

INFORME RESULTADO DE LAS ENCUESTAS EVALUACIÓN DE CALIDAD DE LAS VISITAS DEL PARQUE TECNOLÓGICO DE VALDEMINGÓMEZ, AÑO 2018 (PLAN DE CALIDAD DE LAS VISITAS DEL PARQUE TECNOLÓGICO DE VALDEMINGÓMEZ)

ÍNDICE

1. TIPOLOGÍA DE ENCUESTAS

- PERIODO DE FEBRERO - ABRIL
- PERIODO DE MAYO – SEPTIEMBRE
- ESTRUCTURA DE ENCUESTA

2. PÚBLICO OBJETIVO

3. ENCUESTA ONLINE

- ANÁLISIS ENCUESTAS ONLINE

4. MUESTRAS REALIZADAS

- ESPECTRO DE LA MUESTRA
- ANÁLISIS GENERAL POR RESPUESTA
- RESPUESTAS EN % DE FEBRERO A SEPTIEMBRE
- SATISFACCIÓN GENERAL
- RECOMENDACIÓN DE LA VISITA

5. NET PROMOTER SCORE

6. CONCLUSIONES

- RESPUESTAS A PREGUNTAS ABIERTAS

1. TIPOLOGÍA DE ENCUESTAS

▪ PERIODO DE FEBRERO A ABRIL

Durante este periodo se continuó la senda y el modelo de encuesta que se ha venido realizando en años anteriores, con los mismos baremos de control y utilizando como soporte el papel. La encuesta ha cumplido durante estos años con los objetivos marcados:

- **Evaluar.** Conocer las opiniones de los visitantes sobre todos los aspectos que engloban y afectan a la experiencia de la visita, potenciando los más apreciados y mejorando los menos valorados.
- **Valorar.** la percepción general de los visitantes sobre las actividades que se llevan a cabo en el Parque, una vez conocidas las instalaciones y el Sistema de Gestión de Residuos de la ciudad de Madrid.
- **Mejorar.** Aprender de los resultados obtenidos para implementar las visitas, materiales, instalaciones y los talleres y jornadas que se han incluido.
- **Escuchar.** Proporcionar la oportunidad de que los visitantes puedan transmitir sus sugerencias de manera libre y abierta para poder mejorar la visita, la atención e instalaciones.

Recordar que durante estos meses se reanuda paulatinamente tanto la actividad educativa como el programa de Calidad de las visitas del Parque Tecnológico.

▪ PERIODO MAYO SEPTIEMBRE

A partir del mes de mayo se introduce la encuesta online que se realiza de forma electrónica, abandonando el soporte papel usado hasta ahora, mediante dispositivos del tipo tableta. La tipología de la encuesta continúa en líneas generales el modelo anterior, pues se considera que las preguntas recogidas son apropiadas y dibujan un mapa claro del servicio, de las instalaciones y de atención, antes y durante la visita. No obstante, aprovechando el cambio de soporte se han introducido nuevas preguntas y valoraciones que detallaremos más adelante en el apartado de estructura de la encuesta (escala de satisfacción NPS).

▪ ESTRUCTURA DE ENCUESTA

La encuesta se articula en 4 bloques:

1. **Datos generales:** fecha, procedencia y rango de edad.
2. **Valoración del servicio:** organización, atención, instalaciones, etc.
3. **Escala de satisfacción (NPS):** valoración general y, posibilidad de recomendación de la visita.
4. **Respuestas abiertas:** formada por evaluación de la sección más valorada y, opinión personal sobre posibles cambios y mejoras.

Se recogen un total de 15 puntos a valorar por el visitante, con un tiempo estimado en la realización de la encuesta de 1 ó 2 minutos aproximadamente. El sistema online favorece la rápida resolución del cuestionario.

1. Datos generales: Servirán para conocer la fecha de visita, rango de edad y procedencia de los visitantes:

- Alumnos de Eso y Bachillerato
- Responsables de grupo (de todos los ámbitos)
- Universitarios y profesorado
- Directivos
- Técnicos
- Público general

2. Valoración del servicio: organización, atención antes y durante la visita, estado y mantenimiento de las instalaciones, etc. Todo ello con el fin de conocer la percepción que tienen los visitantes de su paso por el Parque Tecnológico. Conociendo los aspectos mejor valorados y, los que menos, para de este modo poder rectificar y ofrecer soluciones a las sugerencias, mejorando así el servicio.

Ofrecer la posibilidad de las respuestas abiertas para expresar sus opiniones y sugerencias sin preguntas preestablecidas.

3. Escala de satisfacción: valoración general y, posibilidad de recomendación de la visita.

Se trata de dos de las preguntas que se han añadido en el nuevo cuestionario online.

Gracias a ellas conoceremos el grado de satisfacción global de los visitantes.

Utilizaremos el sistema **Net Promoter Score**, un indicador para medir la lealtad del cliente. Los resultados de satisfacción general se miden en una escala de 1 a 10 sobre tres niveles entre los asistentes: **promotores, pasivos y detractores:**

- **Promotores:** Los que responden asignando 9 o 10 puntos:
- **Pasivos:** Los que asignan 7 u 8 puntos:
- **Detractores:** Los que otorgan 6 puntos o menos.

Es un indicador sencillo de obtener con una métrica fácil de interpretar y de explicar, y que favorece su utilización como herramienta, a todos los niveles, dentro de una organización para conocer la percepción de lealtad de los usuarios en el servicio que se ofrece.

El sistema permite también la posibilidad de realizar fácilmente una comparativa entre plantas analizando la métrica NPS de cada una de ellas.

Para obtener el resultado, se restan los detractores a los promotores y se consigue un porcentaje. El índice NPS puede ser tan bajo como -100 (todo el mundo es un detractor) o tan alto como 100 (todo el mundo es un promotor). **Un NPS superior a "0" se percibe como bueno y un NPS a partir de 50 es excelente.**

4. Respuestas abiertas: compuesta por dos partes:

- a. En la primera, en la que el encuestado puede señalar que es lo que más le ha gustado en el conjunto de la visita.
- b. En la segunda, en la que al encuestado se le ofrece la posibilidad de expresar su opinión o enviar sugerencias con respecto a su experiencia para sentirse partícipe e involucrado en el proyecto. Estas dos preguntas son de respuesta libre, sin preguntas cerradas.

2. PÚBLICO OBJETIVO

Tanto en la encuesta en papel durante los 3 primeros meses de trabajo, como en la online que se implantó a continuación, se han establecido 2 "target" de opinión objetivos.

Como en años anteriores, los grupos objetivo que se han determinado son:

- **Grupo 1 (entre 12 y 18 años):** Educación secundaria y bachillerato.
- **Grupo 2 (Público adulto):** grupos especializados (alumnos de universidades, cursos especializados, masters, empresas privadas, organismos públicos, etc.), público en general (Asociaciones, mayores, asociaciones culturales, etc); visitantes internacionales privados/públicos y responsables de los grupos.

Si bien en un principio, al utilizar las encuestas en papel había alguna diferencia entre ambos grupos en alguna de las preguntas, con la encuesta online se han unificado para que las preguntas sean las mismas para ambos

target, lo que facilita una mayor atención y comprensión de los grupos, entendiendo así las similitudes y diferencias entre ambos.

El grupo de Educación primaria no ha sido incluido en las valoraciones de calidad del servicio principalmente por motivos de edad (6 a 11 años). Son los educadores que acompañan a los grupos quienes valoran la atención y calidad de la visita.

3. ENCUESTA ONLINE

La implementación ha sido paulatina, comenzó con un periodo inicial de prueba en el Centro de Visitantes durante el mes de abril y, tras 1 mes de testeo en el que se realizaron algunos ajustes, se implantó el sistema de manera definitiva en las plantas de La Paloma, Las Dehesas, Las Lomas, Biometanización de Las Dehesas y Centro de Visitantes.

Destacan tres aspectos en la nueva encuesta online:

- primero, la **agilidad en su resolución**, ya que el sistema de pantallas permite que sea cumplimentada en un tiempo máximo de entre 1 y 2 minutos.
- Segundo, el **bilingüismo**, la encuesta se presenta en formato bilingüe, español e inglés, para que los visitantes de otros países puedan realizarla de la misma manera que el resto de participantes, sin necesidades de otros formularios.
- Y, por último, la **inmediatez** en la obtención de los resultados ya que se obtienen en tiempo real.

▪ ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS ONLINE

El sistema online de encuestas, como se menciona anteriormente, permite conocer en **tiempo real** las respuestas de los visitantes en cada uno de los centros visitables. Además, podemos analizar las respuestas por periodos de tiempo definidos: diario, semanal, mensual o anual. Incluso analizar únicamente las preguntas de las que queremos conocer su respuesta.

El análisis de las valoraciones generales se mide en una escala de 1 a 5 desde el punto más bajo de la respuesta con un **NO SATISFECHO** (1) hasta **MUY SATISFECHO** (5), obteniéndose resultados en tantos por ciento sobre las respuestas obtenidas.

Finalmente se hace un estudio pormenorizado de todas las respuestas en cada uno de los centros para conocer los resultados, analizarlos e implementarlos en la visita, si fuese el caso.

Los análisis de los resultados obtenidos se recogen en las memorias mensuales y anuales del servicio de educadores/as del Parque tecnológico de Valdemingómez.

4. MUESTRAS REALIZADAS

▪ ESPECTRO DE LA MUESTRA

Durante los meses de febrero a septiembre han pasado por el Centro de Visitantes 5.236 personas, de ellas 2.234 han participado en jornadas y talleres de eventos de días especiales que van desde el "día de la Eficiencia Energética" hasta el "día sin coches", realizándose un total de 11 jornadas. De los 5.236 visitantes, **709 han realizado la encuesta** tanto en el Centro de Visitantes como en las Plantas, repartidos en los dos grupos siguientes:

- Grupo 1: 202 (entre 12 y 18 años) y,
- Grupo 2: 507 (mayores de 18 años).

ESPECTRO DE ENCUESTA		
N TOTAL DE VISITANTES		5236
PARTICIPANTES EN TALLERES		2234
PARTICIPANTES ENCUESTA		
MENORES DE 18 AÑOS		202
MAYORES DE 18 AÑOS		507
TOTAL ENCUESTADOS		709

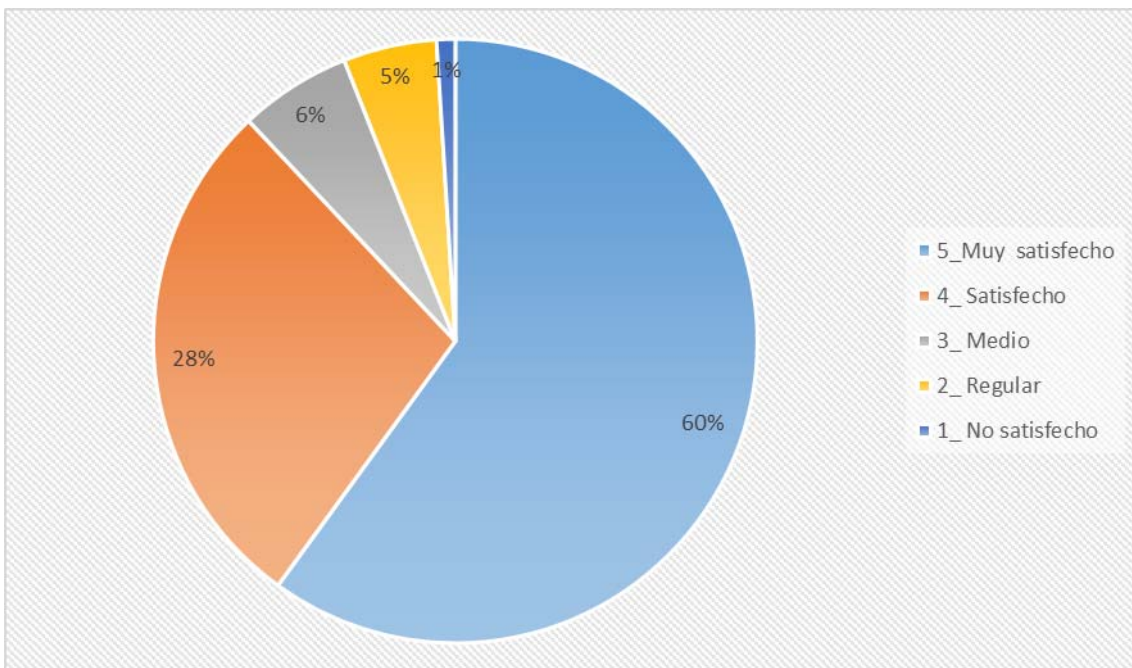
▪ ANÁLISIS GENERAL POR RESPUESTA

A continuación detallamos las respuestas obtenidas. Todas las preguntas generales respecto del servicio, atención e instalaciones han sido valoradas por los visitantes según la **escala de evaluaciones sumarias** (Rensis Likert) en una escala de 1 a 5, donde:

- 5 = Muy satisfecho
- 4 = Satisfecho
- 3 = Medio
- 2 = Regular
- 1 = No satisfecho

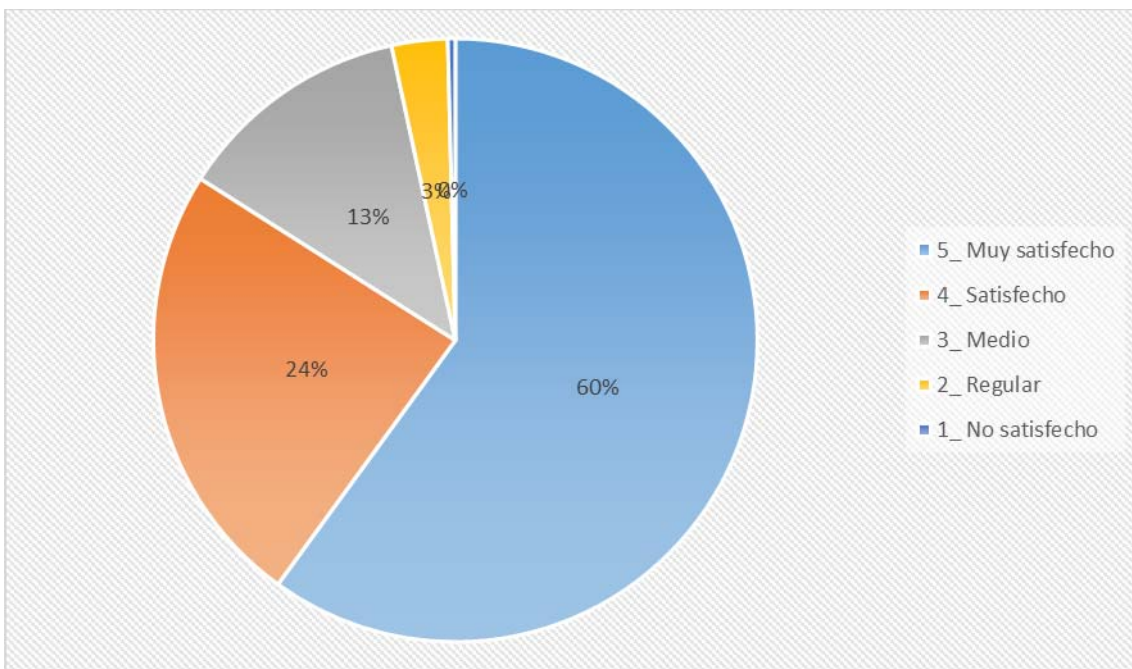
▪ **RESPUESTAS EN % DE FEBRERO A SEPTIEMBRE DE 2018**

1. Valoración de elementos de las instalaciones con finalidad didáctica.



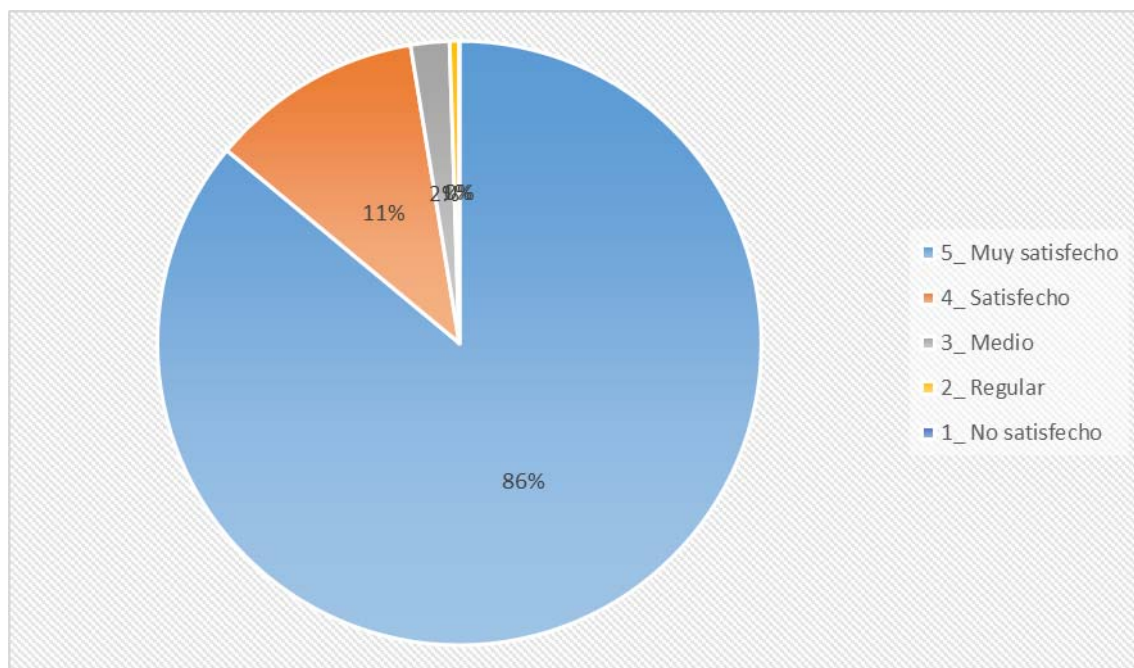
Como se aprecia en el gráfico la mayor parte de los visitantes consideran el estado de las instalaciones muy a satisfechas o satisfechas, con un grado de aceptación bueno o muy bueno del 88% de los encuestados. Los niveles medio, regular y no satisfecho son muy bajos.

2. Duración y organización de la visita



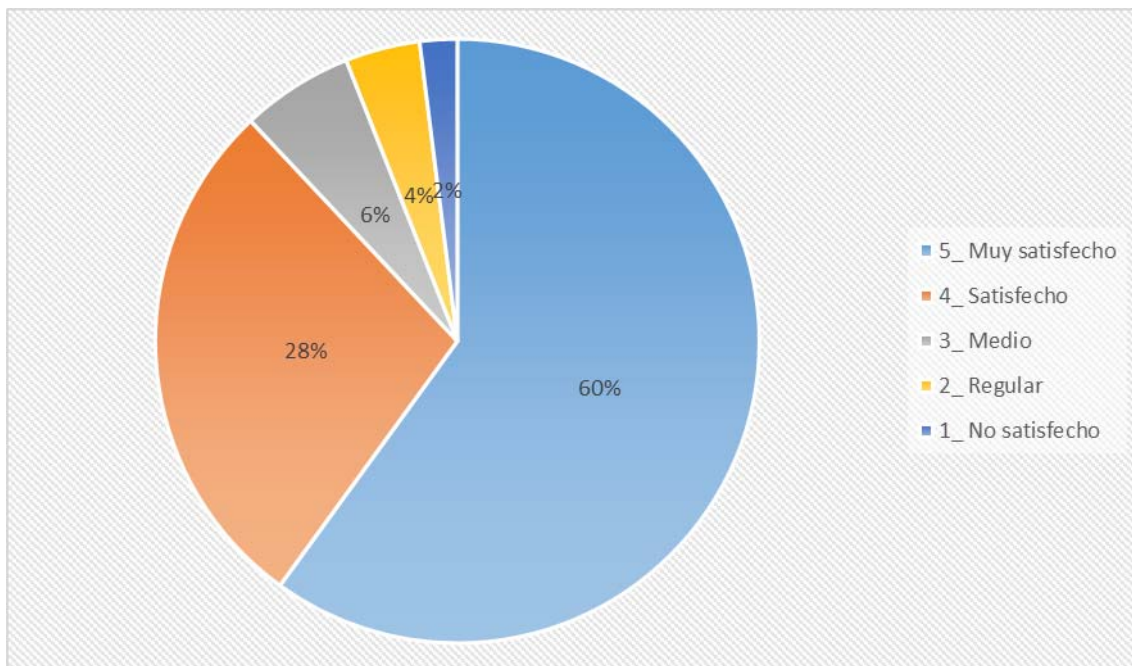
Al igual que en la pregunta anterior la duración y organización de la visita muestra una aceptación del 84%. 60% de los encuestados lo consideran muy satisfactorio y, un 24% satisfactorio. Cabe reseñar que un 13% le da un valor medio, que es el índice medio más alto en todas las preguntas realizadas.

3. Recepción, amabilidad y cortesía



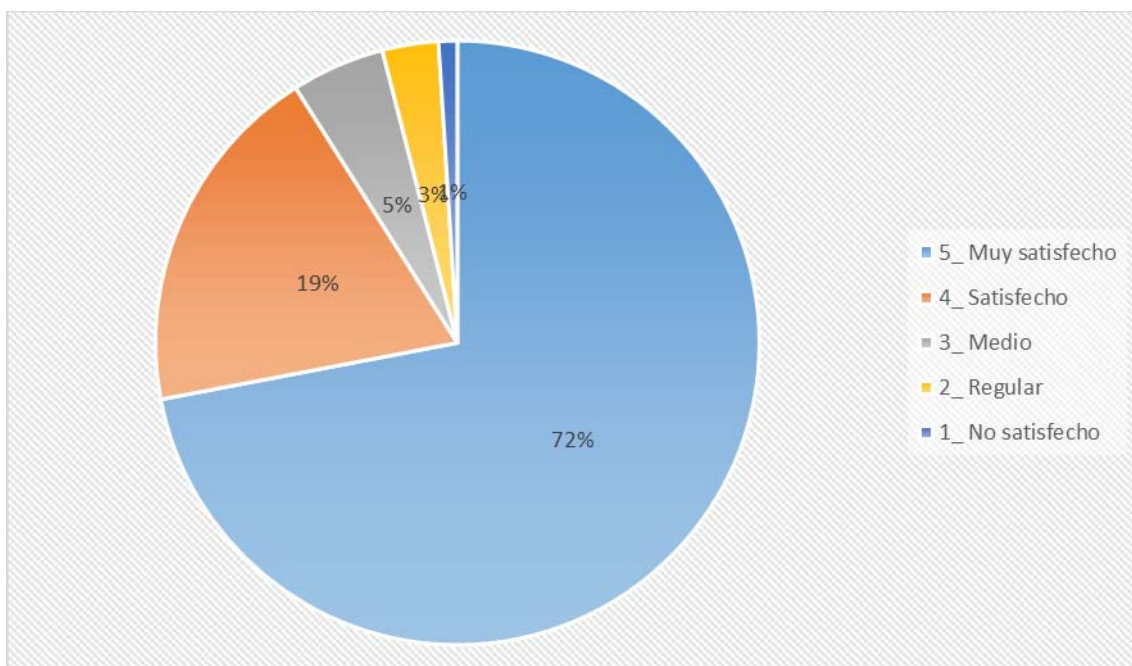
Es el aspecto más valorado con un 86% de respuestas de muy satisfecho y un 16% de satisfecho supondría una valoración positiva del 97% de los encuestados. Estas cifras indican un alto nivel en el trato dado a los visitantes. Los valores de apreciación media o negativa son prácticamente inexistentes.

4. Metodología y desarrollo de la actividad



La valoración de la metodología continua con la línea general de satisfacción con un total de 88% de ratio positivo. Los análisis de las encuestas muestran que hay una línea estable de satisfacción general en toda la visita, los resultados son muy lineales.

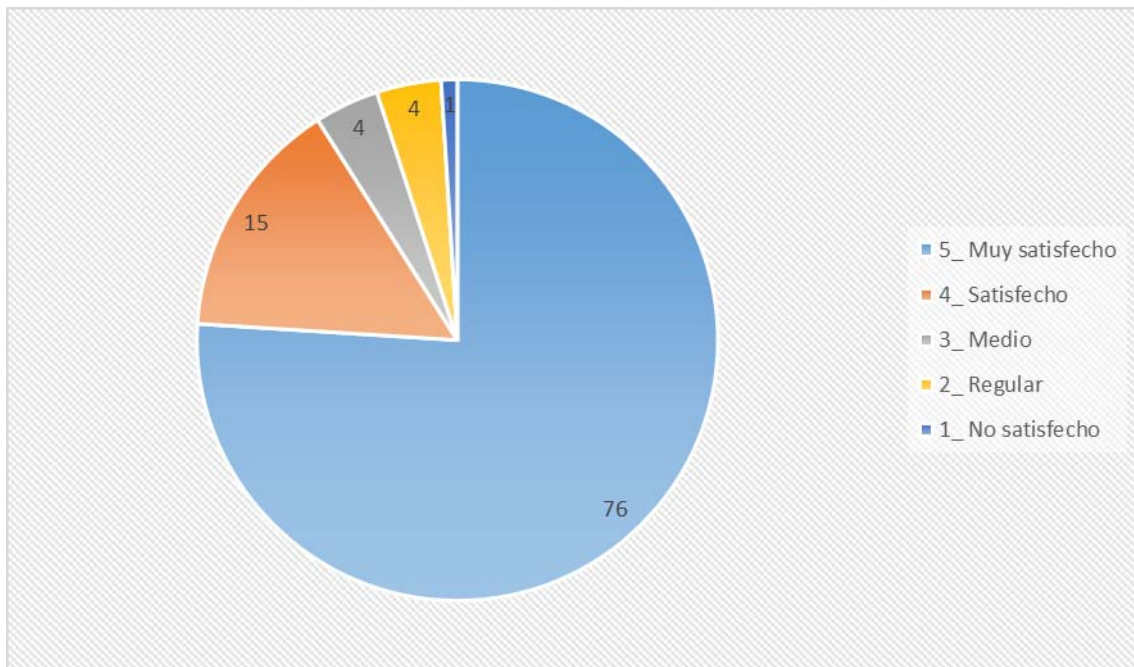
5. Las explicaciones han sido claras



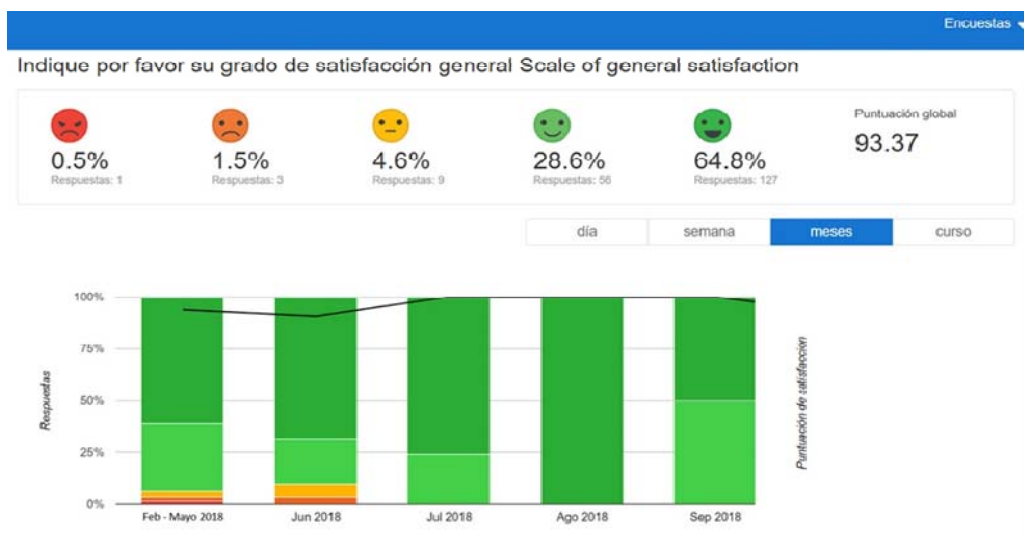
Las explicaciones han sido consideradas muy claras por el 72% y claras por el 19%, lo que da un resultado medio de satisfacción del 91% lo que denota que

la actividad cumple su objetivo de ser lo más comprensible y asequible, además de adaptada a los distintos niveles del público visitante.

6. Sus dudas han sido resueltas



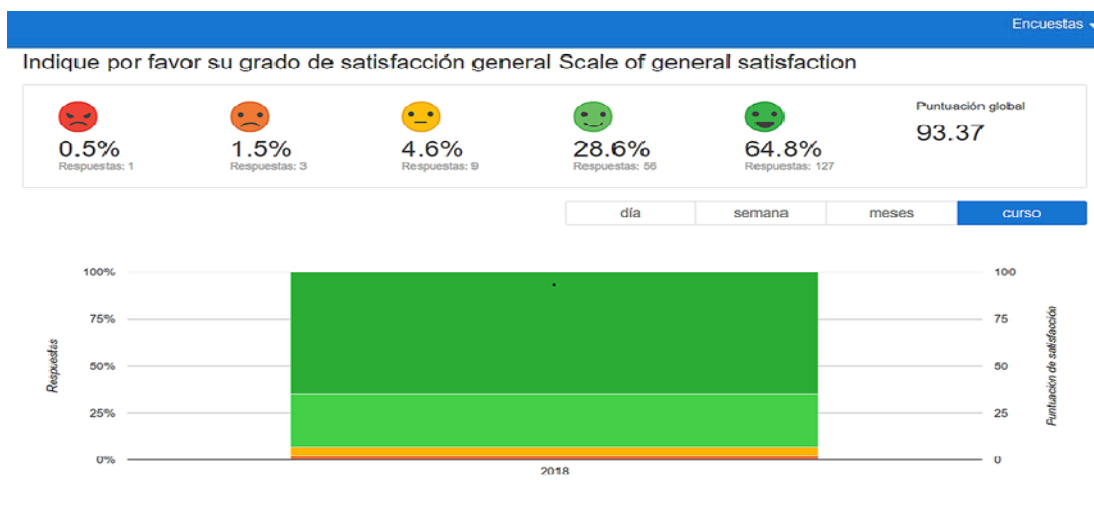
El 76% se considera muy satisfecho con la resolución de las dudas y un 15% satisfecho lo que nos da un valor medio de satisfacción general total del 91%, un índice bastante alto para un contenido que a veces puede resultar compleja su comprensión.



▪ SATISFACCIÓN GENERAL

Vista mensual

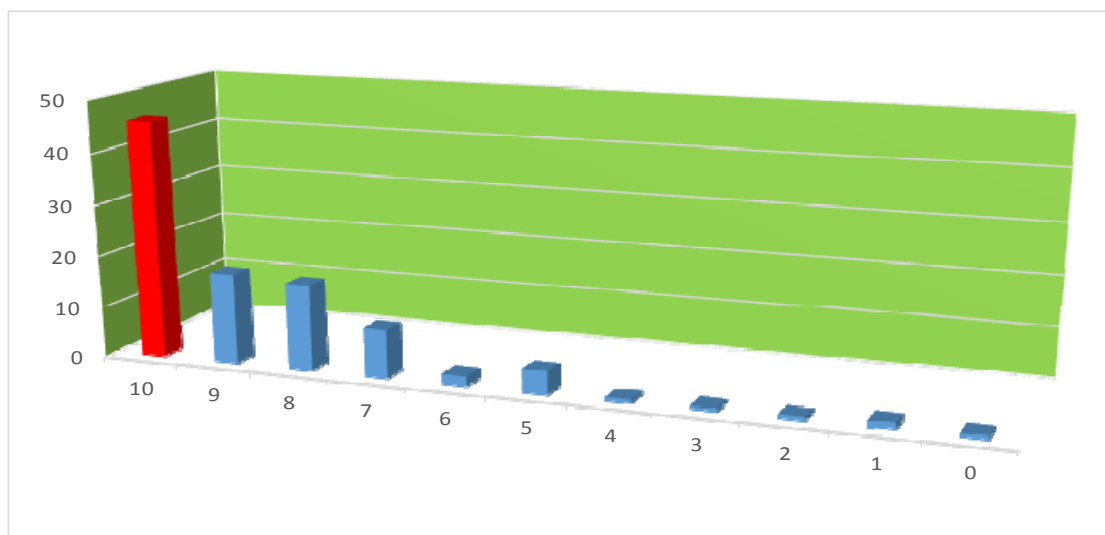
Informe elaborado entre los meses de febrero y septiembre en el que se aprecia una alta calificación en la valoración general de los usuarios. Los datos negativos son prácticamente nulos. Así mismo observamos que los resultados generales son estables, produciéndose incluso una ligera mejora a partir del mes de julio.



▪ RECOMENDACIÓN DE LA VISITA

Vista global

Escalado de 0 a 10 donde "0" es el mínimo y supone la no recomendación de la visita y, "10" el máximo en la recomendación:



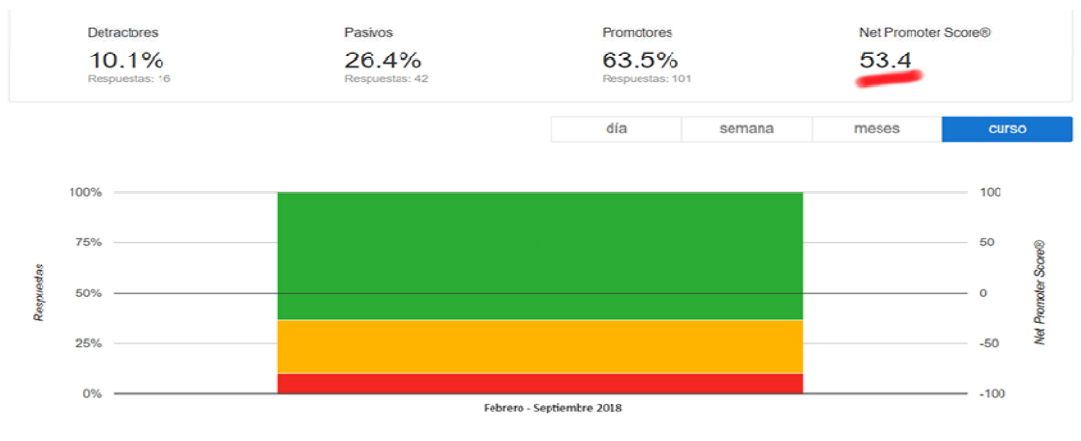
Sobre los datos obtenidos podemos concluir que hay una mayoría de visitantes que recomendarían la visita. Los datos medios o nulos son prácticamente inexistentes.

5. NET PROMOTER SCORE - NPS

Net Promoter Score es un indicador para medir la lealtad del cliente. Los resultados de satisfacción general se miden en una escala de 1 a 10 formando tres niveles en los resultados: **promotores, pasivos y detractores:**

- **Promotores:** Los que responden asignando 9 o 10 puntos a la visita en su conjunto.
- **Pasivos** Los que asignan 7 u 8 puntos.
- **Detractores** Los que otorgan 6 puntos o menos.

Periodo de febrero a septiembre



MAS DE 50% SE CONSIDERA EXCELENTE EN EL NPS.

6. CONCLUSIONES

RESULTADO ENCUESTAS FEB. - SEPT 2018	
NÚMERO TOTAL DE VISITANTES	5236
PARTICIPANTES EN TALLERES	2234
PARTICIPANTES EN LA ENCUESTA	709
VALORACIÓN GENERAL SOBRE 10	8,3
PUNTUACIÓN GLOBAL febrero - septiembre	83,71
NET PROMOTER SCORE (Recomendación visita)	
<i>DETRACTORES</i>	10%
<i>PASIVOS</i>	26%
<i>PROMOTOR</i>	64%
NPS MEDIO (*)	53,3
(*) más del 50% se considera excelente	

La valoración media de los visitantes respecto de las preguntas efectuadas, tanto sobre la atención recibida como, organización e instalaciones han sido altas. Los baremos indican que hay una satisfacción media de 8,3 sobre 10, lo que revela una buena percepción general en la experiencia en la Visita, tanto en el Centro de Visitantes, en el conjunto de las Plantas de tratamiento, así como en el conjunto de las instalaciones.

Es importante destacar que hay una estabilidad lineal en las respuestas obtenidas, es decir, los índices medios a las distintas preguntas se mueven dentro de unos parámetros muy similares lo que indica pocas variaciones importantes a la hora de evaluar los distintos elementos que conforman la encuesta.

Así mismo, el *Net Promoter Score* revela una sensación final del visitante de excelente con un 53,3 indicando un grado alto de lealtad y satisfacción hacia el conjunto global del Parque Tecnológico, gracias a ello, es muy posible que recomiende su experiencia tras una visita positiva a su entorno de influencia.

RESPUESTAS A PREGUNTAS ABIERTAS

Se recogen en este apartado las opiniones, sugerencias y observaciones que algunos visitantes han expresado durante su visita.

- **Actualización de datos expositivos.** La información contenida en los paneles está desactualizada.
- **Señalética.** Resulta complicado llegar al Centro de Visitantes y moverse entre las Plantas. La señalética existente es insuficiente o se encuentra desgastada y no es fácilmente visible. Hace falta una señal en el Parking que indique el C. de Visitantes.
- **Vending.** Durante los meses de verano especialmente hay una gran demanda de agua.
- **Formularios de solicitudes.** Actualización y mejora en las solicitudes. Formatos Online autorrellenables evitando que se tenga que imprimir los documentos, escanear, etc.
- **Talleres y actividades.** Gran acogida y valoración de las actividades y talleres que se realizan cada 15 días, dejamos algunos de los comentarios: *"Los juegos implican de manera activa a los niños". "Talleres muy dinámicos". "Resultan muy didácticos y educativos". "Es muy positivo que están adaptados para todas las edades"*

Madrid, 24 de octubre de 2018

ADJUNTA A SECCIÓN
DIVISION DE PLANIFICACION Y
GESTION DE LA INFORMACION

Fdo.: Alicia Martínez Marcuello

Vº Bº JEFE DEL DEPARTAMENTO DE
PROMOCIÓN E INFORMACIÓN

Fdo.: José Luis Cifuentes Sastre