



oesia
grupo



Encuestas Satisfacción Servicio Oficinas Corporativas de Atención al Ciudadano

Año 2017

CLAUSULA DE CONFIDENCIALIDAD

Se incluye información que debe ser guardada y tratada de forma confidencial.

Queda prohibida la reproducción, distribución, comunicación pública, transformación, total o parcial, gratuita u onerosa, por cualquier medio o procedimiento, sin la autorización previa y por escrito de Oesía Networks S.L. (a partir de ahora Oesía Networks). Este documento es estrictamente confidencial. Si decidiesen no realizar este proyecto con Oesía Networks, seleccionar a otra empresa consultora u organización o utilizar sus propios recursos internos para llevarlo a cabo, a nuestro requerimiento deberán devolvernos todas las copias de este documento, junto con su confirmación escrita de no haber conservado ninguna copia del documento o del contenido del mismo.

© Oesía Networks S.L.

Todos los derechos reservados

Persona de Contacto: Beatriz Meca Jorquera

Email: bimeca@oesia.com

Teléfono: 968 295663

Índice

1. INTRODUCCIÓN	4
2. OBJETIVO Y ALCANCES	5
3. ANTECEDENTES Y CONTEXTOS	6
3.1 METODOLOGÍA UTILIZADA	6
3.2 GESTIÓN DEL PROYECTO	8
4. ANÁLISIS DE RESULTADOS	9
4.1 CARACTERÍSTICAS DE LOS USUARIOS DE OFICINAS CORPORATIVAS DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	9
4.1.1 Sexo	10
4.1.2 Edad	10
4.1.3 Nivel de estudios	11
4.1.4 Ocupación	11
4.1.5 Profesional / Usuario	12
4.2 USO DEL SERVICIO	13
4.2.1 Frecuencia de visita	13
4.2.2 Temas de uso	13
4.2.3 Utilización del Servicio Telefónico	14
4.2.4 Utilización Página Web	15
4.2.5 Cartas de Servicio de la CARM	15
4.2.4 Trámites a la CARM por internet	15
4.3 VALORACIÓN GLOBAL	18
4.4 SUGERENCIAS DE LOS USUARIOS	19
5. ANÁLISIS COMPARATIVO	20
5.1 PERFIL SOCIAL	20
5.2 EVOLUCIÓN DE LA FRECUENCIA DE LA VISITA	20
5.3 EVOLUCIÓN DE LOS TEMAS DEMANDADOS	22
5.4 EVOLUCIÓN UTILIZACIÓN DEL SERVICIO TELEFÓNICO	23
5.5 EVOLUCIÓN UTILIZACIÓN PÁGINA WEB	23
5.6 CONOCIMIENTO CARTAS DE SERVICIO DE LA CARM	24
5.7 UTILIZACIÓN DEL SERVICIO USUARIOS / PROFESIONALES (ASesorías/GESTORÍAS)	25
5.8 EVOLUCIÓN DE LA VALORACIÓN GLOBAL	26
6. CONCLUSIONES	29

1. INTRODUCCIÓN

Los estudios de satisfacción nacen con el fin de cubrir la necesidad de tener un profundo conocimiento de los usuarios y de sus opiniones. Al mismo tiempo, permiten dotar a la organización de información real sobre los puntos fuertes y áreas de mejora sobre las que actuar para aumentar la satisfacción de los ciudadanos.

Todo este conocimiento cobra una especial importancia en el marco de la toma de decisiones estratégicas y/o tácticas.

La Administración de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (CARM) considera importante conocer la calidad de los servicios prestados a los ciudadanos de forma periódica, analizando mediante las oportunas encuestas, cuál es la percepción que los usuarios tienen de los servicios que les presta la Administración así como conocer cuáles son sus expectativas en relación a estos servicios.

Se trata de contar con datos que proporcionen información completa sobre un conjunto de criterios cuantitativos y cualitativos y la medición de la percepción sobre la calidad de los servicios.

Este tipo de estudios constituye por lo tanto un elemento básico de cualquier planteamiento orientado a la Calidad, dado que ofrece un medio de expresión de la voluntad del usuario.

2. OBJETIVO Y ALCANCES

El objetivo de este proyecto es conocer la percepción de la calidad del Servicio prestado de Oficinas Corporativas de Atención al Ciudadano, analizándolo mediante encuestas realizadas de manera presencial.

El proyecto diseñado por el Servicio de Oficinas Corporativas de Atención al Ciudadano (OCAG) para evaluar el nivel de satisfacción de los usuarios que acuden presencialmente, consiste en la cuantificación de la percepción que tiene el usuario acerca de la prestación de los servicios ofrecidos, de forma global y midiendo su evolución en el tiempo.

Para ello, se realiza una medición periódica de los atributos de calidad mediante el desarrollo de una metodología científica, analizando los criterios cuantitativos y cualitativos. Con ello, el Servicio de Oficinas Corporativas de Atención al Ciudadano pretende disponer de una fuente de información exhaustiva y actualizada que le permita:

Identificar posibles ejes de mejora.

- Valorar los criterios más importantes para sus usuarios.
- Medir la efectividad y el impacto de cambios impulsados al nivel organizativo o sobre el servicio prestado.
- Transmitir al usuario una imagen de cercanía y transparencia de la organización.
- Motivar al personal implicado en la prestación del servicio.

Con el fin de disponer de una información completa, resulta imprescindible que la medición refleje el nivel de satisfacción del conjunto de usuarios que acuden presencialmente, para lo que se ha diseñado un muestreo representativo que permite tener en cuenta la tipología de los mismos.

El tratamiento estadístico de los resultados también debe permitir establecer una comparación con los estudios anteriores y analizar la evolución de los diferentes parámetros estudiados.

3. ANTECEDENTES Y CONTEXTOS

El proyecto de medición del grado de satisfacción de los usuarios del Servicio Oficinas Corporativas de Atención al Ciudadano viene motivado por elementos tanto internos como externos a la organización:

- Deseo del Servicio de Oficinas Corporativas de Atención al Ciudadano de mejorar continuamente sus servicios y adaptarlos a las expectativas de sus usuarios.
- Progresar en las líneas de actuaciones establecidas en el Plan de Acción del Servicio.
- Continuar con el proceso de mejora continua del Servicio y comparar resultados con años anteriores.
- Responder a las iniciativas de ámbito regional en materia de Calidad del Servicio Público. Así, el proyecto se enmarca en el **Plan de Calidad y Modernización 2010** de la CARM que define varios programas destinados a impulsar las acciones que permiten llevar a cabo la política de calidad de la Administración Regional.
- Cumplir con los compromisos establecidos en la **Carta de Servicios del Servicio de Atención al Ciudadano**; que según recoge la **Ley 14/2013**, de medidas tributarias, administrativas y de función pública. (BORM 30-12-2013) en su artículo 17.1, son los documentos que constituyen el instrumento de la Administración pública de la Región de Murcia y sus organismos públicos para informar a los ciudadanos sobre los servicios que tienen encomendados y acerca de los compromisos de calidad en su prestación, así como de los derechos de los ciudadanos y usuarios en relación con estos servicios. (<http://www.carm.es/cartasdeservicios>).

3.1 METODOLOGÍA UTILIZADA

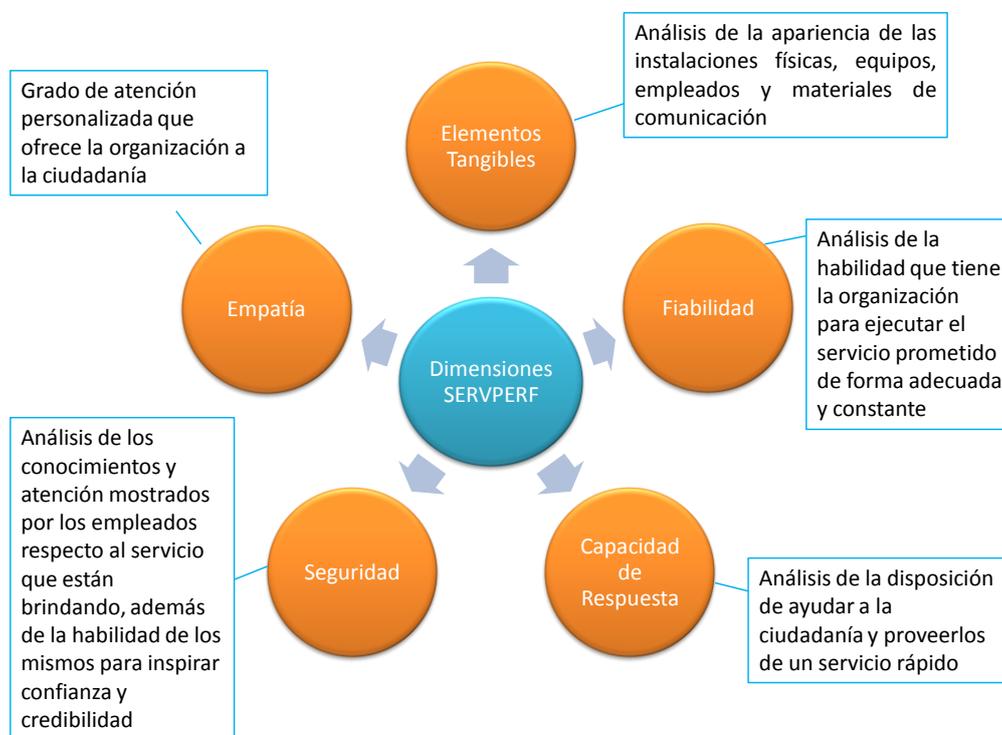
Para la medición de la calidad percibida de los servicios se utiliza la metodología recomendada por la Administración Regional de la CARM, la metodología SERVPERF, que se basa en la cuantificación de la percepción que tiene el usuario acerca de la prestación de los servicios ofrecidos, de forma global y no elemento a elemento, y midiendo su evolución en el tiempo.

La satisfacción del usuario se alcanzará cuando coincidan la calidad programada, la calidad realizada y la calidad necesitada por el mismo.

- La **Calidad Programada** es aquella establecida por la organización como objetivo y que se concreta en las especificaciones de diseño para el servicio.
- La **Calidad Realizada** es aquella obtenida realmente tras la producción, que queda plasmada en el servicio.

Por último, la calidad que necesita el usuario o **Calidad Necesaria** es la demandada por éste, manifestada en sus exigencias y necesidades.

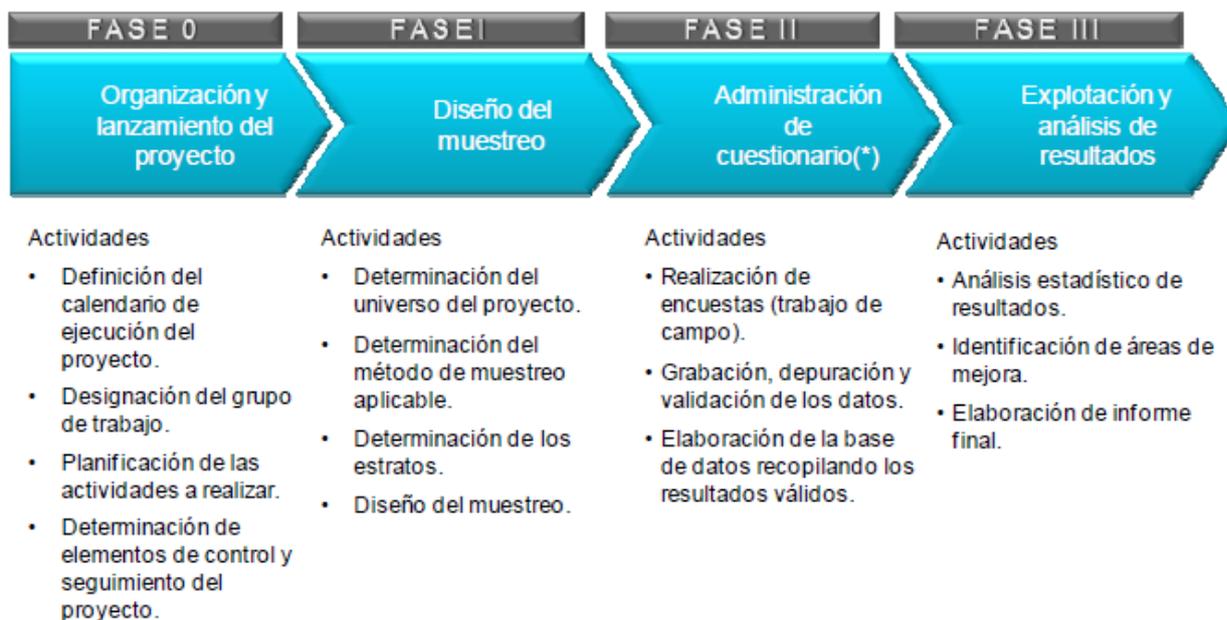
La metodología SERVPERF pivota alrededor de **cinco dimensiones**, dentro de cada una de las cuáles se incluyen los atributos a medir en los cuestionarios.



- Tangibilidad: Representa el análisis de la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, empleados y materiales de comunicación.
- Fiabilidad: Representan el análisis de la habilidad que tiene la organización para ejecutar el servicio prometido de forma adecuada y constante.
- Capacidad de Respuesta: Representan el análisis de la disposición de ayudar a la ciudadanía y proveerlos de un servicio rápido.
- Seguridad: Representan el análisis de los conocimientos y atención mostrados por los empleados respecto al servicio que están brindando, además de la habilidad de los mismos para inspirar confianza y credibilidad.
- Empatía: Representan el grado de atención personalizada que ofrece la organización a la ciudadanía.

3.2 GESTIÓN DEL PROYECTO

El proyecto de mediación de la satisfacción de los usuarios del Servicio de Oficinas Corporativas de Atención al Ciudadano se llevó a cabo en cuatro fases tal y como lo detalla la secuenciación siguiente:



4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

A continuación se describen los resultados obtenidos en la encuesta realizada a los ciudadanos por el uso del servicio Oficinas Corporativas de Atención al Ciudadano.

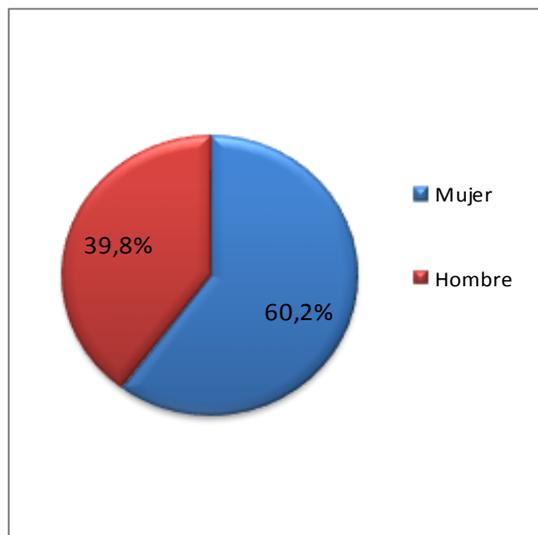
4.1 CARACTERÍSTICAS DE LOS USUARIOS DE OFICINAS CORPORATIVAS DE ATENCIÓN AL CIUDADANO

En el cuestionario se han definido las siguientes características para determinar el perfil del usuario de Oficinas Corporativas de Atención al Ciudadano:

- Sexo: Hombre o Mujer
- Edad:
 - De 16 a 19 años
 - De 20 a 29 años
 - De 30 a 39 años
 - De 40 a 49 años
 - Mayor de 50 años
- Nivel de estudios: Elemental, Secundario o Universitario
- Ocupación:
 - Estudiante/Opositor
 - Trabajador por cuenta ajena
 - Autónomo/a
 - Empresario/a
 - Desempleado/a
 - Pensionista
 - Amo/a de casa

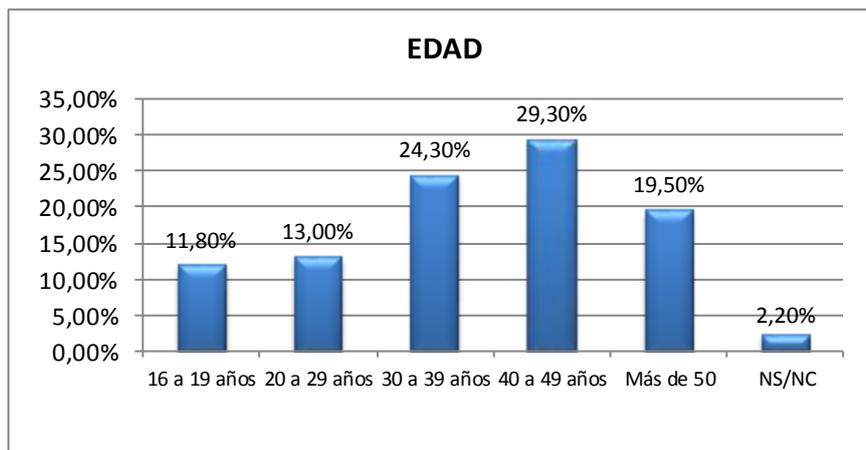
Se muestran a continuación los resultados obtenidos para la clasificación de los usuarios según estos criterios:

4.1.1 Sexo



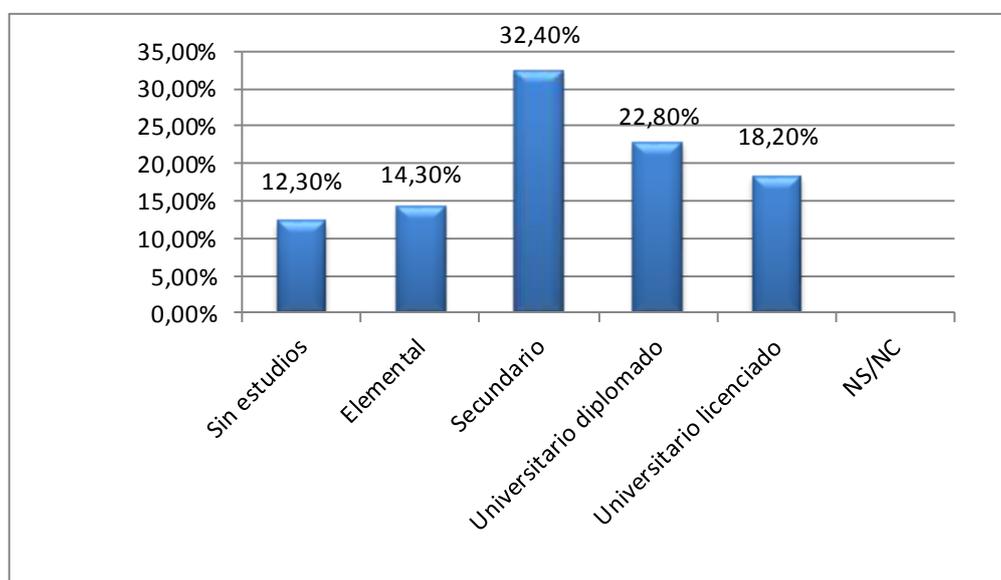
Se observa que hay un mayor uso del Servicio por parte del sexo femenino.

4.1.2 Edad



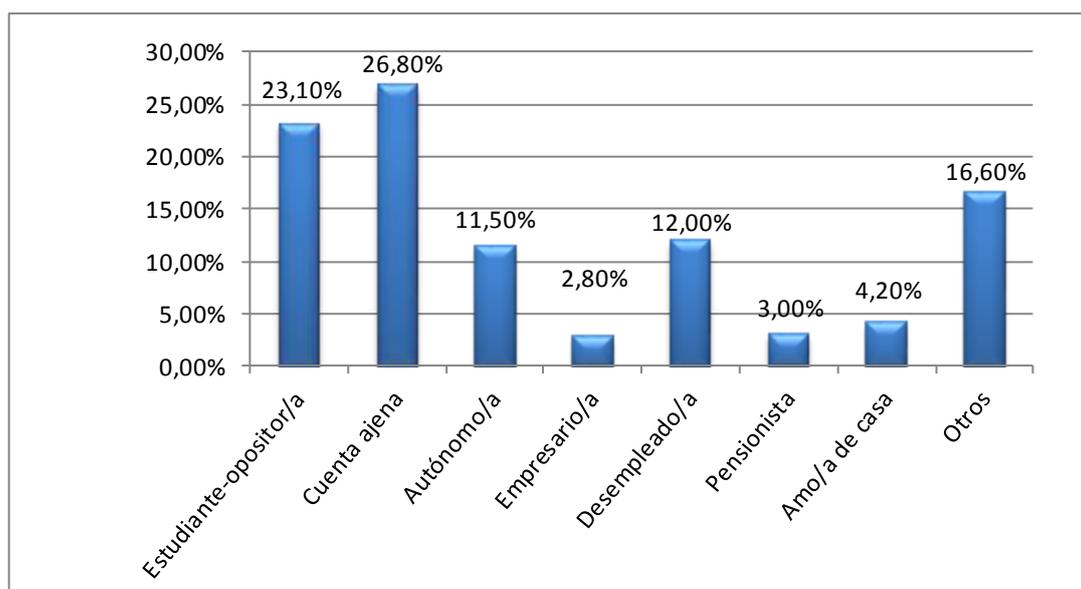
Observamos que existen dos franjas de edad que utilizan más el Servicio: de 40 a 49 años y de 30 a 39 años. Los menores de 20 años son los que menos uso hacen del Servicio.

4.1.3 Nivel de estudios



En cuanto al nivel de estudios, la mayor parte de los usuarios de Oficinas Corporativas de Atención al Ciudadano tienen estudios universitarios y secundarios. La suma de universitarios diplomados y licenciados abarca el 41% del total. Son minoría los usuarios sin titulación que utilizan el Servicio de Oficinas Corporativas de Atención al Ciudadano.

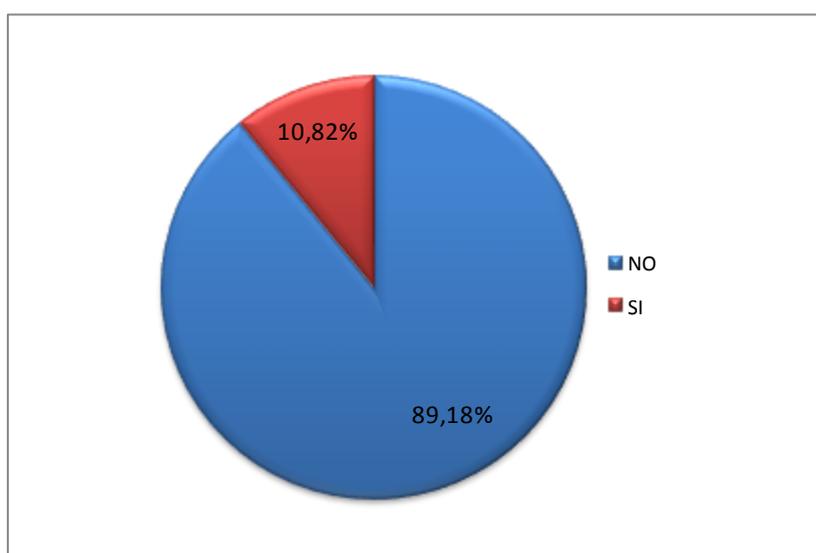
4.1.4 Ocupación



En este caso, la mayoría de los usuarios manifiestan encontrarse trabajando por cuenta ajena, seguido por estudiantes y opositores.

4.1.5 Profesional / Usuario

Asesoría/gestoría	Respuestas	%
NO	536	89,18%
SI	65	10,82%
Total	601	100,00%

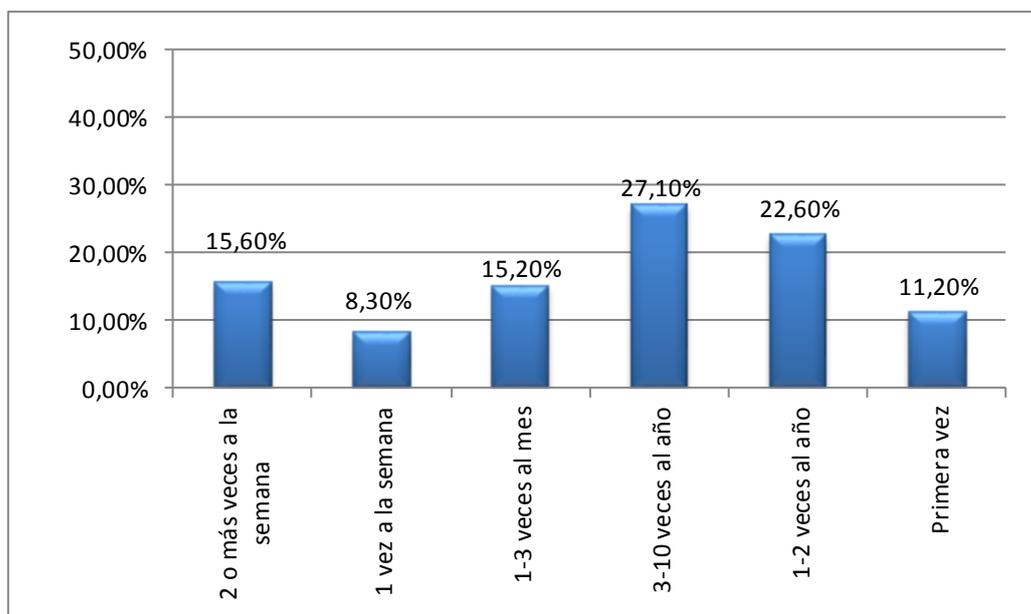


Sólo el 10,82% de los usuarios de Oficinas Corporativas de Atención al Ciudadano son profesionales (asesores/gestores), con lo que analizando los resultados expuestos en los análisis gráficos, se puede realizar el siguiente perfil de usuario de Oficinas Corporativas de Atención al Ciudadano:

PERFIL DE USUARIO	
SEXO	Mujer
ESTUDIOS	Universitario
EDAD	De 40 a 49
OCUPACIÓN	Cuenta ajena

4.2 USO DEL SERVICIO

4.2.1 Frecuencia de visita



En la gráfica anterior vemos la frecuencia de uso del Servicio de Oficinas Corporativas de Atención al Ciudadano. De ellos se puede deducir que no se trata de usuarios habituales dado que el 15,60% de los usuarios utiliza el servicio dos o más veces a la semana, un 8,3% una vez por semana y otro 15,2% lo utiliza entre 1 y 3 veces al mes. Los usuarios habituales representan el 39% y los no habituales representan el 61%.

4.2.2 Temas de uso

Motivos	Respuestas	Promedio
Solicitar información	44	7,32%
Solicitar ayudas y/o subvenciones	38	6,32%
Solicitar permisos y/o licencias	71	11,81%
Quejas y sugerencias	10	1,66%
Trámites a otras administraciones (locales, autonómica, estatal)	120	19,97%
Compulsa u otros registros de documentos	214	35,61%
Otros	33	5,49%
NS/NC	71	11,81%
Total	601	100,00%

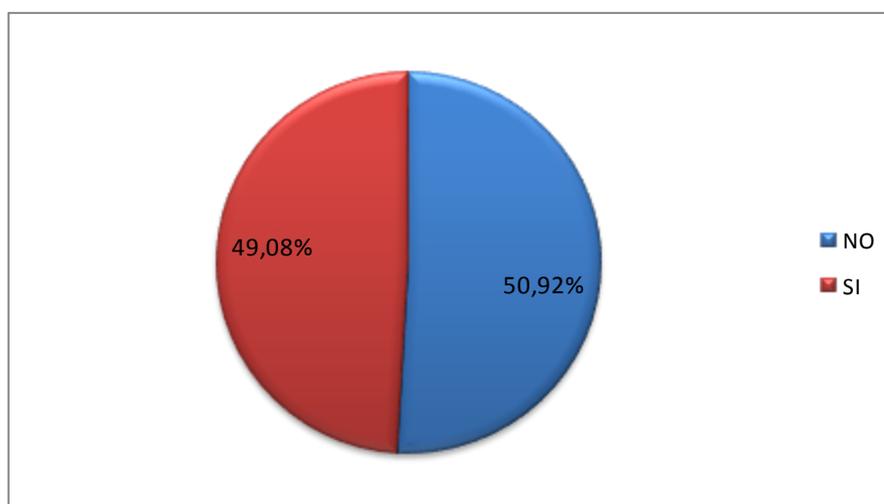
El tema de consulta que destaca considerablemente del resto es "Compulsa u otros registros de documentos" que alcanza el 35,61% de las consultas al Servicio de Oficinas Corporativas de Atención al Ciudadano.

Otros temas consultados por los usuarios son "Trámites a otras Administraciones".

Otros motivos	Respuestas
TITULO FAMILIA NUMEROSA	15
RENOVAR PARO	8
TASA DISCAPACIDAD	2
CITA PRESTACIONES	1
APORTAR DOCUMENTACIÓN	1
PRESENTACIÓN RECLAMACIÓN	1
Total	28

4.2.3 Utilización del Servicio Telefónico

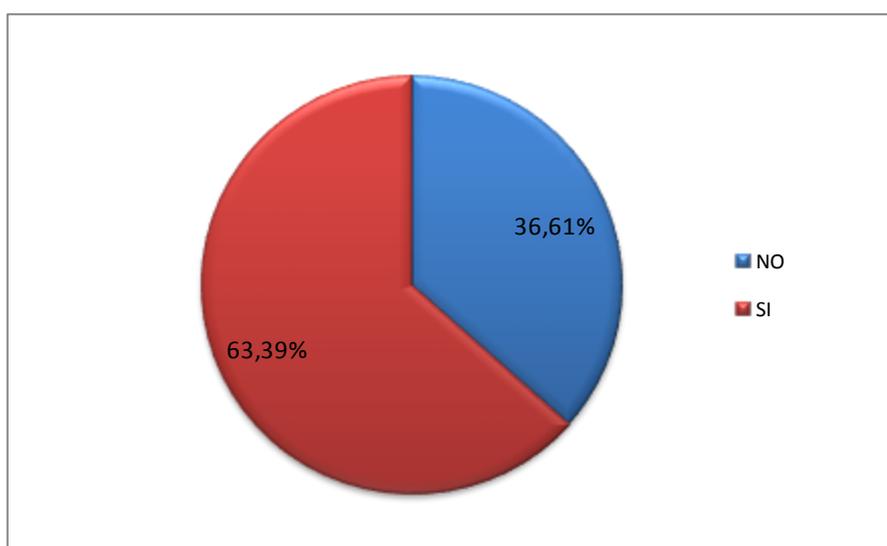
Servicio telefónico	Respuestas	%
NO	306	50,92%
SI	295	49,08%
Total	601	100,00%



El 49,08% de los usuarios que utiliza el servicio de Oficinas Corporativas de Atención al Ciudadano asegura utilizar también el teléfono como medio de información.

4.2.4 Utilización Página Web

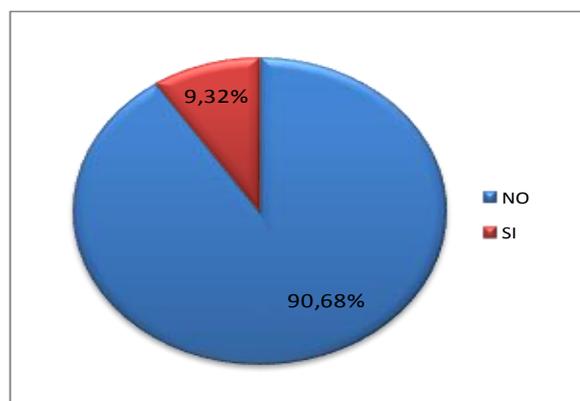
Página web	Respuestas	%
NO	220	36,61%
SI	381	63,39%
Total	601	100,00%



Como podemos comprobar en los gráficos anteriores el 63,39% de los usuarios de Oficinas Corporativas de Atención al Ciudadano utiliza también la página web (www.carm.es) como medio informativo o para realizar las gestiones, posicionando esta vía como primera opción a la hora de realizar los trámites.

4.2.5 Cartas de Servicio de la CARM

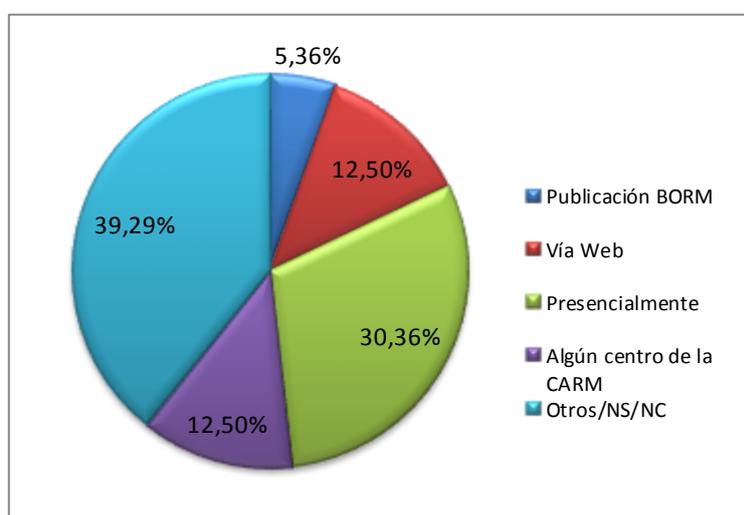
Cartas de Servicio	Respuestas	%
NO	545	90,68%
SI	56	9,32%
Total	601	100,00%



Es importante recalcar que sólo un 9,3% de los usuarios que han realizado la encuesta, han contestado a esta pregunta; ello significa que más del 90% de los usuarios, no ha respondido a la pregunta planteada.

De las respuestas obtenidas, podemos comprobar en los gráficos anteriores, sólo el 9,32% de los usuarios de Oficinas Corporativas de Atención al Ciudadano afirma conocer las Cartas de Servicio de la CARM.

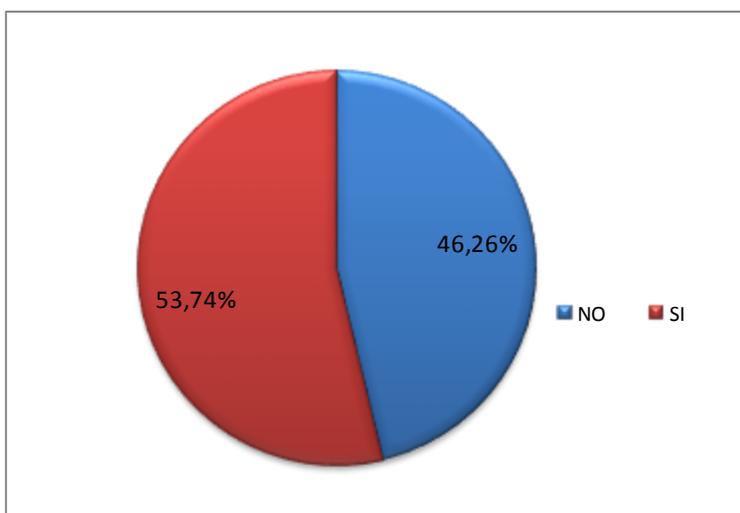
Cartas de Servicio ¿ cómo se conocen?	Respuestas	%
Publicación BORM	3	5,36%
Vía Web	7	12,50%
Presencialmente	17	30,36%
Algún centro de la CARM	7	12,50%
Otros/NS/NC	22	39,29%
Total	56	100,00%



Entre las respuestas afirmativas, el 30% de los usuarios afirman conocer las Cartas de Servicio de modo presencial (30,36%), seguidos de aquellos usuarios que tienen conocimiento de la CARM a través de internet (12,50%) y en centros dependientes de la CARM (12,50%).

4.2.6 Trámites a la CARM por internet

Trámites por internet	Respuestas	%
NO	278	46,26%
SI	323	53,74%
Total	601	100,00%

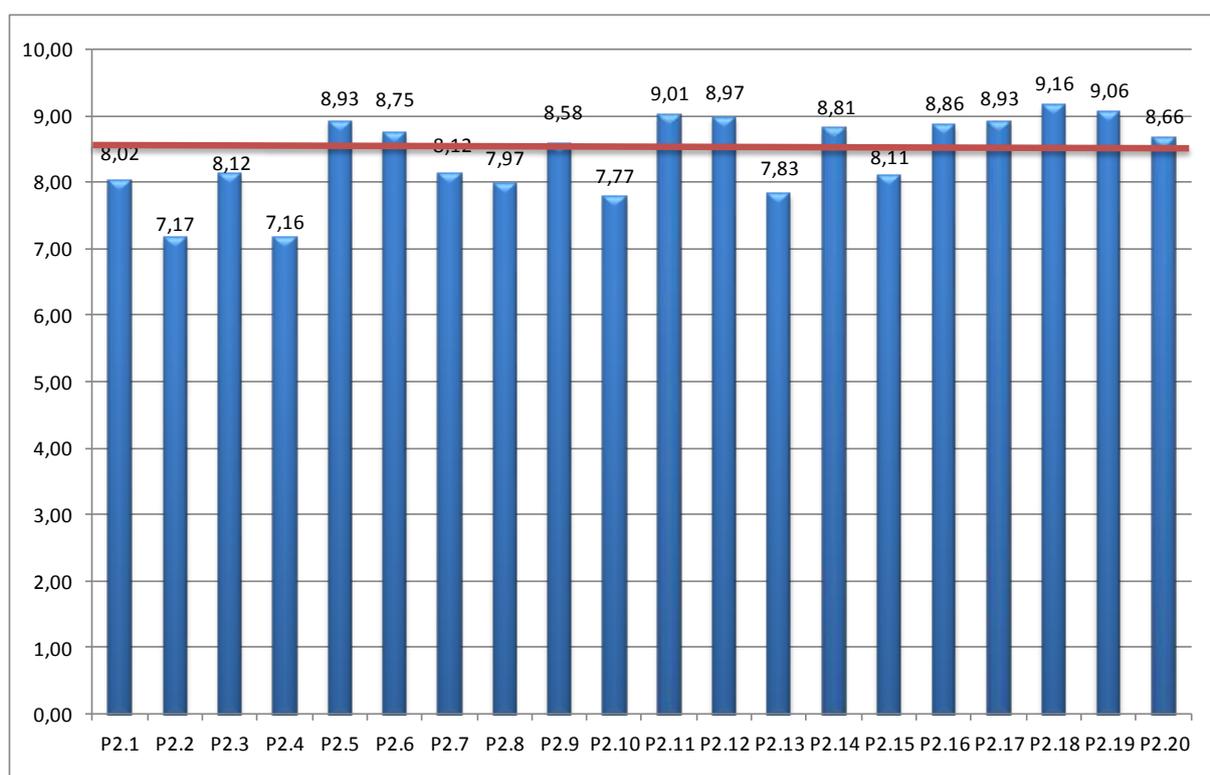


De las respuestas obtenidas, podemos comprobar que casi el 54% de los usuarios eran concededores de que podían realizar cualquier trámite dirigido a la CARM a través de internet.

4.3 VALORACIÓN GLOBAL

VALORACIÓN DEL SERVICIO	
Media	8,40

	Pregunta	2017
P2.1	P1. Cuenta con unas instalaciones correctas	8,02
P2.2	P2. Se encuentra la ventanilla única bien comunicada (autobús)	7,17
P2.3	P3. Disfruta de buenas condiciones medioambientales	8,12
P2.4	P4. Existe una adecuada señalización externa e interna de la oficina	7,16
P2.5	P5. Le han informado y han realizado los trámites adecuadamente.	8,93
P2.6	P6. Las incidencias son solucionadas de manera satisfactoria.	8,75
P2.7	P7. Posee un horario suficiente de atención al público.	8,12
P2.8	P8. Tiempo de espera para ser atendido es satisfactorio.	7,97
P2.9	P9. Tiempo empleado en la realización de los trámites y gestiones.	8,58
P2.10	P10. Intimidación en el momento de la atención	7,77
P2.11	P11. Preparación del personal para desempeñar su trabajo	9,01
P2.12	P12. Confianza y credibilidad aportada por el personal.	8,97
P2.13	P13. Posibilidad de realizar en una sola oficina todos los trámites exigidos para iniciar una actividad.	7,83
P2.14	P14. Explicaciones sencillas y claras del personal.	8,81
P2.15	P15. Le han informado sobre las alternativas que más se ajustan a sus necesidades	8,11
P2.16	P16. Se resuelve de manera satisfactoria el motivo que le ha llevado a su visita	8,86
P2.17	P17. Han comprendido sus necesidades.	8,93
P2.18	P18. Le han mostrado amabilidad y cortesía en el trato.	9,16
P2.19	P19. Interés y disposición del personal para ayudar al ciudadano	9,06
P2.20	P20. Medición del grado de satisfacción de los ciudadanos con el servicio recibido.	8,66
Media IPCS		8,40



La mayoría de los usuarios valora el Servicio de Oficinas Corporativas de Atención al Ciudadano en casi todos sus aspectos por encima del 8, siendo de 7,16 y 7,17 las notas más bajas que corresponderían a la señalización externa y a la comunicación de la oficina con transporte público. Los aspectos mejor valorados son la amabilidad, cortesía, interés, disposición de ayuda y preparación del personal que presta trabajo en las oficinas corporativas, con valoraciones por encima de 9.

4.4 SUGERENCIAS DE LOS USUARIOS

Mejoras
MEJORA DE LA CLIMATIZACIÓN EN VERANO, YA QUE HACE MUCHO CALOR
MÁS INTIMIDAD Y AMPLITUD DE LAS OFICINAS
AUMENTAR LOS ASIENTOS EN LA SALA DE ESPERA
MEJORAR LA ACÚSTICA Y LA SEÑALIZACIÓN
AUMENTAR EL PERSONAL QUE ATIENDE AL CIUDADANO PARA REDUCIR LA ESPERA
MEJORAR EL ACCESO DE LOS MINUSVÁLIDOS
MEJORA INFORMÁTICA DE LOS ORDENADORES
MEJORA DE LA SEÑALIZACIÓN DE LA OFICINA
QUE HAYA WIFI
INSTALACIÓN DE UN BUCLE MAGNÉTICO PARA PERSONAS SORDAS
QUE EXISTA UN CAJERO PARA EL PAGO DE LAS TASAS
INCREMENTAR EL HORARIO DE ATENCIÓN

5. ANÁLISIS COMPARATIVO

El presente estudio de satisfacción de los usuarios del Servicio de Oficinas Corporativas de Atención al Ciudadano de la CARM se enmarca en un ciclo de mejora continua basado en mediciones periódicas.

El proceso de realizar mediciones continuas permite estudiar la evolución de las diferentes características de los servicios. Por ello se presentará en este apartado un análisis comparativo entre los resultados del estudio del año 2009, 2010, 2011, 2012, 2014, 2015, 2016 y 2017.

5.1 PERFIL SOCIAL

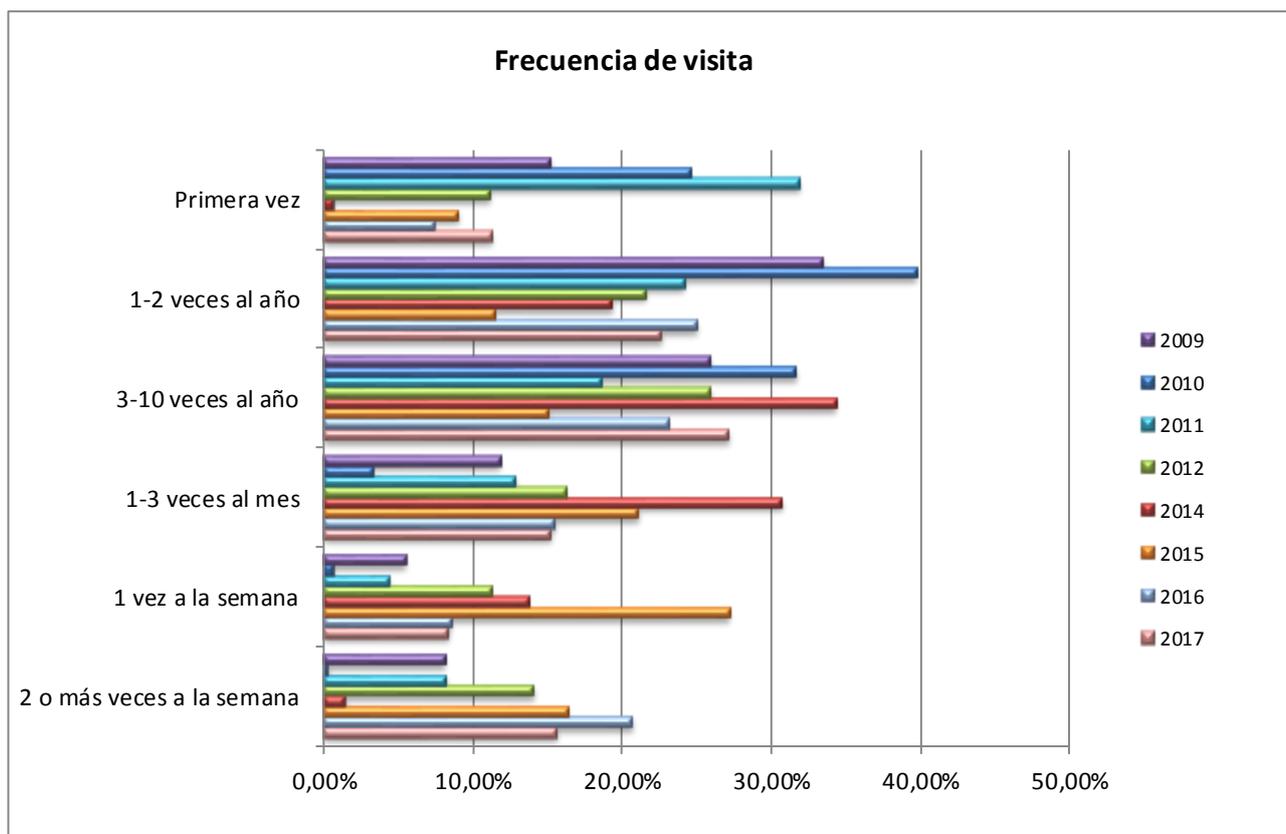
El perfil social de los usuarios de ventanillas se mantiene igual para los años 2009, 2010, 2012 y 2014 salvo por la ocupación, donde predominan los trabajadores por cuenta ajena para los años 2009 y desde 2012 hasta 2017, mientras que en 2010 el perfil más frecuente era desempleado.

En 2015 el nivel de estudios pasa a ser el universitario, cambiando la tendencia de los últimos años, en el que predominaban los estudios secundarios; se mantiene la tendencia este año. En 2017, el tramo de edad mayoritario vuelve a ser el de los 40 a los 49 años, al igual que ocurría en 2015.

Año	2009	2010	2011	2012	2014	2015	2016	2017
Sexo	Mujer	Mujer	Mujer	Mujer	Hombre	Mujer	Mujer	Mujer
Tramo de edad	De 30 a 39	De 30 a 39	De 30 a 39	De 30 a 39	De 30 a 39	De 40 a 49	De 30 a 49	De 40 a 49
Nivel de estudios	Secundario	Secundario	Elemental	Secundario	Secundario	Universitario	Universitario	Universitario
Ocupación	Cuenta ajena	Desempleado	Desempleado	Cuenta ajena	Cuenta ajena	Cuenta ajena	Cuenta ajena	Cuenta ajena

5.2 EVOLUCIÓN DE LA FRECUENCIA DE LA VISITA

Frecuencia de visita	2009	2010	2011	2012	2014	2015	2016	2017
2 o más veces a la semana	8,11%	0,25%	8,21%	14,03%	1,41%	16,30%	20,60%	15,60%
1 vez a la semana	5,50%	0,56%	4,35%	11,19%	13,70%	27,20%	8,50%	8,30%
1-3 veces al mes	11,80%	3,23%	12,80%	16,19%	30,68%	21,00%	15,50%	15,20%
3-10 veces al año	25,90%	31,62%	18,60%	25,91%	34,31%	15,10%	23,10%	27,10%
1-2 veces al año	33,50%	39,78%	24,15%	21,59%	19,32%	11,40%	25,00%	22,60%
Primera vez	15,19%	24,56%	31,88%	11,09%	0,59%	9,00%	7,30%	11,20%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%



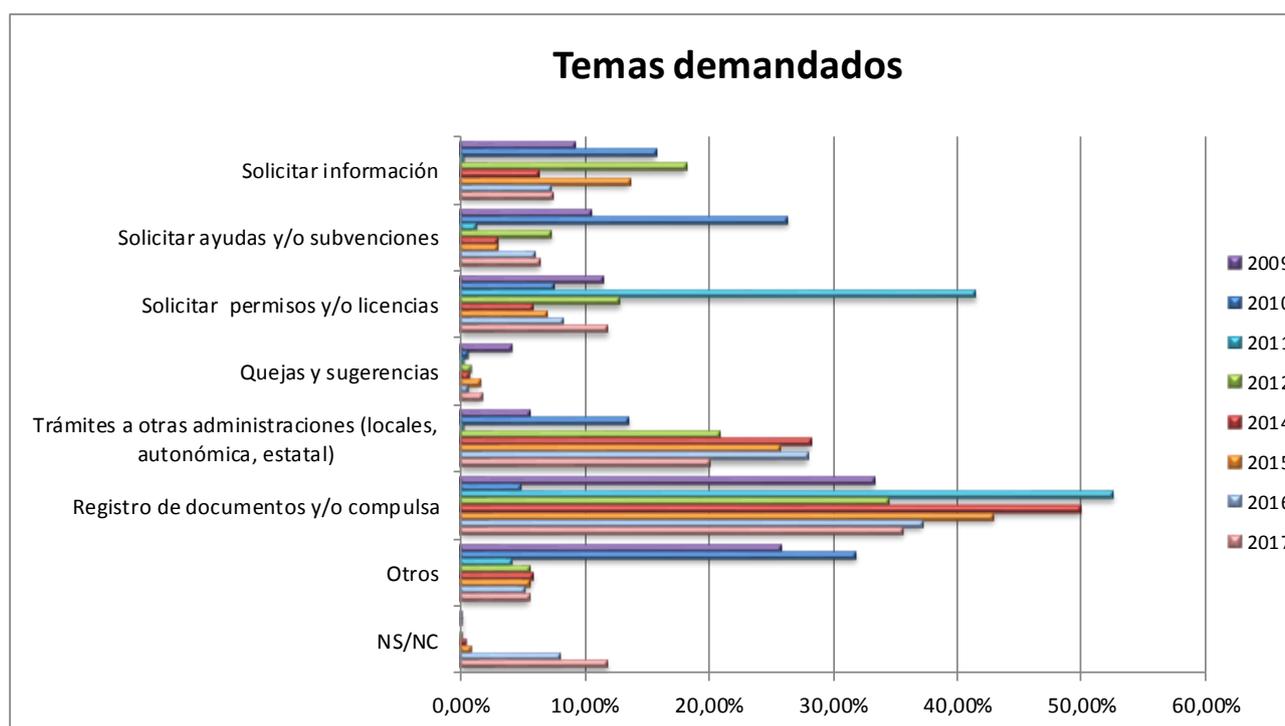
Aunque los resultados muestran que los usuarios del servicio de Oficinas Corporativas de Atención al Ciudadano utilizan con frecuencia el Servicio, en 2017 cambia la tendencia de uso de 2016, ya que la amplia mayoría (61%) no acude a las oficinas habitualmente. El 39% restante afirma acudir a la oficina varias veces al mes, e incluso un 25% semanalmente.

Disminuye el porcentaje de usuarios que visitan las Oficinas con frecuencia semanal y mensual, en provecho de aquellos que lo hacen con frecuencia anual.

5.3 EVOLUCIÓN DE LOS TEMAS DEMANDADOS

Respecto a los temas demandados por los ciudadanos, observamos algunos cambios. El tema más demandado es el registro de documentos y la compulsión, salvo para el año 2010 donde el motivo principal de uso es la solicitud de ayudas y/o subvenciones. Ha disminuido respecto a 2016 el porcentaje de trámites a otras administraciones, pero en el resto de materias es coincidente con los datos del año pasado.

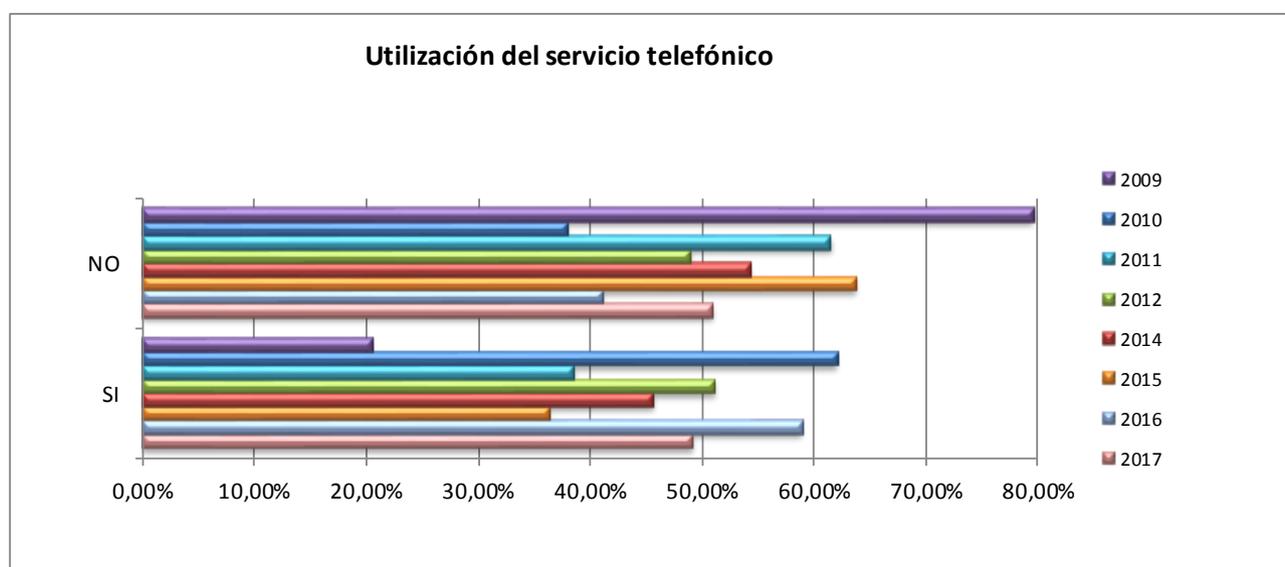
Motivos	2009	2010	2011	2012	2014	2015	2016	2017
Solicitar información	9,20%	15,71%	0,24%	18,12%	6,21%	13,59%	7,20%	7,32%
Solicitar ayudas y/o subvenciones	10,53%	26,27%	1,20%	7,25%	2,93%	2,96%	5,96%	6,32%
Solicitar permisos y/o licencias	11,47%	7,45%	41,45%	12,78%	5,74%	6,97%	8,21%	11,81%
Quejas y sugerencias	4,07%	0,49%	0,24%	0,78%	0,70%	1,54%	0,56%	1,66%
Trámites a otras administraciones (locales, autonómica, estatal)	5,50%	13,50%	0,24%	20,88%	28,22%	25,65%	27,90%	19,97%
Registro de documentos y/o compulsión	33,33%	4,75%	52,53%	34,44%	49,88%	42,91%	37,12%	35,61%
Otros	25,79%	31,83%	4,10%	5,57%	5,85%	5,56%	5,06%	5,49%
NS/NC	0,11%	0,01%	0,00%	0,18%	0,47%	0,83%	7,99%	11,81%



5.4 EVOLUCIÓN UTILIZACIÓN DEL SERVICIO TELEFÓNICO

Se aprecia un descenso en 2017 respecto al año pasado, situándose el uso telefónico en el 49%.

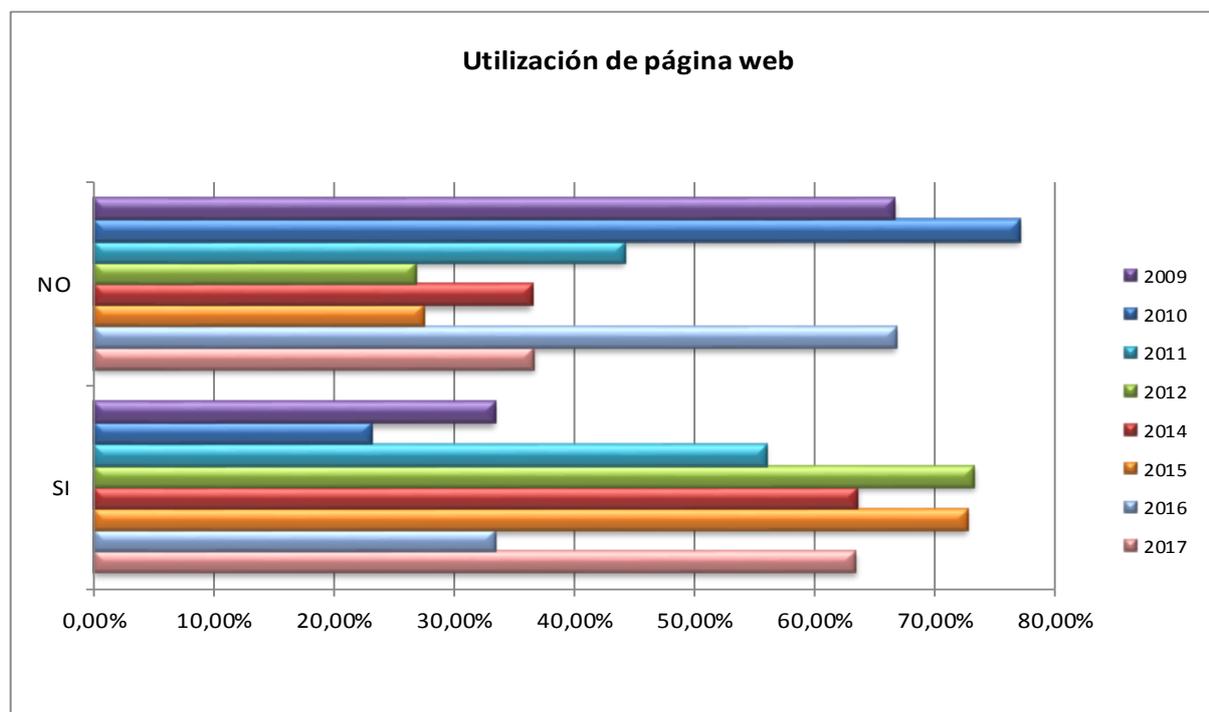
Servicio telefónico	2009	2010	2011	2012	2014	2015	2016	2017
SI	20,43%	62,03%	38,55%	51,07%	45,67%	36,29%	58,94%	49,08%
NO	79,57%	37,97%	61,45%	48,93%	54,33%	63,71%	41,06%	50,92%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%



5.5 EVOLUCIÓN UTILIZACIÓN PÁGINA WEB

El uso de la página web de la Comunidad Autónoma www.carm.es ha variado significativamente en el periodo 2009 – 2017. En los años 2009 y 2010 la mayoría de los usuarios (66,68% y 77,06% respectivamente) no hacían uso de la web, en cambio desde el año 2014 se invierte la tendencia, siendo usada la web en 2015 por casi el 73% de los usuarios. Sin embargo, en 2016 vuelve a invertirse la tendencia, siendo utilizada por solo el 33,3% de los usuarios. En 2017 vuelve a ser mayoritario el porcentaje de usuarios que hace uso de la página web, situándose en el 63,39%, datos similares a los del año 2014.

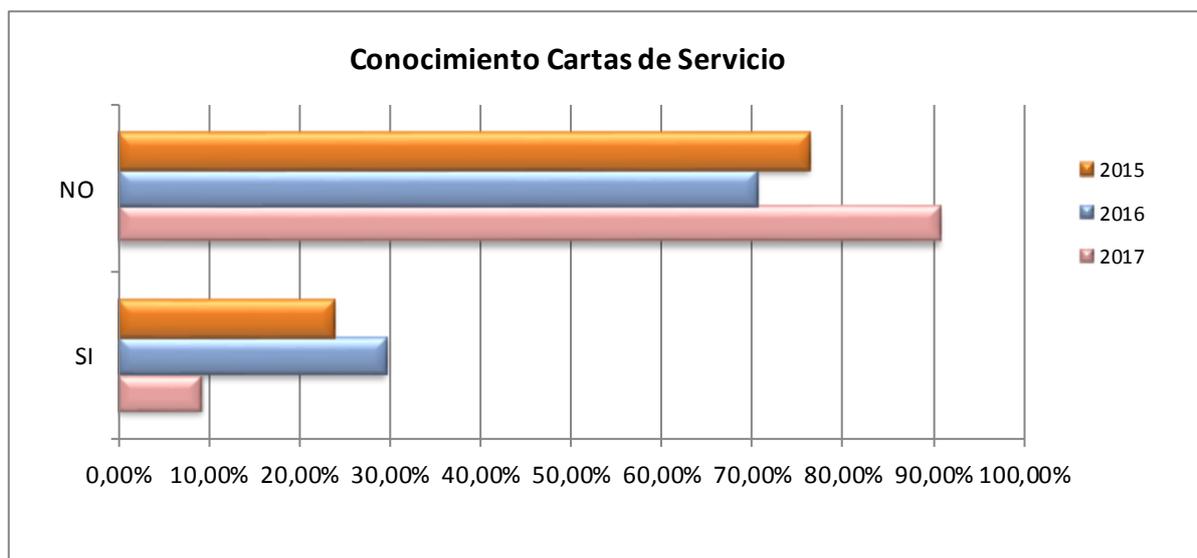
Página web	2009	2010	2011	2012	2014	2015	2016	2017
SI	33,32%	22,94%	55,90%	73,29%	63,58%	72,70%	33,30%	63,39%
NO	66,68%	77,06%	44,10%	26,71%	36,42%	27,30%	66,70%	36,61%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%



5.6 CONOCIMIENTO CARTAS DE SERVICIO DE LA CARM

La representación de usuarios que tiene conocimiento de qué son las Cartas de Servicio se sitúa en torno a un 9% en 2017, muy inferior a los datos ofrecidos en el año 2016 (29,5%). En el año 2015 (año de inclusión de este nuevo ítem en la encuesta anual), el porcentaje era menor que en 2016. Por tanto, el volumen de usuarios que conocen las Cartas de Servicio ha decrecido en veinte puntos porcentuales respecto al año anterior.

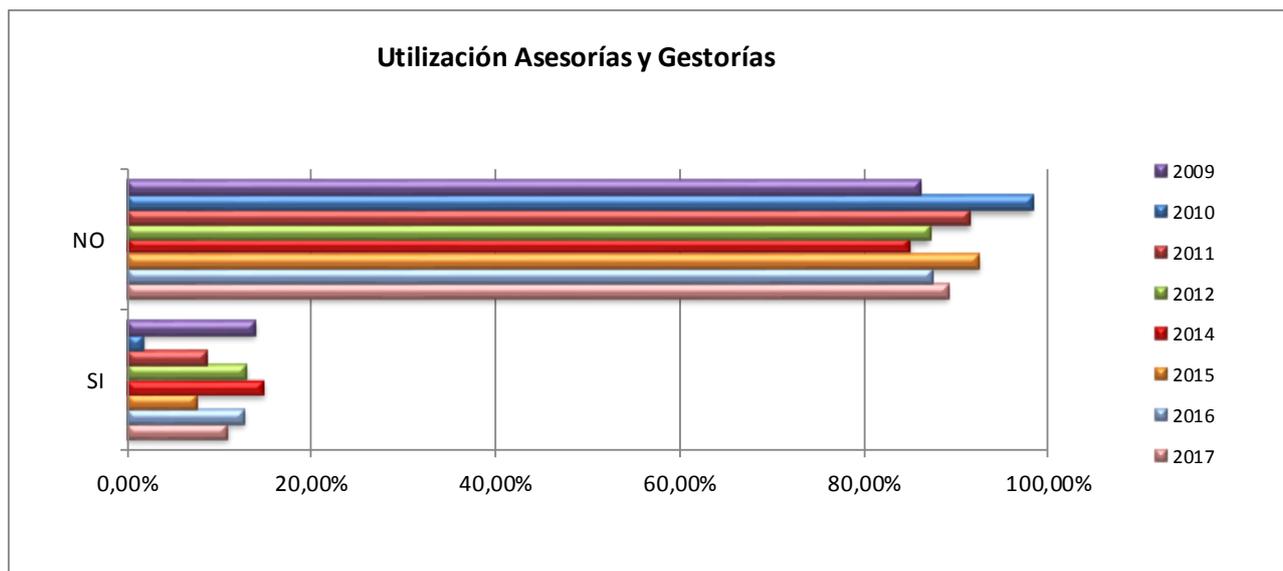
Conocimiento Cartas de Servicio	2015	2016	2017
SI	23,66%	29,48%	9,32%
NO	76,34%	70,52%	90,68%
Total	100,00%	100,00%	100,00%



5.7 UTILIZACIÓN DEL SERVICIO USUARIOS / PROFESIONALES (ASESORÍAS/GESTORÍAS)

La representación de usuarios a través de asesorías y gestorías se sitúa en un 10,8%. En el periodo 2009 – 2012 se ha mantenido en torno al 10% salvo en 2010 donde el porcentaje de representados por profesionales desciende al 1,71%. En 2016 creció el porcentaje de profesionales respecto a 2015. En 2017, aunque se ha reducido en casi dos puntos porcentuales, implica un crecimiento respecto a los datos de 2015.

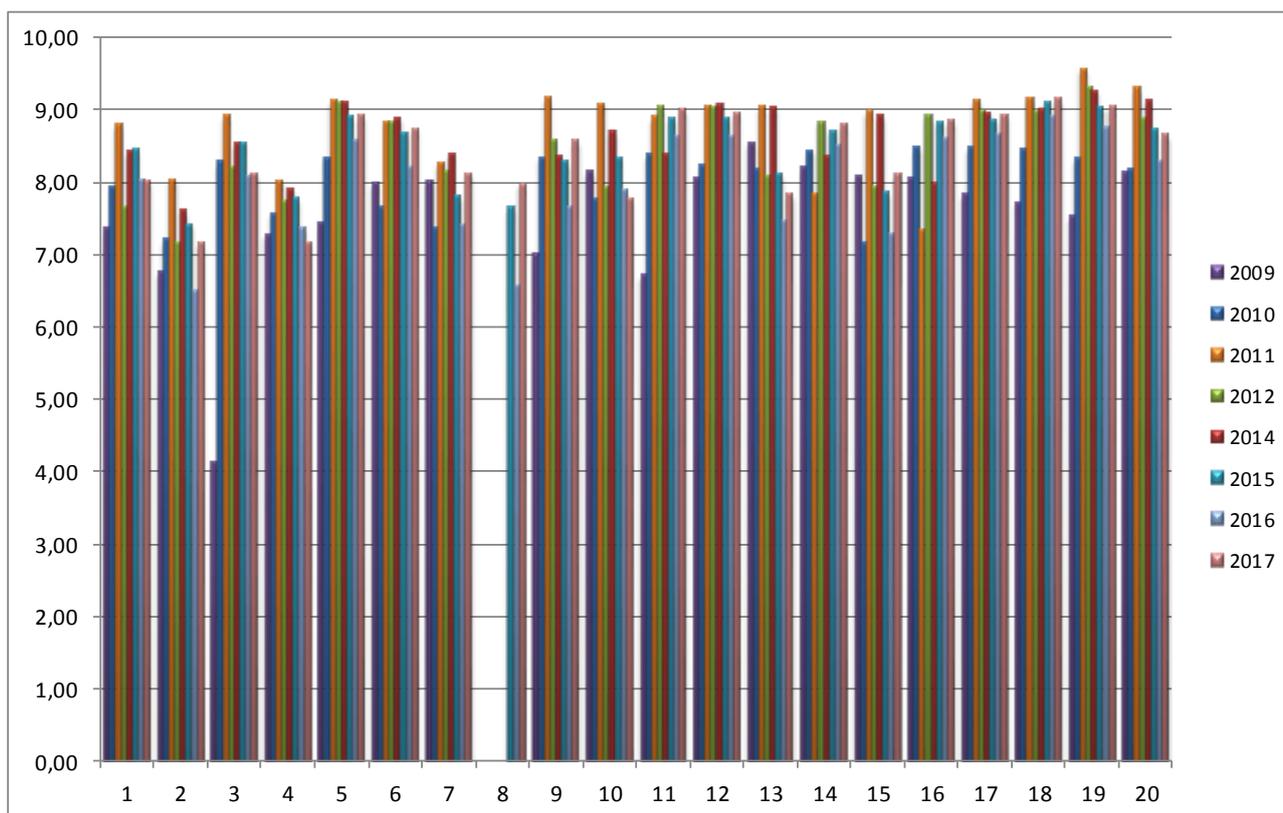
Asesoría/gestoría	2009	2010	2011	2012	2014	2015	2016	2017
SI	13,86%	1,71%	8,50%	12,89%	15,00%	7,50%	12,70%	10,80%
NO	86,14%	98,29%	91,50%	87,11%	85,00%	92,50%	87,30%	89,20%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%



5.8 EVOLUCIÓN DE LA VALORACIÓN GLOBAL

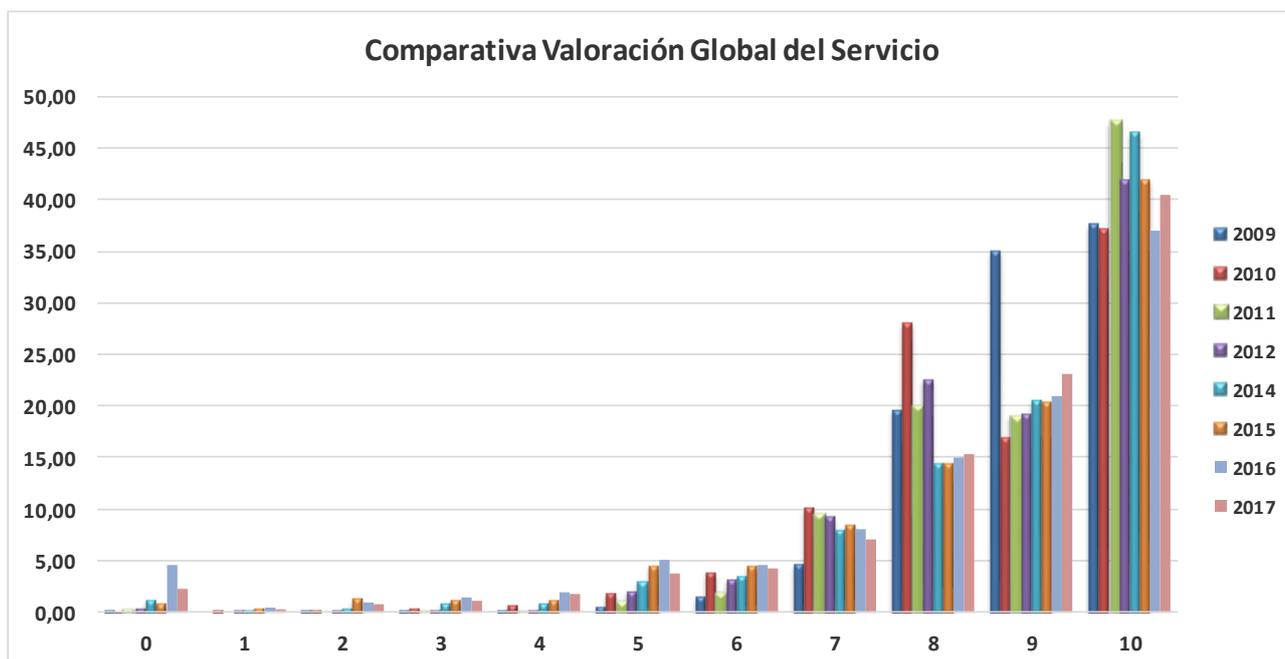
Como se aprecia en la gráfica, en 2017 ha aumentado la puntuación de casi la totalidad de los ítems estudiados. Podemos ver que los ítems mejor valorados son la amabilidad y cortesía en el trato, el interés y disposición en ayudar al ciudadano, la preparación del personal para desempeñar el trabajo y la confianza y credibilidad aportada, con una valoración de 9,16, 9,06, 9,01 y 8,97 respectivamente.

Pregunta	2009	2010	2011	2012	2014	2015	2016	2017
P1. Cuenta con unas instalaciones correctas	7,36	7,95	8,81	7,68	8,43	8,46	8,03	8,02
P2. Se encuentra la ventanilla única bien comunicada (autobús)	6,76	7,22	8,04	7,16	7,61	7,43	6,50	7,17
P3. Disfruta de buenas condiciones medioambientales	4,13	8,29	8,93	8,22	8,54	8,54	8,09	8,12
P4. Existe una adecuada señalización externa e interna de la oficina	7,27	7,57	8,02	7,75	7,92	7,78	7,37	7,16
P5. Le han informado y han realizado los trámites adecuadamente.	7,45	8,35	9,13	9,10	9,10	8,92	8,60	8,93
P6. Las incidencias son solucionadas de manera satisfactoria.	7,98	7,66	8,84	8,85	8,89	8,69	8,22	8,75
P7. Posee un horario suficiente de atención al público.	8,02	7,38	8,27	8,17	8,40	7,81	7,41	8,12
P8. Tiempo de espera para ser atendido es satisfactorio.	-	-	-	-	-	7,66	6,57	7,97
P9. Tiempo empleado en la realización de los trámites y gestiones.	7,01	8,35	9,18	8,60	8,36	8,28	7,68	8,58
P10. Intimidación en el momento de la atención	8,16	7,77	9,09	7,93	8,71	8,34	7,88	7,77
P11. Preparación del personal para desempeñar su trabajo	6,72	8,38	8,90	9,06	8,40	8,90	8,63	9,01
P12. Confianza y credibilidad aportada por el personal.	8,06	8,25	9,07	9,03	9,10	8,90	8,65	8,97
P13. Posibilidad de realizar en una sola oficina todos los trámites exigidos para iniciar una actividad.	8,54	8,18	9,06	8,08	9,04	8,12	7,47	7,83
P14. Explicaciones sencillas y claras del personal.	8,21	8,44	7,84	8,85	8,36	8,72	8,52	8,81
P15. Le han informado sobre las alternativas que más se ajustan a sus necesidades	8,08	7,17	8,98	7,95	8,93	7,87	7,29	8,11
P16. Se resuelve de manera satisfactoria el motivo que le ha llevado a su visita	8,07	8,48	7,33	8,93	8,00	8,84	8,61	8,86
P17. Han comprendido sus necesidades.	7,83	8,48	9,14	8,99	8,96	8,87	8,67	8,93
P18. Le han mostrado amabilidad y cortesía en el trato.	7,73	8,47	9,16	8,99	9,00	9,11	8,91	9,16
P19. Interés y disposición del personal para ayudar al ciudadano	7,54	8,34	9,56	9,30	9,27	9,04	8,76	9,06
P20. Medición del grado de satisfacción de los ciudadanos con el servicio recibido.	8,14	8,18	9,30	8,88	9,13	8,74	8,30	8,66
Media IPCS	7,53	8,05	8,77	8,50	8,64	8,45	8,01	8,40



A continuación se inserta una tabla y una gráfica que representa la evolución de la puntuación que se ha ofrecido al Servicio desde 2009.

Comparativa Valoración Global del Servicio	2009	2010	2011	2012	2014	2015	2016	2017
0	0,20	0,10	0,30	0,50	1,20	1,00	4,50	2,22
1	0,00	0,20	0,00	0,20	0,30	0,50	0,50	0,32
2	0,20	0,30	0,00	0,20	0,40	1,50	1,00	0,73
3	0,20	0,40	0,20	0,20	1,00	1,20	1,50	1,16
4	0,30	0,70	0,20	0,30	1,00	1,30	2,00	1,76
5	0,60	1,90	1,20	2,10	3,00	4,50	5,00	3,82
6	1,60	3,90	2,00	3,30	3,50	4,50	4,50	4,20
7	4,70	10,20	9,60	9,30	8,00	8,50	8,00	6,99
8	19,60	28,10	20,00	22,60	14,50	14,50	15,00	15,27
9	35,00	17,00	19,00	19,30	20,60	20,50	21,00	23,02
10	37,60	37,20	47,50	42,00	46,50	42,00	37,00	40,51



La gráfica indica visualmente que los valores más puntuados son los comprendidos entre 8 y 10, incrementando la puntuación respecto al año pasado. Ello indica que la satisfacción del ciudadano con el Servicio es muy positiva.

6. CONCLUSIONES

Tal y como se planteaba en los objetivos y el alcance del proyecto, la finalidad de la medición del grado de satisfacción de los usuarios del Servicio de Oficinas Corporativas de Atención al Ciudadano es identificar los puntos fuertes así como las áreas de mejora.

Globalmente es destacable la valoración media de 8,40 que se manifiestan "satisfechos" con el Servicio de Oficinas Corporativas de Atención al Ciudadano.

Esta tendencia a valorar de manera inferior los servicios, puede ser debida a diversos factores, como motivos técnicos, falta de personal por enfermedad, un mayor horario de atención demandado, elevado tiempo de espera, falta de intimidad suficiente para recibir la información, pero es importante indicar que los usuarios tienen tendencia a exigir más según el servicio se consolida, ofreciendo el mismo servicio con la misma calidad que en años anteriores, el usuario es más exigente ya que se habitúa a él y demanda más servicios, tendencia que se confirma tanto en el número de sugerencias como en el contenido de las mismas.

Por último indicar que los ciudadanos han colaborado activamente en la encuesta, indicando gran número de sugerencias para mejorar el Servicio, entre las que destacan las siguientes:

- Aumento de personal para reducir los tiempos de espera
- Incremento del número de asientos en las salas de espera
- Mejorar la señalización de las oficinas
- Existencia de cajeros para el pago de tasas
- Mejora informática de los equipos
- Incrementar el horario de atención
- Instalación de bucle magnético para personas sordas
- Existencia de red wifi