis de la herramienta realizado, las dinámicas de grupo tenían como objetivo principal servir de base para la realización del posterior cuestionario. Así, se indagó en las expectativas sobre el servicio, conocimiento del mismo y se profundizó en cómo los usuarios entienden el servicio.

Las dinámicas de usuario que se proponen, tienen el planteamiento contrario; partir de las encuestas realizadas y de sus resultados, como base para indagar en las siguientes cuestiones:

PROFUNDIZAR EN LA PERCEPCIÓN DEL SERVICIO

- Motivos de posibles cambios en la evolución de la satisfacción de los usuarios con el servicio.
- Indagar en las áreas de mejora resultantes del análisis de resultados, para conocer los motivos y las posibles acciones desde el punto de vista de los usuarios.

ESTADO CONVERSACIONAL CON EL USUARIO

- Tantear opiniones acerca de nuevos servicios o cambios en la organización de la atención de Zuzenean.
- Obtener información cualitativa de servicios emergentes como la e-administración, dirigiendo así las dinámicas también a personas cuya información es difícil de recoger de manera cuantitativa.
- Servir de plataforma de difusión de mejoras planteadas por la Dirección de Atención Ciudadana a partir de los resultados del estudio, para conocer reacciones, posibles mejoras, fórmulas de comunicación al resto de la ciudadanía, etc.
- Etc.



Metodología: dinámicas de grupo.

Universo de estudio: personas usuarias del Servicio de Atención Ciudadana Zuzenean, que han participado en la fase de encuestación.

Ámbito geográfico: 3 Oficinas de Atención y teléfono de Atención 012.

Muestra: 3 dinámicas de grupo con 10 participantes.

Cuotas: cada uno de los grupos se definirá en función las necesidades de información que se planteen, utilizando como informantes a aquellas personas que hayan contestado a la encuesta y que respondan al perfil requerido (ej. personas insatisfechas con alguna dimensión del servicio, personas que solicitan más servicios, personas que utilizan e-administración, etc.).

Contactación de participantes en las dinámicas: la encuesta de satisfacción de usuarios incluirá una pregunta de permiso para contactarles posteriormente de cara a una posible participación en las dinámicas de grupo.



Revisión del Modelo de Medición

Fase 5: Revisión de validez de la herramienta.

Con el fin de asegurarse de que el cuestionario y los items que en ellos se incluyen se mantienen como herramienta válida para conocer la percepción de las personas usuarias de Zuzenean, debe realizarse periódicamente (cada dos años) una revisión de la misma a partir de diferentes técnicas estadísticas como las realizadas en la presente investigación:

- Análisis de no respuesta.
- Análisis de componentes principales.
- Análisis de consistencia estadística de los datos principales.
- Análisis de validez de la escala.

Con los resultados de esta revisión, a partir de las dinámicas de usuarios se indagará en posibles inconsistencias, cuestiones que precisan un matiz o explicación cualitativa, etc.

Modelo de Medición de la Voz de la Ciudadanía



Por tanto, el objetivo de este Modelo de Medición de la Voz de la ciudadanía es el de mantener un estado conversacional continuado con la ciudadanía para, a partir de ella desarrollar acciones de mejora que se medirán posteriormente en función de la percepción de la propia ciudadanía y de lo que espera del servicio.



Madrid

Anabel Segura, 11
Edificio Albatros – A – 4ª planta
28108 Alcobendas - Madrid
Telf.: +34 91 625 00 49

Zaragoza

Josefa Amar y Borbón, 2 - 3ªA
50001 Zaragoza
Telf.: +34 976 23 88 82

Bilbao

Alda. Recalde, 1 1º A
48009 Bilbao
Telf.: +34 94 480 55 71

Vitoria

Paraguay, 23 - bajo
01012 Vitoria-Gasteiz
Telf.: +34 945 16 70 00

Santander

Lealtad, 14, 2º
39000 Santander
Telf.: +34 942 21 17 43

Logroño

Ruavieja, 67-69 2ª planta
26001 Logroño
Telf.: 941 25 14 96

E-mail: info@append.es

Web: www.append.es

append

Investigación de Mercados

append
grupo