

RESUMEN OPERATIVO

ESTUDIO DE SATISFACCIÓN CIUDADANA TELÉFONO 012 Diciembre 2017

Propuesta: 571178
Ref. estudio: 15100



Introducción y Objetivos

GfK realizó en 2010 y ahora en 2017 el estudio **Barómetro del Nivel de Calidad** percibida del **servicio de atención telefónico** a la **ciudadanía 012**, mediante el cual se mide del **nivel de satisfacción** de las personas usuarias a través de entrevistas telefónicas.

El **objetivo principal** del estudio es **medir la calidad del servicio** ofrecido y analizar su evolución respecto a la oleada anterior.

Por lo tanto, el Barómetro del Nivel de Calidad:

- ↪ Es un instrumento de relación constante con las usuarias y usuarios, que contribuye a detectar los cambios en sus valoraciones
- ↪ Permite a la Generalitat Valenciana adecuar su acción en la dirección de los cambios producidos

El estudio de satisfacción del servicio telefónico 012 de atención ciudadana tiene dos objetivos principales:

1. Análisis de la **satisfacción las personas usuarias** del teléfono 012. Este objetivo engloba los siguientes indicadores:
 - Medición de la calidad del servicio telefónico 012 de atención ciudadana : ISC 2017
 - Análisis a nivel de atributos: jerarquización de los atributos según su nivel de satisfacción
 - Identificación de los Aspectos Clave de Insatisfacción (KDA) y los Aspectos Clave de Satisfacción (KEA)
2. Análisis del **perfil y comportamiento** de las personas **usuarias** del **012**.

La metodología de recogida de información se basa en un trabajo de campo con la siguiente ficha técnica:

Universo

Personas usuarias del teléfono de atención 012, mayores de edad.

Tipo de entrevista:

Entrevista telefónica mediante un cuestionario estructurado de 10 minutos de duración. La entrevista se ha realizado mediante un cuestionario programado en CATI.

Selección entrevistado:

Se ha llamado a los registros telefónicos que han realizado una consulta 012 durante el mes de Octubre de 2017, la base de datos ha sido facilitada por el servicio de atención 012, y se solicita hablar con la persona que realizó la llamada.

Fechas de campo:

Desde el 12 al 21 Diciembre 2017

Tamaño de la muestra:

En total se han realizado **1.003 entrevistas**, con un error estadístico para los datos globales del $\pm 3,02\%$ para un intervalo de confianza del 95,5% y supuesta máxima indeterminación.

Tipo de muestreo:

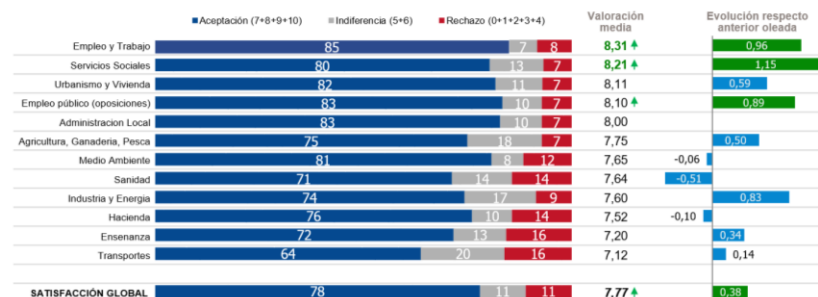
Se ha realizado un muestreo aleatorio simple.

Índice de Satisfacción Global (ISC)

- El **ISC 2017** del servicio de atención 012 es de **7,77 puntos**, el indicador **aumenta de manera significativa** con respecto a la medición anterior (7,39 puntos en 2010) . El **78% de los usuarios** se muestra **satisfecho**, el **11% regular** y el **11% muestra rechazo**. Cabe destacar en este sentido que el porcentaje de usuarios que muestra aceptación es significativamente superior a la oleada anterior y que **aumenta en 9 puntos porcentuales** los usuarios que otorgan la **puntuación máxima (10 puntos)**
- Los **más satisfechos en 2017** son los **colectivos con estudios básicos y medios**, los que se encuentran en **situación de desempleo** y los que llaman a las áreas **Empleo y Trabajo y Servicios Sociales**, además de aquellos que logran **resolver su consulta** con la **1ª persona** que les contesta.
- Los **más críticos** son que **tienen estudios superiores**, los **trabajadores por cuenta ajena**, los que **llaman por primera vez**, los que llaman para **informarse sobre trámites ya iniciados** y al **área de Enseñanza**, además de **aquellos** a los que les **transfieren la llamada**.

En **términos evolutivos**, se observa una **mejora significativa** de la **satisfacción**, en el **colectivo femenino**, los que llaman para **solicitar información**, y los que **llaman a las áreas Empleo y Trabajo, Servicios Sociales y Empleo Público**.

ISC Global y por Áreas



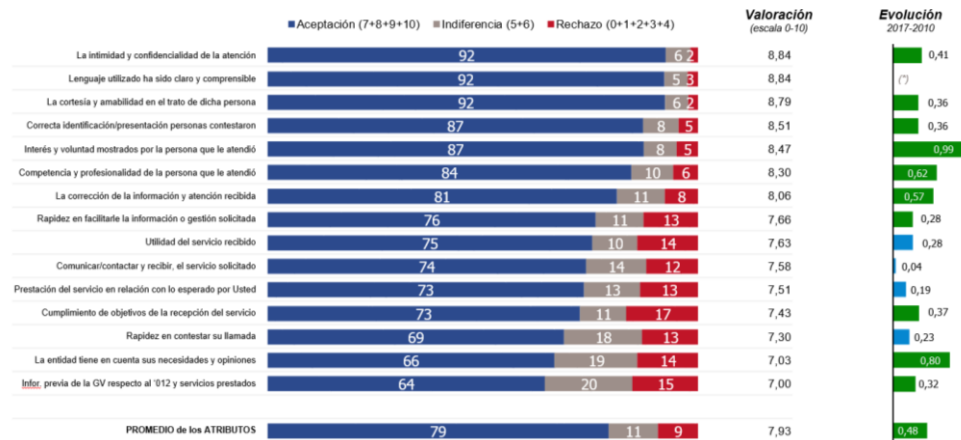
Resumen Operativo

Valoración por Atributos

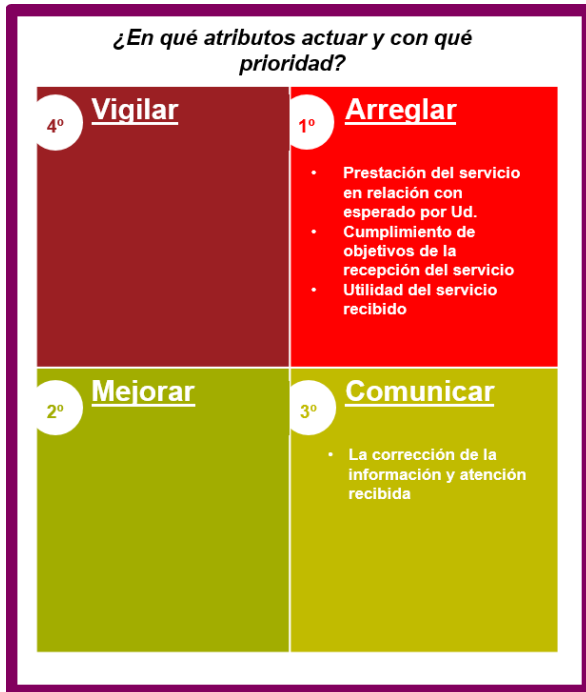
- **10 atributos han mejorado su puntuación respecto a la medición de 2010 y el resto se mantiene constante.**
- La **intimidad y confidencialidad de la atención**” y el **“Lenguaje utilizado ha sido claro y comprensible”** son los **2 atributos mejor valorados**. Los segmentos que mejor valoran el atributo de la intimidad y confidencialidad de la atención son los **jóvenes de 18 a 25 años** y los **parados**.

- Los atributos **“Interés y voluntad mostrados por la persona que le atendió”** y **“La entidad tiene en cuenta sus necesidades y opiniones”** son los que **más aumentan su valoración** con respecto a 2010.

ISC por atributos



Análisis KDA® Análisis aspectos clave de satisfacción e insatisfacción.



- El análisis estratégico de gestión de la satisfacción (KDA®) nos permite identificar 4 palancas clave sobre las que intervenir para mantener la positiva imagen que tenemos entre nuestros usuarios satisfechos y para mejorar la imagen más crítica que poseen nuestros usuarios insatisfechos.
- Recomendamos al PROP **comunicar** el atributo de **“La corrección de la información y atención recibida”** con el objeto de reforzar la satisfacción.
- Del mismo modo, destacamos la necesidad de **arreglar** los atributos de **“la prestación del servicio se haga en relación con esperado por los usuarios”, “que haya cumplimiento de objetivos de la recepción del servicio (que obtengan lo que desean)” y que el “servicio recibido sea útil”** que están actualmente actuando como unas de las principales palancas de insatisfacción.

Resumen Operativo

Caracterización del usuario

- La usuaria **mayoritaria** siguen siendo **mujer**, aunque se **ha reducido** de manera significativa la tasa de mujeres con respecto a 2010, que se situaba en un 69%.
- La **edad media** de los usuarios **es ligeramente superior** a la oleada de 2010 (42 años en 2017 vs. 41 años en 2010).
- La **mayoría (54%)** cuenta con **estudios universitarios finalizados** (medios o superiores), una **tercera parte** estudios **medios** y un **13%** estudios **básicos**. Con respecto a 2010, la **distribución por nivel de estudios** se mantiene **estable**.
- La **práctica totalidad (86%)** de personas usuarias del teléfono 012 son **trabajadores** (68%) o **parados** (18%)
- Más de la **mitad (54%)** de los **usuarios** pertenecen a **niveles de hábitat de más de 50.000** habitantes, cerca de una **tercera parte** a **municipios medianos**, de entre 10.000 y 50.00 habitantes y solo un **15%** a **hábitats más pequeños**, de menos de 10.000 habitantes.
- La **mayoría (60%)** reside en la **provincia de Valencia**, cerca de una **tercera parte** (30%) en la de **Alicante** y el **resto** en la provincia de **Castellón**. La **distribución por provincia** es **similar** a la de la **Comunitat Valenciana**, con una **sobre representación** en las



Comportamiento de uso

- **Enseñanza** es la **principal área de consulta** como en la **oleada anterior**, absorbiendo **una cuarta parte de las llamadas**, le siguen en **segundo lugar** las áreas de **Servicios Sociales** y **Empleo y Trabajo**, con tasas del 13 al 15% y en **tercer lugar** se sitúan **Empleo Público, Urbanismo y Vivienda y Administración Local**, con tasas de entre el 7 y el 8%.
- **Solicitar información** se mantiene como **principal motivo** de las **llamadas al 012**, aglutinando cerca de un **70% de las llamadas**. Le sigue en **segundo lugar (36%) informarse** sobre **expedientes o trámites ya iniciados** y en **tercer lugar** se sitúan los **motivos de informarse de pago de facturas o subvenciones y consulta sobre comunicaciones recibidas**, con tasas de entre el 10 y el 12%.
- Generalmente, se **llama al 012 por más de 1 motivo**, en promedio por **1,4 motivos por consulta**. Servicios Sociales destaca por ser el área que se llama por un mayor número de motivos, mientras que Empleo y Trabajo por un menor número de motivos.
- **Con respecto a 2010**, la **frecuencia de llamada se ha reducido**, en la **oleada anterior** con **frecuencia de al menos una vez al mes** llamaban el **46% de los usuarios** y actualmente solo un **28%**.
- **Cerca de la mitad (46%) de las personas usuarias del 012 llama con una frecuencia de 2 o 3 veces al año**. Del resto de usuarios, un **6% al menos llama una vez a la semana**, un **22% lo hace con frecuencia mensual**, un **16% llama esporádicamente una vez al año o menos** y para un **10% es su primera llamada**.

Conocimiento y experiencia de uso

- Aproximadamente **la mitad** de las **consultas** realizadas al 012 **se resuelven** por la **misma persona** que atiende la llamada y la **otra mitad se transfieren**.
- La **práctica totalidad (98,6%)** de las **llamadas** se **atienden** en el **mismo idioma** en el que se ha realizado la consulta.
- **Cerca de un tercio (32%)** de las **consultas requieren envío** de **documentación** por **correo postal** o **electrónico**. La **práctica totalidad (89%)** fueron **atendidas** mediante el envío de dicha documentación.
- El **4,6%** de las **llamadas al 012** son para **realizar una sugerencia, queja o agradecimiento**. Los usuarios que han realizado alguna de estas gestiones se encuentran **satisfechos** con una **valoración media de 6,89 puntos** sobre 10.
- Una **quinta parte (20,3%)** de los **usuarios del 012** afirma **conocer** el **coste** de la **llamada**. Este coste genera insatisfacción, con una **valoración promedio de 4,87 puntos** sobre 10. Los usuarios se dividen casi a tercios, un **37% muestra rechazo** hacia el coste, el **27% muestra indiferencia** y el **36%** restante lo **valora positivamente**.
- Solo una **quinta parte (21,9%)** de los **usuarios del 012 conoce correctamente** el **horario de atención telefónica**. Los usuarios se encuentran **muy satisfechos** con el horario, con una **valoración media de 8,44 puntos** sobre 10. La **práctica totalidad, el 86,4%** lo valora positivamente.

Canales de atención y comunicación

- El **Portal Web de la Generalitat/Internet** se mantiene como el **principal canal de comunicación** del 012 (**37%**) con **respecto a la ola anterior**. Este canal ha incrementado 8 puntos porcentuales. Le siguen en **segundo lugar** el **boca a boca (20%)** y las **oficinas atención al ciudadano (15,3%)**, y en **tercer lugar los medios masivos (TV, prensa..)** (6,3%)
- El **Teléfono 012 de la Generalitat** lo conocen la **totalidad** de los **usuarios**, le siguen las **Oficinas del PROP** con un **82,6% de la notoriedad** y en **tercer lugar** al canal de atención ciudadana más conocido es la **Guía PROP** con más del **50% de notoriedad**. En un **segundo orden de prioridades** está la **suscripción del Boletín de novedades** y el **Buzón del ciudadano**, con tasas del **33%** y el **30%** respectivamente.
- En **promedio** los usuarios del 012 **conocen más de 3 canales de atención ciudadana**, destaca el colectivo de **30 a 44 años y los trabajadores por cuenta ajena** como aquellos que **conocen mayor numero de canales**.
- El **índice de satisfacción** con la mejora en la **calidad y modernización** de los **servicios públicos** de la **Generalitat** es de **7,30 puntos**.
- La mayoría, el **67% de los usuarios** valora de forma positiva el esfuerzo en la mejora en la **calidad y modernización** de los **servicios públicos** de la **Generalitat**, el **21% regular**, un **7% muestra rechazo** y el resto no sabe contestar.

Resumen Operativo

Sugerencias

La mayoría de los usuarios del 012, manifiesta que el servicio es correcto, que todo está bien

- La **principal sugerencia** es la **gratuidad del servicio**, lo menciona el 10% de los usuarios, seguido de **mayor preparación y competencia** en el personal y **mayor rapidez y amplitud de horarios** en el servicio (el 6%-8% respectivamente), el resto de sugerencias con tasas inferiores al 6%, guardan relación con cortes en la llamada, con la necesidad de un mayor número de personas atendiendo, mayor rapidez y más información.

