

**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 MEDICIÓN 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.

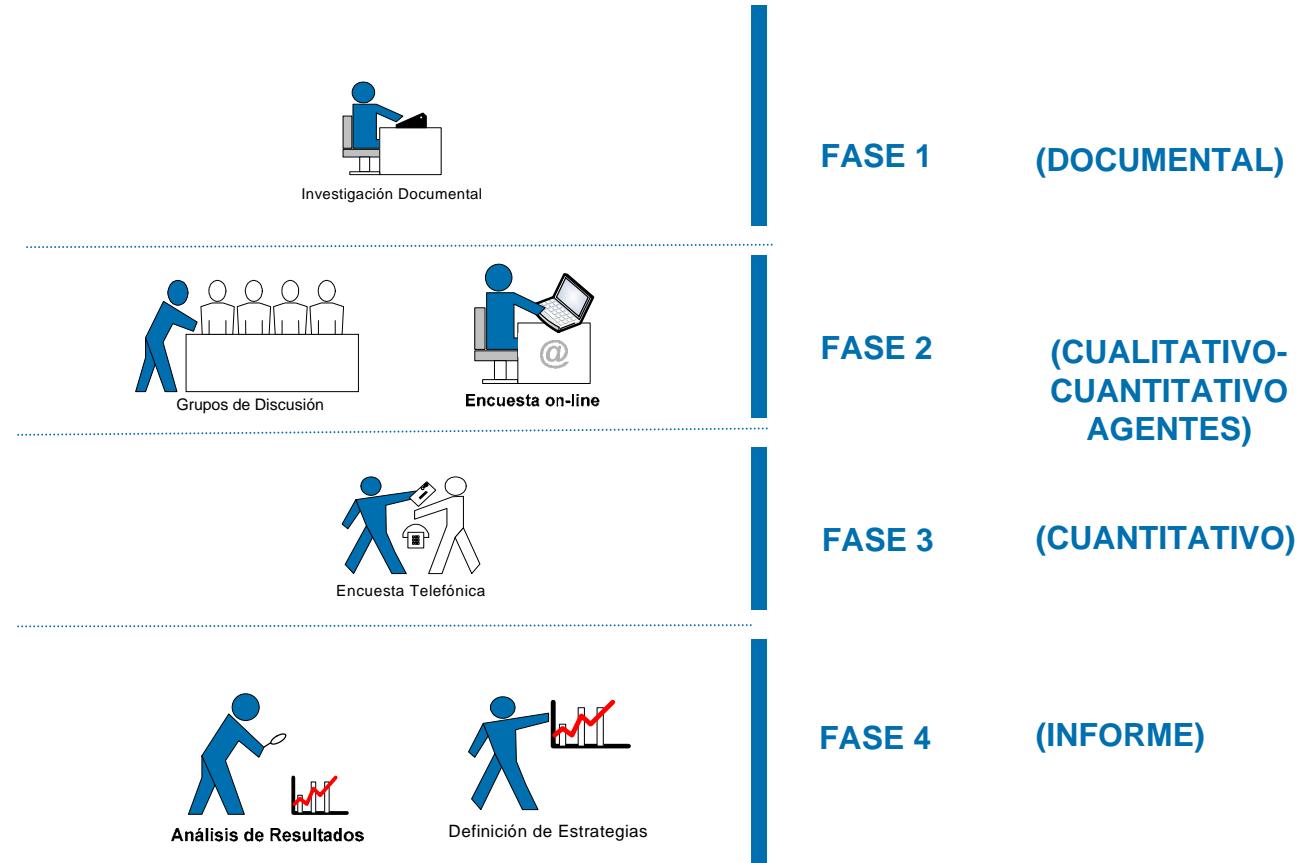
OBJETIVOS

METODOLOGÍA

INFORME DE RESULTADOS

MODELO DE MEDICIÓN DE LA VOZ DE LA CIUDADANÍA

Metodología



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



Encuesta Telefónica

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:

Muestra Real

Atención presencial: 286

Atención telefónica: 118

Muestra Teórica

Atención presencial: 219

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

Del 05 al 07 de julio de 2010.

EQUIPO

Encuestadores profesionales de Append. El equipo de encuestadores se ha conformado por un total de 10 personas.

LUGAR

Call Center de Append

CONTROLES

- ✓ Control de entendimiento del cuestionario en el briefing a los encuestadores.
- ✓ Control *in situ* de las encuestas telefónicas.
- ✓ Control de un 5% a través de escucha remota
- ✓ Control de consistencia estadística de los datos principales

CUESTIONARIO

Se adjunta modelo en CD anexo



Ficha Técnica

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



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

MODELO DE MEDICIÓN DE LA VOZ DE LA CIUDADANÍA

• AGENTES

**• CUALITATIVO PERSONAS
USUARIAS**

**• CUANTITATIVO PERSONAS
USUARIAS**

OBJETIVOS

METODOLOGÍA

INFORME DE RESULTADOS: agentes

MODELO DE MEDICIÓN DE LA VOZ DE LA CIUDADANÍA

- *Aspectos importantes*

- *Dificultades*

- *Mejoras*

Informe de resultados



IMPORTANCIA

Dar buena información al cliente / Calidad

P1. ¿Cuáles son, a tu entender, los 3 aspectos más importantes de cara a que las personas usuarias de Zuzenean perciban un servicio óptimo? (Primera mención)

Resolver su problema/duda

Amabilidad/buena atención

Eficacia

Claridad

Adecuada formación para los agentes

Coordinación con el resto de departamentos

Personal cualificado, motivado e informado

Que entiendan qué servicio se ofrece

Asertividad

Agilidad/Rapidez/Poco tiempo de espera

Accesibilidad al usuario

Atención personalizada con tiempo para atender

Acceso a la información

Ser una ventanilla administrativa única

Mejorar las herramientas informáticas

Instalaciones adecuadas

Entendimiento

Capacidad de escuchar

Agente informado

Adaptación al usuario

Ns/Nc

15,7%

14,3%

14,3%

7,1%

5,8%

5,7%

4,3%

4,2%

2,9%

2,9%

2,9%

2,8%

2,8%

1,4%

1,4%

1,4%

1,4%

1,4%

1,4%

1,4%

1,4%

1,4%

0% 2% 4% 6% 8% 10% 12% 14% 16% 18%

Modelo Medición de voz de la ciudadanía

En este primer gráfico se presenta el aspecto que ha sido considerado por los agentes como el más importante de cara a que las personas usuarias de Zuzenean perciban un servicio óptimo.

Los tres aspectos con porcentajes superiores se basan tanto en criterios de funcionalidad: dar buena información / Calidad y Resolver su problema/dudas, como en aspectos de atención al público: Amabilidad/buena atención.

Informe de resultados



IMPORTANCIA

P1. ¿Cuáles son, a tu entender, los 3 aspectos más importantes de cara a que las personas usuarias de Zuzenean perciban un servicio óptimo? (Total menciones)

	Total
Amabilidad/buena atención	54,3%
Agilidad/Rapidez/Poco tiempo de espera	38,6%
Dar buena información al cliente / Calidad	30,0%
Resolver su problema/duda	21,4%
Eficacia / Eficiencia	18,6%
Claridad / Fácil comprensión	17,1%
Personal cualificado, motivado e informado	15,6%
Empatía / Adaptación al usuario	14,3%
Adecuada formación para los agentes	11,4%
Coordinación con el resto de departamentos	10,0%
Material/ documentos/ herramientas	9,9%
Capacidad de escuchar y paciencia	8,6%
Atención personalizada con tiempo para atender	5,8%
Accesibilidad al usuario	4,3%
Asertividad	4,3%
Instalaciones adecuadas	4,3%
Tramitación sencilla	4,2%
Acceso a la información	2,9%
Que entiendan qué servicio se ofrece	2,9%
Que se relacione Zuzenean con Gob. Vasco	2,9%
Anuncios en medios de comunicación adecuados	1,4%
Ser una ventanilla administrativa única	1,4%
Monográfico sobre temas específicos	1,4%
Horario amplio de atención al público	1,4%
Que conozcan el horario de atención	1,4%
Personal suficiente	1,4%
Unificación de criterios	1,4%
Ns/Nc	1,4%
Base	70

Después de haber conocido cuál es el aspecto más importante, se analizan todos los aspectos indicados como importantes por los agentes con el fin de dar un buen servicio.

En este caso, resalta que los dos primeros aspectos indicados se refieren a la atención al público en sí misma, destacando el segundo aspecto enunciado: Agilidad/Rapidez/Poco tiempo de espera.

El tercer y cuarto aspecto, relacionados directamente con el resultado obtenido por acudir a Zuzenean, fueron señalados como los aspectos más importantes en el anterior gráfico.

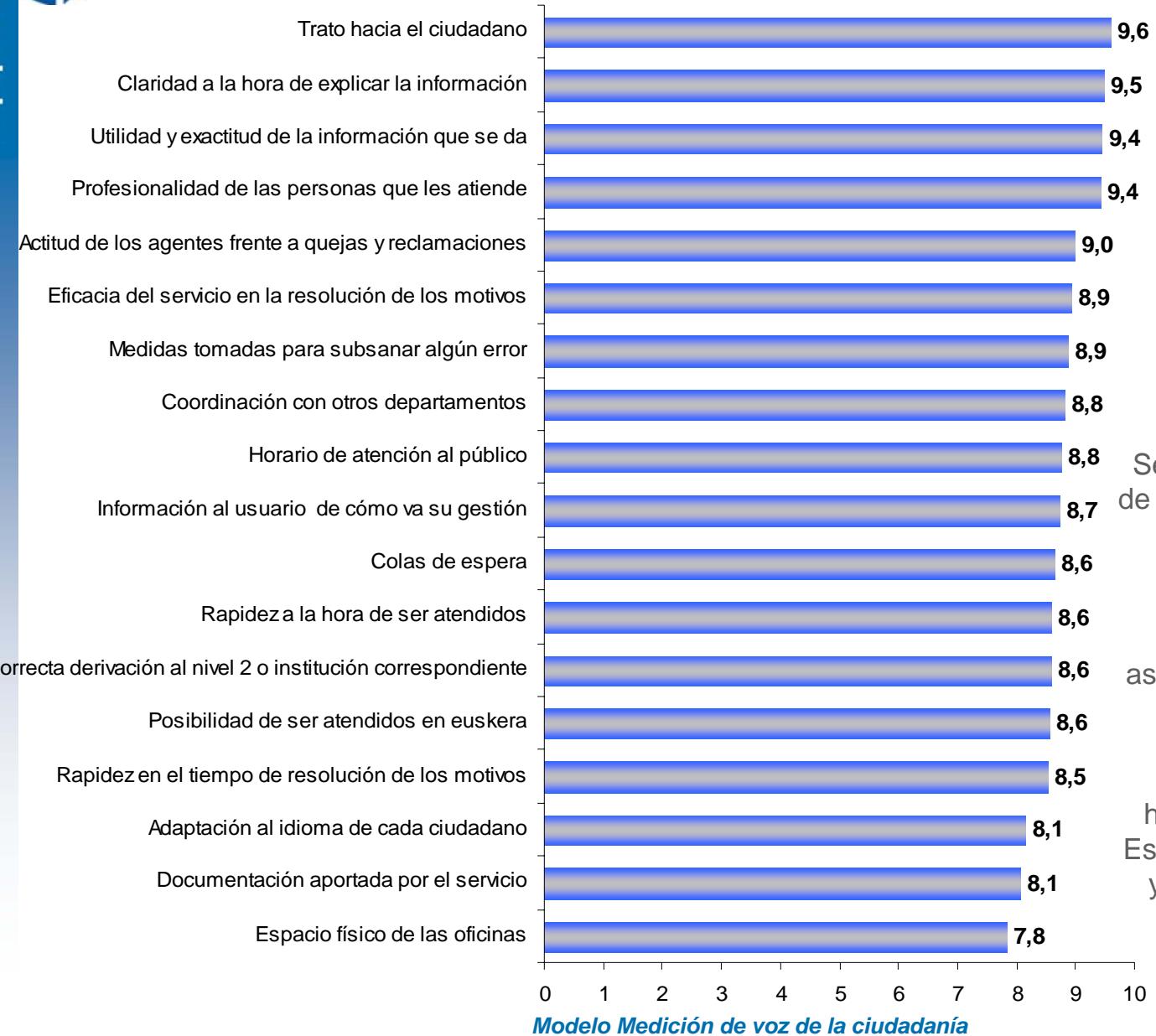
En general, se observa que se valoran aspectos tanto del servicio en sí mismo como de la atención al público.

Informe de resultados



IMPORTANCIA

P2. Valora la importancia que para tí tienen los siguientes aspectos a la hora de que el usuario del servicio de Zuzenean perciba un servicio óptimo



Informe de resultados



IMPORTANCIA

P3. ¿Hay algún otro aspecto no mencionado anteriormente y que consideres importante de cara a que el usuario perciba un servicio óptimo?

	Total
Ninguno	48,6%
Personal cualificado, motivado e informado	10,0%
Coordinación con el resto de departamentos	7,1%
Tramitación sencilla	4,2%
Adeuada formación para los agentes	2,9%
Material/ documentos/ herramientas	2,9%
Aclarar los diferentes niveles de información y resolución	2,8%
Alternativas a la atención presencial / Trámites on-line	2,8%
Acceso a la información	1,4%
Adaptación al usuario	1,4%
Aportarles alternativas para tramitar su gestión	1,4%
Buen ambiente entre compañeros	1,4%
Capacidad de escuchar	1,4%
Cercanía	1,4%
Claridad en los medios de comunicación con la ciudadanía	1,4%
Dar buena información al cliente	1,4%
Eficiencia	1,4%
Mejorar el servicio a personas con discapacidad	1,4%
Mejorar las herramientas informáticas	1,4%
Privacidad en temas personales	1,4%
Que los recursos funcionen	1,4%
Que sepa que es un servicio en su beneficio	1,4%
Servicio fotocopias	1,4%
Unificación de criterios	1,4%
Ns/Nc	1,4%
Base	70

Por último, en cuanto a la importancia de los factores a tener en cuenta para ofrecer un buen servicio, se ofreció la posibilidad que señalasen otros factores.

Principalmente, destaca que, casi la mitad de los agentes, indican que no aportarían ningún factor adicional.

Por el resto, la mayoría de los aspectos expuestos ya han sido señalados anteriormente.

No obstante, destacan dos cuestiones relativas a clarificar qué tipo de nivel de información y resolución de cuestiones ofrece Zuzean con el fin de que los ciudadanos lo conozcan y ofrecer otras alternativas diferentes a la tramitación presencial.

OBJETIVOS

METODOLOGÍA

INFORME DE RESULTADOS: agentes

MODELO DE MEDICIÓN DE LA VOZ DE LA CIUDADANÍA

• *Aspectos importantes*

• *Dificultades*

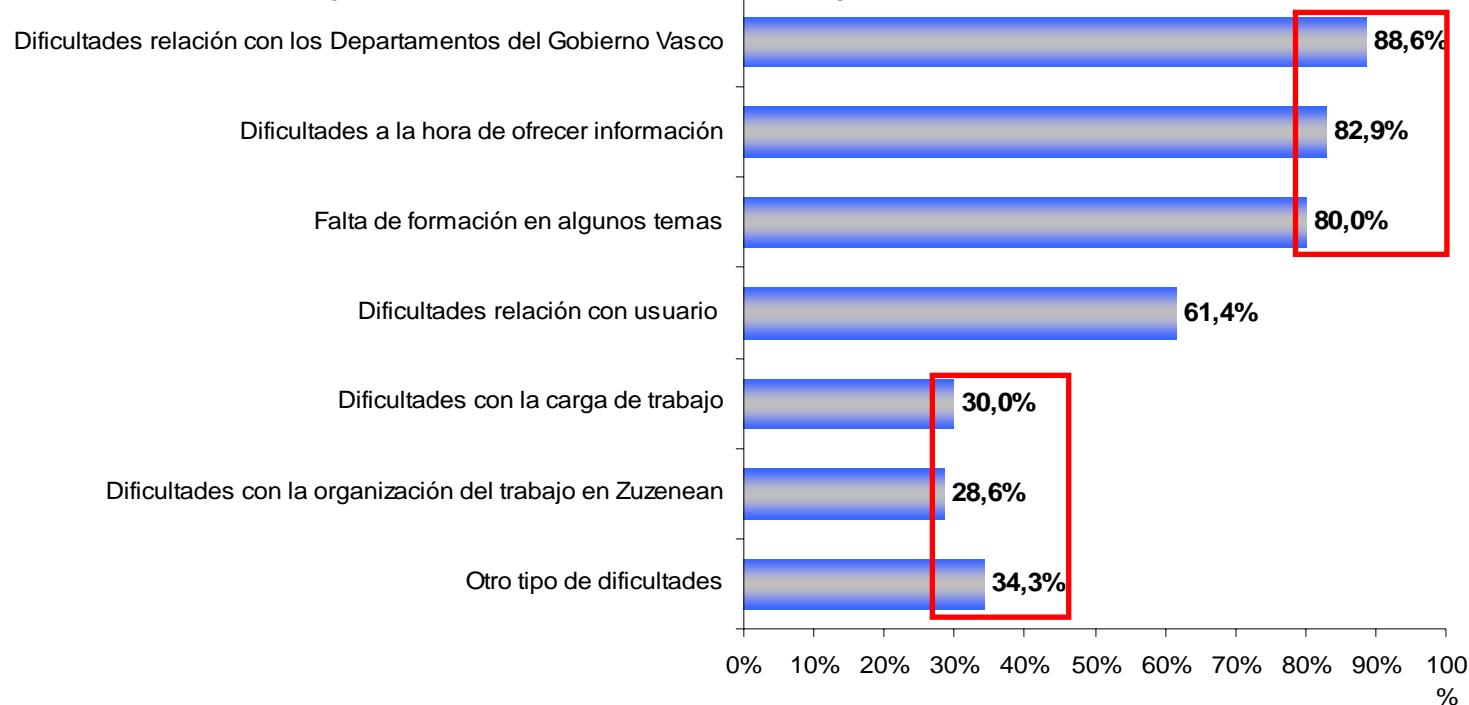
• *Mejoras*

Informe de resultados



DIFICULTADES U OBSTÁCULOS AGENTES

P4. Centrándote ahora en tu trabajo del día a día, ¿cuáles son las dificultades u obstáculos a los que tú te enfrentas a la hora de dar el mejor servicio a la ciudadanía?



Se ha solicitado a los agentes que indicasen las dificultades u obstáculos a los que se enfrentan a la hora de dar el mejor servicio a la ciudadanía.

Se observan dos grupos diferenciados, aquellos con dificultades altas, mayores al 80%, y aquellas dificultades señaladas, como mucho, por un tercio de los encuestados, quedándose las dificultades en la relación con el usuario en medio de ambos grupos.

Informe de resultados



DIFICULTADES U OBSTÁCULOS AGENTES

*Dificultades en la relación con los Departamentos
del Gobierno Vasco*

	Total
A veces no colaboran	19,4%
Problemas para contactar telefónicamente con el nivel 2	14,5%
Imposible contactar con los Departamentos	11,3%
No dan la información que se precisa	8,1%
No actualizan la información	6,5%
Poca coordinación entre departamentos	4,8%
El nivel de formación 2 de algunos departamentos es muy insuficiente	4,8%
Escasa atención en nivel 2	4,8%
La imposibilidad de resolver cuestiones	4,8%
No quieren atender al ciudadano directamente	4,8%
Teléfonos sin actualizar	3,2%
Dificultad para saber dónde acudir con dudas	3,2%
El nivel 2 no está identificado	3,2%
Poca cooperación del departamento de educación	3,2%
No están establecidos los canales correspondientes	1,6%
Un mismo trámite se hace de diferentes formas según Territorio	1,6%
No saben que Zuzenean es el enlace entre Gob. Vasco y los ciudadanos	1,6%
Desidia a la hora de responder a preguntas	1,6%
Les obligan a hacer consultas que no son de su competencia	1,6%
Funciones sin actualizar	1,6%
Deberían mejorar el buscador www.euskadi.net	1,6%
Necesitan un verdadero nivel 2 de información	1,6%
Mal trato	1,6%
Algún departamento no especifica su modo de hacer	1,6%
Tráfico	1,6%
Empleo	1,6%
Ven como molestia cualquier nuevo esfuerzo	1,6%
Ns/Nc	1,6%
Base	62

Como se ha mostrado en el anterior gráfico la relación con los Departamentos del Gobierno Vasco es la mayor dificultad y, dentro de esta cuestión, lo más problemático resulta ser que los Departamentos a veces no colaboran, a lo que se une el hecho de que no facilitan la información. También se menciona la dificultad de contactar telefónicamente, concretamente, con el nivel 2 y, en general, con todos los departamentos.

El resto de dificultades presentan menores porcentajes.

Informe de resultados



DIFICULTADES U OBSTÁCULOS AGENTES

Dificultades a la hora de ofrecer información de algún tipo

	Total
Falta información	15,5%
Información sin actualizar	8,6%
Temas de vivienda	6,9%
Falta de formación en algunos temas	6,9%
Dificultades en la comunicación con extranjeros	5,2%
Educación	5,2%
La que no es habitual y hay que buscar	5,2%
Información sin acceso directo	3,4%
Carecemos de aplicación de consulta	3,4%
Dificultad a la hora de explicar aspectos muy técnicos	3,4%
Información que excede su nivel de competencia	3,4%
Guía telefónica sin actualizar	3,4%
Solicitudes que no vienen especificadas como llenar	1,7%
El tema no se explica al ciudadano en las comunicaciones	1,7%
Saber a qué administración compete	1,7%
Informar a los autónomos de las ayudas	1,7%
Dificultades para distinguir el nivel 1 del 2	1,7%
Dificultades para encontrar información en Euskadi.net	1,7%
No tener acceso a expedientes de tráfico	1,7%
En algunos departamentos sería necesario el nivel 2	1,7%
La ciudadanía posee más información	1,7%
Medio ambiente	1,7%
Industria	1,7%
Índice de localización más ágil	1,7%
Web sin actualizar	1,7%
La creación de nuevas empresas	1,7%
Las consultas del nivel 2	1,7%
El limitado horario de los departamentos	1,7%
No disponer de bases de datos donde ver la información	1,7%
Tráfico	1,7%
Preguntas abiertas	1,7%
Base	58

Las dificultades a la hora de ofrecer información de algún tipo se basan, principalmente, en que a los propios agentes les falta dicha información o que la que tienen está sin actualizar.

Ajeno a la problemática con la información en sí misma, destaca que existen dificultades a causa del idioma.

Informe de resultados



DIFICULTADES U OBSTÁCULOS AGENTES

Falta de formación en algunos temas

	Total
Vivienda/Etxebide	26,8%
Tráfico	21,4%
Familia	10,7%
Cada vez que cambia una ley	8,9%
Actualización de la información más utilizada	7,1%
Educación	5,4%
De todo	5,4%
Empleo	5,4%
Formación continua	5,4%
En los temas más usuales	5,4%
Falta información	3,6%
Reuniones periódicas con nivel 2	3,6%
Formación general	3,6%
Formacion inicial	3,6%
Los departamentos no nos han formado	3,6%
Materias que corresponden a los distintos departamentos	3,6%
La información no llega a tiempo	1,8%
Nociones de cada departamento y Gob. Vasco	1,8%
Competencias ajenas al Gob. Vasco	1,8%
Información más precisa	1,8%
Falta de formación que va unida a la información en tiempo	1,8%
Formación express	1,8%
Todo lo nuevo que vaya saliendo	1,8%
Tener tiempo para cotejar información	1,8%
Dominar la página web del Gob. Vasco	1,8%
Programas informáticos	1,8%
Trabajo	1,8%
Industria	1,8%
Medio Ambiente	1,8%
Organización de departamentos	1,8%
Contacto directo con el técnico responsable	1,8%
Base	56

La falta de formación en algunos temas se basa en tres temas en concreto: vivienda/etxebide, tráfico y familia.

Igualmente, reclaman que se les forme sobre los cambios que sufren las leyes y que se les haga unos reportes formativos sobre las actualizaciones de las informaciones más utilizadas.

Informe de resultados



DIFICULTADES U OBSTÁCULOS AGENTES

Dificultades en la relación con el usuario del servicio

	Total
Dificultades con el idioma	48,8%
No saben a qué vienen	16,3%
La mutua comprensión	7,0%
No escuchan	4,7%
Conexión telefónica	4,7%
Distintos departamentos con diferentes modos de comunicación	4,7%
No distinguen entre diferentes departamentos y administraciones	4,7%
Centrar la consulta	2,3%
Demasiada burocracia	2,3%
La atención en euskera es mejorable	2,3%
Mala educación	2,3%
No tenemos toda la información	2,3%
Ns/Nc	2,3%
Base	43

Nuevamente, surge la problemática con el idioma en el momento que tienen que dar alguna explicación a los usuarios, siendo señalado por casi la mitad de los agentes que perciben problemas en la relación con el usuario.

Además, consideran que los ciudadanos no saben a qué acuden.

Informe de resultados



DIFICULTADES U OBSTÁCULOS AGENTES

Dificultades con la carga de trabajo

	Total
Acumulación de gente en horas punta	47,7%
En campañas puntuales traen a mucha gente	9,5%
Dependiendo la hora saturación de llamadas	4,8%
Falta de organización	4,8%
Los cambios en la forma de proceder	4,8%
Mala organización de teléfonos	4,8%
En fechas concretas para entregar documentación	4,8%
Mal funcionamiento de las herramientas informáticas	4,8%
Cambio de puesto	4,8%
Cuando se envía carta a los ciudadanos en mismos períodos	4,8%
Imposibilidad de acceder a la aplicación de tráfico	4,8%
A veces se alargan las convocatorias entre usuario y agente	4,8%
Ns/Nc	4,8%
Base	21

La principal dificultad con la carga de trabajo se basa en que los ciudadanos acuden en un intervalo reducido de tiempo, produciéndose colas de espera.

A pesar de la supremacía de la primera dificultad, tanto la segunda como la tercera dificultad, presentan una relación plena con la primera: acumulación de ciudadanos en campañas o telefónicamente.

Informe de resultados



DIFICULTADES U OBSTÁCULOS AGENTES

Dificultades con la organización del trabajo en Zuzenean

	Total
La información no llega a tiempo	10,0%
Los departamentos se ven como algo separado de Zuzenean	5,0%
Muchos agentes al juntarse el horario de mañana y tarde	5,0%
Algún compañero poco trabajador	5,0%
Datos sin actualizar	5,0%
Los departamentos se dedican a obstaculizar	5,0%
No tener un puesto fijo	5,0%
No hay coordinación	5,0%
Dificultades con el gestor de colas	5,0%
Falta de información	5,0%
Gran variedad de materias a conocer	5,0%
Hay que formar al personal cada 6 meses	5,0%
Las reuniones no se pueden hacer con todos los agentes	5,0%
La información no manejada habitualmente se olvida	5,0%
Enviar a diario a otras administraciones correo con acuse de recibo	5,0%
Poco espacio de movilidad	5,0%
Mesa pequeña con muchos objetos	5,0%
No tener formación	5,0%
Web sin actualizar	5,0%
Planteamiento de ciertos aspectos del trabajo	5,0%
Saber de todo es difícil	5,0%
Base	20

En este caso los porcentajes son muy bajos, y la única cuestión que destaca, respecto a las dificultades con la organización del trabajo en Zuzenean, es relativa a que la información no llega a tiempo.

Informe de resultados



DIFICULTADES U OBSTÁCULOS AGENTES

Otro tipo de dificultades

	Total
Fallos en los sistemas informáticos	16,7%
La información no llega a tiempo	8,3%
Falta de material	8,3%
Al hacer de intermediarios tardan tiempo en responder	4,2%
Contactar con algunos departamentos	4,2%
El curso no vale para trabajar en Zuzenean	4,2%
Consulta respondida por una sola persona	4,2%
El puesto de trabajo no es muy ergonómico	4,2%
Informaciones contradictorias entre los departamentos y Zuzenean	4,2%
Ticketera	4,2%
Formación para atender clientes difíciles	4,2%
Un mismo trámite se hace de distinta forma según Territorio	4,2%
Inseguridad laboral de los agentes	4,2%
Lentitud a la hora de reparar cualquier incidencia técnica	4,2%
Algunos departamentos no responden a sus tareas	4,2%
Mal funcionamiento de la web	4,2%
Mal funcionamiento del nivel 2	4,2%
Mala iluminación	4,2%
Servicio no óptimo por mucha información	4,2%
Se necesita puesta al día constante	4,2%
Información sin actualizar	4,2%
Ns/Nc	4,2%
<i>Base</i>	24

Ante la posibilidad de expresar otras dificultades que han considerado los agentes que no aparecían recogidas en las propuestas anteriores, destacan los fallos en los sistemas informáticos.

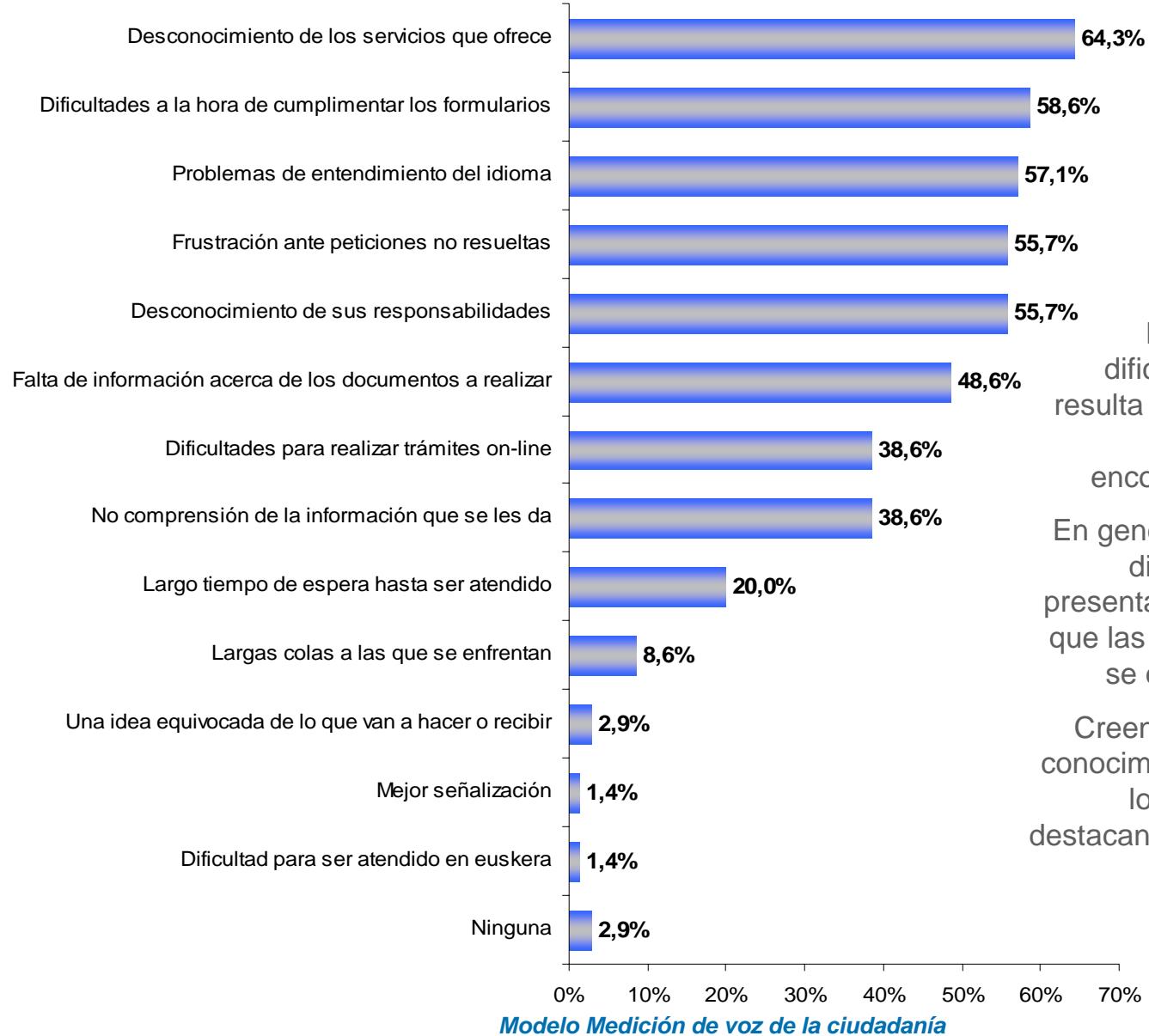
También señalan que la información no llega a tiempo y que no cuentan con material suficiente.

Informe de resultados



DIFICULTADES CIUDADANÍA

P5. ¿Cuál/es son esas dificultades con las que se encuentra la ciudadanía cuando acuden y utilizan el servicio de Zuzenean?



Después de analizar las dificultades de los agentes, resulta importante conocer con qué dificultades pueden encontrarse los ciudadanos.

En general, se observa que las dificultades consideradas presentan menores porcentajes que las dificultades con las que se encuentran los agentes.

Crean que existe una falta de conocimiento de Zuzenean y de los servicios que ofrece y destacan la problemática con los formularios.

OBJETIVOS

METODOLOGÍA

INFORME DE RESULTADOS

MODELO DE MEDICIÓN DE LA VOZ DE LA CIUDADANÍA

- AGENTES**

- CUALITATIVO PERSONAS
USUARIAS**

- CUANTITATIVO PERSONAS
USUARIAS**

CONOCIMIENTO DE ZUZENEAN

A pesar de que son usuarios de Zuzenean, han acudido más de una vez a las oficinas...

Desconocimiento general sobre qué es Zuzenean y qué servicios ofrece

- Percepción de que acuden a una oficina de Gobierno Vasco. No son conscientes de que es Zuzenean el SERVICIO DE ATENCIÓN AL CIUDADANO del Gobierno Vasco.
- Asociación de Zuzenean con el servicio por el que ellos acuden. Piensan que es la oficina para los trámites de Etxebide o la oficina de temas de familia para las solicitudes de las ayudas por hijos, etc
- Desconocimiento de los horarios de apertura de las oficinas
- Desconocimiento del servicio de atención telefónica 012, para qué sirve y de su horario



La asociación del Gobierno Vasco con el servicio de Zuzenean sí es clara

VALORACIÓN DE ZUZENEAN

Información previa

La información previa relativa a los servicios ofrecidos por Zuzenean se obtiene principalmente a través de medios informales y por tanto de difícil control por parte de Zuzenean (boca a boca).

- Boca a boca. Es el medio principal de acceso. A través de amigos y familiares que ya han solicitado ayudas y que han acudido a las oficinas de Zuzenean. Ellos informan de las ayudas a solicitar, los trámites que necesitan y dónde está la oficina a la que tienen que acudir. Este es el grupo de usuarios que más demandan un aumento de la publicidad sobre Zuzenean para saber qué es y cuáles son sus servicios. También demandan que se informe de manera previa de las ayudas a las que se puede acoger el ciudadano.
- Internet. Una pequeña parte de los usuarios se han informado previamente a través de la web de Zuzenean
- Por medio de envío postal de información de Gobierno Vasco anunciando el servicio

Informe de resultados

VALORACIÓN DE ZUZENEAN

Organización

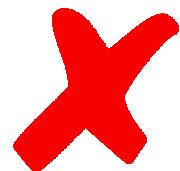
Buena valoración del espacio y distribución de las oficinas. Son espacios diáfanos, acogedores



Cierta dificultad en la accesibilidad a la entrada de la oficina de Donostia (Calle Andía) con coches de niños o con sillas de ruedas. Hay que dar varios giros para entrar y no es fácil con los carritos



Desorientación la primera vez que se acude presencialmente a la oficina. Dudas sobre el mostrador al que dirigirse primero y sobre qué ventanillas son las que se corresponden con el objeto de su visita.



En los tickets de turno de Donostia pone Zuzenean o Educación y los usuarios no tienen muy claro donde realizar su consulta o trámite de vivienda o familia.

Consultas relativas a vivienda: menor dificultad en la atención. Cumplimentación y entrega de documentación

Consultas relativas a familia: mayor dificultad en la atención. Necesidad de información clara específica. Posibilidad de información añadida extra a la que consulta del usuario

Informe de resultados

VALORACIÓN DE ZUZENEAN

Personal

Buena percepción generalizada del trato recibido por el personal de las oficinas.

Los aspectos más relevantes a la hora de valorar al personal son la eficacia en la resolución de la consulta y la rapidez.

La amabilidad del interlocutor es importante pero pasa a un segundo plano freno a la eficacia y la rapidez.

Trato muy amable



Control y seguimiento del caso. Causa sorpresa positiva comprobar que se avisa por teléfono si hay surgido incidencias o si falta algún impreso.



Profesionalidad Eficacia en la tramitación:

Los agentes ante cualquier problema realizan consultas a otros agentes y para hallar una solución.



No se facilita espontáneamente información sobre otro tipo de ayudas o trámites que pudieran ser de interés del usuario.



Se detecta posibilidad de aportar en ocasiones información más precisa.



En casos excepcionales se detecta dificultades para atender en euskera.



Informe de resultados

VALORACIÓN DE ZUZENEAN

Atención no presencial

Teléfono 012

Se desconoce el horario de atención telefónica del 012.

Percepción de que está disponible sólo en horario e mañana.

Percepción de dificultad para contactar (llamadas sin respuesta)



Internet

Percepción de mejora sobre la cantidad de trámites que se pueden realizar a través de la web de Zuzenean.

Conocimiento sobre la posibilidad de llenar los impresos y enviarlos desde la propia web y además se puede guardar una copia de los mismos.



Informe de resultados

VALORACIÓN DE ZUZENEAN

POSIBLES MEJoras EN BENEFICIO DEL SERVICIO

Incrementar la notoriedad de Zuzenaren y de los servicios que ofrece

Se demanda de manera general campañas de publicidad para que llegue al conocimiento público qué es Zuzenaren, qué servicios ofrece y dónde, cómo y cuándo acudir.

Especial necesidad de ampliar el conocimiento sobre los horarios de atención. Percepción de apertura sólo en horario de mañana

Respecto a los canales más apropiados para dar a conocer el servicio surgen:
-campañas en TV
-buzoneo de información

Instalaciones

Cuidar la accesibilidad de las oficinas. Sobre todo teniendo en cuenta que acuden muchos usuarios con sus niños pequeños. Se detecta en oficina de Donostia ciertas dificultades para acceso con coches de niños y sillas de ruedas.

Vigilar especialmente la existencia de áreas con asientos para la espera.

Informe de resultados

VALORACIÓN DE ZUZENEAN

POSIBLES MEJoras EN BENEFICIO DEL SERVICIO

Facilitar la orientación en el interior de la oficina

Facilitar la circulación de los usuarios en la oficina. Cuando se llega a la oficina por primera vez no es fácil saber que se tiene que hacer ni a qué ventanilla dirigirse.

Se suele obtener información de otros usuarios con mayor experiencia que están esperando su turno (canales informales e obtención de información).

Potenciación de Internet como medio de información y tramitación

Creciente demanda de poder obtener toda la información y poder realizar todo tipo de trámites con la administración a través de métodos telemáticos, minimizando así las necesidades de desplazamiento.



zuzenean
herritarrei arreta
atención ciudadana

OBJETIVOS

METODOLOGÍA

INFORME DE RESULTADOS

MODELO DE MEDICIÓN DE LA VOZ DE LA CIUDADANÍA

- **AGENTES**

- **CUALITATIVO PERSONAS
USUARIAS**

- **CUANTITATIVO PERSONAS
USUARIAS**

OBJETIVOS

METODOLOGÍA

INFORME DE RESULTADOS: cuantitativo personas usuarias

MODELO DE MEDICIÓN DE LA VOZ DE LA CIUDADANÍA

- *Análisis de la herramienta*

- *Expectativas de las personas usuarias*

- *Perfil de la persona usuaria*

- *Utilización del servicio*

- *Conocimiento de Zuzenean*

- *Medición de tiempos*

- *Cumplimiento de expectativas*



ANÁLISIS DE LA HERRAMIENTA

Análisis de la herramienta:

Con el objetivo de conocer si el cuestionario utilizado responde a los objetivos de la investigación y mide de manera eficaz las expectativas de las personas usuarias de Zuzenean se han llevado a cabo diferentes análisis:

-*Análisis factorial de componentes principales*: modelo que se basa en observar como interaccionan entre sí las diferentes variables. Es decir, permite conocer los elementos correlacionados que pueden crear factores diferentes a los predefinidos, y que muestran la forma en la que los encuestados configuran sus expectativas con el servicio.

-*Análisis de no respuesta*: se trata de conocer, uno a uno, los niveles de no respuesta que tiene cada uno de los items del cuestionario para asegurar la comprensión y validez de los mismos.

-*Análisis de validez de la escala*: análisis que permite ver la fiabilidad del modelo así como identificar qué variables reducen la fiabilidad de dicho modelo.

A partir de estos tres análisis, quedará de manifiesto cuáles son los indicadores que deben marcar la medición de las expectativas y satisfacción de las personas usuarias.



Análisis de componentes principales

En el presente apartado se desarrolla un análisis de componentes principales para el cuestionario de Medición de la Voz de la ciudadanía.

Además de otras variables de información acerca del uso de Zuzenean, el cuestionario utilizado incluye 32 variables de valoración de expectativas con el servicio telefónico y presencial, además de otras 6 que miden las expectativas de la web de Zuzenean y 1 de síntesis global.

Todas ellas están agrupadas en 6 factores, de los cuales, 5 se refieren a la atención telefónica y presencial y 1 a la atención web.

Para el análisis factorial se excluyen las variables de valoración de la web y se incluyen las de valoración global. Tras realizar varias pruebas, se decide la realización de dos análisis factoriales independientes según la modalidad de atención, por observar un diferente comportamiento en el esquema de los usuarios ante ambas opciones de atención.

Dicho análisis tiene como objetivos contrastar cómo se construye la satisfacción:

- Qué factores la componen y qué atributos componen estos factores.
- Qué atributos considerados no contribuyen a explicar el factor y, por ende, las expectativas con el servicio. Por tanto, dichos atributos son susceptibles de ser eliminados de la herramienta de satisfacción.

Para cubrir estos objetivos se desarrolla un **modelo** que se basa en observar como interaccionan entre sí las diferentes variables. De esta forma es fácil ver, con frecuencia, como aquellas personas que ven más o menos cubiertas sus expectativas con algunos elementos, las ven cubiertas así mismo con otros. Es decir son elementos correlacionados que pueden crear factores diferentes a los predefinidos, y que **nos muestran** por tanto **la forma en la que los encuestados configuran sus expectativas hacia el servicio**. Nos revela por tanto su esquema de pensamiento.

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



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 trajeron	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 componentes principales: atención presencial

En definitiva, son cinco los factores que explican las expectativas de las personas usuarias cuando acuden al servicio de atención presencial de Zuzenean. Como se veía anteriormente, estos 5 factores explican un 73,08% de la varianza. Siendo suficiente con un porcentaje de explicación del 66%, podría incluso suprimirse el 5 factor:

1º-EFICACIA DEL SERVICIO: es el factor con más peso, por tanto imprescindible si quiere medirse las expectativas de las personas usuarias. Explica un 51,16% del fenómeno e incluye todos los items relacionados con una información, documentación y asesoramiento óptimos, a lo que se une el tiempo empleado en la resolución, resultado final y facilidad para conocer la situación de su expediente.

2º-PERSONAL: explica un 7,8% de la varianza e incluye los items iniciales referidos al trato y profesionalidad del personal, a lo que se une su actitud frente a quejas y reclamaciones (antes en el la dimensión preestablecida de Proceso de atención). Cabe analizar aquí la pertinencia del item “señalización de la oficina”.

3º-ADECUACIÓN DE LAS INSTALACIONES: explica un 5,48% del fenómeno, e incluye items relacionados con el espacio físico de las oficinas, tanto en lo que a condiciones ambientales se refiere, como a la propia arquitectura adaptada.

4º-COMODIDAD: 4,65% de la varianza e incluye items referidos a las oficinas, pero que se desligan de la connotación anterior de espacio físico y se acercan más a un concepto de comodidad, de organización, de intimidad para el ciudadano. Es decir, es un concepto más de infraestructura de cara al proceso de atención más que de infraestructura limitada al espacio físico.

5º-SERVICIO GENERAL: factor que explica un 3,97% de la varianza y engloba en un mismo factor items como el Servicio en general y el tiempo dedicado a su consulta. Cabe, por tanto, preguntarse por la identificación de Zuzenean como ente que presta el servicio.



Análisis de componentes principales: atención presencial

Tras el análisis, 4 ítems son susceptibles de ser eliminados de la herramienta de análisis, por contar con una communalidad baja, es decir, una baja contribución a la satisfacción y baja correlación con los factores construidos:

- 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

No obstante, habría que esperar a realizar otros análisis posteriores (Ns/Nc, fiabilidad de la escala y los propios análisis de resultados de la encuesta), para valorar la eliminación de estos ítems en la herramienta de medición de la voz de la ciudadanía.

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 trajeron		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. N° 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: atención telefónica

En definitiva, son cuatro los factores que explican las expectativas de las personas usuarias cuando llaman al servicio telefónico de Zuzenean. Como se veía anteriormente, estos 4 factores explican un 79,05% de la varianza. Siendo suficiente con un porcentaje de explicación del 66%, los dos primeros factores podrían ser suficientes para poder medir la satisfacción de la persona usuaria con este servicio:

1º-EFICACIA DEL SERVICIO: es el factor con más peso, por tanto imprescindible si quiere medirse las expectativas de las personas usuarias. Explica un 57,87% del fenómeno e incluye todos los items que mezclan la eficacia del servicio y la resolución del motivo de su llamada con cuestiones relacionadas con una información óptima.

2º-TRATO/CERCANÍA: explica un 9,26% de la varianza y se desliga de los items que tienen que ver con la profesionalidad del personal. Ante todo, se refiere al trato y cercanía de los agentes.

3º-PROFESIONALIDAD: explica un 6,84% del fenómeno, y se refiere a la actuación de los agentes en lo que tiene que ver con la resolución del motivo de su llamada.

4º-TIEMPOS: 5,08% de la varianza e incluye items referidos a los tiempos a lo largo de todo el contacto del usuario con el servicio, teniendo mayor peso las cuestiones relacionadas con el tiempo necesario para contactar que con el tiempo que los agentes dediquen a su consulta.

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 ítems, sin temor a que la herramienta pierda validez, por contar con una communalidad 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 ítems para determinar una solución en aquellos casos en los que el porcentaje sea elevado.



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. Intimidad 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 trajeron	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%



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. Intimidad 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 trajeron	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%



Análisis de No respuesta

En síntesis, a continuación se realiza un análisis de la pertinencia o mantenimiento de los items con mayores porcentajes de no respuesta.

En el caso de la atención presencial, los items con mayores porcentajes de no respuesta son los siguientes pero, en todos los casos, las razones están justificadas y no procede su eliminación. Son, además, items que quedan dentro del modelo, a partir del análisis factorial:

- 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 tramitación de su expediente

En el caso de los items P15.5. y P15.2., la no respuesta se debe, en la mayor parte de los casos, a un “no procede” a la hora de responder.

Los items P11.2 y P11.4, por su parte, son indicativos de un no conocimiento de estas cuestiones ya que es probable que sean cuestiones que pasen desapercibidas salvo en el caso de que no se necesiten. La solución podría venir, en el caso de que interese, por la notificación de estas dos cuestiones vía carta de servicios u otra herramienta de comunicación con la ciudadanía.

En el caso de la atención telefónica, los items con mayores porcentajes de no respuesta son los siguientes:

- 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/as
- 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



Análisis de No respuesta

En el caso de la atención telefónica, se observa la pertinencia de eliminación de los items P14.5 y P12.5, ya que quedan excluidos del análisis factorial, por lo que además de su no pertinencia, no son explicativos del fenómeno. Al igual que ocurriera con la atención presencial, los items P15.5 y P15.2, no son susceptibles de eliminación, ya que su alto porcentaje de no respuesta se debe más a un no procede que a un Ns/Nc.

En cuanto a la amplitud del horario de atención al público, la no respuesta es un indicativo de no conocimiento, pero su pertinencia de mantenerse en el modelo queda claro a partir del análisis factorial.

Por último, el item P14.6 tiene un porcentaje de no respuesta del 18,64%. Se propone su mantenimiento, ya que contribuye a explicar parte de las expectativas de las personas usuarias dentro del factor de eficacia del servicio, y su no respuesta puede estar condicionada al tipo de información que se requiera del servicio.

Análisis de la herramienta



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 ítems son susceptibles de ser eliminados.

Del cuestionario a usuarios de atención presencial:

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:

Análisis factorial

- P12.5. Intimididad 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. Intimididad 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



Análisis de validez de la escala

Se obtiene así que, de modo global, tanto para el cuestionario de atención telefónica como para el cuestionario de atención presencial, la escala de medición tiene una calidad óptima.

1.- Atención presencial: Alpha 0,9580.

2. Atención telefónica: Alpha: 0,9785.

En ambos análisis, la fiabilidad de las escala se mantiene en niveles óptimos cuando se elimina alguno de los items anteriores por lo que, de ser necesario, podrían ser eliminados sin afectar a la fiabilidad de la escala.

No obstante, la eliminación o no de los mismos depende de los resultados del conjunto de análisis, de la pertinencia de los items y de la necesidad de medición de los mismos de cara a cumplir con los requisitos de la carta de servicios.

En el último apartado del informe “Modelo de Medición de la Voz de la Ciudadanía” se incluye un apartado en el que se definen los items definitivos que conforman las expectativas de las personas usuarias del servicio de atención y que deben ser utilizados a la hora de medir la percepción de los usuarios con el servicio.

OBJETIVOS

- *Análisis de la herramienta*

METODOLOGÍA

- *Expectativas de las personas usuarias*

INFORME DE RESULTADOS: cuantitativo personas usuarias

- *Perfil de la persona usuaria*

MODELO DE MEDICIÓN DE LA VOZ DE LA CIUDADANÍA

- *Utilización del servicio*

- *Conocimiento de Zuzenean*

- *Medición de tiempos*

- *Cumplimiento de expectativas*

Informe de resultados



EXPECTATIVAS

De manera espontánea, las personas usuarias del servicio de Zuzenean posicionan el trato como el aspecto principal a la hora de acudir a un servicio de atención ciudadana.

Le sigue la rapidez y la calidad en la información.

La rapidez se sitúa como principal cuestión para los usuarios del servicio telefónico.

P10. PRIMER aspecto más importante a la hora de acudir a un servicio de atención ciudadana para realizar cualquier trámite

	Atención presencial	Atención telefónica	Total
Amabilidad/Buen trato/Atención/Cercana	29,4%	14,4%	22,5%
Rapidez	21,3%	20,3%	20,9%
Buena información/Buena explicación	11,9%	17,8%	14,6%
Ampliar horario/Flexibilidad horaria	8,0%	9,3%	8,6%
Claros/Claridad/Concretos	5,2%	7,6%	6,3%
Efectividad/Eficaz	2,4%	6,8%	4,4%
Agilidad en trámites/Agilidad en la resolución	3,1%	5,9%	4,4%
Agilidad en los tiempos de espera	5,2%	0,8%	3,2%
Personal cualificado	2,8%	1,7%	2,3%
Dar soluciones	1,4%	3,4%	2,3%
Atención telefónica	0,7%	2,5%	1,5%
Fácil (acceso, trámites, papeleo...)	0,3%	2,5%	1,4%
Atención en euskera	1,0%	0,8%	1,0%
Fiabilidad/Veracidad	0,3%	1,7%	1,0%
Otras	3,5%	1,6%	3,0%
Ns	2,8%	2,5%	2,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Base ponderada	219	185	404
Base real	286	118	404



Teniendo en cuenta el cómputo total de respuestas, se observa que el trato continúa siendo la cuestión más relevante a la hora de acudir a un servicio, seguida de cerca de la rapidez y de la calidad de la información.

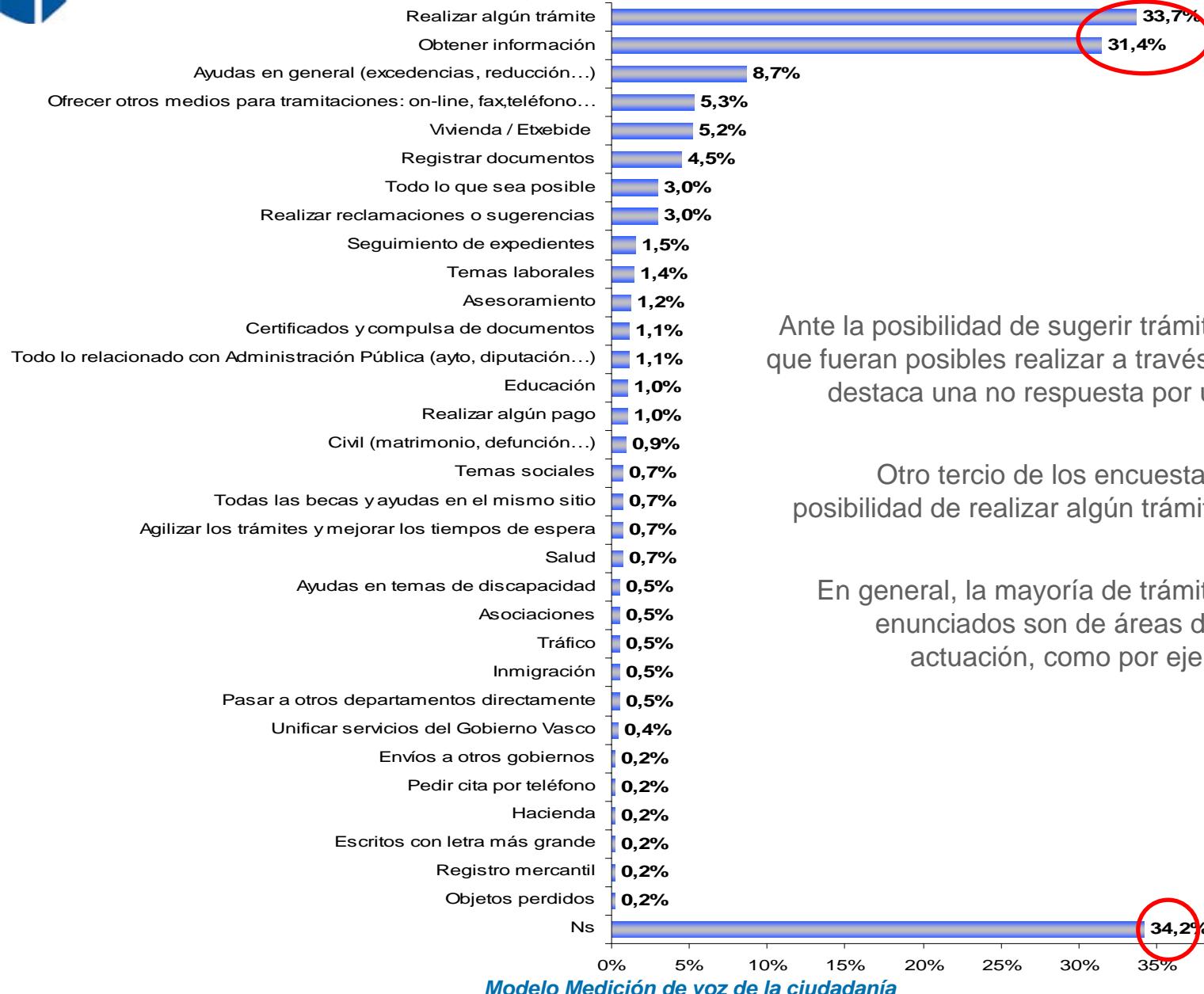
P10. TOTAL aspectos más importantes a la hora de acudir a un servicio de atención ciudadana para realizar cualquier trámite

	Atención presencial	Atención telefónica	Total
Amabilidad/Buen trato/Atención/Cercana	55,2%	44,1%	50,1%
Rapidez	41,3%	45,8%	43,3%
Buena información/Buena explicación	30,8%	32,2%	31,4%
Ampliar horario/Flexibilidad horaria	14,7%	16,1%	15,3%
Claros/Claridad/Concretos	12,2%	16,9%	14,4%
Efectividad/Eficaz	14,7%	14,4%	14,6%
Agilidad en trámites/Agilidad en la resolución	9,4%	15,2%	12,1%
Agilidad en los tiempos de espera	11,5%	5,1%	8,6%
Dar soluciones	3,8%	9,3%	6,4%
Personal cualificado	5,9%	6,8%	6,3%
Fácil (acceso, trámites, papeleo...)	5,2%	7,6%	6,3%
Más personal (más ventillas...)	4,2%		2,3%
Fiabilidad/Veracidad	1,7%	2,5%	2,1%
Buen servicio	1,7%	1,7%	1,7%
Atención en euskera	2,1%	0,8%	1,5%
Atención telefónica	0,7%	2,5%	1,5%
Atención personalizada	1,0%	1,7%	1,3%
Organización	1,7%	0,8%	1,3%
Disposición	1,4%	0,8%	1,1%
Otros	3,9%	4,8%	4,8%
Ns	2,8%	2,5%	2,7%
Total	226,6%	232,2%	229,1%
Base ponderada	219	185	404
Base real	286	118	404

Informe de resultados



TRÁMITES O GESTIONES QUE LES GUSTARÍA PODER REALIZAR



Ante la posibilidad de sugerir trámites o gestiones que fueran posibles realizar a través de Zuzenean, destaca una no respuesta por un tercio de los encuestados.

Otro tercio de los encuestados solicitan la posibilidad de realizar algún trámite y de obtener información.

En general, la mayoría de trámites o gestiones enunciados son de áreas de concretas de actuación, como por ejemplo: vivienda.

OBJETIVOS

- Análisis de la herramienta

METODOLOGÍA

- Expectativas de las personas usuarias

INFORME DE RESULTADOS: cuantitativo personas usuarias

- Perfil de la persona usuaria

MODELO DE MEDICIÓN DE LA VOZ DE LA CIUDADANÍA

- Utilización del servicio

- Conocimiento de Zuzenean

- Medición de tiempos

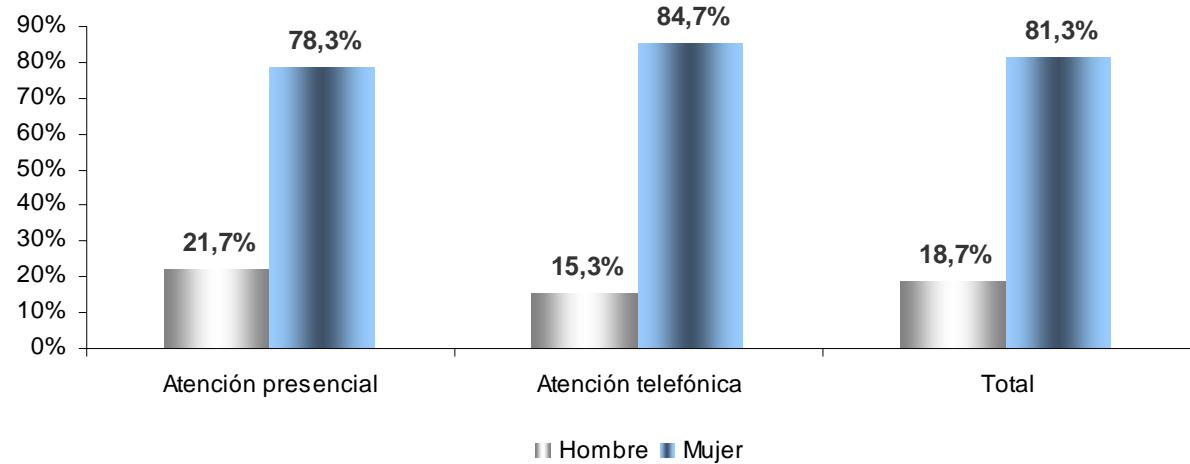
- Cumplimiento de expectativas

Informe de resultados

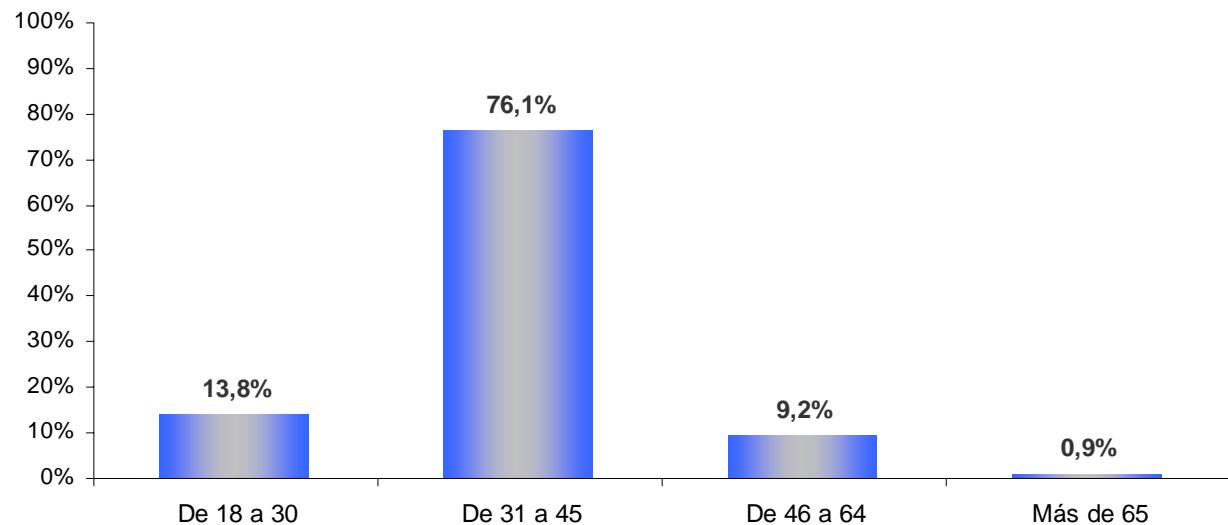


PERFIL DE LA PERSONA USUARIA

La mayor parte de las personas que acuden a Zuzenean son mujeres. Según la tipología de la atención, los hombres acuden en menor medida a las oficinas.



La persona usuaria de Zuzenean tiene una edad media de 37,48 años, situándose el grueso en el tramo de edad comprendido entre los 31 y 45 años.

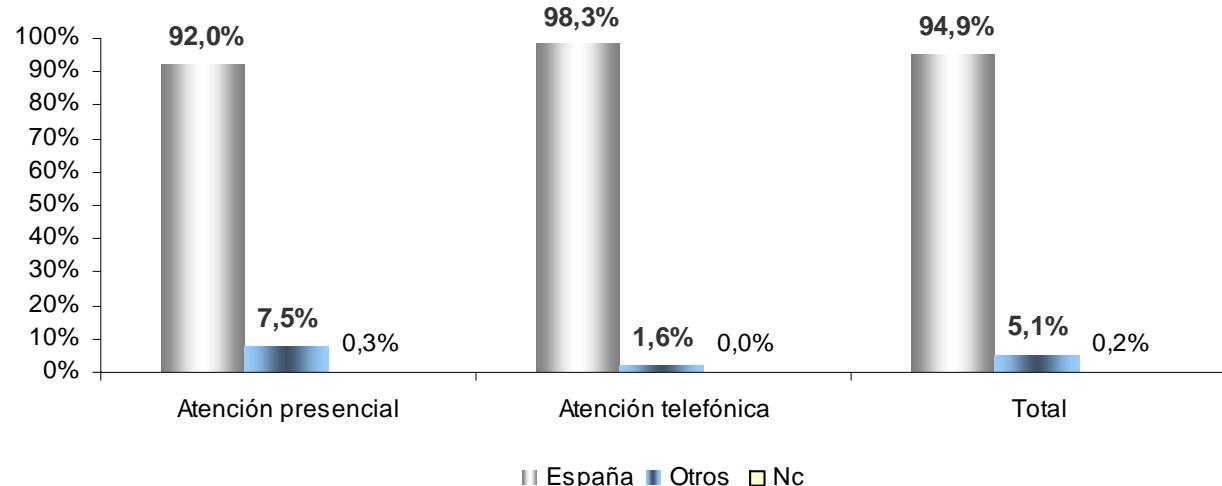


Informe de resultados

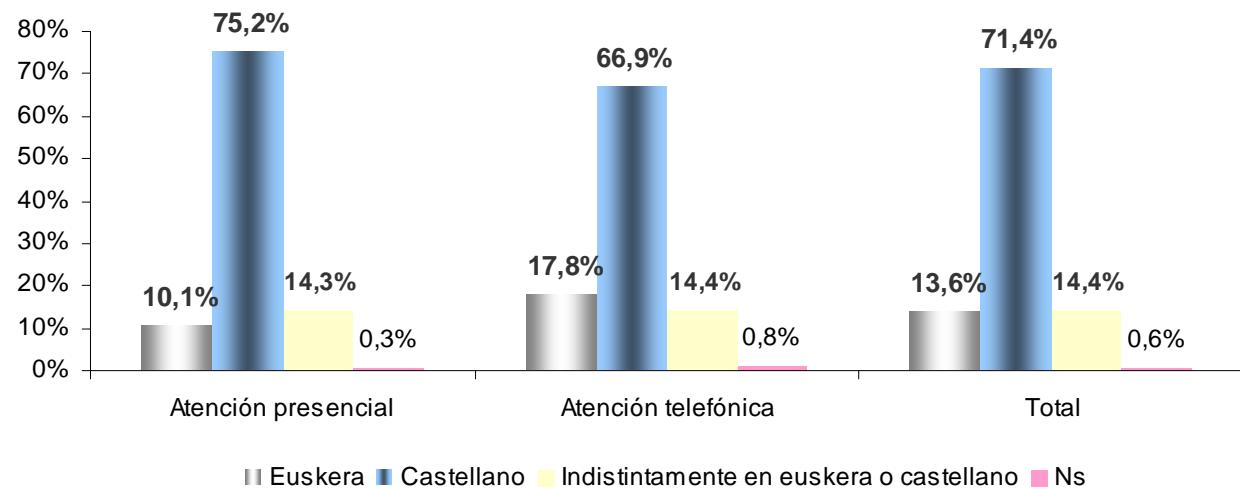


PERFIL DE LA PERSONA USUARIA

La mayor parte de las personas usuarias tienen procedencia española. La afluencia de personas extranjeras es mayor en la atención presencial.



Se da un mayor porcentaje de personas usuarias que se decantan por el castellano en su relación con un servicio de atención ciudadana. Un 13,6% muestra preferencia por la atención en euskera.

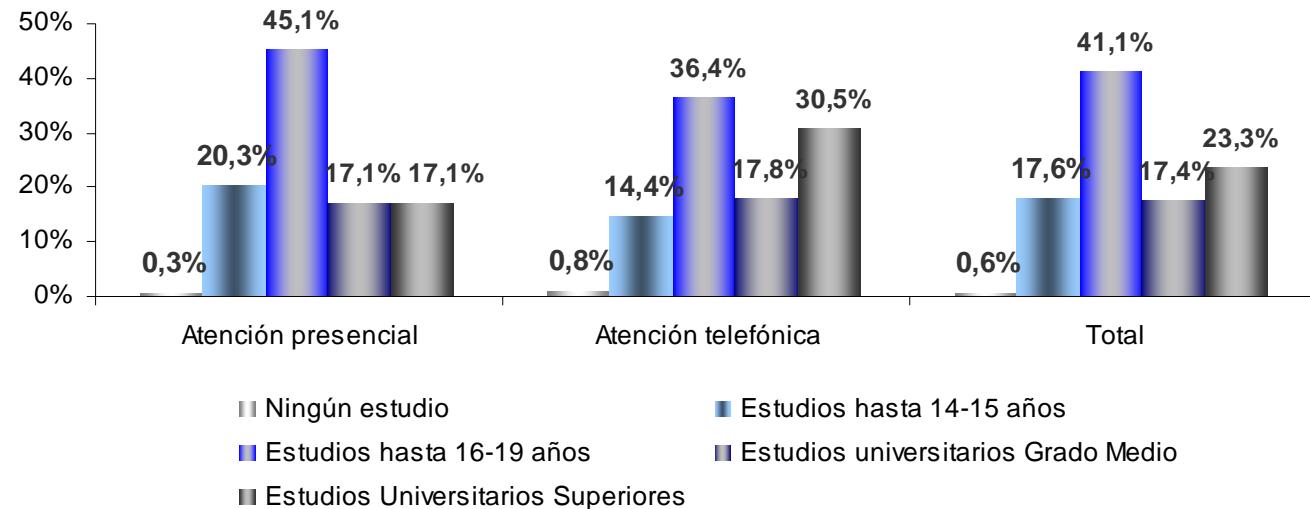


Informe de resultados

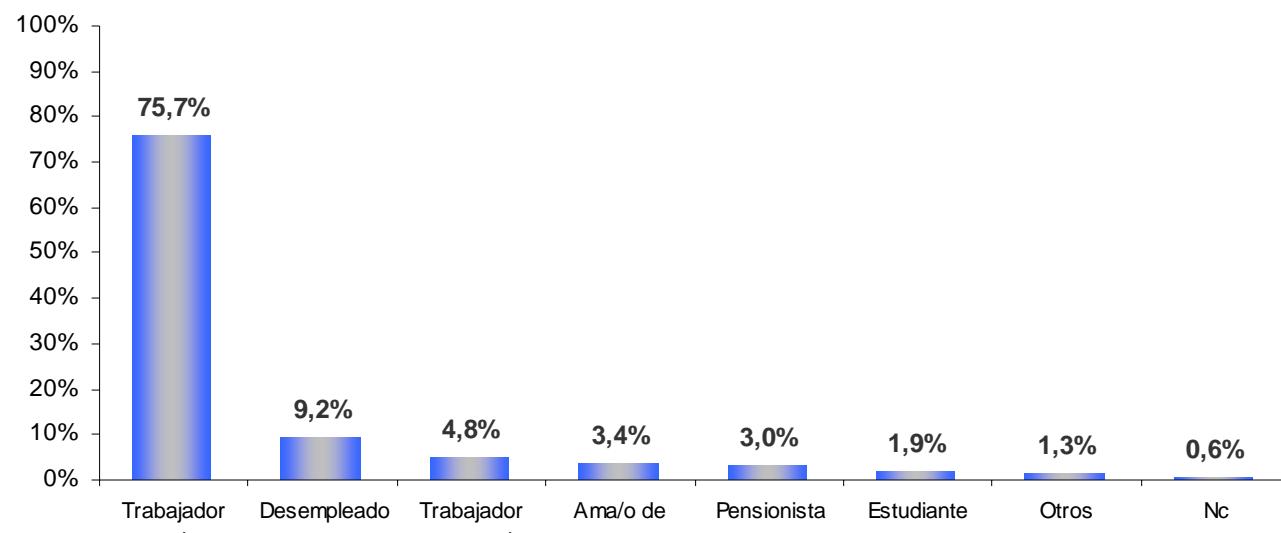


PERFIL DE LA PERSONA USUARIA

4 de cada 10 personas usuarias tienen estudios universitarios, aunque el grueso se encuentra en un nivel de estudios secundarios. El 012 atiende a un mayor porcentaje de personas con mayor nivel de estudios que las oficinas.



Tres cuartas partes de las personas usuarias son trabajadoras por cuenta ajena. Entre los usuarios, se da un 9,2% de desempleados.

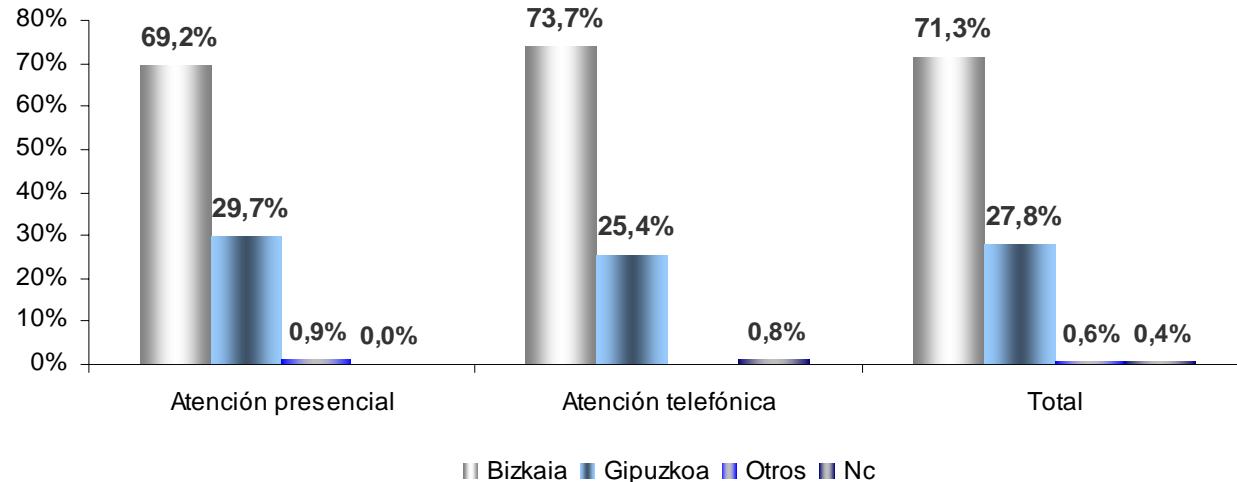


Informe de resultados



PERFIL DE LA PERSONA USUARIA

La mayor parte de las personas usuarias tienen su residencia en Bizkaia, siendo su presencia mayor en la atención telefónica.



OBJETIVOS

- **Análisis de la herramienta**

METODOLOGÍA

- **Expectativas de las personas usuarias**

- **Perfil de la persona usuaria**

Utilización del servicio

- **Conocimiento de Zuzenean**

- **Medición de tiempos**

- **Cumplimiento de expectativas**

INFORME DE RESULTADOS: cuantitativo personas usuarias

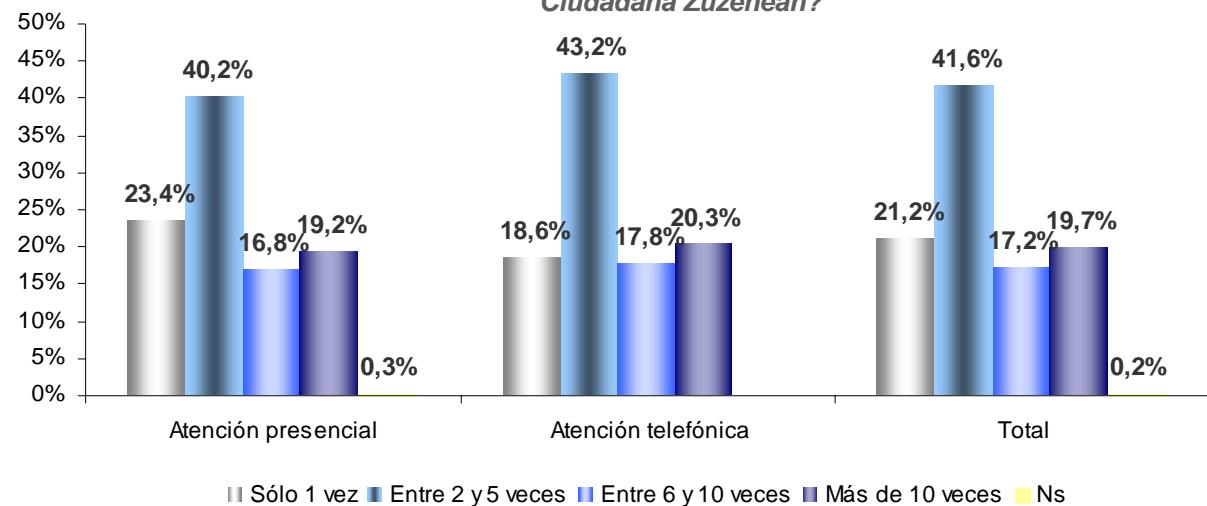
MODELO DE MEDICIÓN DE LA VOZ DE LA CIUDADANÍA

Informe de resultados

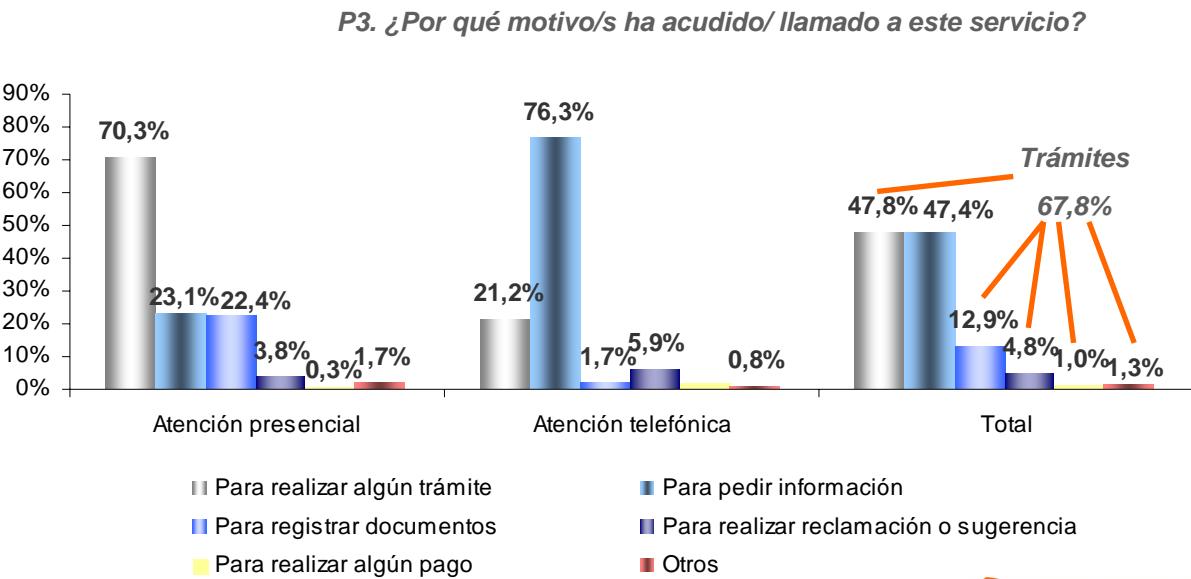


UTILIZACIÓN DEL SERVICIO

Casi 8 de cada 10 usuarios encuestados (78,5%) son reincidentes en el uso del servicio, frente al 21,2%, que lo ha utilizado una única vez.



Un 47,4% de las personas acudieron a pedir información, frente a un 67,8% que solicitaron algún trámite.



Informe de resultados

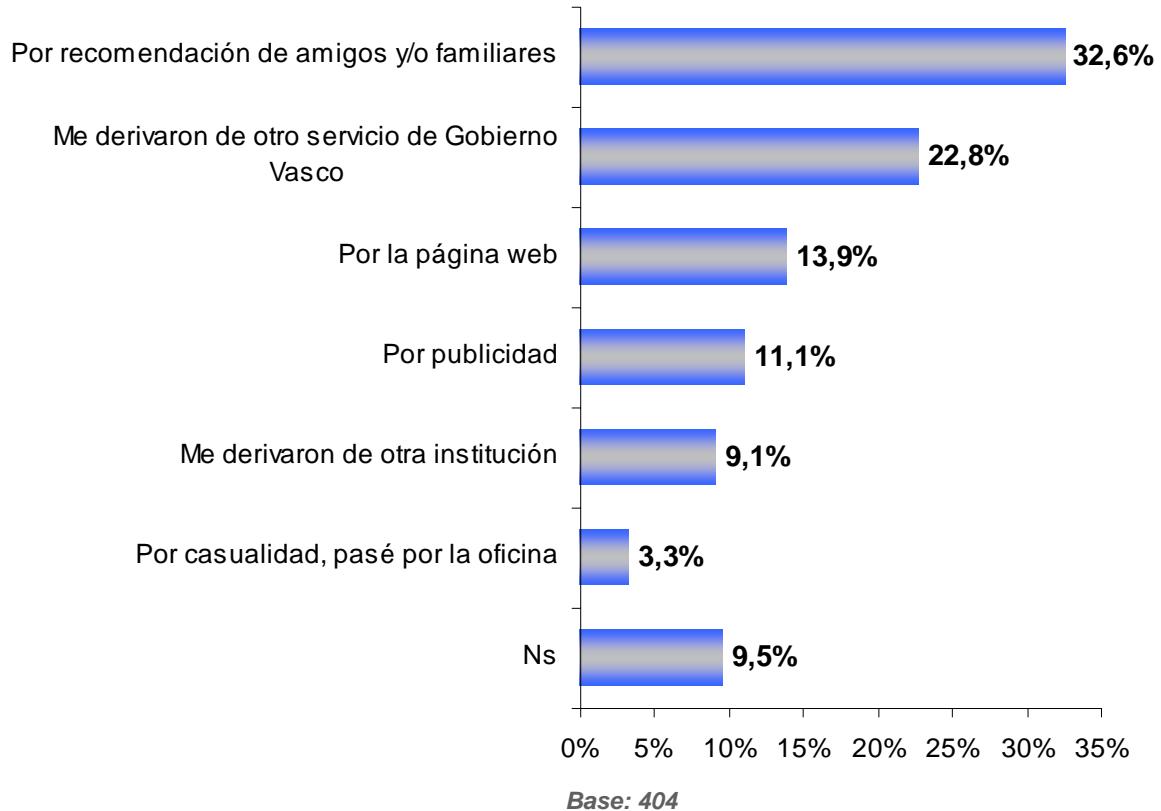


UTILIZACIÓN DEL SERVICIO

La prescripción de amigos y/o familiares es el principal medio de conocimiento del servicio, seguido de la derivación de otro servicio del Gobierno Vasco.

Por su parte, la página web consiguió que un 13,9% fuesen conscientes del servicio, mientras que la publicidad hizo otro tanto con un 11,1% de los usuarios.

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

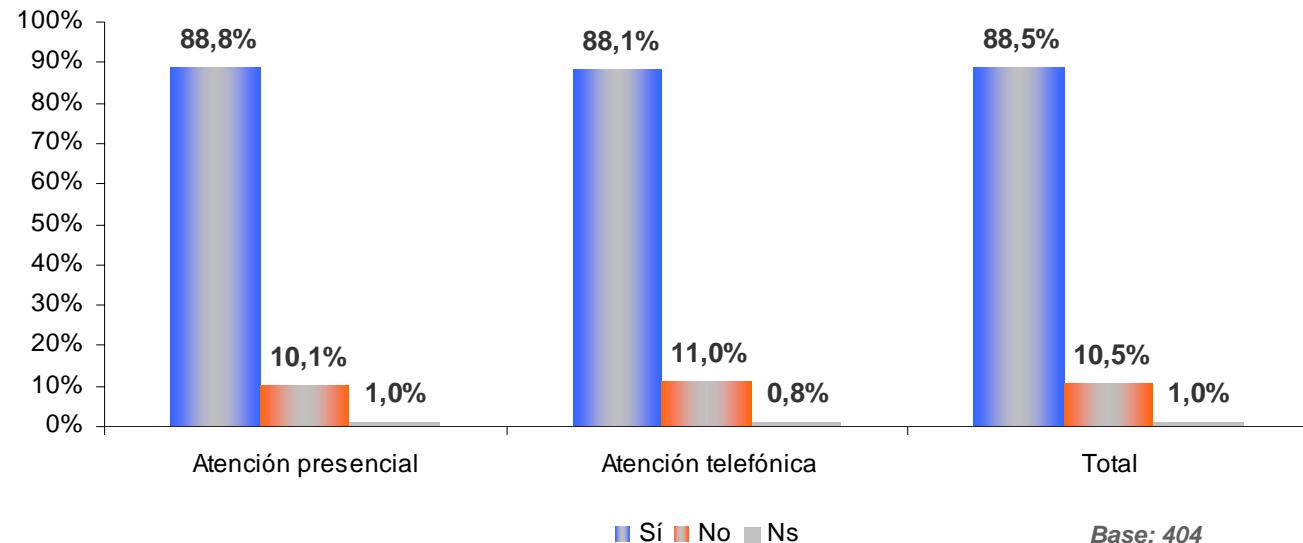


Informe de resultados



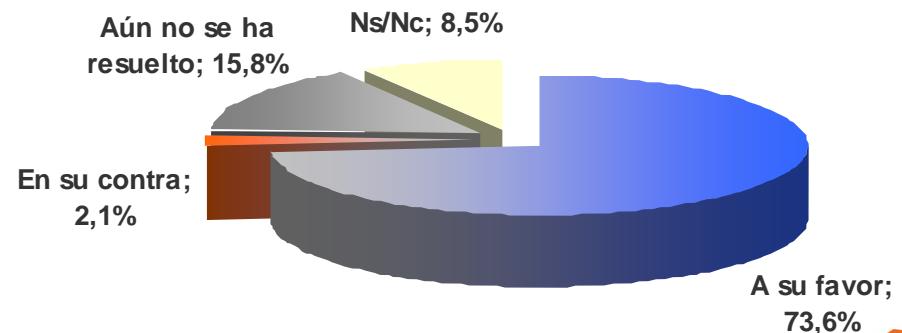
UTILIZACIÓN DEL SERVICIO

En un 88,5% de los casos, el motivo de haber acudido a Zuzenean fue resuelto por este servicio, no dándose apenas diferencias entre la modalidad de atención.



Entre los usuarios que acudieron a realizar algún tipo de trámite, en tres cuartas partes del mismo, se resolvió positivamente y en un 15,8% la resolución aún no ha sido efectiva.

P26. La gestión por la que acudió a Zuzenean, finalmente se resolvió



OBJETIVOS

- **Análisis de la herramienta**

METODOLOGÍA

- **Expectativas de las personas usuarias**

- **Perfil de la persona usuaria**

- **Utilización del servicio**

INFORME DE RESULTADOS: cuantitativo personas usuarias

- **Conocimiento de Zuzenean**

MODELO DE MEDICIÓN DE LA VOZ DE LA CIUDADANÍA

- **Medición de tiempos**

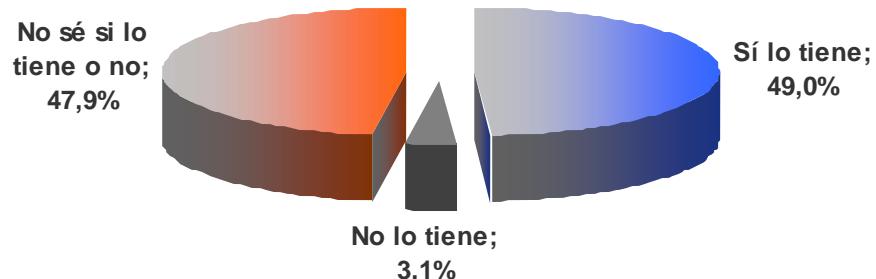
- **Cumplimiento de expectativas**

Informe de resultados



CONOCIMIENTO DE ZUZENEAN

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

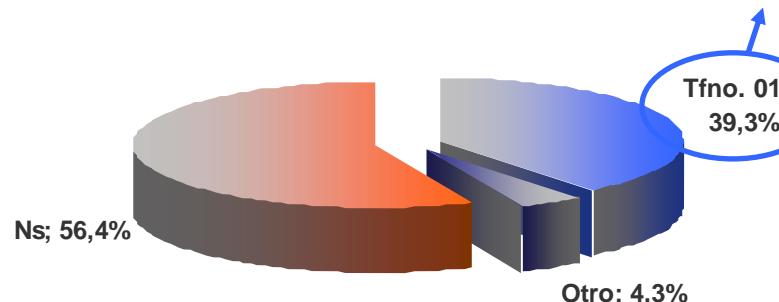


Base ponderada: 219

Base real: 286

Casi la mitad de las personas que han acudido a las oficinas de Zuzenean saben que este servicio se puede acceder de forma telefónica. Por el contrario, un 47,9% desconoce esta realidad, a lo que se une un 3,1% que cree que este servicio no existe.

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



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

A pesar de saber que Zuzenean tiene un servicio telefónico, sólo 4 de cada 10 tiene conocimiento del número, reduciéndose al 20,1% sobre el total de personas usuarias del servicio presencial.

Base ponderada: 107

Base real: 140

Modelo Medición de voz de la ciudadanía

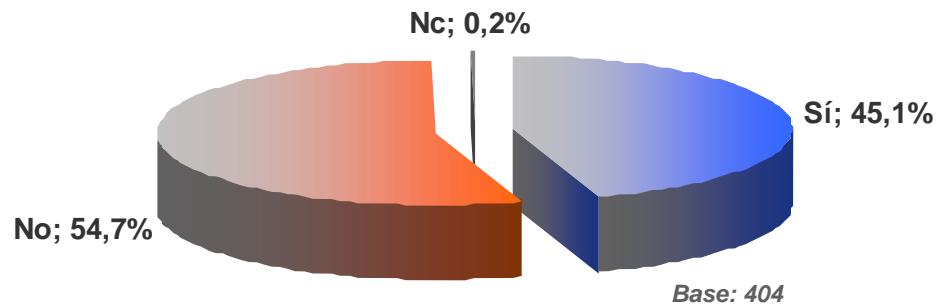
Informe de resultados



CONOCIMIENTO DE ZUZENEAN

El 45,1% de los usuarios de Zuzenean conocen su página web. Este conocimiento es mayor según avanza el nivel de estudios (60,5% en el caso de personas con estudios universitarios superiores) y, por edad, la notoriedad de la web es mayor entre los de 31 a 45 años.

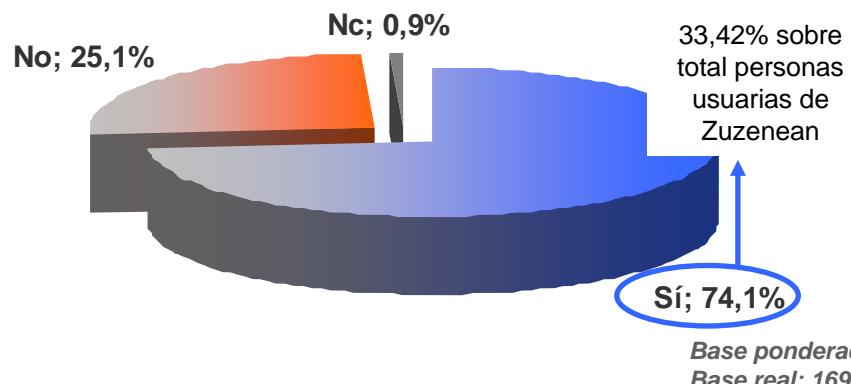
P7. ¿Conoce la página web de Zuzenean?



El conocimiento supone uso, ya que casi tres cuartas partes de las personas que conocen la página la han utilizado. Esto supone un porcentaje de uso del 33,42% sobre el total de usuarios.

De igual modo, son las personas con estudios de mayor nivel las que hacen un mayor uso de la web (50% del total).

P8. ¿La ha utilizado?



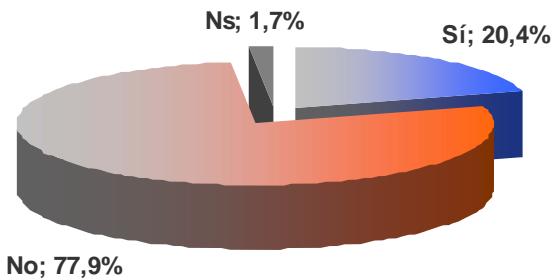
Informe de resultados



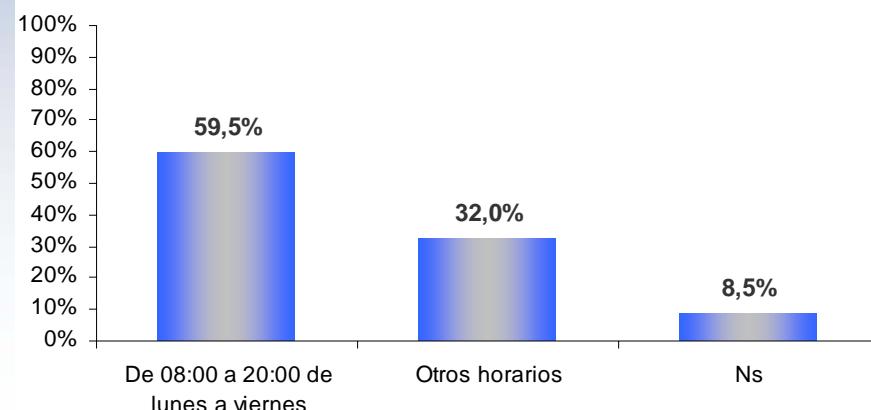
CONOCIMIENTO DE ZUZENEAN

En cuanto al conocimiento de los horarios de atención, se reduce al 20,4% en el caso del servicio telefónico y alcanza al 52,6% en el caso de la atención presencial. Si bien, el conocimiento no queda muy claro ya que de quienes dicen conocerlo, entre 3 y 4 de cada 10 está confundido. Lo que supone que, del total de usuarios, el 12,13% y el 30,5% conocen correctamente el horario de atención telefónica y presencial respectivamente.

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



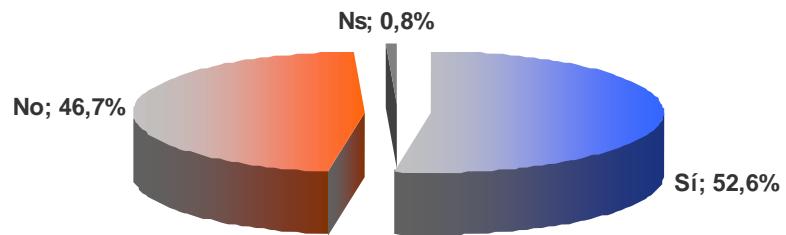
Base: 404



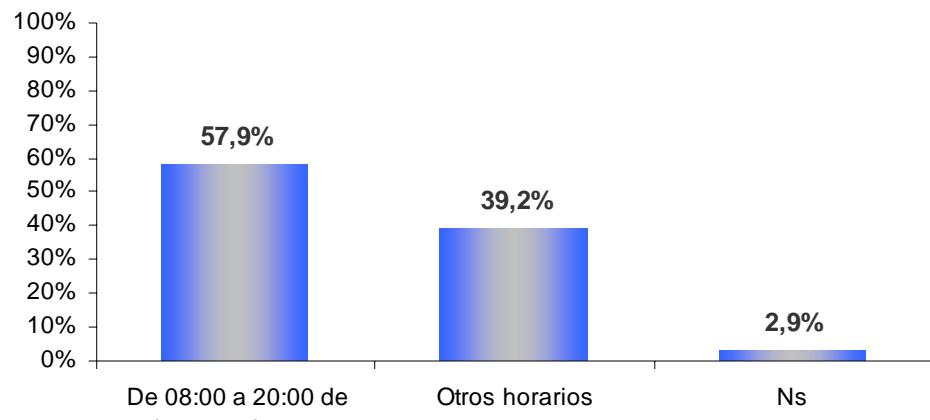
Base ponderada: 82
Base real: 70

67

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



Base: 404



Base ponderada: 212
Base real: 227

Modelo Medición de voz de la ciudadanía

OBJETIVOS

- **Análisis de la herramienta**

METODOLOGÍA

- **Expectativas de las personas usuarias**

INFORME DE RESULTADOS: cuantitativo personas usuarias

- **Perfil de la persona usuaria**

MODELO DE MEDICIÓN DE LA VOZ DE LA CIUDADANÍA

- **Utilización del servicio**

- **Conocimiento de Zuzenean**

- **Medición de tiempos**

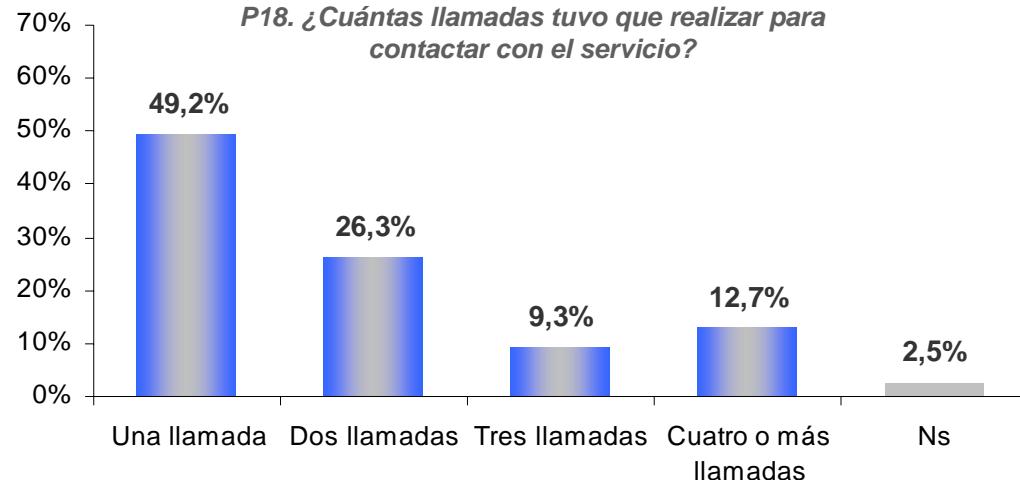
- **Cumplimiento de expectativas**

Informe de resultados

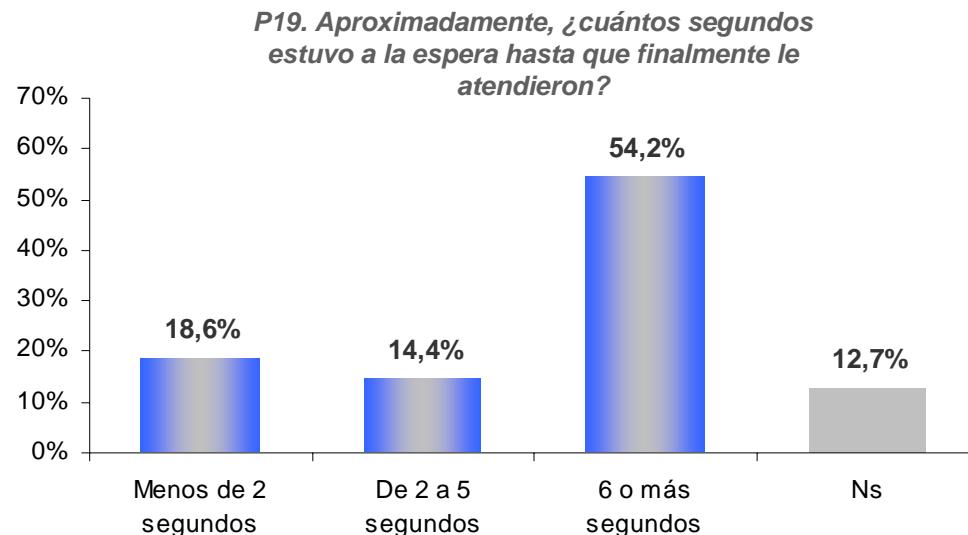


MEDICIÓN DE TIEMPOS: atención telefónica

A casi la mitad de los usuarios del servicio de atención telefónica les bastó una llamada para que les atendieran. Se alcanza así una media de 2,16 llamadas necesarias.



En cuanto a los segundos de espera, quienes llamaron al servicio de atención telefónica esperaron una media de 38,5 segundos.



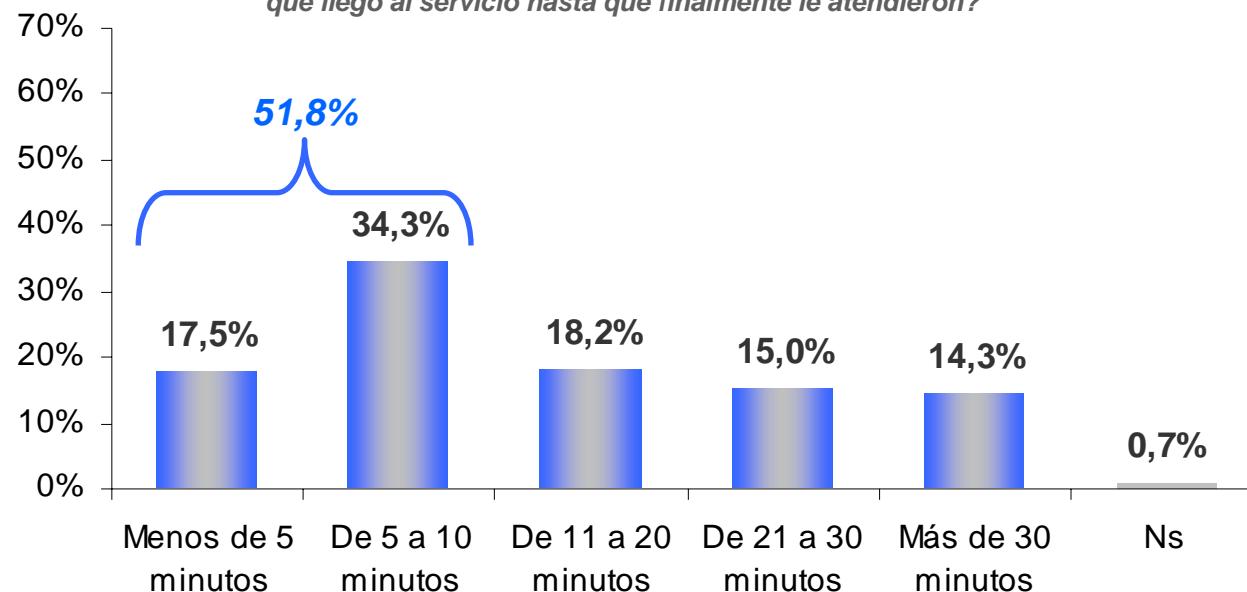
Informe de resultados



MEDICIÓN DE TIEMPOS: atención presencial

Algo más de la mitad de las personas que acudieron a las oficinas de atención de Zuzenean tardaron, como máximo, 10 minutos en ser atendidas, siendo la media de espera de 18,72 minutos.

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



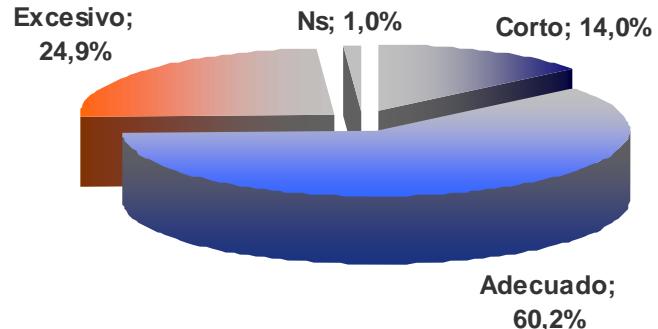
Informe de resultados



MEDICIÓN DE TIEMPOS

En general, y teniendo en cuenta ambos tipos de atención, se muestra que 6 de cada 10 usuarios consideran estos tiempos adecuados, frente a una cuarta parte, que los percibe como excesivos.

P21. Este tiempo le pareció a Ud....



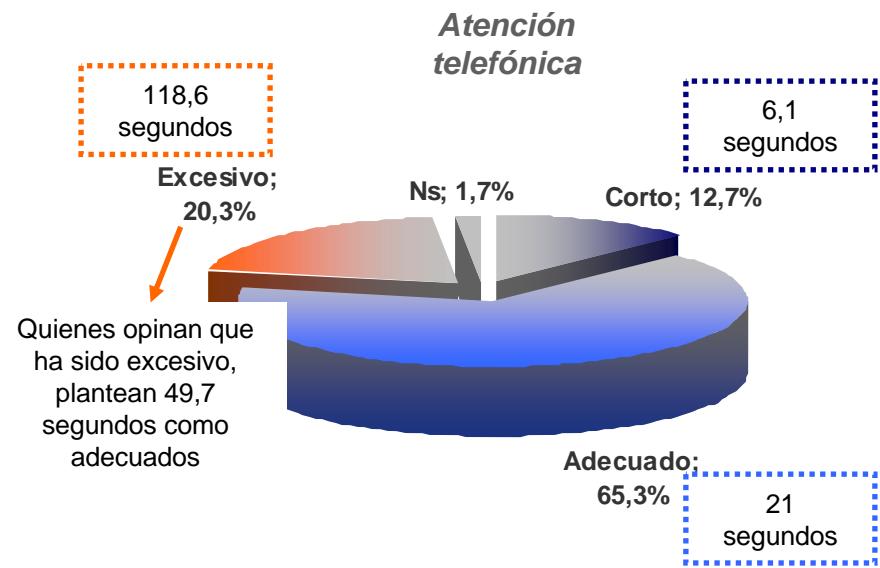
Teniendo en cuenta la tipología de atención, se observa que es en la atención presencial donde los tiempos se consideran excesivos en mayor porcentaje. En la atención presencial, una media de 12,81 minutos se considera adecuada, mientras que en la atención telefónica, lo serían 21 segundos.



71

Base ponderada: 219
Base real: 286

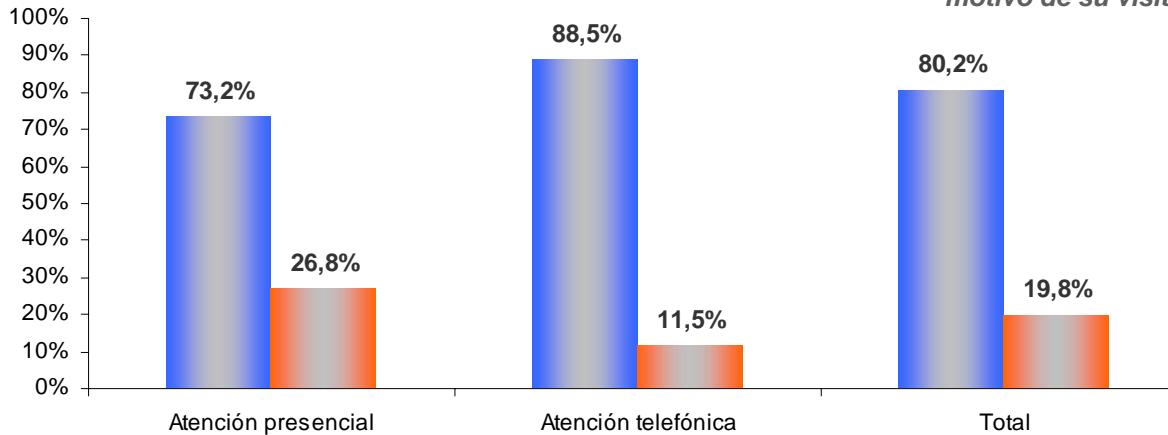
Modelo Medición de voz de la ciudadanía



Base ponderada: 185
Base real: 118

Informe de resultados

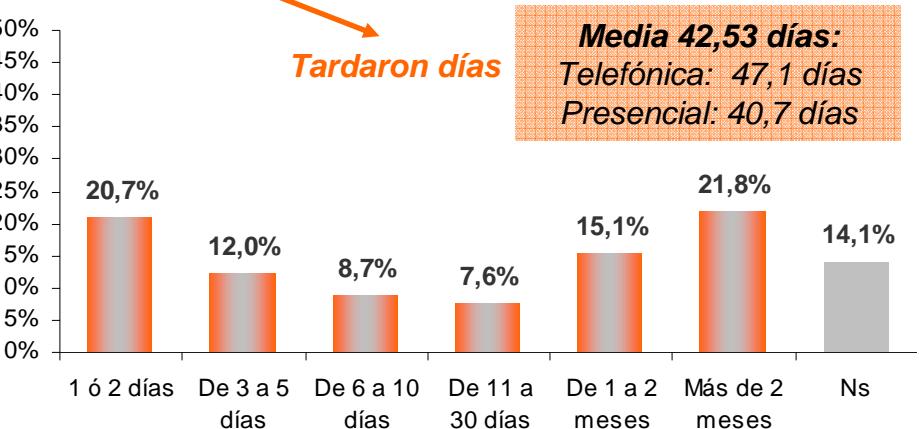
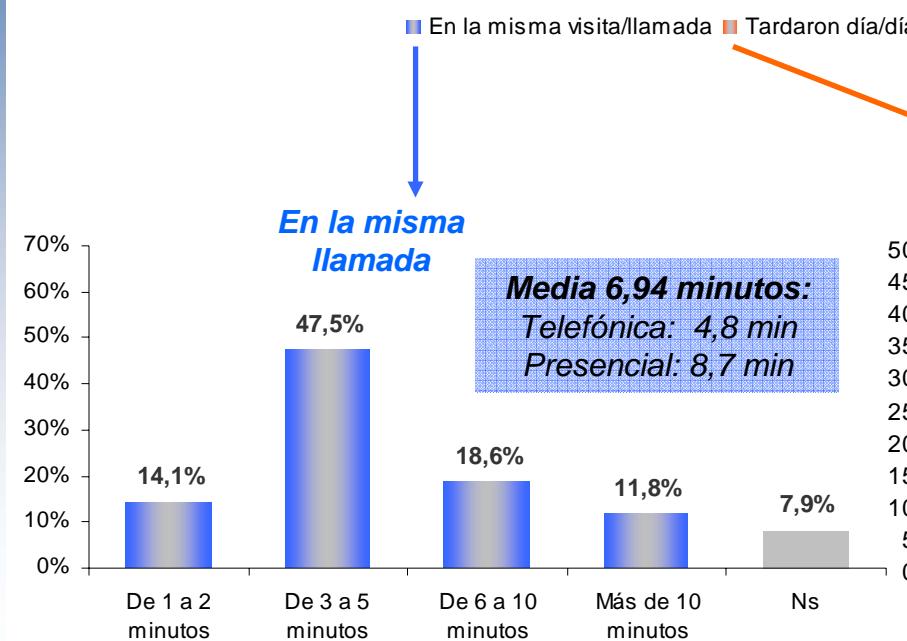
MEDICIÓN DE TIEMPOS



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

La resolución de los motivos de acudir a Zuzenean se resolvió de manera inmediata en 8 de cada 10 casos, siendo en la atención presencial donde más días se tardaron.

La resolución en la misma visita o llamada se resolvió, de media, en 6,94 minutos. Cuando la resolución no fue inmediata, tardó 42,53 días de media.

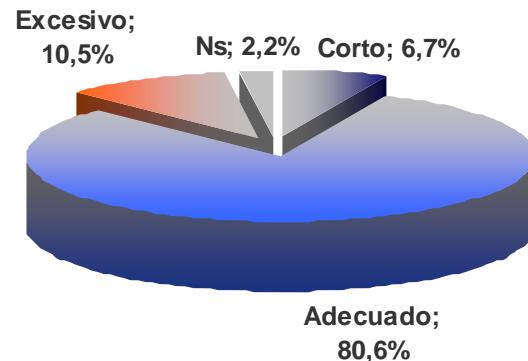


Informe de resultados

MEDICIÓN DE TIEMPOS

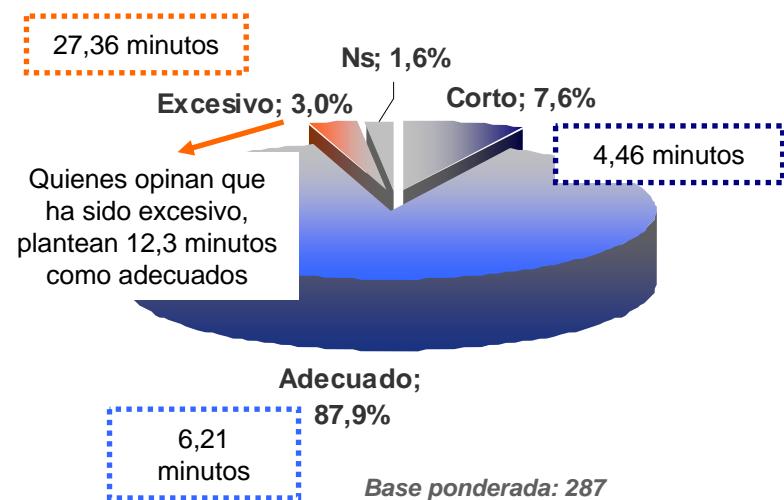
Ocho de cada diez usuarios del servicio considera el tiempo de resolución adecuado. Sólo 1 de cada 10 lo considera excesivo.

P24. Este tiempo le pareció a Ud....

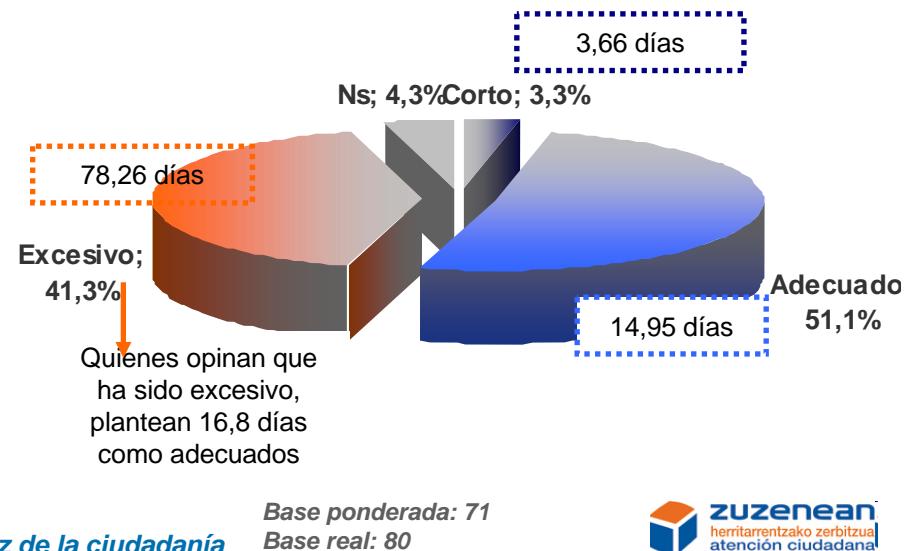


Cuando la resolución de los motivos de la visita o llamada se excede de un día, un 41,3% lo considera excesivo, considerándose cerca de las 2 semanas-15 días un periodo de tiempo adecuado para esta fase.

En la misma llamada/visita



Tardaron días



OBJETIVOS

- **Análisis de la herramienta**

METODOLOGÍA

- **Expectativas de las personas usuarias**

INFORME DE RESULTADOS: cuantitativo personas usuarias

- **Perfil de la persona usuaria**

MODELO DE MEDICIÓN DE LA VOZ DE LA CIUDADANÍA

- **Utilización del servicio**

- **Conocimiento de Zuzenean**

- **Medición de tiempos**

- **Cumplimiento de expectativas**

Informe de resultados

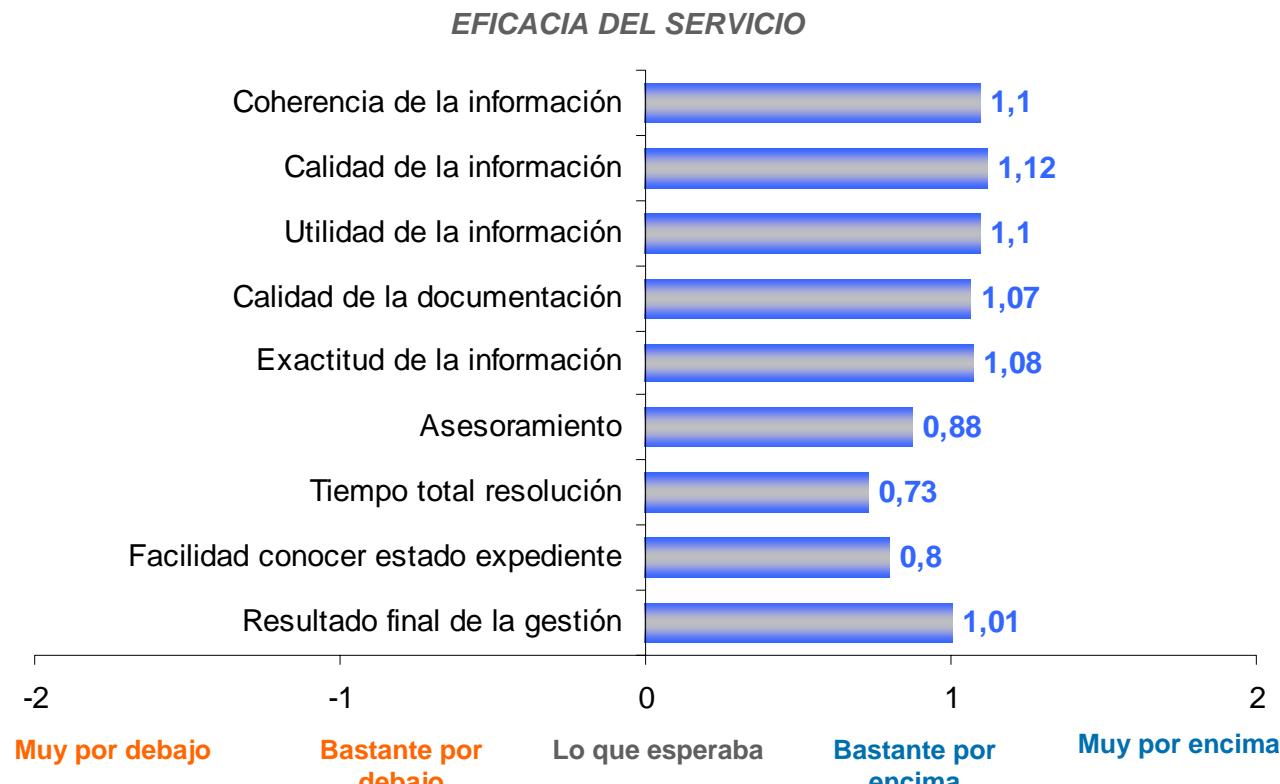


CUMPLIMIENTO DE EXPECTATIVAS: Atención presencial

Las expectativas que se generan entre los usuarios del Servicio presencial de Zuzenean en relación con la dimensión de “Eficacia del servicio”, se ven superadas por la atención recibida.

Son las cuestiones relacionadas con la información, documentación y resultado final las que quedan bastante por encima de lo que los usuarios esperaban.

Aún por encima, pero en menor medida, se encuentran aspectos como el asesoramiento, tiempo total de resolución y facilidad para conocer el estado de expediente.



Modelo Medición de voz de la ciudadanía

Informe de resultados



CUMPLIMIENTO DE EXPECTATIVAS: Atención presencial

En relación con el personal de oficinas, las expectativas se ven aún cubiertas en mayor medida por el trato recibido.

Destacan de manera más positiva cuestiones relacionadas con el trato y capacidad de comunicarse.

PERSONAL

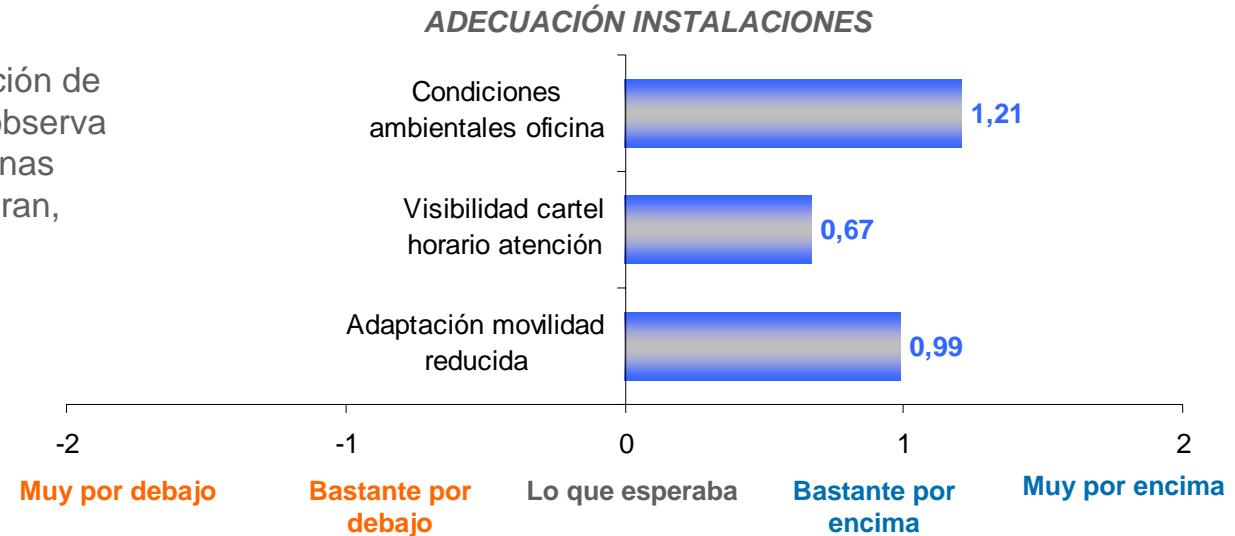


Informe de resultados

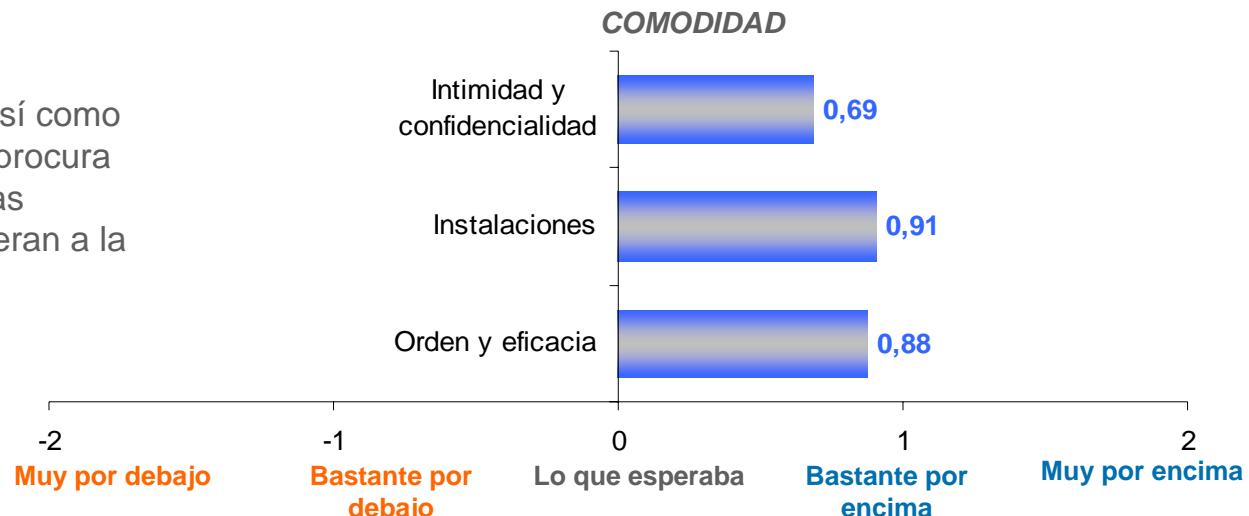


CUMPLIMIENTO DE EXPECTATIVAS: Atención presencial

En lo que respecta a la adecuación de las instalaciones, de nuevo se observa que el espacio físico de las oficinas supera lo que los usuarios esperan, ante todo en las condiciones ambientales.



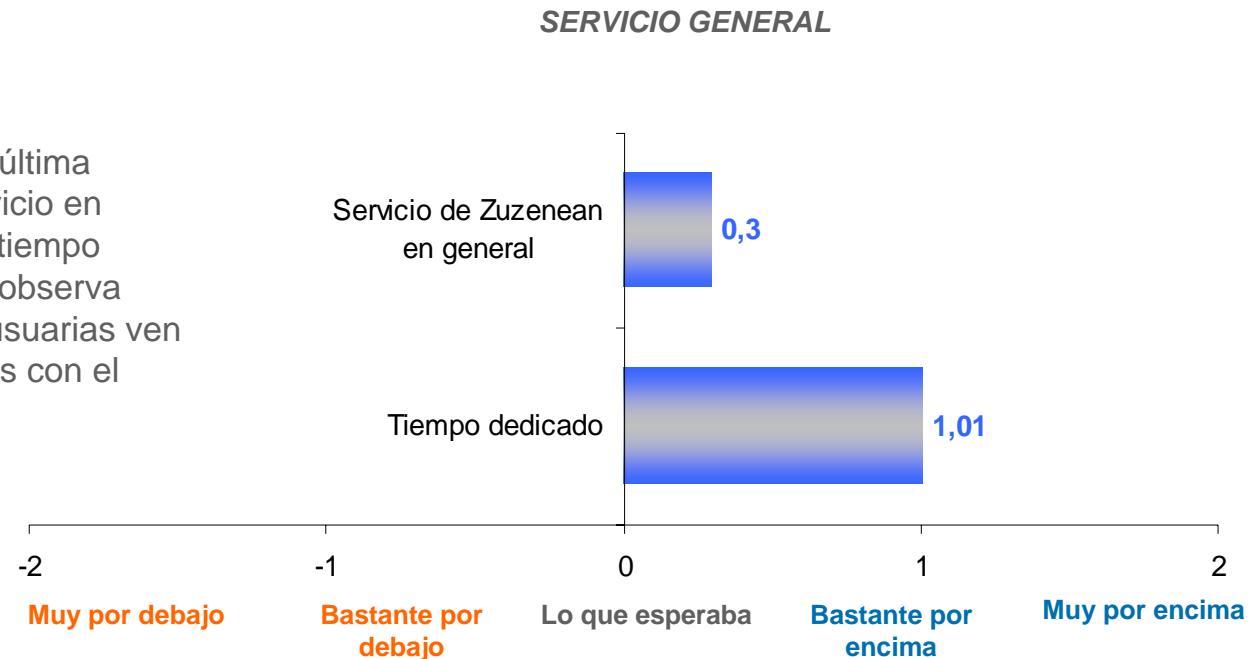
Así mismo, las instalaciones, así como la organización de la atención procura a las personas que acuden a las oficinas la comodidad que esperan a la hora de ser atendidos.





CUMPLIMIENTO DE EXPECTATIVAS: Atención presencial

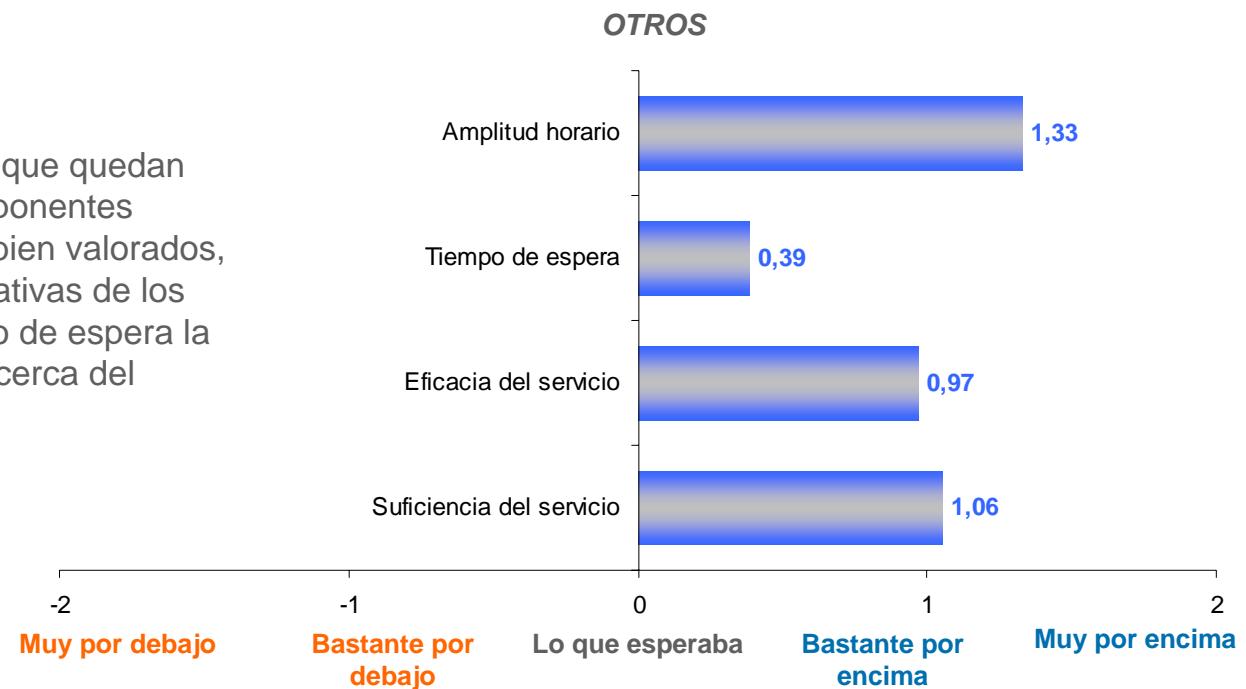
Teniendo en cuenta que la última dimensión se refiere al servicio en general, a lo que se une el tiempo dedicado a su consulta, se observa también que las personas usuarias ven satisfechas sus expectativas con el servicio global.





CUMPLIMIENTO DE EXPECTATIVAS: Atención presencial

En relación con los ítems que quedan fuera del análisis de componentes principales, son también bien valorados, por encima de las expectativas de los usuarios, siendo el tiempo de espera la cuestión que queda más cerca del incumplimiento.



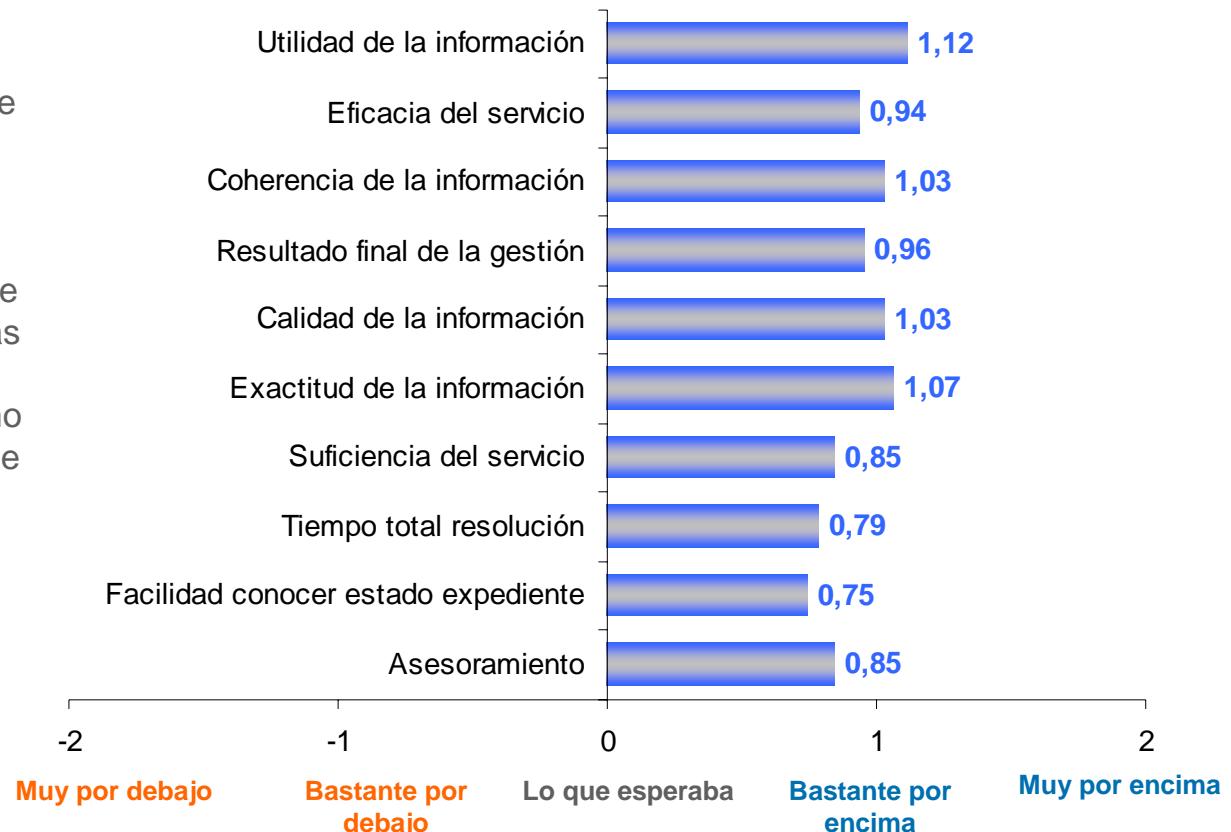


CUMPLIMIENTO DE EXPECTATIVAS: Atención telefónica

Al igual que ocurriera con la atención presencial, las personas que llaman al servicio telefónico de Zuzenean ven cubiertas sus expectativas en cuanto a la eficacia del servicio.

Esto es ante todo evidente en lo que respecta a cuestiones relacionadas con la información, siendo el tiempo total de resolución así como la facilidad de conocer el estado de su expediente las cuestiones con peor situación. Aún así, incluso éstas quedan por encima de las expectativas.

EFICACIA DEL SERVICIO

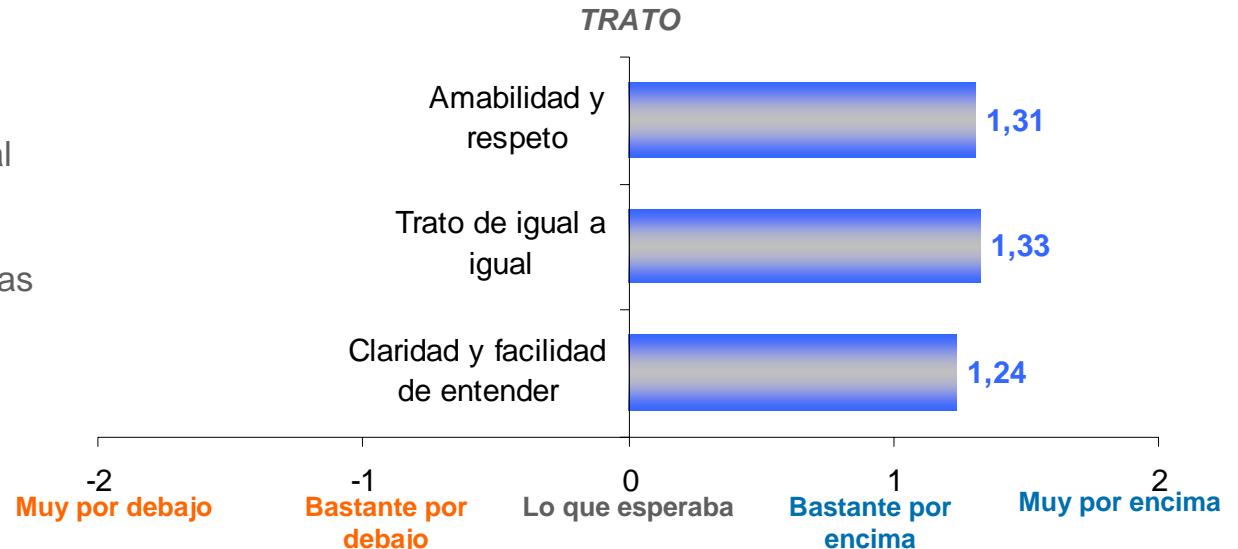


Informe de resultados



CUMPLIMIENTO DE EXPECTATIVAS: Atención telefónica

El trato que dispensa el personal de atención telefónica queda bastante por encima de lo que esperan los usuarios, en todas las cuestiones medidas.



Aunque algo por debajo del trato, la profesionalidad de los agentes telefónicos cubre, así mismo las expectativas con las que parten los usuarios, especialmente en lo que respecta a la capacidad de diálogo y la cualificación.



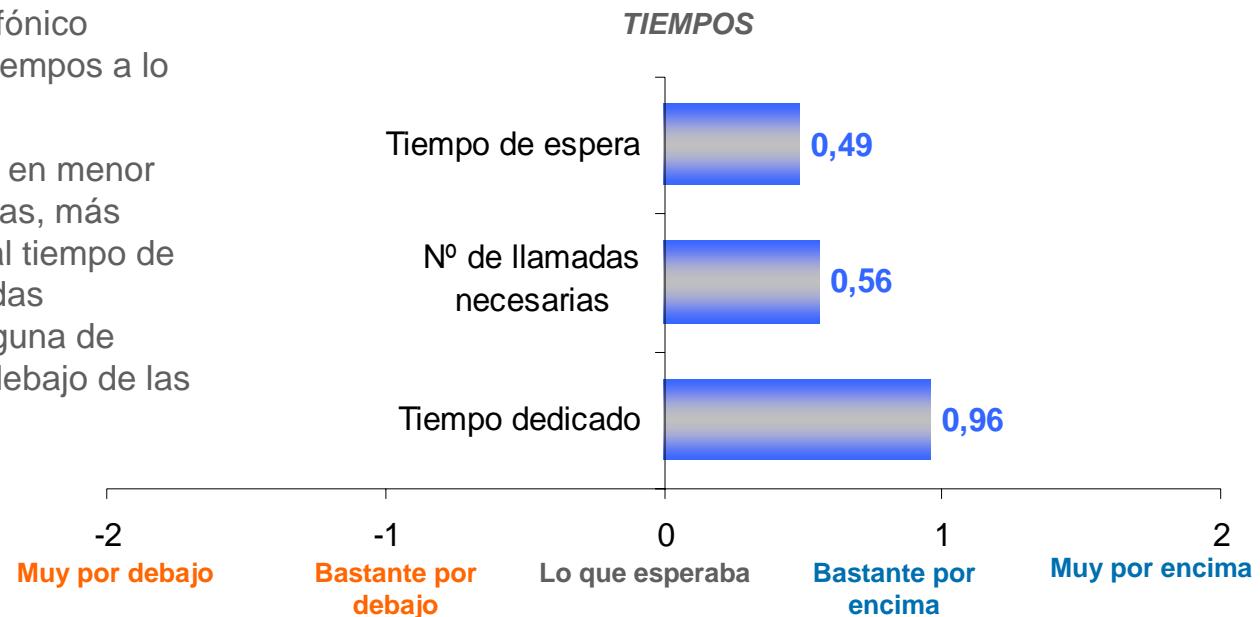
Informe de resultados



CUMPLIMIENTO DE EXPECTATIVAS: Atención telefónica

Los usuarios del servicio telefónico conceden importancia a los tiempos a lo largo del proceso.

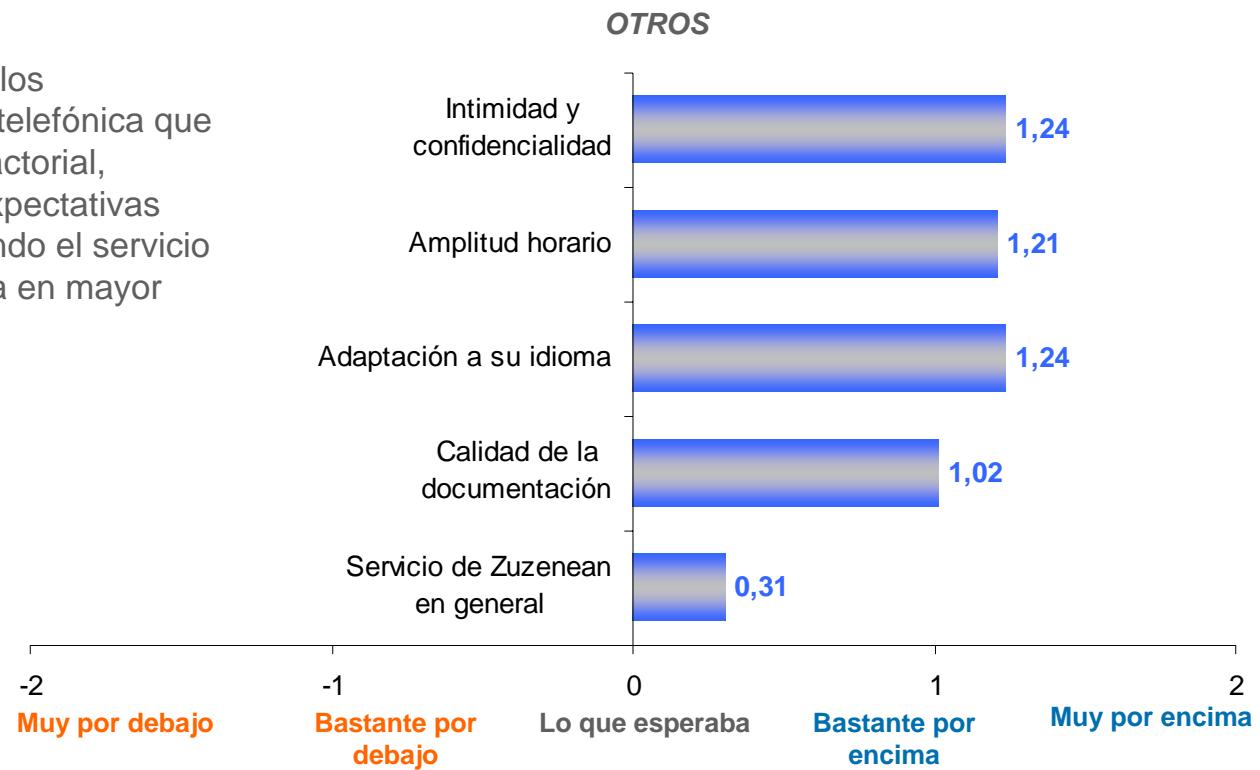
Estas son las cuestiones que en menor medida cubren las expectativas, más evidente en lo que respecta al tiempo de espera y al número de llamadas necesarias. No obstante, ninguna de estas cuestiones queda por debajo de las expectativas de los usuarios.





CUMPLIMIENTO DE EXPECTATIVAS: Atención telefónica

Por último, en relación con los indicadores de la Atención telefónica que quedan fuera del análisis factorial, destaca que superan las expectativas que tienen del servicio, siendo el servicio en general el que se acerca en mayor medida al incumplimiento.





CUMPLIMIENTO DE EXPECTATIVAS: Atención web

Aquellos que han hecho uso de la página web de Zuzenean han visto también cumplidas sus expectativas, en relación, ante todo, a la utilidad de la información.

La posibilidad de realizar los trámites online es la cuestión que más se acerca al no cumplimiento de expectativas de los usuarios.

Cumplimiento de expectativas en la web de Zuzenean



OBJETIVOS

METODOLOGÍA

INFORME DE RESULTADOS

MODELO DE MEDICIÓN 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

A partir de los diferentes análisis realizados, a continuación se describen los indicadores que conforman las expectativas de las personas usuarias del servicio de atención y que, por tanto, resultan imprescindibles a la hora de llevar a cabo posteriores mediciones de su satisfacción con el servicio.

La elección y decisión de inclusión o no de los diferentes items se derivan, no sólo de los análisis estadísticos realizados sino también de la información obtenida por otras vías como las opiniones de los propios agentes o el discurso cualitativo de los propios usuarios.

Se ha tenido en cuenta, además, la necesidad de medición de indicadores derivado de los compromisos adquiridos por Zuzenean a través de las cartas de servicio.

Con todo, cabe destacar que, en general, el cuestionario es una herramienta muy válida para las posteriores mediciones a realizar ya que explica la mayor parte de las expectativas de las personas usuarias y es consistente, por lo que son pocos los items que se recomienda eliminar. Concretamente, se recomienda prescindir de dos indicadores en la 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 un 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...), o deben mantenerse por necesidad de medición de compromisos (tiempo de espera hasta ser atendido).

Definición de los indicadores



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 trajeron
- 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.

Definición de los indicadores



Items de medición

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

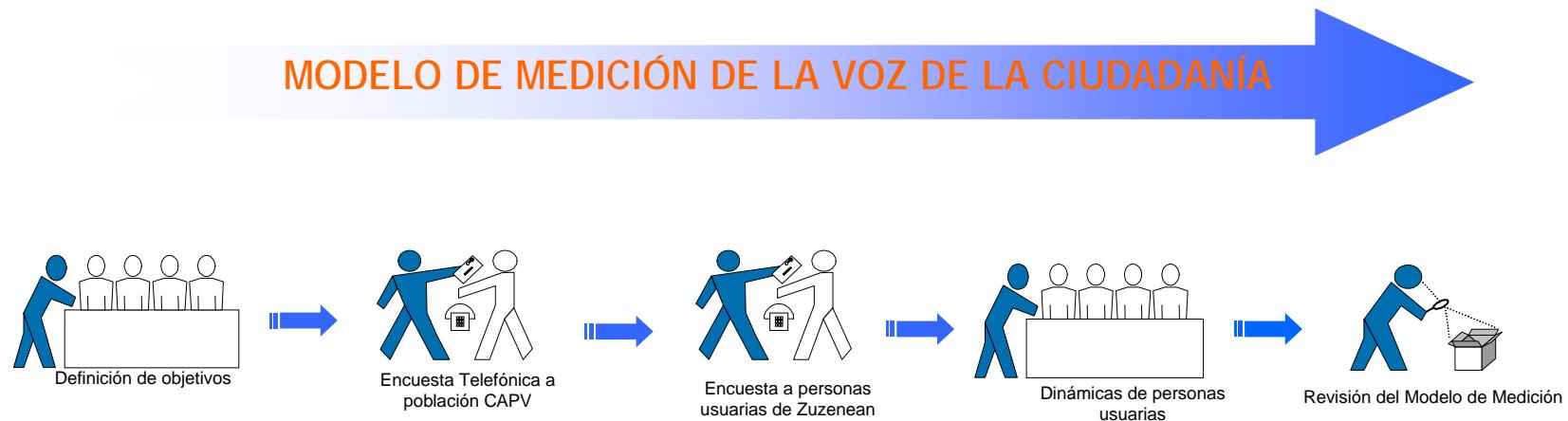
- P14.2. Utilidad de la información
- P15.1. Eficacia del servicio en la resolución de los motivos por los que llamó
- P14.3. Coherencia de la información
- P15.7. Resultado final de la gestión
- P14.4. Calidad de la información
- P14.1. Exactitud de la información que le dieron (sin errores)
- P15.3. 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 trajeron
- 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. N° 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



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

Modelo de Medición de la Voz de la Ciudadanía



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.

Modelo de Medición de la Voz de la Ciudadanía



Una vez definidos y establecidos los objetivos previos de la investigación, la metodología principal que sigue es la encuesta telefónica y/o presencial.

La encuesta va a tener un doble objetivo:

- Conocer cuáles son las expectativas, el nivel de exigencia de la ciudadanía hacia un servicio de atención ciudadana.
- Conocer en qué medida, el servicio de atención cubre estas expectativas previas.

A partir de estas dos mediciones, se llevará a cabo los análisis que permitan contrastar estas dos informaciones: percepción del servicio y expectativas. 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 realizará cada tres años, antes de que el servicio sea utilizado y la de percepción anualmente, una vez que el servicio se ha recibido.

Modelo de Medición de la Voz de la Ciudadanía



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.



Encuesta Telefónica a
población CAPV

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.



Modelo de Medición de la Voz de la Ciudadanía



ENCUESTA A USUARIOS DE LA ATENCIÓN PRESENCIAL:

Encuesta telefónica vs. Encuesta presencial

OPCIÓN A. La encuesta telefónica a usuarios presenta las siguientes ventajas:

- A pesar de que la mayor parte de las visitas a las oficinas se resuelven en la misma visita (73,2%), aún hay un 26,8% que tienen que esperar, de media, 40 días para que su trámite sea resuelto.
- A la hora de medir la satisfacción con un servicio, es recomendable el paso de algún tiempo antes de recabar la información sobre el mismo, con el objetivo de que la valoración sea realizada desde una perspectiva global del servicio en su conjunto y no sea fruto de una muy mala o muy buena experiencia con alguno de los elementos aislados en ese momento.

Con el fin de solventar las anteriores cuestiones, se propone la recogida de datos de contacto de las personas usuarias (previa petición de permiso para participar en el estudio así como garantía de confidencialidad de recogida de datos) a lo largo del mes anterior a la encuestación.

Así se asegura:

- Incluir las opiniones de las personas cuando la relación con Zuzenean está cerrada.
- “Asentamiento de la opinión”.
- Aleatoriedad en la elección de la persona informante.

No obstante, presenta el inconveniente de la recogida de los datos de contacto (nombre y teléfono), así como el tener en cuenta todos los condicionantes legales que pueda conllevar.

Modelo de Medición de la Voz de la Ciudadanía



OPCIÓN B. Por su parte, la principal ventaja que presenta la encuesta presencial a la salida de oficinas es la inmediatez de la recogida de la información, sin involucrar a los agentes en la recogida de registros.

Por el contrario, el principal inconveniente es el dejar fuera a personas que aún no hayan terminado su relación con Zuzenean y el hecho de que la valoración pueda estar condicionada a un hecho muy concreto, debido a la inmediatez de recogida de información que permite esta modalidad.

ENCUESTA A USUARIOS DE LA ATENCIÓN TELEFÓNICA:

A continuación se presentan los pros y contras de las diferentes modalidades de encuestación para recoger las opiniones de las personas que llamaron al servicio de Zuzenean:

OPCIÓN C. La encuesta telefónica a hogares de las personas usuarias de la atención telefónica, presenta las siguientes ventajas:

- La valoración se recoge tras un tiempo de “reposo” que permite la ya comentada percepción desde un prisma global.

Por el contrario, presenta la desventaja de tener que recoger registros de contacto, previa autorización de la persona atendida, un tiempo antes de la encuestación.

OPCIÓN D. Derivación directa para realizar una encuesta, tras la atención:

Este proceso se realizaría mediante la ubicación de un pequeño equipo de encuestadoras en la oficina de atención telefónica de Zuzenean con puestos hacia los que derivar el contacto para poder realizar la encuesta.

Modelo de Medición de la Voz de la Ciudadanía



- Al igual que ocurre con la encuestación presencial en oficinas, la principal ventaja de esta modalidad es la no necesidad de recoger registros previamente a la encuestación y, la principal desventaja es la inmediatez de las opiniones.

OPCIÓN E. Aprovechamiento de la encuesta a usuarios de la atención presencial:

- Mediante esta modalidad, se aprovecha una misma herramienta para dos tipos de encuestación, a partir de un filtro previo que asegure el contacto con el 012 en los dos últimos meses. No obstante, si este filtro es positivo, se realizaría solamente la encuesta de satisfacción con el 012 con el fin de evitar un alargamiento excesivo del cuestionario.
- Se evita, así mismo, la ya mencionada necesidad de lograr una bbdd de registros.

Por el contrario, el cumplimiento de cuotas para usuarios de atención telefónica se dificulta ya que dependemos de un universo desconocido.

En lo posible, tanto para la encuesta a personas usuarias del servicio de atención presencial como del servicio de atención telefónica, la metodología más adecuada es la encuestación telefónica, tras la generación de una bbdd de registros.

Modelo de Medición de la Voz de la Ciudadanía



Encuesta a personas
usuarios 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, proporcional 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.

Modelo de Medición de la Voz de la Ciudadanía



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

ESTADO CONVERSACIONAL CON EL USUARIO

- 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.
- 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.

Modelo de Medición de la Voz de la Ciudadanía



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 – 4^a planta
28108 Alcobendas - Madrid
Telf.: +34 91 625 00 49

Zaragoza

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

Bilbao

Alda. Recalde, 1 1^º 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, 2^º
39000 Santander
Telf.: +34 942 21 17 43

Logroño

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

E-mail: info@append.es

Web: www.append.es



Investigación de Mercados

