



Encuestas Satisfacción Ciudadano
Servicio Cero12

Año 2019



Índice

1. INTRODUCCIÓN	3
2. OBJETIVO Y ALCANCES	4
3. ANTECEDENTES Y CONTEXTOS	5
4. ANTECEDENTES Y CONTEXTOS	5
4.1 Metodología utilizada	6
4.2 Gestión del proyecto	7
4.3 Muestreo	7
5. ANÁLISIS DE RESULTADOS	9
5.1 Características de los usuarios del teléfono 012	9
5.1.1 Sexo	10
5.1.2 Edad	10
5.1.3 Nivel de estudios	11
5.1.4 Ocupación	11
5.2 Uso del servicio	12
5.2.1 Frecuencia de uso	12
5.2.2 Temas de uso	13
5.2.3 Características de uso	14
5.3 Calidad de la solución planteada	16
5.4 Aspectos parciales de satisfacción	17
5.4.1 La amabilidad con la que le atendieron	17
5.4.2 La rapidez	18
5.4.3 La claridad de la información facilitada	19
5.4.4 La precisión con que le informaron	19
5.4.5 La profesionalidad de la persona que le atendió	20
5.4.6 Satisfacción de todos los aspectos parciales	20
5.5 Sugerencias de los usuarios	21
6. ANÁLISIS COMPARATIVO	23
6.1 Características del usuario	23
6.2 Evolución de la frecuencia del servicio	26
6.3 Evolución de los temas demandados	27
6.4 Evolución de las características del servicio	28
6.5 Evolución de la valoración del servicio	30
6.6 Evolución de aspectos sobre el trato percibido	31
6.7 Evolución de la satisfacción con la atención percibida	32
7. CONCLUSIONES	33



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 Telefónico 012 prestado a los ciudadanos, analizándolo mediante encuestas realizadas de manera telefónica.

El proyecto diseñado por el Servicio de Atención al Ciudadano (SAC) para evaluar el nivel de satisfacción de los usuarios del teléfono corporativo 012, 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 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 el 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 del teléfono 012, para lo que se ha diseñado un muestreo representativo que permite tener en cuenta la tipología de usuarios que utilizan el Servicio Telefónico 012.

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 Telefónico 012 viene motivado por elementos tanto internos como externos a la organización:

- Deseo del Servicio 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>).

4. ANTECEDENTES Y CONTEXTOS

4.1 METODOLOGÍA UTILIZADA

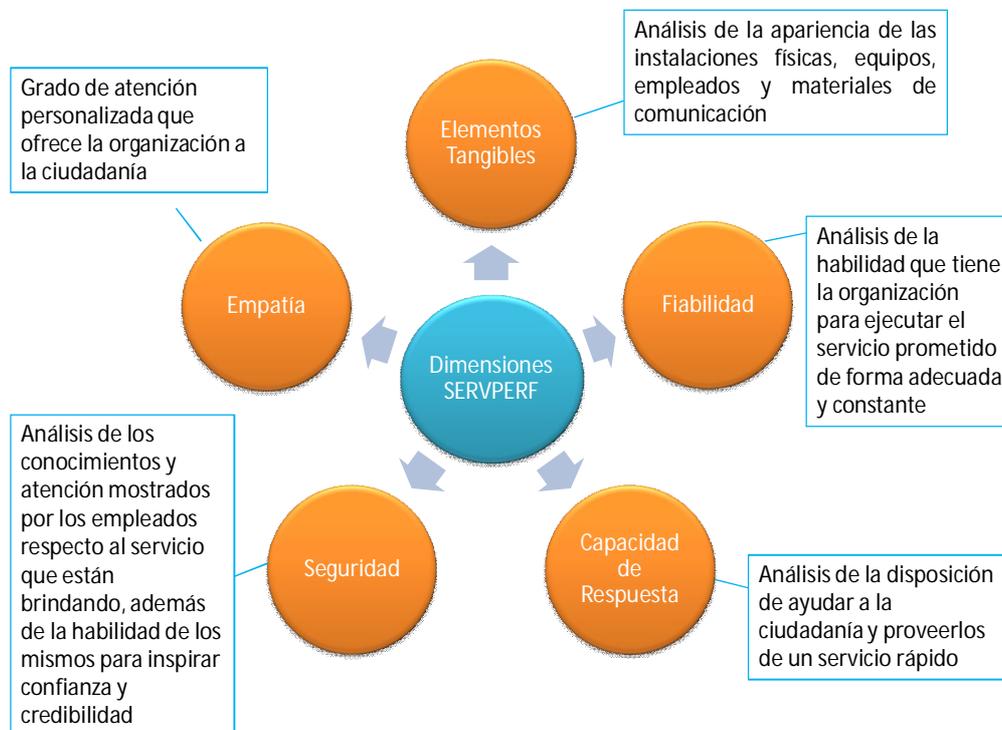
Para la medición de la calidad percibida de los servicios se utiliza la metodología recomendada por la Administración Regional de la CARM, la metodología SERVPERF, que se basa en la cuantificación de la percepción que tiene el usuario acerca de la prestación de los servicios ofrecidos, de forma global 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.

4.2 GESTIÓN DEL PROYECTO

El proyecto de mediación de la satisfacción de los usuarios del Servicio Telefónico 012 se llevó a cabo en cuatro fases tal y como lo detalla la secuenciación siguiente:



4.3 MUESTREO

Con el fin de llevar a cabo la medición de la satisfacción de los usuarios del Servicio Telefónico 012, resulta necesario determinar previamente los criterios estadísticos que permiten una correcta ejecución del proyecto así como una adecuada interpretación de los resultados obtenidos.

Se determina como ejemplo de muestra un número de usuarios del servicio telefónico 012 que ha llamado en un periodo determinado.



Para calcular la muestra (número de encuestas), se utiliza la siguiente fórmula:

$$n = \frac{k^2 pqN}{e^2(N-1) + pqk^2}$$

Dónde,

- n= Tamaño de la muestra.
- N= Tamaño de la población total.
- k: Constante estadística determinada a partir del nivel de confianza deseado (calculado a partir de tablas). En nuestro estudio el nivel de confianza es del 95%, k=1,96.
- p y q: Valores que parten de las hipótesis previas sobre la población. Se tomará el peor de los casos p=q=0,5.
- e: Error muestral o margen esperado de incertidumbre. En nuestro estudio e=± 2,5%.

Tal y como lo recomienda el “Manual para la realización de Análisis de Demanda y cálculo del Índice de Percepción de la Calidad de los Servicios” elaborado por la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, la técnica de muestreo utilizado es el muestreo aleatorio estratificado con afijación proporcional.

Por lo tanto, para un tamaño de universo de 615 llamadas, un nivel de confianza del 95% y error muestral del 0.025%, es necesario realizar 584 encuestas.

VALORES ESTADÍSTICOS	
K	1,96
P	0,5
q	0,5
N	615
E	0.025%
Muestra	584



5. ANÁLISIS DE RESULTADOS

A continuación se describen los resultados obtenidos en la encuesta realizada a los ciudadanos por el uso del servicio 012.

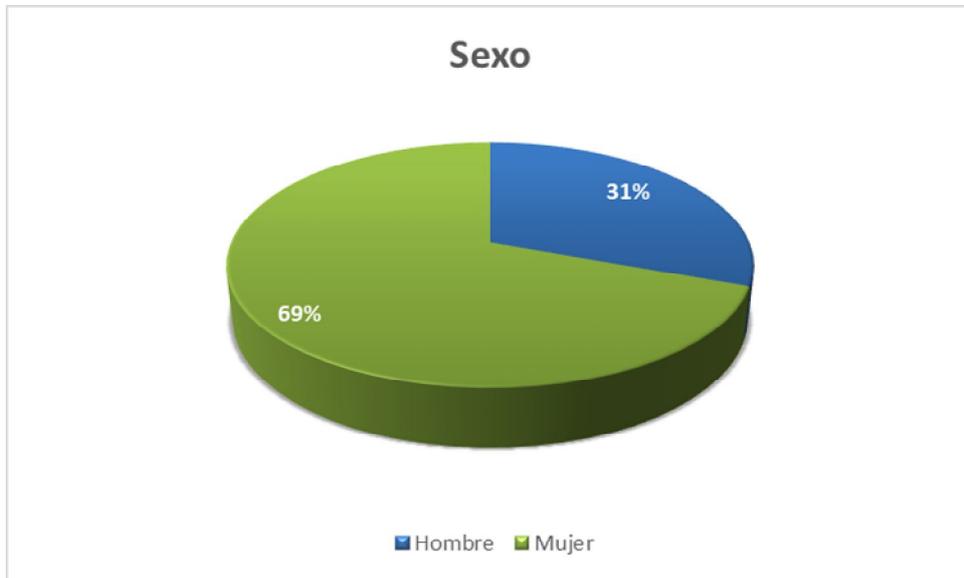
5.1 CARACTERÍSTICAS DE LOS USUARIOS DEL TELÉFONO 012

En el cuestionario se han definido las siguientes características para determinar el perfil del usuario del servicio 012:

- Sexo: Hombre o Mujer
- Nivel de estudios: Elemental, secundario o Universitario
- Edad:
 - De 18 a 25 años
 - De 26 a 35 años
 - De 36 a 45 años
 - De 46 a 55 años
 - De 56 a 65 años
 - Mayor de 65 años
- Ocupación:
 - Estudiante/Opositor
 - Autónomo
 - Empresario
 - Trabajador por cuenta ajena
 - Labores del hogar no remuneradas
 - Otras

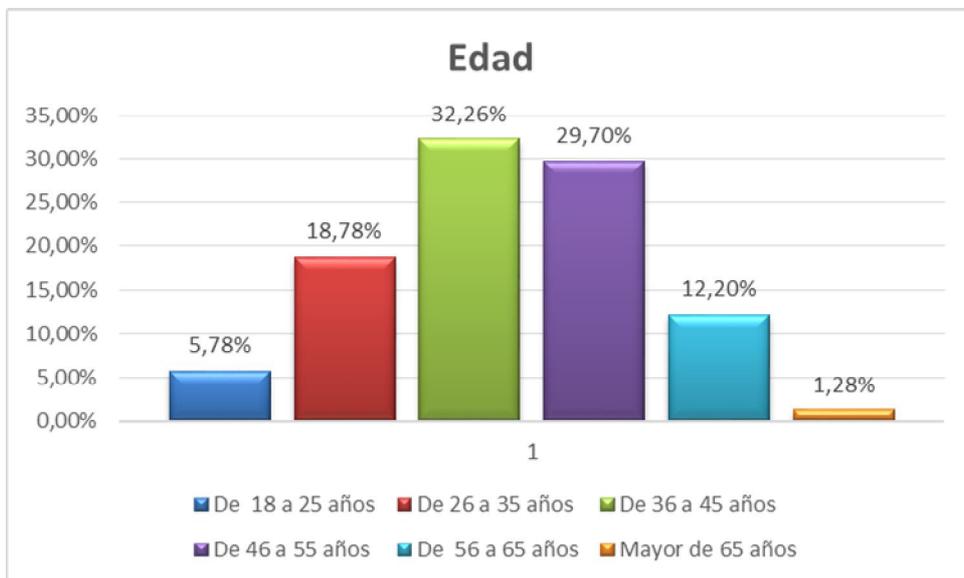
Se muestran a continuación los resultados obtenidos para la clasificación de los usuarios según estos criterios:

5.1.1 Sexo



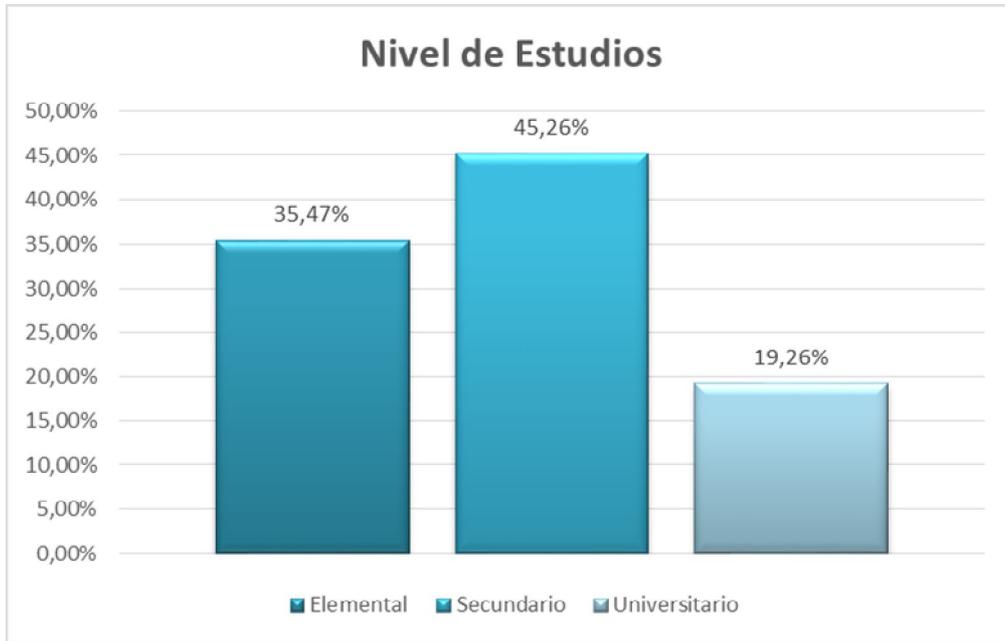
Se observa que las mujeres representan un mayor porcentaje de uso del servicio (dos terceras partes).

5.1.2 Edad



Observamos que existen tres franjas de edad que utilizan más el Servicio Telefónico 012: de 26 a 35 años, de 36 a 45 años (mayoría) y de 46 a 55 años. Entre las tres franjas (de 26 a 55 años) aglutinan más del 80% de la totalidad de usuarios.

5.1.3 Nivel de estudios



En cuanto al nivel de estudios, la mayor parte de los usuarios del Telefono 012 tienen estudios secundarios. Son minoría los usuarios con titulación universitaria que utilizan el Servicio 012.

5.1.4 Ocupación



En este caso, la mayoría de los usuarios manifiestan encontrarse trabajando en otras situaciones (desempleados, pensionistas etc), seguidos de los que trabajan por cuenta ajena. Cabe destacar el bajo porcentaje de empresarios que llaman al servicio.

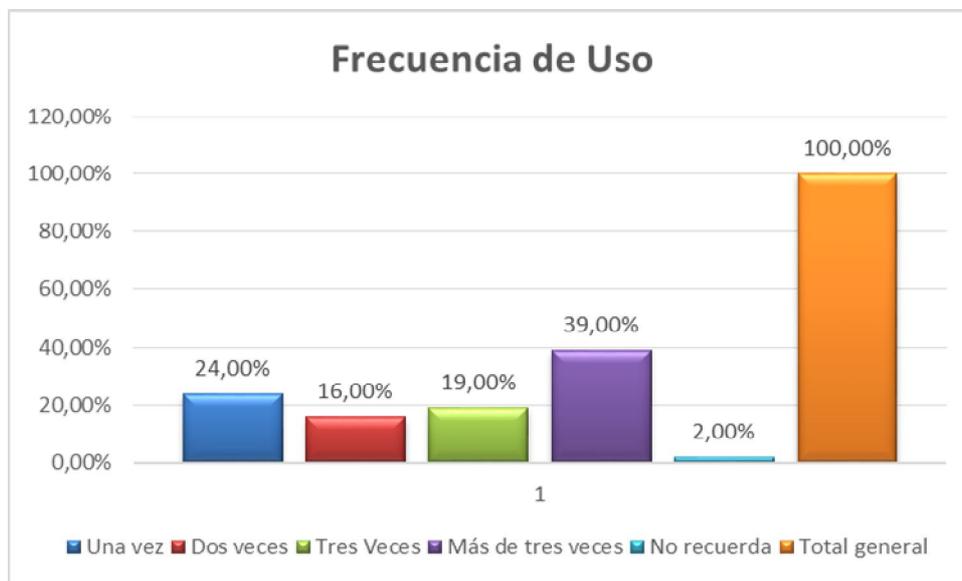


Analizando los resultados expuestos en el análisis gráfico, se puede realizar el siguiente perfil de usuario del Servicio Telefónico 012:

PERFIL DEL USUARIO	
Sexo	Mujer
Estudios	Secundarios
Edad	De 36 a 45 años
Ocupación	Otras

5.2 USO DEL SERVICIO

5.2.1 Frecuencia de uso



En la gráfica anterior vemos la frecuencia de uso del Servicio Telefónico 012. De ella se puede deducir que se trata de usuarios habituales, dado que el 60% de los mismos ha utilizado el servicio en tres o más ocasiones.



5.2.2 Temas de uso

TEMA	2019
Directorio (hablar con algún funcionario)	0,30%
Oferta de Empleo Público	0,70%
Vivienda	1,20%
Transporte	0,50%
Industria	0,50%
Sanidad	0,70%
Servicios Sociales	0,00%
Familia	1,00%
Mujer	0,00%
Juventud	0,00%
Desarrollos sostenible	0,30%
Educación	2,60%
Cita Previa SEF	70,80%
Cita Previa Tramitación Familia numerosa	0,70%
Cita Previa Tributos	0,90%
Cita Previa Vivienda	0,30%
Empleo	1,90%
Hacienda	0,20%
Agricultura	0,70%
IMAS (mayores, menor, inmigrantes y minusválidos)	13,60%
Asociaciones	0,30%
Turismo	0,00%
Consumo	0,00%
Deportes	0,00%
Seguridad ciudadana – Protección civil	0,00%
Recaudación	0,00%
Comercio	0,00%
Cultura	0,00%
Dependencia	0,20%
Seguridad y Salud Laboral	0,20%
Tributos y Juego	0,00%
Información Vivienda	0,20%
Información IMAS	0,00%
Información Otros	0,20%
Quejas	0,00%
Otros Temas	0,50%
No lo recuerda	1,30%

El tema de llamada que destaca considerablemente del resto es "cita previa Sef" que alcanza más del 70% de las consultas al Servicio 012.

Otros temas consultados por los usuarios son "Expedientes de IMAS", "Educación", "Empleo", "Vivienda", "Familia" y "Oposiciones".

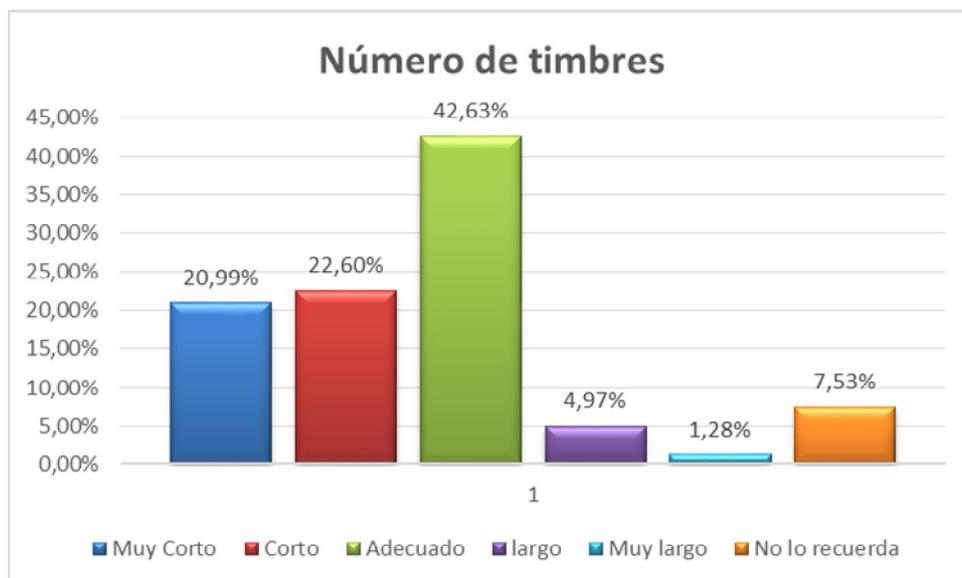
5.2.3 Características de uso

5.2.3.1 Número de veces hasta lograr la comunicación



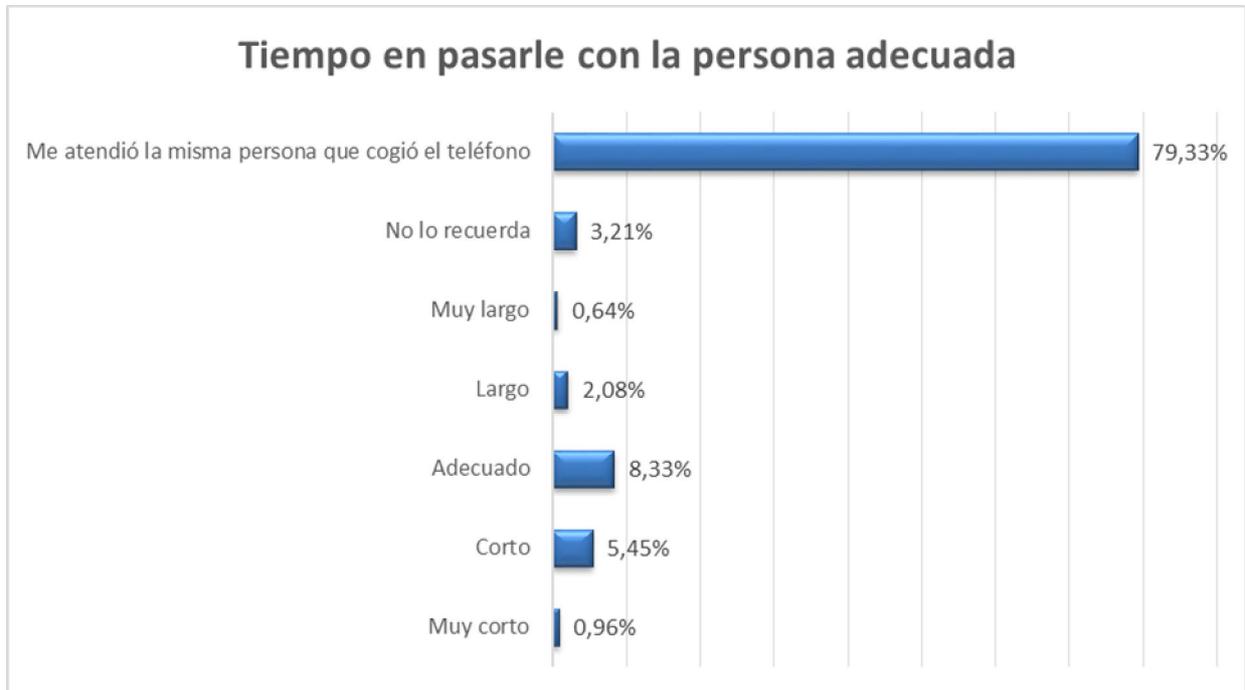
El 77,72% de los usuarios del Servicio 012 manifiesta que sólo tuvo que llamar una vez para lograr comunicar con el Servicio y el 15,38% dos o tres veces.

5.2.3.2 Número de timbres hasta lograr la comunicación



La mayoría de los usuarios del Servicio, 42,63%, considera que el número de timbres fue adecuado, y un 22,60% considera una duración corta. Un 4,97% considera que el número de timbres fue largo y un 7,53% de usuarios no recuerda este dato.

5.2.3.3 Tiempo para pasarle con la persona adecuada

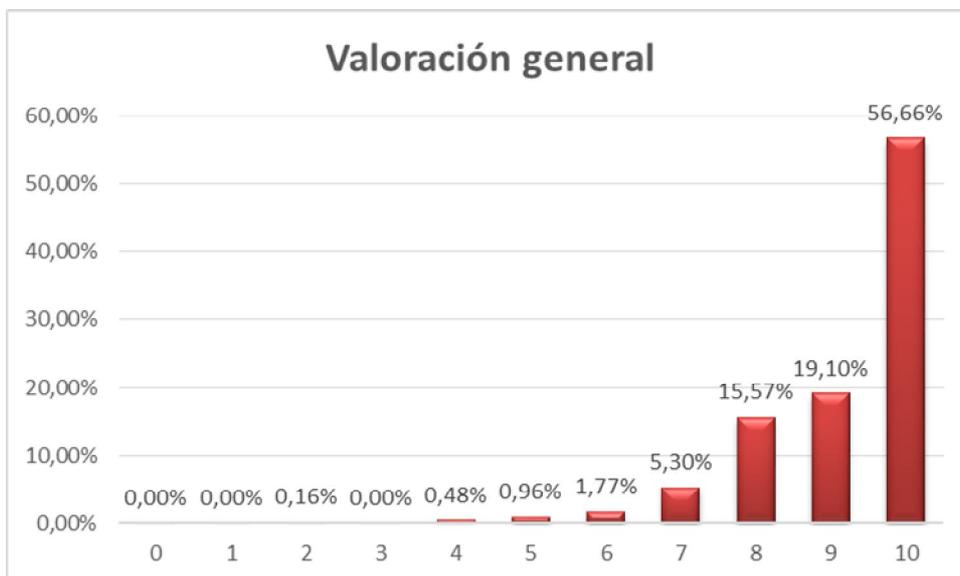


El 79,33% de los usuarios fueron atendidos por la misma persona que le cogió el teléfono. De los casos en los que tuvo que derivar la llamada, el 8,33% manifiesta que el tiempo en pasarles les parece adecuado.

Es importante destacar que sólo el 0,64% considera que el tiempo fue muy largo.

5.2.3.4 Valoración global

¿Cómo valoraría el Servicio del Teléfono 012 en términos generales?





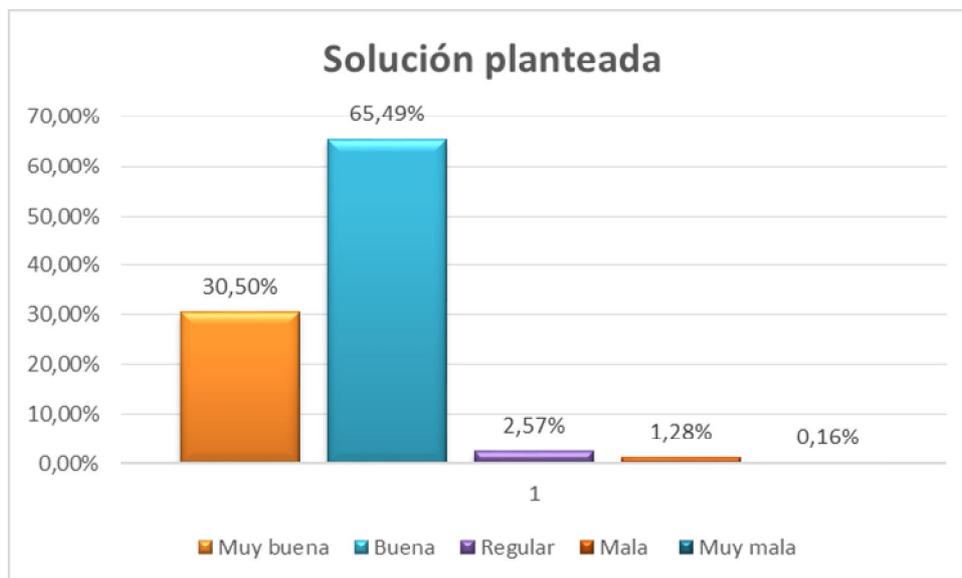
La mayoría de los usuarios, el 56,66%, valora el Servicio 012 con una nota de 10, seguido de un 19,10% que otorga una valoración de 9. Un 15,57% valoran el Servicio con una nota de 8.

Un dato muy positivo, es que la suma de los porcentajes de usuarios que han valorado el servicio con un valor inferior a cinco, sólo alcanza el 0,48%.

Las valoraciones de 7, 8, 9 y 10 abarcan el 96,63% de los usuarios, y el 99,36% de los usuarios están satisfechos con el Servicio ofrecido.

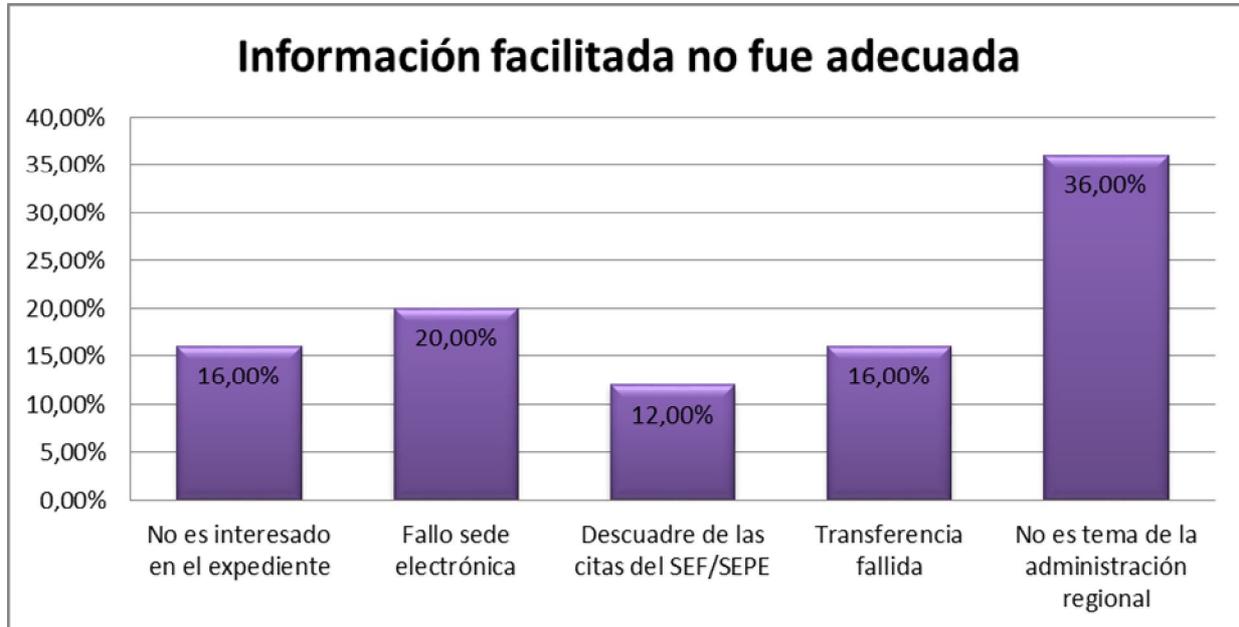
VALORACIÓN DEL SERVICIO	
Media	9,18

5.3 CALIDAD DE LA SOLUCIÓN PLANTEADA



El 65,49% de los usuarios considera que la solución que les fue planteada a su consulta ha sido buena. Sólo el 2,57% considera que la respuesta fue regular. Cabe destacar que los usuarios que consideran que la respuesta obtenida fue regular, mala o muy mala solo alcanzan el 4,01%.

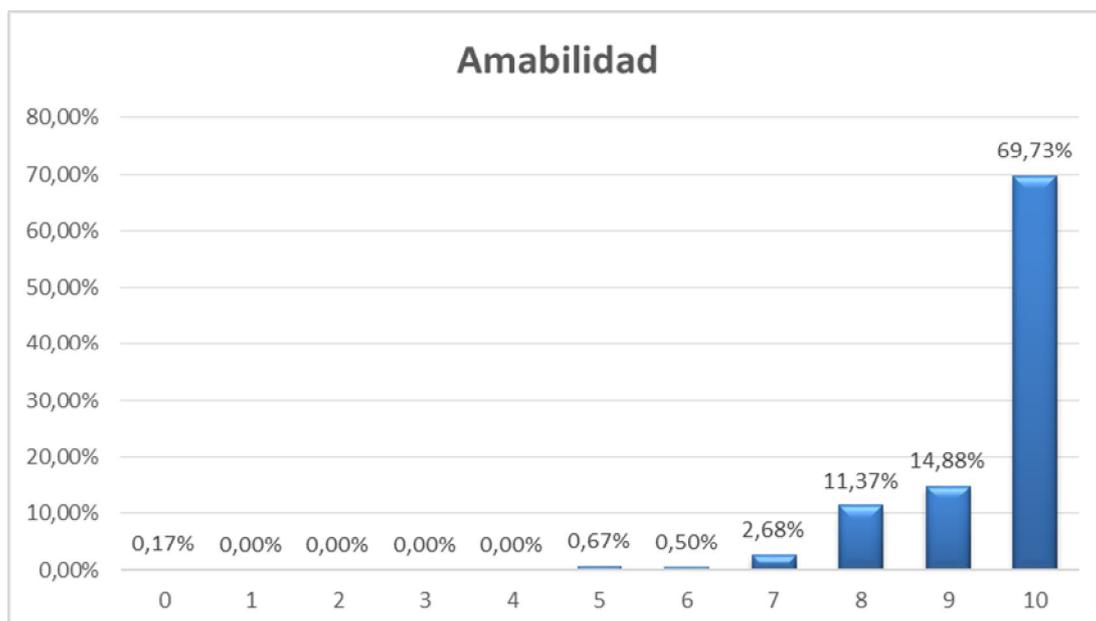
Las razones de no adecuación de la información facilitada detalladas en el gráfico anterior se detallan a continuación, (Regular, Mala, Muy Mala).



Casi la mitad de los usuarios descontentos con la solución afirman que su descontento se debe a causas no recogidas en el listado (36%). El resto de usuarios refieren su descontento a “Fallo en la Sede electrónica” “Transferencia fallida”, “No es el interesado en el expediente” y “Descuadre con las citas de Sef”.

5.4 ASPECTOS PARCIALES DE SATISFACCIÓN

5.4.1 La amabilidad con la que le atendieron

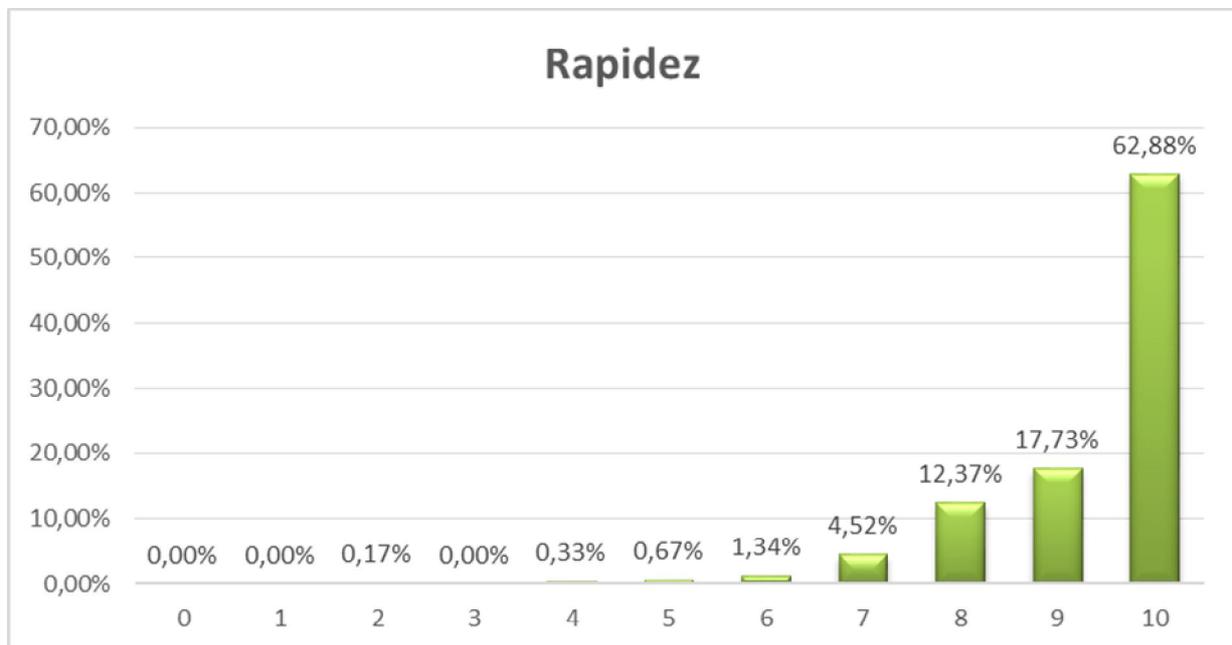




Cabe destacar que casi el 70% de los usuarios del Servicio Telefónico 012, valora la amabilidad de las personas que le atendieron con un 10, la valoración máxima. Mientras que solo un solo un 0,17% ha estimado la amabilidad con valores iguales o inferiores a 5.

En definitiva, casi el 100% de los usuarios valora positivamente la amabilidad con que fueron atendidos.

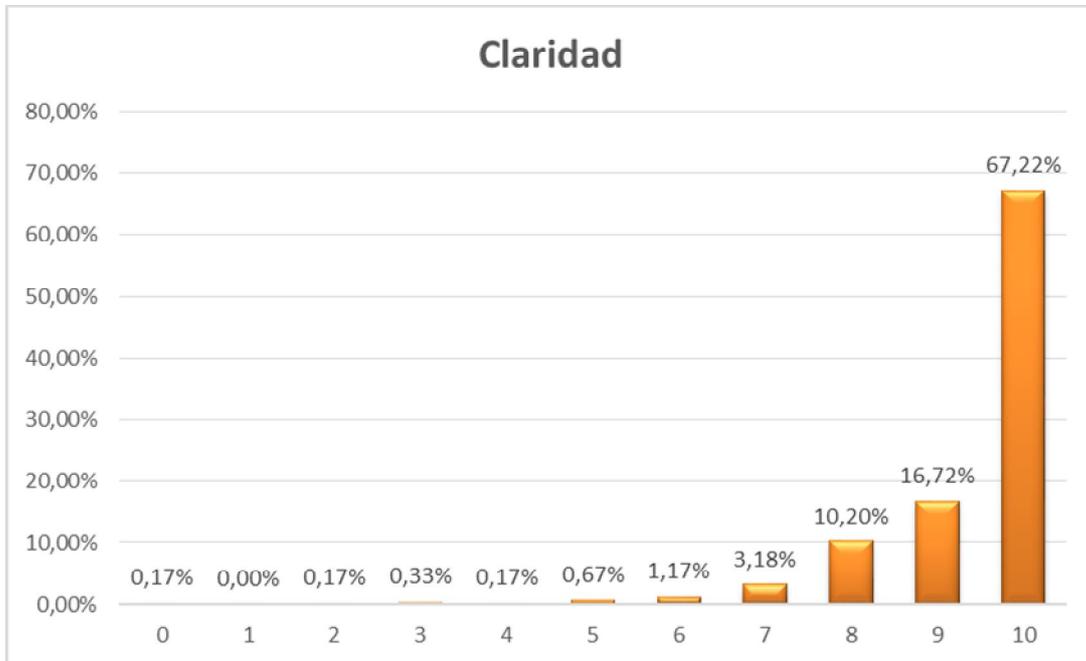
5.4.2 La rapidez



Más del 60% de los usuarios atendidos valoran con un 10 la rapidez del Servicio, y más del 99% valora satisfactoriamente este atributo en la atención. Ello implica que sólo un 0,50% suspende este atributo.

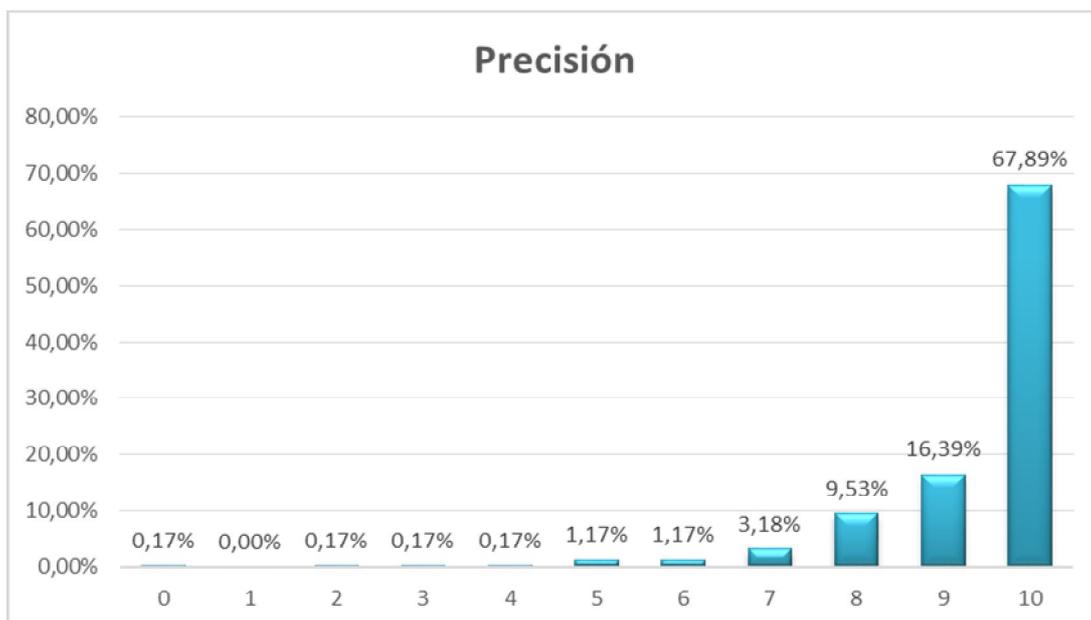


5.4.3 La claridad de la información facilitada



El 67,22% de los usuarios valora con un 10 la claridad de la información que le fue facilitada. Casi el 100% de los usuarios valora satisfactoriamente la claridad de la información recibida.

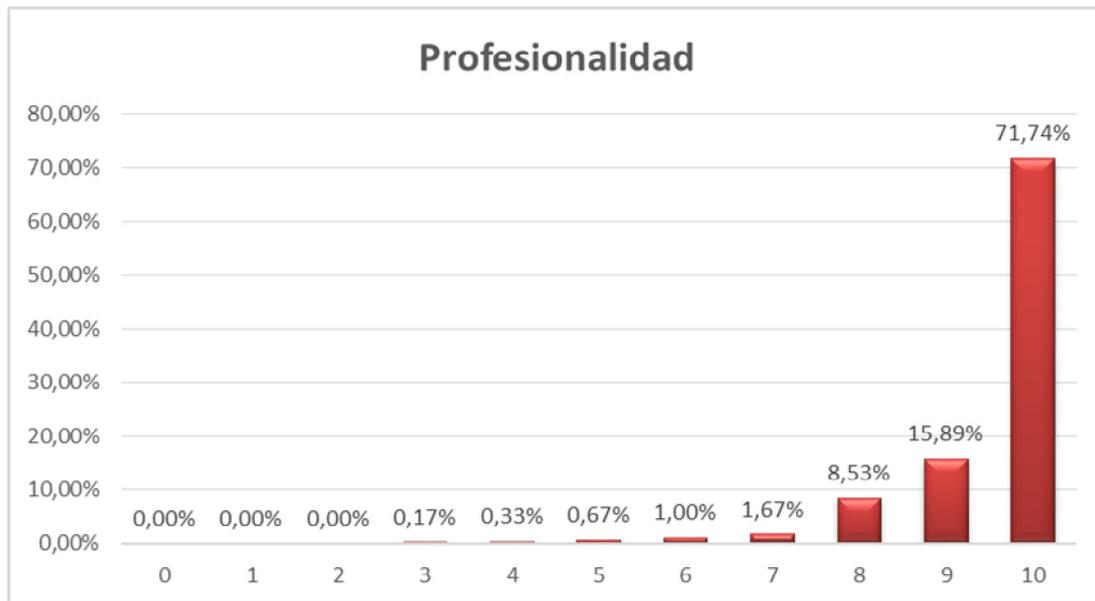
5.4.4 La precisión con que le informaron





La valoración de este atributo es similar al resto de atributos. El 67,89% de los usuarios lo valora con un 10, y más del 99% de los usuarios se muestra satisfecho con la precisión de la información facilitada.

5.4.5 La profesionalidad de la persona que le atendió

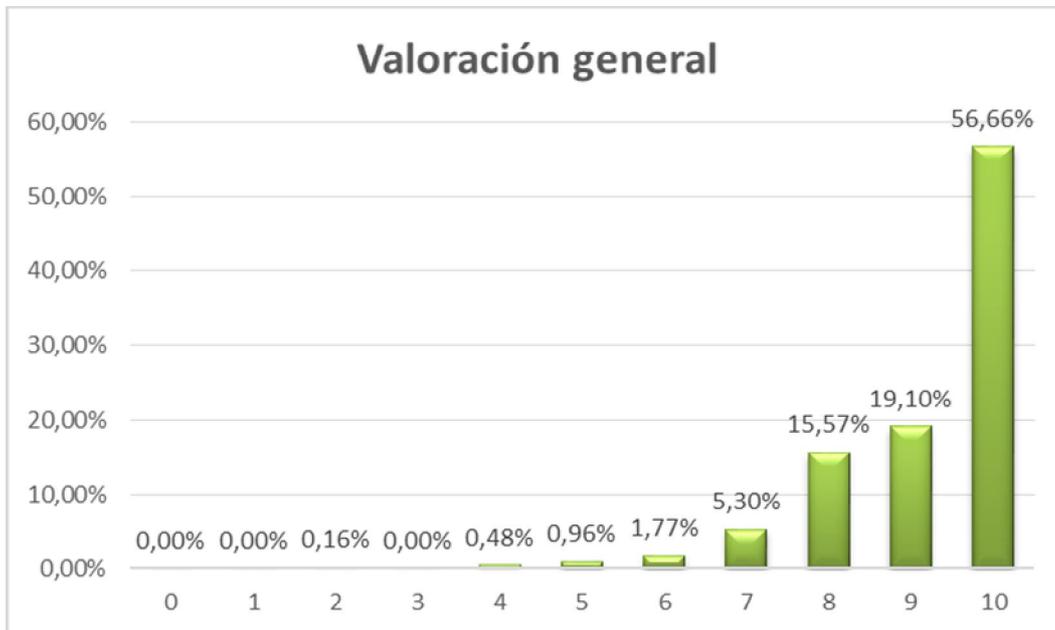


El 71,74% de los usuarios valora con un 10 la profesionalidad de las personas que le atendieron. Casi el 100% de los usuarios valora satisfactoriamente este aspecto del servicio.

5.4.6 Satisfacción de todos los aspectos parciales

A continuación, se muestra la valoración media de todos los aspectos parciales vistos anteriormente,

SATISFACCIÓN PARCIAL	
Amabilidad	10
Rapidez	9,32
Claridad de la información	9,38
Precisión en la información	9,39
Profesionalidad	9,52



La gráfica anterior muestra la valoración media de los aspectos parciales de satisfacción, en comparación con la satisfacción global del Servicio 012 que obtiene un valor global de 9,52.

Los aspectos que han sido valorados por encima de la media de satisfacción global del servicio son la amabilidad y profesionalidad.

5.5 SUGERENCIAS DE LOS USUARIOS

SUGERENCIAS DE LOS USUARIOS
QUE LA LLAMADA SEA GRATUITA
FALTA INFORMACIÓN EN TEMAS RELACIONADOS CON VIVIENDA. VIVIENDA NO RECIBEN LLAMADAS DEL 012. NO HE TENIDO RESPUESTA DE MANERA SATISFACTORIA
QUE NO ATIENDAN MÁQUINAS O LOCUCIONES, PREFIERO PERSONAS
AMPLIAR MAS INFORMACIÓN DE TODO LO QUE HAY EN LA COMUNIDAD
DARSE MÁS A CONOCER
QUE BUSQUEN LA MANERA DE ARREGLAR LA CITA PARA EL MISMO DÍA , TANTO DE LA TARJETA DEL SEF COMO PARA PRESTACIONES
MAYOR PUBLICIDAD DEL SERVICIO 012



COMO EL SERVICIO FUE TAN EXCELENTE, SOLO PIDE QUE SIGA ASI ESTE SERVICIO

DEBERIA HABER SERVICIO DE ATENCION AL CLIENTE EN CARTAGENA RELATIVA A CULTURA TURISMO. CON EL 012 NINGUN PROBLEMA

LOS TRABAJADORES NECESITAN TENER MAS INFORMACION SOBRE LOS EXPEDIENTES DEL SEPE.

ME SORPRENDE QUE SEA UN TELÉFONO DE PAGO Y QUE SI EXISTE UN TELÉFONO FIJO NO SE PUBLICITE LO SUFICIENTE.

NINGUNA. ME PARECE TODO PERFECTO. LA SUGERENCIA SERÍA PARA OTROS ORGANISMOS OFICIALES, PARA EL 012 NO, ESTOY MUY SATISFECHA CON LA ATENCIÓN RECIBIDA.

QUE CONTINUE SIEMPRE EL SERVICIO

6. ANÁLISIS COMPARATIVO

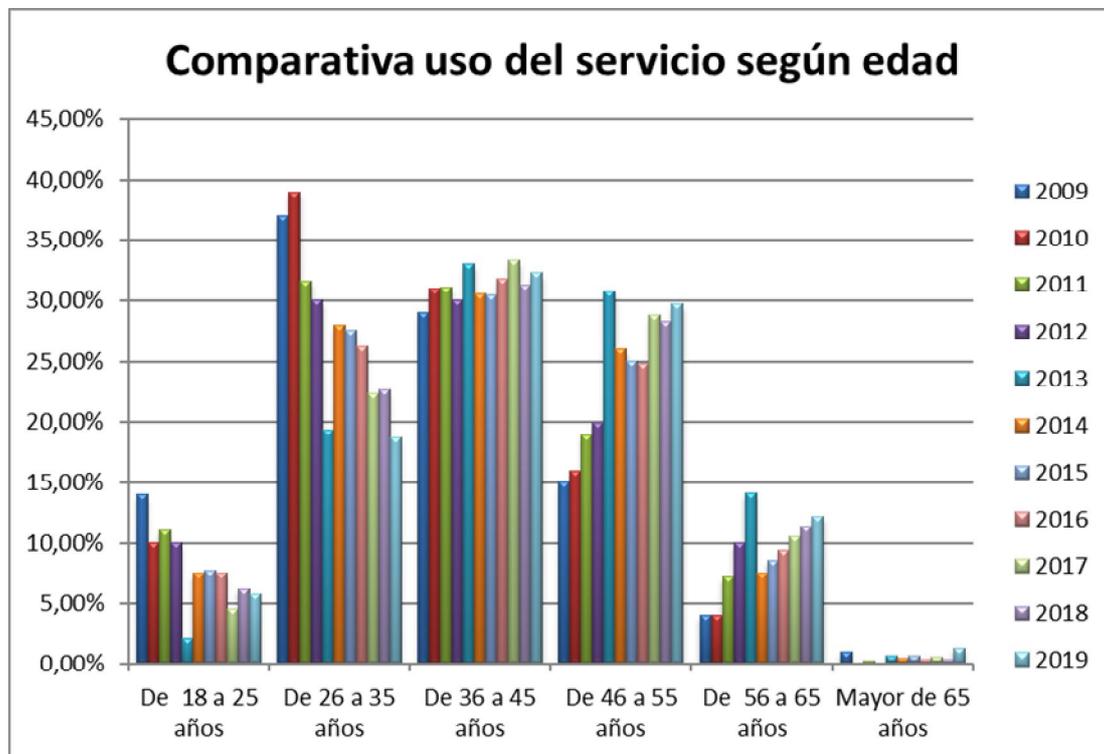
El presente estudio de satisfacción de los usuarios del Servicio Telefónico 012 de la CARM se enmarca en un ciclo de mejora continua basado en mediciones periódicas.

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 de los años 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017 y 2018.

6.1 CARACTERÍSTICAS DEL USUARIO

Edad

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
De 18 a 25 años	14,00%	10,00%	11,00%	10,00%	2,10%	7,50%	7,70%	7,50%	4,60%	6,20%	5,78%
De 26 a 35 años	37,00%	39,00%	31,60%	30,00%	19,40%	28,00%	27,60%	26,20%	22,30%	22,60%	18,78%
De 36 a 45 años	29,00%	31,00%	31,10%	30,00%	33,00%	30,60%	30,50%	31,80%	33,30%	31,30%	32,26%
De 46 a 55 años	15,00%	16,00%	18,90%	20,00%	30,80%	26,00%	25,00%	24,80%	28,80%	28,30%	29,70%
De 56 a 65 años	4,00%	4,00%	7,20%	10,00%	14,10%	7,50%	8,60%	9,40%	10,50%	11,30%	12,20%
Mayor de 65 años	1,00%	0,00%	0,20%	0,00%	0,60%	0,40%	0,60%	0,30%	0,50%	0,30%	1,28%



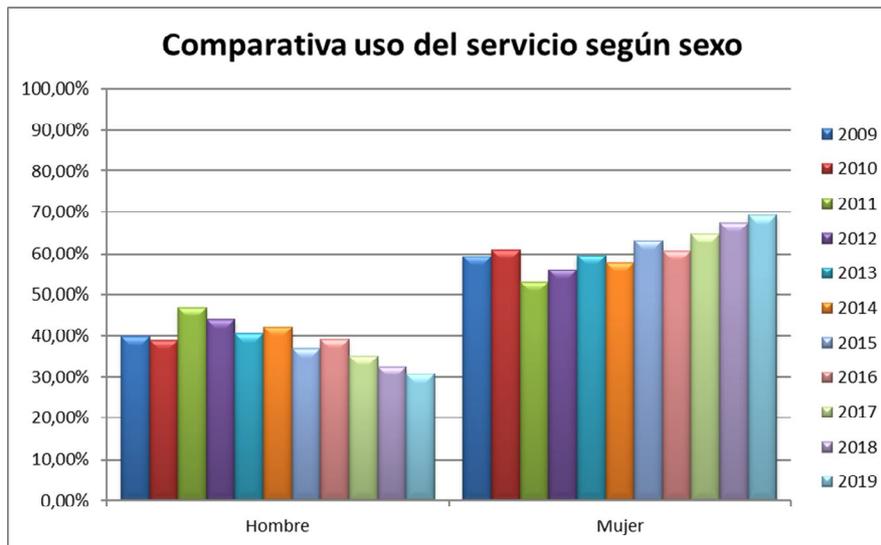
Como se aprecia en la gráfica, los usuarios que más uso hacen del Servicio 012, en los años 2013, 2014, 2015, 2016, 2017 y 2018 tienen una edad de 36 a 45 años.

Se aprecia una disminución del uso del Teléfono 012 en la franja de edad de 26 a 35 años. Sin embargo, aumenta la franja de edad de usuarios con edad comprendida entre los 46 y los 55 años. El porcentaje de usuarios comprendidos entre 18 y 25 años aumenta livianamente.



Sexo

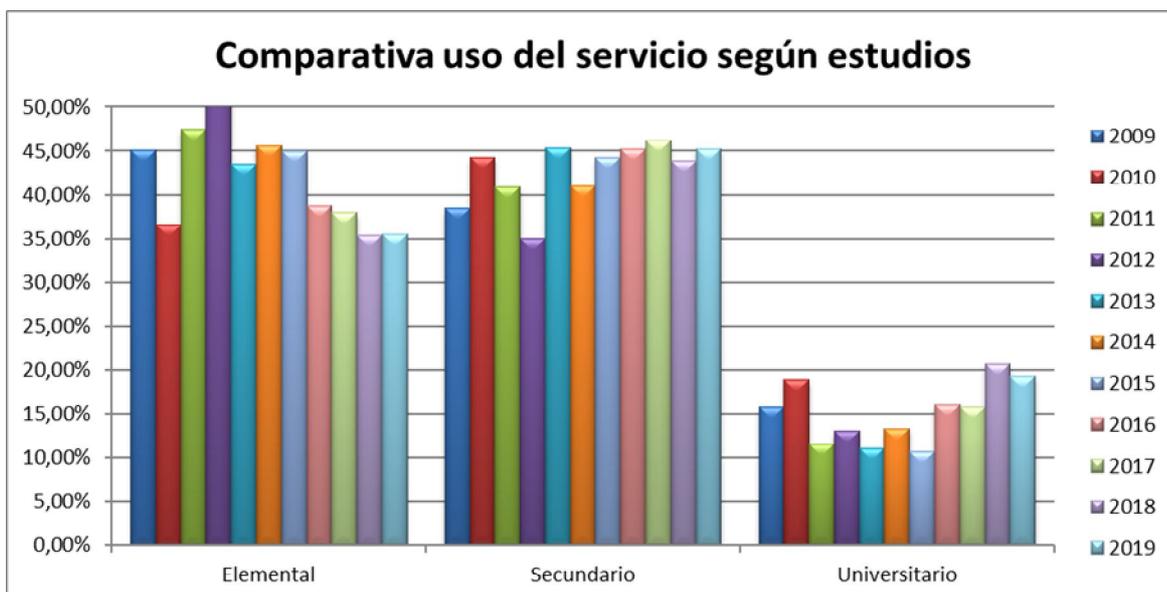
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Hombre	40,00%	40,00%	50,00%	40,00%	40,00%	42,11%	36,88%	39,00%	35,00%	33,00%	30,66%
Mujer	60,00%	60,00%	50,00%	60,00%	60,00%	57,89%	63,12%	61,00%	65,00%	67,00%	69,34%



La tendencia de uso del Servicio 012 en relación al sexo del usuario se mantiene del año 2015 al año 2018, incrementándose el porcentaje del sexo femenino. Las mujeres siguen siendo las que más utilizan el servicio con un 67%, siendo un 33% el porcentaje de uso en los hombres.

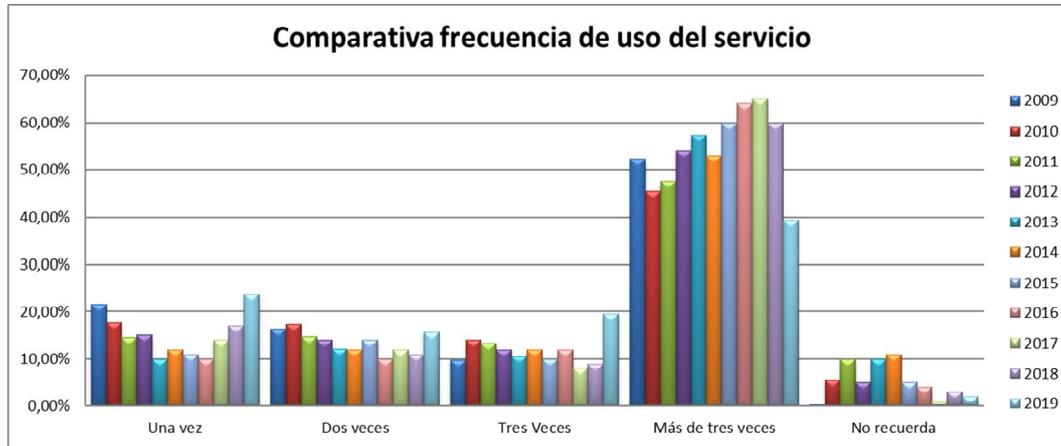
Nivel de estudios

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Elemental	45,00%	37,00%	47,60%	52,00%	43,50%	45,70%	45,03%	38,70%	38,00%	35,40%	35,47%
Secundario	39,00%	44,00%	40,90%	35,00%	45,40%	41,00%	44,23%	45,30%	46,20%	43,80%	45,26%
Universitario	16,00%	19,00%	11,50%	13,00%	11,10%	13,30%	10,74%	16,00%	15,80%	20,70%	19,26%





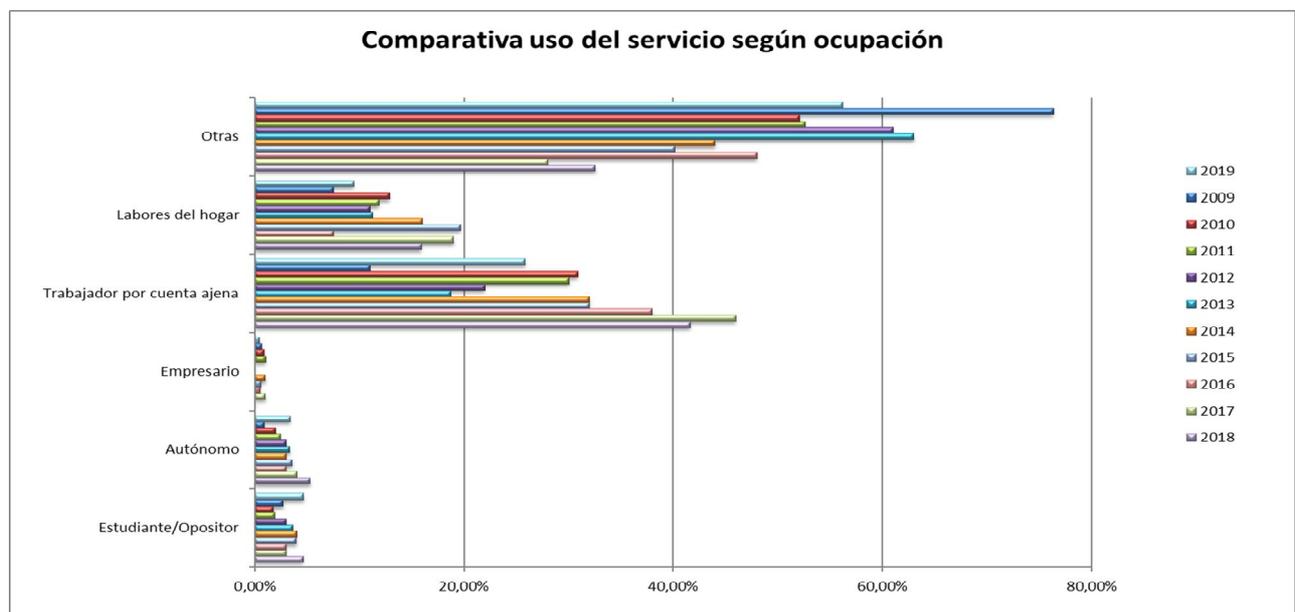
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Una vez	21,50%	17,60%	14,50%	15,00%	10,00%	12,00%	11,00%	10,00%	14,00%	17,00%	23,72%
Dos veces	16,20%	17,30%	14,70%	14,00%	12,10%	12,00%	14,00%	10,00%	12,00%	11,00%	15,54%
Tres Veces	9,80%	14,10%	13,40%	12,00%	10,60%	12,00%	10,00%	12,00%	8,00%	9,00%	19,39%
Más de tres veces	52,20%	45,50%	47,50%	54,00%	57,30%	53,00%	60,00%	64,00%	65,00%	60,00%	39,42%
No recuerda	0,30%	5,50%	9,90%	5,00%	10,00%	11,00%	5,00%	4,00%	1,00%	3,00%	1,92%



En 2013 la mayoría de usuarios tenían un nivel de estudios secundarios, pero para el año 2014 fueron los usuarios con estudios elementales los que más uso hacían del Servicio 012. La distancia entre los usuarios con estudios elementales y secundarios se redujo considerablemente en 2015, hasta el punto de que en los años 2016 y 2017 ha aumentado el número de usuarios con estudios secundarios, lo que indica que casi el 16% de los usuarios que han contactado con el Servicio 012 en 2017 tenía estudios universitarios, manteniendo la tendencia respecto al año anterior. Sin embargo, en 2018 ha aumentado el número de usuarios con estudios universitarios (casi cinco puntos porcentuales), en detrimento de los usuarios con estudios elementales y secundarios.

Ocupación

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Estudiante/Opositor	3,00%	1,50%	2,00%	3,00%	4,00%	4,00%	4,00%	3,00%	3,00%	5,00%	4,65%
Autónomo	1,00%	2,00%	2,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,50%	3,00%	4,00%	5,00%	3,37%
Empresario	1,00%	1,00%	1,00%	0,00%	0,00%	1,00%	0,50%	0,50%	1,00%	0,00%	0,48%
Trabajador por cuenta ajena	11,00%	30,50%	30,00%	22,00%	19,00%	32,00%	32,00%	38,00%	46,00%	42,00%	25,84%
Labores del hogar	8,00%	13,00%	12,00%	11,00%	11,00%	16,00%	20,00%	7,50%	19,00%	16,00%	9,47%
Otras	76,00%	52,00%	53,00%	61,00%	63,00%	44,00%	40,00%	48,00%	28,00%	33,00%	56,18%



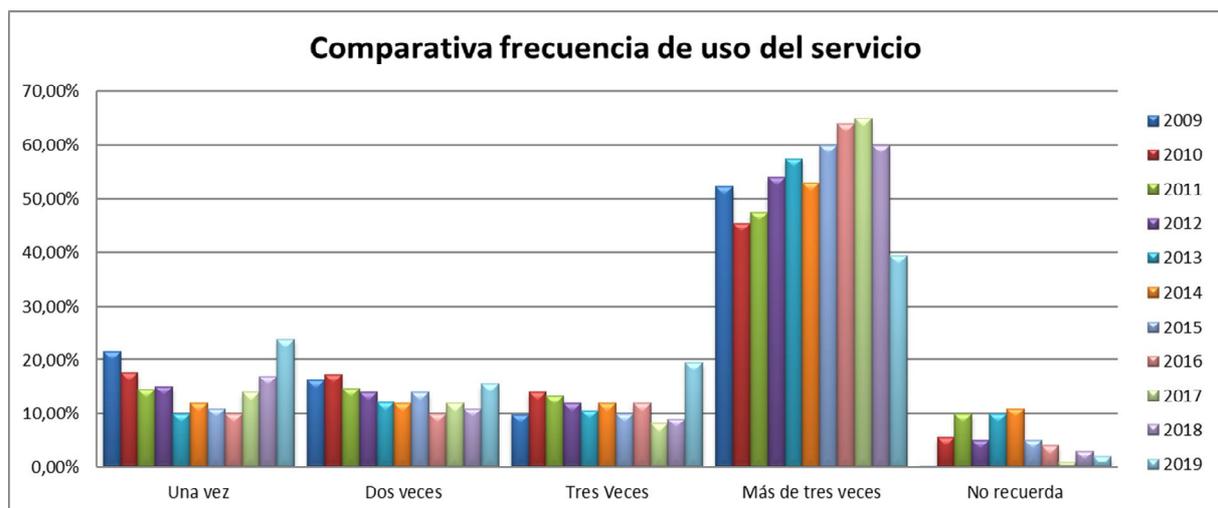


Se aprecian escasas diferencias respecto a uso del Servicio de Estudiantes, Empresas y Autónomos.

Los usuarios cuyas ocupaciones son otras no apreciadas en las encuestas (desempleados y jubilados) se ha incrementado respecto al año 2017 en cinco puntos porcentuales. El porcentaje de los usuarios que se ocupan en labores del hogar se ha reducido en tres puntos porcentuales, volviendo a la tendencia del año 2014. Los trabajadores por cuenta ajena han disminuido respecto a 2017, pero continúa la tendencia de aumento respecto a 2016 y anteriormente.

6.2 EVOLUCIÓN DE LA FRECUENCIA DEL SERVICIO

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Una vez	21,50%	17,60%	14,50%	15,00%	10,00%	12,00%	11,00%	10,00%	14,00%	17,00%	23,72%
Dos veces	16,20%	17,30%	14,70%	14,00%	12,10%	12,00%	14,00%	10,00%	12,00%	11,00%	15,54%
Tres Veces	9,80%	14,10%	13,40%	12,00%	10,60%	12,00%	10,00%	12,00%	8,00%	9,00%	19,39%
Más de tres veces	52,20%	45,50%	47,50%	54,00%	57,30%	53,00%	60,00%	64,00%	65,00%	60,00%	39,42%
No recuerda	0,30%	5,50%	9,90%	5,00%	10,00%	11,00%	5,00%	4,00%	1,00%	3,00%	1,92%



Los resultados muestran que los usuarios del Teléfono 012 utilizan con frecuencia el Servicio y que la mayoría de los usuarios, ha utilizado el Servicio en más de tres ocasiones (este porcentaje se ha incrementado un punto). Aumenta livianamente los usuarios que llaman en una ocasión en detrimento de los que lo hacen dos veces, pero la tendencia de uso se muestra invariable.



6.3 EVOLUCIÓN DE LOS TEMAS DEMANDADOS

TEMA	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Directorio (hablar con algún funcionario)	3,20%	2,30%	0,00%	2,00%	0,80%	0,80%	1,64%	1,26%	0,90%	1,20%	0,30%
Oferta de Empleo Público	0,70%	2,00%	0,80%	1,00%	31,80%	25,30%	6,56%	0,48%	1,90%	1,40%	0,70%
Vivienda	0,50%	1,60%	0,70%	1,00%	1,60%	0,90%	3,28%	1,55%	1,50%	2,20%	1,20%
Transporte	0,20%	0,30%	0,30%	0,00%	0,40%	0,90%	0,00%	0,00%	0,60%	0,20%	0,50%
Industria	0,40%	0,30%	0,00%	0,00%	0,40%	0,50%	0,00%	0,19%	0,10%	0,20%	0,50%
Sanidad	0,40%	2,80%	0,50%	2,00%	2,00%	2,00%	1,64%	0,29%	2,30%	0,70%	0,70%
Servicios Sociales	0,30%	0,60%	0,00%	0,00%	7,00%	6,30%	3,28%	0,29%	1,80%	1,50%	0,00%
Familia	1,00%	0,80%	0,00%	1,00%	0,80%	0,60%	2,46%	0,87%	0,40%	0,30%	1,00%
Mujer	0,20%	0,10%	0,00%	0,00%	0,40%	0,50%	0,00%	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%
Juventud	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%	0,50%	0,00%	0,00%	0,10%	0,00%	0,00%
Desarrollos sostenible	0,10%	0,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,19%	0,10%	0,20%	0,30%
Educación	0,40%	1,00%	0,80%	1,00%	0,60%	0,90%	2,46%	2,23%	1,90%	2,10%	2,60%
Cita Previa SEF	86,00%	70,30%	85,00%	87,00%	49,60%	55,30%	54,92%	83,03%	82,60%	76,40%	70,80%
Cita Previa Tramitación Familia numerosa	0,20%	0,20%	1,20%	0,00%	0,40%	0,50%	0,00%	0,97%	0,10%	0,90%	0,70%
Tributos	0,30%	0,20%	0,00%	0,00%	0,20%	0,50%	1,64%	0,29%	0,40%	0,00%	0,90%
Vivienda	0,50%	0,50%	0,20%	0,00%	0,00%	0,10%	0,82%	0,19%	0,20%	0,00%	0,30%
Empleo	1,50%	5,60%	2,00%	1,00%	0,80%	1,90%	8,20%	1,55%	0,80%	0,20%	1,90%
Hacienda	0,60%	1,10%	0,30%	0,00%	0,60%	0,40%	0,82%	0,58%	0,40%	0,20%	0,20%
Agricultura	0,00%	0,20%	0,20%	0,00%	0,20%	0,10%	0,00%	0,19%	0,10%	0,00%	0,70%
IMAS (mayores, menor, inmigrantes y minusválidos)	0,30%	0,90%	0,20%	1,00%	0,40%	0,50%	2,46%	1,26%	1,10%	6,50%	13,60%
Asociaciones	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%	0,00%	0,10%	0,10%	0,00%	0,30%
Turismo	0,00%	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%	0,00%	0,20%	0,00%
Consumo	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,19%	0,10%	0,30%	0,00%
Deportes	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,30%	0,00%
Seguridad ciudadana – Protección civil	0,00%	0,00%	0,20%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,68%	0,00%	0,20%	0,00%
Recaudación	0,00%	0,20%	0,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,20%	0,00%	0,00%
Comercio	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%	0,10%	0,00%	0,00%
Cultura	0,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%	0,00%	0,00%
Dependencia	0,00%	0,30%	0,00%	1,00%	0,00%	0,00%	1,64%	0,39%	0,40%	0,70%	0,20%
Seguridad y Salud Laboral	0,00%	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,82%	0,19%	0,10%	0,30%	0,20%
Tributos y Juego	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%	0,20%	0,50%	0,00%
Información Vivienda	0,30%	0,20%	0,20%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,29%	0,10%	0,30%	0,20%
Información IMAS	0,00%	0,30%	0,30%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,19%	0,00%	0,00%	0,00%
Información Otros	0,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,20%	0,40%	0,00%	0,00%	0,10%	0,00%	0,20%
Quejas	0,00%	0,20%	0,00%	0,00%	0,00%	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Otros Temas	1,50%	4,40%	4,20%	1,00%	0,20%	0,20%	6,56%	1,16%	0,80%	1,70%	0,50%
No lo recuerda	0,30%	3,10%	2,60%	1,00%	1,20%	0,70%	0,82%	0,97%	0,40%	1,30%	1,30%

El tema mayoritario, en los cinco últimos años, es la solicitud de cita previa para el SEF, con un porcentaje muy superior al resto de temas. A continuación se muestra una tabla con los temas más demandados en el Servicio 012:

TEMAS COMUNES	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Cita Previa SEF	86,00%	70,30%	85,00%	87,00%	49,60%	55,30%	54,92%	83,03%	82,60%	76,40%	70,80%
Servicios Sociales	0,30%	0,60%	0,00%	0,00%	7,00%	6,30%	3,28%	0,29%	1,80%	1,50%	0,00%
Otros Temas	1,50%	4,40%	4,20%	1,00%	0,20%	0,20%	6,56%	1,16%	0,80%	1,70%	0,50%
Familia	1,00%	0,80%	0,00%	1,00%	0,80%	0,60%	2,46%	0,87%	0,40%	0,30%	1,00%
Oferta de Empleo Público	0,70%	2,00%	0,80%	1,00%	31,80%	25,30%	6,56%	0,48%	1,90%	1,40%	0,70%
Empleo	1,50%	5,60%	2,00%	1,00%	0,80%	1,90%	8,20%	1,55%	0,80%	0,20%	1,90%
Dependencia	0,00%	0,30%	0,00%	1,00%	0,00%	0,00%	1,64%	0,39%	0,40%	0,70%	0,20%
No lo recuerda	0,30%	3,10%	2,60%	1,00%	1,20%	0,70%	0,82%	0,97%	0,40%	1,30%	1,30%
Sanidad	0,40%	2,80%	0,50%	2,00%	2,00%	2,00%	1,64%	0,29%	2,30%	0,70%	0,70%
Vivienda	0,50%	0,50%	0,20%	0,00%	0,00%	0,10%	0,82%	0,19%	0,20%	2,20%	1,20%
IMAS	0,30%	0,90%	0,20%	1,00%	0,40%	0,50%	2,46%	1,26%	1,10%	6,50%	13,60%
Educación	0,40%	1,00%	0,80%	1,00%	0,60%	0,90%	2,46%	2,23%	1,90%	2,10%	2,60%

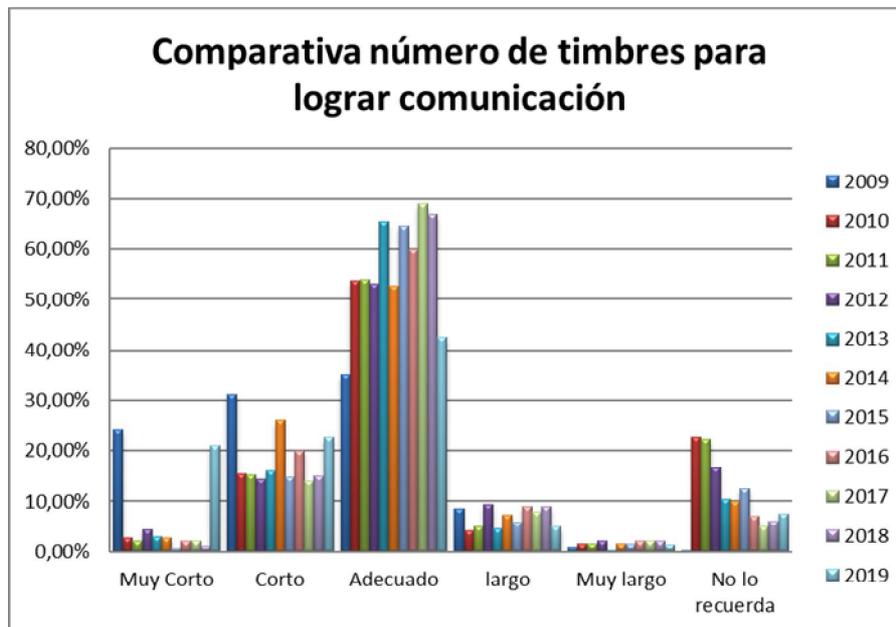
Los datos reflejados "ut supra" se corresponden exclusivamente con el tamaño de la muestra seleccionada para la realización del presente estudio estadístico.



6.4 EVOLUCIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

Número de veces hasta lograr la comunicación

	2009	2010	2011	2012	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Muy Corto	24,00%	3,00%	2,00%	4,42%	3,00%	0,50%	2,00%	2,00%	1,00%	20,99%
Corto	31,00%	15,00%	15,00%	14,40%	26,00%	15,00%	20,00%	14,00%	15,00%	22,60%
Adecuado	35,00%	54,00%	54,00%	53,19%	53,00%	65,00%	60,00%	69,00%	67,00%	42,63%
largo	9,00%	4,00%	5,00%	9,33%	7,00%	6,00%	9,00%	8,00%	9,00%	4,97%
Muy largo	1,00%	1,00%	2,00%	2,13%	1,00%	1,00%	2,00%	2,00%	2,00%	1,28%
No lo recuerda	0,00%	23,00%	22,00%	16,53%	10,00%	12,50%	7,00%	5,00%	6,00%	7,53%

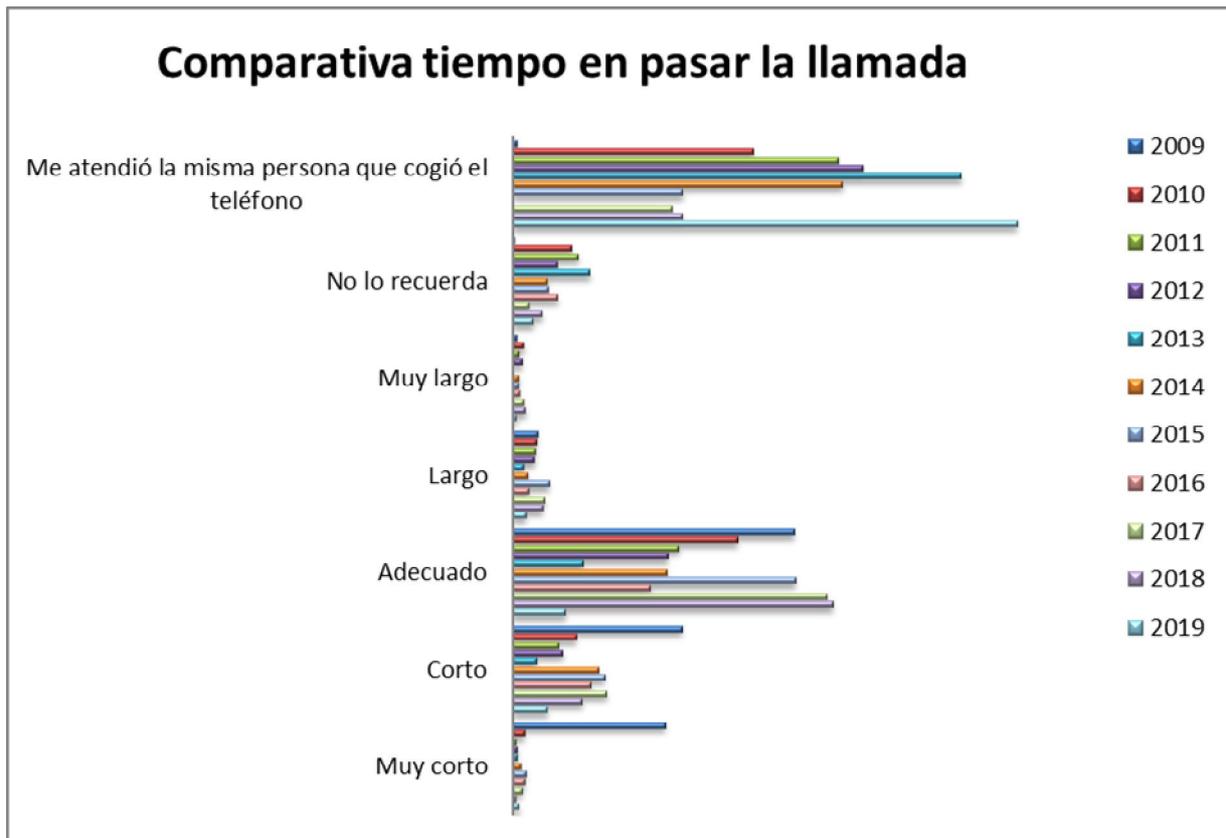


Se mantiene la tendencia desde el año 2009 respecto al número de veces que el usuario tiene que llamar para lograr comunicarse con el Servicio 012. En ambos estudios se extrae la conclusión de que para la gran mayoría de los usuarios, sólo fue necesario llamar una vez para que le atendieran. Ha habido una disminución de tres puntos porcentuales de los usuarios que tuvieron que llamar dos o más veces para contactar, pero no sufre variación la tendencia mayoritaria.



Tiempo en pasarle con la otra persona que le atendió finalmente

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Muy corto	23,80%	2,00%	1,00%	0,80%	0,80%	1,30%	2,10%	1,90%	1,50%	0,50%	0,96%
Corto	26,50%	10,00%	7,00%	7,90%	3,70%	13,60%	14,50%	12,40%	14,80%	11,00%	5,45%
Adecuado	44,20%	35,00%	26,00%	24,40%	11,00%	24,30%	44,40%	21,70%	49,40%	50,30%	8,33%
Largo	3,90%	4,00%	4,00%	3,40%	1,70%	2,50%	5,80%	2,50%	5,10%	4,80%	2,08%
Muy largo	0,60%	2,00%	1,00%	1,50%	0,20%	1,00%	0,90%	1,10%	1,70%	2,10%	0,64%
No lo recuerda	0,30%	9,00%	10,00%	7,00%	12,10%	5,40%	5,60%	7,10%	2,50%	4,60%	3,21%
Me atendió la misma persona que cogió el teléfono	0,70%	38,00%	51,00%	55,00%	70,50%	51,90%	26,70%	53,30%	25,00%	26,70%	79,33%



Se aprecia una gran diferencia en 2017 respecto a 2016 en el porcentaje de usuarios que fueron atendidos por la misma persona que cogió el teléfono, ya que el porcentaje se sitúa en un 25,00% (descenso de 28 puntos porcentuales). En 2018 se repiten los datos del año anterior.

Más de la mitad de usuarios considera "adecuado" el tiempo en pasarle con la persona.



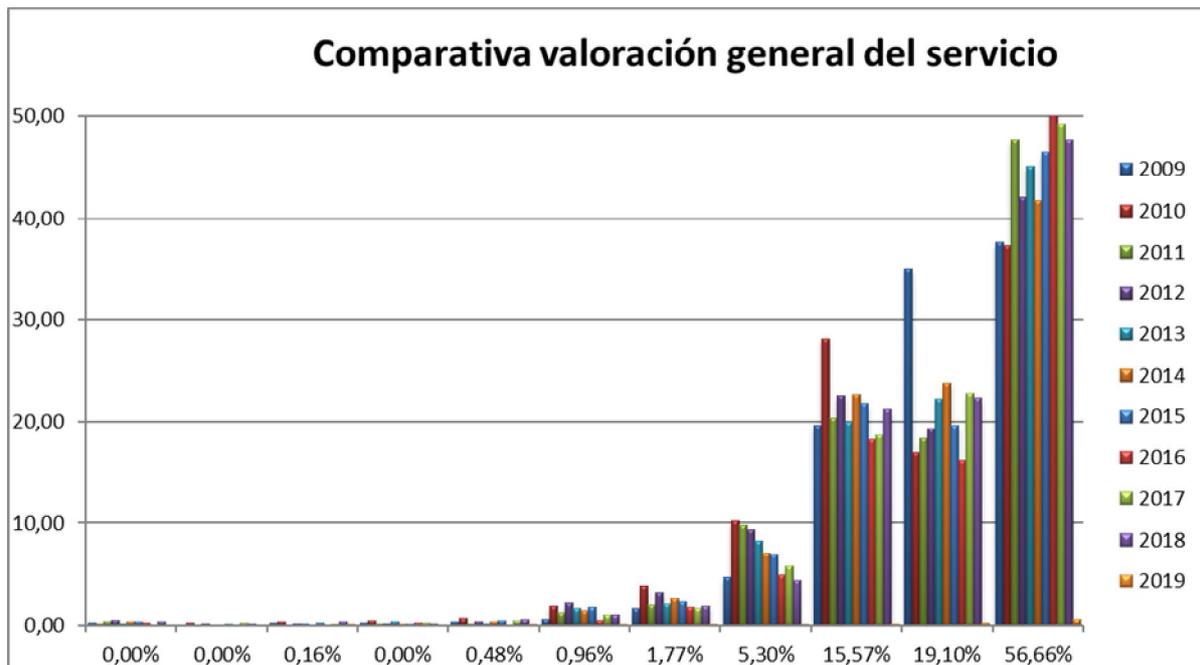
6.5 EVOLUCIÓN DE LA VALORACIÓN DEL SERVICIO

Valoración general del Servicio Telefónico 012

VALORACI	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Media	8,96%	8,59%	8,92%	8,73%	8,90%	8,87%	8,89%	9,20%	9,05%	8,97%	9,09%

Ha habido un descenso tenue de la media de valoración del Servicio en el año 2018, los usuarios del Teléfono 012 han valorado este año el servicio con un 8,97.

Valoración del Servicio	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
0	0,20	0,10	0,35	0,49	0,16	0,30	0,30	0,19	0,00	0,34	0,00%
1	0,00	0,20	0,00	0,16	0,00	0,00	0,10	0,00	0,20	0,17	0,00%
2	0,20	0,30	0,00	0,16	0,16	0,00	0,20	0,00	0,10	0,34	0,16%
3	0,20	0,40	0,17	0,16	0,32	0,10	0,10	0,19	0,20	0,17	0,00%
4	0,30	0,69	0,17	0,33	0,16	0,30	0,40	0,00	0,40	0,51	0,48%
5	0,60	1,88	1,22	2,13	1,59	1,38	1,79	0,48	1,00	1,03	0,96%
6	1,60	3,85	1,96	3,27	2,06	2,56	2,29	1,75	1,60	1,88	1,77%
7	4,70	10,20	9,76	9,33	8,25	7,10	6,96	4,95	5,80	4,45	5,30%
8	19,60	28,12	20,42	22,59	20,00	22,68	21,76	18,24	18,70	21,23	15,57%
9	35,00	16,93	18,31	19,32	22,22	23,87	19,68	16,20	22,80	22,28	19,10%
10	37,60	37,33	47,64	42,06	45,08	41,71	46,42	58,00	49,20	47,60	56,66%
Media	8,96%	8,59%	8,92%	8,73%	8,90%	8,87%	8,89%	9,20%	9,05%	8,97%	9,09%

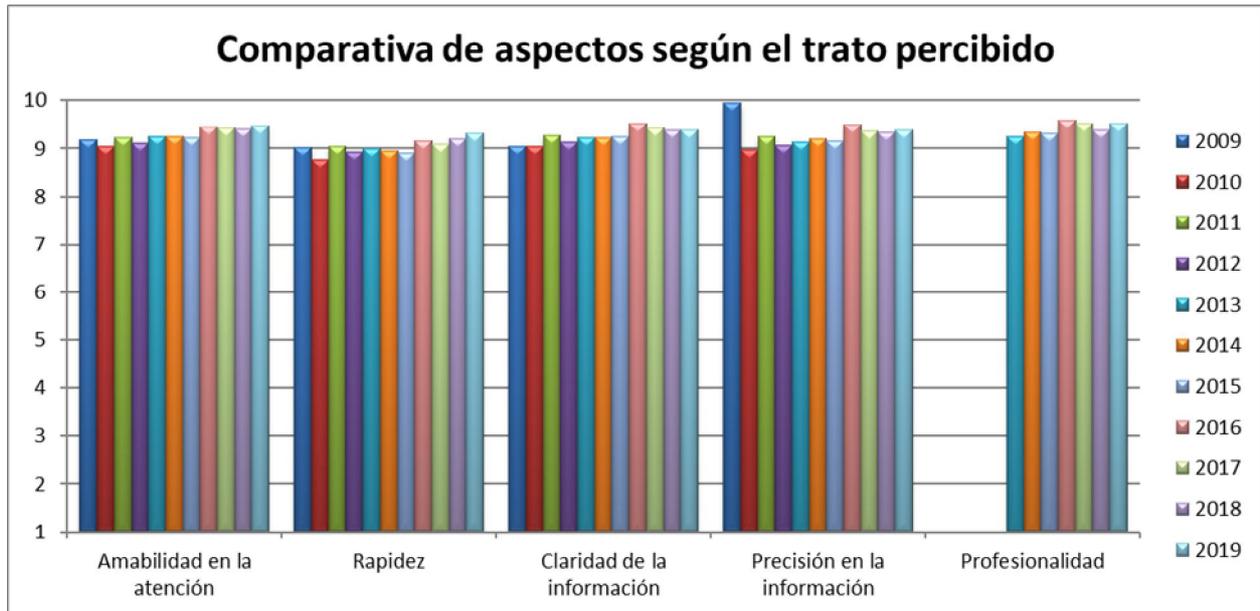


Aunque ha descendido el número de usuarios que valoraban con un 10 el servicio 012, sigue siendo la puntuación mayoritaria con un 47,60%. Se observa consecuentemente un ligero descenso en 2018 de las valoraciones 7 y 9 respecto a 2017 y un incremento de la valoración 8.



6.6 EVOLUCIÓN DE ASPECTOS SOBRE EL TRATO PERCIBIDO

Valoración	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Amabilidad en la atención	9,18	9,05	9,23	9,12	9,24	9,24	9,22	9,45	9,44	9,41	9,47
Rapidez	9,01	8,78	9,05	8,94	9	8,95	8,9	9,15	9,09	9,21	9,32
Claridad de la información	9,05	9,04	9,28	9,14	9,23	9,23	9,24	9,51	9,43	9,39	9,39
Precisión en la información	9,94	8,98	9,25	9,06	9,13	9,2	9,16	9,49	9,35	9,34	9,39
Profesionalidad	-	-	-	-	9,24	9,34	9,32	9,58	9,52	9,39	9,52

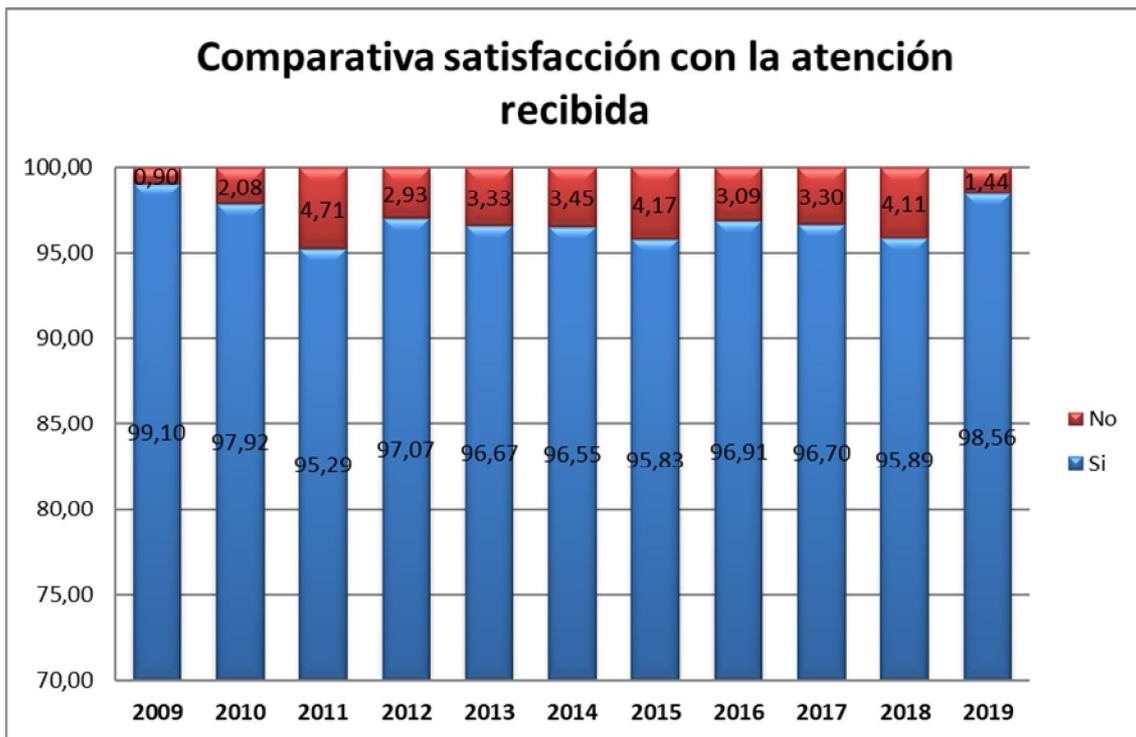


No se aprecian diferencias significativas entre las valoraciones de los años 2013, 2014 y 2015. Sin embargo, en 2016 aumentó la valoración de todos los ítems analizados y en 2017 ha disminuido algunas centésimas la valoración de los ítems, situándose todas las valoraciones por encima del valor 9. En 2018 ha habido una mínima disminución de la mayoría de los ítems, a excepción de la rapidez.



6.7 EVOLUCIÓN DE LA SATISFACCIÓN CON LA ATENCIÓN RECIBIDA

Atención se	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Si	99,10	97,92	95,29	97,07	96,67	96,55	95,83	96,91	96,70	95,89	98,56
No	0,90	2,08	4,71	2,93	3,33	3,45	4,17	3,09	3,30	4,11	1,44



Se observa un leve descenso en cuanto al grado de satisfacción de la información recibida respecto a 2017 (menos de un punto porcentual), aunque el nivel de satisfacción global se sitúa casi en un 96%.



7. 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 Telefónico 012 es identificar los puntos fuertes así como las áreas de mejora.

Globalmente es destacable el alto porcentaje de usuarios, 95,89% que se manifiestan “satisfechos” con el Servicio 012.

El valor del IPCS ha sido de 8,97 (en una escala de 0 a 10).

La tendencia a valorar de manera inferior los servicios, puede ser debida a diversos factores, como la caída del servicio por motivos técnicos, no conseguir una respuesta instantánea a la consulta realizada y tener que esperar a la respuesta diferida de la misma, no disponer de la información actualizada en los procedimientos coincidiendo con la publicación del BORM, etc., 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.

Respecto al perfil social del usuario del Servicio 012, no ha variado desde 2016, obteniéndose el siguiente perfil:

PERFIL DEL USUARIO	
Sexo	Mujer
Estudios	Secundarios
Edad	De 36 a 45 años
Ocupación	Por cuenta ajena

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:

- Que las llamadas sean gratuitas
- Que se acorte el tiempo de espera
- Que no atiendan máquinas, se prefieren personas
- Ampliación de la información de la Comunidad Autónoma
- Mejorar la rapidez en descolgar el teléfono
- Que exista más publicidad del Servicio.
- Que el personal esté más cualificado
- Que se pueda ajustar la cita de tarjeta a la cita de prestación en la misma llamada
- Conocer exactamente qué cuestan las llamadas