

# **PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA REALIZACIÓN DE ESTUDIOS DE OPINIÓN DE METRO DE MADRID**

Imagen y Centro de Atención al Cliente



Septiembre 2021

## ÍNDICE

1.	OBJETO DEL CONTRATO.....	3
2.	ALCANCE DE LOS TRABAJOS.....	4
2.1	LOTE 1. ENCUESTA DE IMAGEN.....	4
2.1.1	METODOLOGÍA.....	4
	<i>Trabajo de campo</i> .....	4
	<i>Segmentación de la muestra</i> .....	5
	<i>Desarrollo del estudio</i> .....	5
2.1.2	TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN .....	6
	<i>Tratamiento de incidencias</i> .....	7
	<i>Resultado de la encuesta. Tablas</i> .....	7
2.2	LOTE 2. ENCUESTA DE FUNCIONAMIENTO DEL CIAC .....	8
2.2.1	METODOLOGÍA.....	8
	<i>Periodos horarios</i> .....	¡Error! Marcador no definido.
	<i>Recogida de datos</i> .....	9
2.2.2	TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN .....	9
	<i>Tratamiento de incidencias</i> .....	10
	<i>Resultado de la encuesta. Tablas</i> .....	10
3.	ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO .....	11
4.	SISTEMA DE MUESTREO.....	12
5.	RECURSOS HUMANOS .....	13
5.1	Requisitos contratación.....	13
5.2	Personal encuestador .....	13
5.3	Actitud de los encuestadores e inspectores de campo .....	13
6.	SUPERVISIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO .....	14
	Control de las entrevistas y depuración de los resultados .....	14
	Secreto estadístico y difusión de los resultados.....	15
7.	TOMA DE DATOS Y PRESENTACIÓN DE LOS TRABAJOS .....	15
8.	NORMATIVA.....	16
9.	ANEXOS.....	18
9.1	Cuestionarios .....	18

## 1. OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del presente pliego es la contratación de diversos **estudios** de opinión del usuario respecto a distintos aspectos del servicio ofrecido por **Metro de Madrid**.

El objetivo común es la investigación cuantitativa sobre distintos aspectos de servicio que permitan la obtención de información que facilite la toma de decisiones y la posibilidad de identificar mejoras en el servicio prestado.

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, el contenido de las ofertas tiene que estar constituido por la descripción y valoración de los trabajos de acuerdo a la metodología y plazos requeridos en el presente documento.

En concreto las encuestas objeto del pliego son:

- **LOTE 1: Encuesta de imagen (on-line)**
  - La realización de **un estudio anual**, durante el 4º trimestre del año (suele ser en octubre), de la imagen que los ciudadanos de la Comunidad de Madrid tienen de Metro de Madrid, S.A., así como la influencia de dicha imagen en el posicionamiento de la empresa en el sector del transporte público.
- **LOTE 2: Encuesta de funcionamiento del CIAC (telefónica)**
  - Es realización de **un estudio anual**, durante el 4º trimestre del año (suele ser finales de octubre o noviembre), sobre la calidad de servicio que Metro de Madrid proporciona a sus Clientes a través del CIAC (Centro Interactivo de Atención al Cliente).

## 2. ALCANCE DE LOS TRABAJOS

El alcance de esta licitación comprende la realización de estudios de opinión que al ser de distinta naturaleza y metodología aplicable se dividen en varios lotes. Estos estudios se realizarán de la misma forma a lo largo de 3 años con fecha prevista de inicio 4º trimestre de 2022.

### 2.1 LOTE 1. ENCUESTA DE IMAGEN

El objeto del presente lote es la realización de un estudio de la imagen que los ciudadanos de la Comunidad de Madrid tienen de Metro de Madrid, S.A., así como la influencia de dicha imagen en el posicionamiento de la empresa en el sector del transporte público.

#### 2.1.1 METODOLOGÍA

El estudio de campo consistirá en entrevistas vía on-line a través de un panel de clientes usuarios y no usuarios de Metro (dicho panel **no** será proporcionado por Metro) de edades comprendidas entre los 16 y 75 años, y residentes en la CAM. El contenido de la entrevista se basará en un cuestionario de unos **8 minutos de duración**. El número de entrevistas mínimo necesario, para mantener unos márgenes de fiabilidad adecuados, es de **2.500** entrevistas, distribuidas de forma aleatoria entre los hogares ubicados en la CAM, diferenciando las áreas con presencia actual de Metro (municipio de Madrid, Metro Sur, TFM, Metro Este, Metro Norte) y resto de la Comunidad de Madrid.

Habrà de realizarse una **pregunta previa**, imprescindible en la encuesta, que inquiera sobre la pertenencia del entrevistado a la plantilla de Metro, EMT o Cercanías, ya que en caso de que la respuesta sea afirmativa no se continuará con la encuesta, puesto que sus opiniones podrían estar influenciadas por su profesión.

#### *Trabajo de campo*

El estudio de campo consistirá en entrevistas vía on-line a través de un panel de clientes usuarios y no usuarios de edades comprendidas entre los 16 y 75 años, y residentes en la CAM. Deberà indicarse el número de días que va a durar el trabajo de campo, estableciéndose el máximo en 21 días.

Para los usuarios de Metro se deben tener en cuenta dentro de los posible las cuotas:

**Por sexo:**

Hombre	41,72%
Mujer	58,28%

**Por nacionalidad:**

Español	73%
Extranjero	27%

**Por edad:**

de 16 a 24 años	20,50%
de 25 a 34 años	30,97%
de 35 a 44 años	22,99%
de 45 a 54 años	14,13%
de 55 a 59 años	7,93%
Mayor de 59 años	4,19%

**Segmentación de la muestra**

La muestra debe estar estratificada por las 6 zonas de Metro (municipio de Madrid, Metro Sur, TFM, Metro Este, Metro Norte, resto de la Comunidad de Madrid). Dentro de cada una de estas zonas habrá que realizar cuotas cruzadas por sexo y edad (12 grupos) por cada uno de los municipios que componen cada zona, a excepción de: Madrid capital en el que se harán cuatro zonas que son agrupación de distritos (ver cuadro siguiente) y en “Resto de la Comunidad de Madrid” que son 5 tramos de hábitat. (por ejemplo: menos de 10.000 habitantes, de 10.001 a 20.000, de 20.001 a 50.000 de 50.001 a 100.000, más de 100.000).

En total hay 240 cuotas cruzadas que habría que cumplir dentro de lo posible, con la finalidad que la calidad de la muestra sea representativa.

Almendra Central	Periferia Noroeste	Periferia Este	Periferia Sur
1. Centro	8. Fuencarral	14. Moratalaz	10. Latina
2. Arganzuela	9. Moncloa- Aravaca	18. Villa de Vallecas	11. Carabanchel
3. Retiro	15. Ciudad Lineal	19. Vicálvaro	12. Usera
4. Salamanca	16. Hortaleza	20. San Blas	13. Puente de Vallecas
5. Chamartín	21. Barajas		17. Villaverde
6. Tetuán			
7. Chamberí			

**Desarrollo del estudio**

El estudio deberá determinar como mínimo:

- Aquellos aspectos que configuran la imagen de **Metro de Madrid** y su peso en esta última
- Grado de correlación entre los aspectos mencionados
- El peso de los vehículos de percepción de la imagen:
  - Compromiso con la calidad de servicio

- Reputación empresa
- Comunicación
- Valoración comparativa frente a la competencia
- Valoración y análisis de atributos de imagen de empresa como el compromiso, la dinámica, el liderazgo, la eficacia en la gestión y la identificación etc., de los tres transportes: *EMT, Cercanías, Metro de Madrid*
- Establecer los puntos fuertes y débiles
- Plan de mejoras
- Análisis y comparativa con años anteriores

El cuestionario definitivo y las fechas de realización del estudio, serán confirmados por Metro de Madrid.

### 2.1.2 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Una vez concluido el trabajo de campo, la empresa adjudicataria realizará la grabación informática de los resultados de manera estándar para su análisis y que será facilitada a Metro, así como los cuestionarios cumplimentados durante la investigación de campo.

- Para que una encuesta sea válida deberá estar completa.
- Si hubiese alguna pregunta cuya respuesta no sea una valoración de 0 a 10, es decir, que sea categórica, la **transformación de escala** a 0-10 de las preguntas cerradas será la siguiente:
  - 3 respuestas: 0 – 5 - 10
  - 4 respuestas: 0 – 3 – 7 – 10
  - 5 respuestas: 0 – 2 – 5 – 8 – 10
  - 6 respuestas: 0 – 2 – 4 – 6 – 8 – 10
- En cuanto a las preguntas abiertas, debido a la importancia de éstas, el cierre debe ser realizado directamente por personal Técnico y no por encuestadores o codificadores. Se deberá elaborar un Plan de Códigos que será sometido a aprobación por Metro y en cualquier caso el personal Técnico se pondrá en contacto con Metro para la apertura de los nuevos códigos que vayan surgiendo a medida que se cierra el fichero. El fichero una vez codificado se enviará a Metro para que proceda a su revisión. En dicho fichero estarán todos los literales y los códigos que se han asignado. Las

respuestas generales, como “bueno”, “confort”, se requieren que tengan otra pregunta en la que se explore más qué quieren decir con esa respuesta.

### ***Tratamiento de incidencias***

Se establecerán los mecanismos de control necesarios para poder evaluar en todo momento la evolución y posterior conclusión de los trabajos de campo. Para ello, se requiere que la empresa genere tabulaciones específicamente diseñadas para poder ejercer por parte de Metro de Madrid un correcto control de toda la operatoria.

Metro de Madrid supervisará todas las incidencias que se produzcan en las distintas fases del trabajo, tanto en lo que respecta a su tipificación y tratamiento como, en su caso, de la identificación de la jornada o día de trabajo sustituido, que deberá realizarse de acuerdo con unos criterios precisos previamente establecidos por la Dirección de los trabajos.

Metro de Madrid requerirá un informe sobre el trabajo de campo que incluya las incidencias, la supervisión realizada y los trabajos efectuados en la fase de depuración.

### ***Resultado de la encuesta. Tablas***

Se requiere la explotación de resultados mediante la construcción de tablas estadísticas que serán tratadas para su completa comprensión en el caso de que las derivadas de las aplicaciones informáticas estadísticas sean de presentación poco representativa (títulos confusos, encabezamientos de filas o columnas poco claros, etc.). Se requerirá efectuar la explotación de resultados mediante la construcción de tablas estadísticas, en formato compatible con SPSS y hoja de cálculo Excel, que se enviarán dentro de los 10 días tras el trabajo de campo. No habrá informe final de resultados.

- a) Las características de las tablas son las siguientes:

En todas se incluirán los valores absolutos, porcentajes horizontales y verticales, márgenes de error, así como la media y desviación típica cuando proceda.

- b) Las tablas exigidas son:

- Distribución de la muestra respecto de cada una de las variables y tabla cruzada de las mismas
- Cifras totales y por variable de:

- Valoración global de la seguridad en Metro, Renfe y EMT
- Error de la media
- Comparación de los tres transportes
- Evolución con años anteriores
- Valoración por aspectos (incluir media del total de aspectos por variables)
  - Peso por aspectos (incluir media del total de aspectos por variables)
  - Matriz de correlación de los aspectos.
  - Tablas comparativas con otros años.
  - Posicionamiento y cuadro de mando
  - Cuadros de mando.

## 2.2 LOTE 2. ENCUESTA DE FUNCIONAMIENTO DEL CIAC

El objeto de este lote es la realización de un estudio sobre la calidad de servicio que **Metro de Madrid** proporciona a sus Clientes a través del CIAC (Centro Interactivo de Atención al Cliente) para determinar el grado de calidad percibida en este aspecto del servicio.

### 2.2.1 METODOLOGÍA

Cada estudio incluye la realización de encuesta telefónica a una muestra de al menos **300 usuarios** recientes de dicho centro.

El licitador debe contar con un centro de llamadas situado en territorio español.

La población objetivo es usuarios del CIAC mayores de 16 años, en los 15/30 días antes de la realización del trabajo de campo. Al contratista se le proporcionará el número de clientes que han contactado con el CIAC en los últimos 15 días, y si hiciera falta, el último mes.

Los estudios darán respuesta como mínimo a los siguientes objetivos:

- Peso de cada uno de los aspectos de la información suministrada por **Metro de Madrid**.
- Valoración de los mismos.
- Valoración de la información desde una perspectiva global.
- Analizar la convergencia / divergencia de la valoración de los grupos.
- Grado de correlación entre los aspectos mencionados.
- Opinión del cliente sobre los siguientes aspectos en el caso del CIAC:
  - Amabilidad.
  - Profesionalidad.



- Calidad de la información.
- Tiempo de espera.
- Precisión en la respuesta.
- Sugerencias de mejora para mejorar el servicio.

### ***Trabajo de campo***

Con objeto de tomar una muestra representativa del servicio que **Metro de Madrid** ofrece a sus Clientes, el período horario de realización de la encuesta está comprendido entre las:

#### **7 a 22 horas**

Deberá indicarse el número de días que va a durar el trabajo de campo, estableciéndose el máximo en 3 días, durante los meses octubre o noviembre.

El número mínimo de encuestadores requerido es de cuatro (4).

### ***Recogida de datos***

Consiste en entrevistar telefónicamente a una muestra de usuarios del mismo (en toda la Comunidad de Madrid), para conocer su opinión respecto a la calidad del servicio ofrecido. La BBDD de los teléfonos será suministrada por Metro de Madrid.

## **2.2.2 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN**

Una vez concluido el trabajo de campo, la empresa adjudicataria realizará la grabación informática de los resultados de manera estándar para su análisis y que será facilitada a Metro, así como los cuestionarios cumplimentados durante la investigación de campo.

- Para que una encuesta sea válida deberá estar completa.
- Si hubiese alguna pregunta cuya respuesta no sea una valoración de 0 a 10, es decir, que sea categórica, la **transformación de escala** a 0-10 de las preguntas cerradas será la siguiente:
  - 3 respuestas: 0 – 5 - 10
  - 4 respuestas: 0 – 3 – 7 – 10
  - 5 respuestas: 0 – 2 – 5 – 8 – 10
  - 6 respuestas: 0 – 2 – 4 – 6 – 8 – 10

- En cuanto a las preguntas abiertas, debido a la importancia de éstas, el cierre debe ser realizado directamente por personal Técnico y no por encuestadores o codificadores. Se deberá elaborar un Plan de Códigos que será sometido a aprobación por Metro y en cualquier caso el personal Técnico se pondrá en contacto con Metro para la apertura de los nuevos códigos que vayan surgiendo a medida que se cierra el fichero. El fichero una vez codificado se enviará a Metro para que proceda a su revisión. En dicho fichero estarán todos los literales y los códigos que se han asignado. Las respuestas generales, como “bueno”, “confort”, se requieren que tengan otra pregunta en la que se explore más qué quieren decir con esa respuesta.

### ***Tratamiento de incidencias***

Se establecerán los mecanismos de control necesarios para poder evaluar en todo momento la evolución y posterior conclusión de los trabajos de campo. Para ello, se requiere que la empresa genere tabulaciones específicamente diseñadas para poder ejercer por parte de Metro de Madrid un correcto control de toda la operatoria.

Metro de Madrid supervisará todas las incidencias que se produzcan en las distintas fases del trabajo, tanto en lo que respecta a su tipificación y tratamiento como, en su caso, de la identificación de la jornada o día de trabajo sustituido, que deberá realizarse de acuerdo con unos criterios precisos previamente establecidos por la Dirección de los trabajos.

Metro de Madrid requerirá un informe sobre el trabajo de campo que incluya las incidencias, la supervisión realizada y los trabajos efectuados en la fase de depuración.

### ***Resultado de la encuesta. Tablas***

Se requiere la explotación de resultados mediante la construcción de tablas estadísticas que serán tratadas para su completa comprensión en el caso de que las derivadas de las aplicaciones informáticas estadísticas sean de presentación poco representativa (títulos confusos, encabezamientos de filas o columnas poco claros, etc.).

Se requerirá efectuar la explotación de resultados mediante la construcción de tablas estadísticas, en formato compatible con SPSS y hoja de cálculo Excel, que se enviarán dentro de los 10 días tras el trabajo de campo. No habrá informe final de resultados.

Las características de las tablas son las siguientes:

En todas se incluirán los valores absolutos, porcentajes horizontales y verticales, márgenes de error, así como la media y desviación típica cuando proceda:

- Distribución de la muestra respecto de cada una de las variables y tabla cruzada de las mismas
- Evolución en el tiempo de cada una de los aspectos estudiados, sobre todo con el año anterior.
- Cifras totales y por variable de:
  - Motivos llamada al CIAC
  - Valoración del servicio. Atención recibida
  - Valoración aspectos específicos
  - Nivel de conocimiento del servicio
  - Intención uso futuro, recomendación
  - Aspectos mejorables
  - Efectos de la experiencia en la imagen servicio
  - Recomendación
  - Probabilidad de volver a usar CIAC

### 3. ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO

Las empresas licitadoras deberán incluir un cronograma que recoja los hitos del trabajo y su fecha de realización, de cada uno de los lotes. Sirva como guía los siguientes puntos:

FASE I: INICIO:

Revisión del cuestionario

Definición del plan de muestreo. Para la encuesta de imagen contener al menos:

- Tamaño de la muestra
- Método de selección de la muestra
- Captación y selección de los entrevistados
- Grado de fiabilidad de los resultados obtenidos para las cuotas o subgrupos
- Descripción de la metodología

Confección del manual de instrucciones para el personal

Envío a Metro plan de trabajo

## FASE II. FORMACIÓN Y DESARROLLO

- Selección del personal de campo
- Formación del personal de campo
- Acreditación del personal de campo
- Briefing del proyecto al personal de campo
- Envío a Metro del plan de trabajo de campo

## FASE III. ENCUESTACIÓN

- Status del trabajo de campo
- Codificación de los datos recogidos
- Registro de la recogida de datos
- Control de calidad

## FASE IV. TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

- Análisis de los datos
- Elaboración tablas
- Envío a Metro del fichero de tablas

La empresa contratada se acogerá en todo momento a las normas establecidas por **Metro de Madrid, S.A.** al efecto.

## 4. SISTEMA DE MUESTREO

### LOTE 1: IMAGEN

El estudio de campo consistirá en entrevistas vía on-line a través de un panel de clientes usuarios y no usuarios de Metro (dicho panel no será proporcionado por Metro) de edades comprendidas entre los 16 y 75 años, y residentes en la CAM.

### LOTE 2: CIAC

Consiste en entrevistar telefónicamente a una muestra de usuarios del mismo (en toda la Comunidad de Madrid), para conocer su opinión respecto a la calidad del servicio ofrecido. La BBDD de los teléfonos será suministrada por Metro de Madrid.

## **5. RECURSOS HUMANOS**

### **5.1 Requisitos contratación**

El contratista contará con el personal necesario para la ejecución del contrato. Dicho personal dependerá exclusivamente del adjudicatario, el cual tendrá todos los derechos y deberes inherentes a su calidad de empleador respecto del mismo, siendo Metro de Madrid del todo ajeno a dichas relaciones laborales. El contratista procederá inmediatamente, si fuere necesario, a la sustitución del personal preciso de forma que la ejecución del contrato quede siempre asegurada. En todo caso, el adjudicatario suministrará a Metro de Madrid una relación del personal, el cual se someterá a las normas de control y seguridad establecidas.

Asimismo, el personal interviniente será contratado con arreglo a la legalidad vigente.

La empresa contratada tiene que definir y justificar la elección del personal que realizará el trabajo de campo y el estudio técnico (donde consten el nombre, perfil profesional, titulaciones y funciones a desarrollar de las personas que intervendrán en el proyecto, así como la experiencia, de al menos 3 años, en realización de trabajos similares o relacionados con el presente concurso). Se deberá aportar al menos un perfil técnico directamente relacionado con la materia de estudio, presentar el plan de formación a los mismos (sesión a la que acudirán técnicos de Metro de Madrid) y cómo se realiza la recogida de datos.

Metro facilitará un documento donde el Contratista relacione todo el personal contratado para cumplir las normas de Prevención Laboral.

### **5.2 Personal encuestador**

Por otra parte, los encuestadores habrán sido aleccionados previamente sobre la metodología de su trabajo, facilitándose un manual de instrucciones individual para que sea portado por los mismos durante la ejecución de la encuesta.

Se requerirán Jefes de Equipo experimentados que resolverán dudas y observarán que el trabajo se realice adecuadamente.

### **5.3 Actitud de los encuestadores e inspectores de campo**

En todo momento deberá observarse un comportamiento correcto, dado que se está representando a Metro de Madrid.

Los inspectores de campo podrán sustituir momentáneamente a los encuestadores si ello es necesario.

## **6. SUPERVISIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO**

El contratista remitirá a los técnicos de Metro de Madrid los resultados obtenidos en cada jornada a fin de realizar un seguimiento de las variables pactadas.

Las ofertas deberán explicitar un detallado calendario de cada uno de los procesos relacionados con el trabajo de campo. Asimismo, deberán de ofrecer métodos de garantía de cumplimiento del calendario propuesto.

Las ofertas deberán plantear detalladamente la metodología, equipo y medios materiales y humanos puestos al servicio de los trabajos de campo, así como los correspondientes sistemas de gestión y control.

Además de concretar sus propuestas respecto al sistema de captura de información, deberán describir la experiencia del equipo propuesto como responsable del trabajo de campo, así como pormenorizar la relación de medios materiales puestos a disposición del proyecto.

### **Control de las entrevistas y depuración de los resultados**

La empresa deberá realizar, al menos, una supervisión del 15% de las encuestas y el 100% de los encuestadores.

En cada una de las entrevistas procesadas deberá aparecer al menos una variable que indique si ha sido supervisada y, en su caso, al menos una variable con el resultado de la supervisión, por lo que es obligado en todo momento guardar la trazabilidad de cada entrevista. Posteriormente, la empresa deberá realizar una depuración de los datos obtenidos para verificar las cantidades muestrales y cuotas especificadas, y corregir los posibles errores de grabación y las inconsistencias detectadas en las entrevistas.

Metro podrá efectuar inspecciones aleatorias. Si como consecuencia de las mismas se detectaran defectos de procedimiento o baja calidad de la realización del mismo, el adjudicatario se vería obligado a repetir la investigación o a sustituir a miembros del equipo de trabajo que no hayan actuado de forma adecuada.

También hay que desarrollar un método para los entrevistados para minimizar el número de contactos negativos o de sustituciones.

### **Secreto estadístico y difusión de los resultados**

La empresa contratada y todas las personas que a través de ella se relacionan con el presente trabajo quedan sujetas al secreto estadístico en lo que respecta a toda la información que pase por sus manos con motivo de esta operación estadística. (Ley de la Función Estadística Pública, artículo 13 y siguientes).

Las ofertas deberán indicar explícitamente la forma con la que garantizarán el cumplimiento efectivo de dicho secreto.

La información, los tratamientos a que se someta, así como los documentos e informes que se generen, pasarán a ser propiedad de Metro de Madrid desde el mismo momento de la adjudicación y hasta que se finalice en su totalidad el contrato con la empresa contratada.

La información recogida sólo podrá ser utilizada y difundida por parte de la Administración Contratante o a requerimiento de la misma. Asimismo, el resto de los documentos y ficheros que eventualmente sean entregados no podrán ser copiados, reproducidos o facilitados para otros objetivos que no sean los de la encuesta, reservándose Metro de Madrid la propiedad intelectual de los mismos.

## **7. TOMA DE DATOS Y PRESENTACIÓN DE LOS TRABAJOS**

La fecha de inicio de los trabajos se prevé comience en octubre de 2022, aunque esta fecha de inicio podrá ser susceptible de retraso por decisión de Metro de Madrid (huelgas en Cercanías o EMT, etc.). Se harán en cada 4º trimestre durante 3 años (2022, 2023,2024), teniendo cada estudio una duración aproximada de tres meses (entre reuniones previas, trabajo de campo, hasta la entrega del informe final).

Metro de Madrid entregará un formato preestablecido en Excel, que se deberá cumplimentar.

Una semana antes del inicio del trabajo de campo la empresa contratada presentará la Programación de los Trabajos de campo, para conocimiento y supervisión de Metro

## LOTE 1: ENCUESTA DE IMAGEN

El trabajo de campo se llevará a cabo durante el 4º trimestre. El número de días máximo de recogida de datos, será de **21 días naturales** (Octubre –Noviembre). Dichas fechas podrían ser modificadas si hubiera alguna circunstancia (huelgas en Cercanías o EMT, etc.) que afectara de forma considerable al sistema de transporte de Madrid.

Se efectuará la explotación de resultados mediante la construcción de tablas estadísticas, en formato SPSS y hoja de cálculo Excel. Este fichero tiene que ser entregado a Metro de Madrid en un máximo de **10 días hábiles posteriores a la finalización de trabajo de campo**.

Se entregará 1 copia del estudio en soporte informático. Así mismo, una vez terminados los trabajos, se entregará a Metro el conjunto de los cuestionarios cumplimentados. También se entregará a Metro la BBDD en SPSS y/o Excel, y los archivos de las tablas con los datos usados.

## LOTE 2: ENCUESTA DE FUNCIONAMIENTO DEL CIAC

El trabajo de campo en principio se realizará en el último trimestre del año. Dichas fechas podrían ser modificadas si hubiera alguna circunstancia (huelgas en Cercanías o EMT, etc.) que afectara de forma considerable al sistema de transporte de Madrid.

Para los estudios, la documentación final de los trabajos referida al apartado “Resultado de la encuesta. Tablas” ha de ser entregada, como muy tarde, **10 días hábiles después de la terminación del trabajo de campo**.

Se entregará una copia en soporte informático. Así mismo, una vez terminados los trabajos, se entregará a **Metro de Madrid** el conjunto de los cuestionarios cumplimentados, la BBDD en formato Excel y los archivos de las tablas con los gráficos usados en el informe de resultados.

## 8. NORMATIVA

Las empresas licitadoras deben acreditar que están certificadas en la norma UNE ISO 20252, calidad en investigación de mercado, social y opinión, específica del sector, o equivalente.



Todas las prescripciones y especificaciones técnicas que se formulen en el presente pliego por referencia a cualesquiera de las tipologías normativas recogidas por el artículo 42.3 b) de la Directiva 2014/24/UE, de 26 de febrero, sobre Contratación Pública, habrán de entenderse hechas también a sus equivalentes, correspondiendo al licitador acreditar dicha equivalencia en la forma establecida en el artículo 42.5 de la mencionada Directiva.

## 9. ANEXOS

### 9.1 Cuestionarios

#### ESTUDIO DE IMAGEN DE METRO DE MADRID METRO DE MADRID

Octubre de 2021

#### PRESENTACIÓN

Estamos realizando un estudio sobre imagen de medios de transporte en la Comunidad de Madrid. ¿Sería tan amable de colaborar con nosotros contestándome a unas preguntas?

**Sus respuestas serán tratadas de manera confidencial y, además, serán agrupadas con las de otras personas que están colaborando en el estudio. Muchas gracias.**

*La introducción no se mostrará*

#### DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE MUESTRA Y CONTROL DE CUOTAS

##### TIPO DE MUESTRA

- Municipio de Madrid.....1
- Metro Sur .....2
- TFM.....3
- Metro Norte .....4
- Metro Este.....5
- Resto Comunidad .....6

(Grabar código INE municipio dentro de cada submuestra) → Lo añadiremos en fichero

##### F1. SEXO: ¿Eres...?

- 1 Hombre
- 2 Mujer

##### F2. EDAD: ¿Cuántos años tienes? |\_\_|\_\_| años

##### F3. ANOTAR TRAMO DE EDAD

- |                            |            |    |
|----------------------------|------------|----|
| – Menos de 16 años.....    | ENTREVISTA | NO |
| <b>VÁLIDA</b>              |            |    |
| – Entre 16 y 24 años.....1 | CONTINUA   |    |
| – Entre 25 y 34 años.....2 | CONTINUA   |    |
| – Entre 35 y 44 años.....3 | CONTINUA   |    |

- Entre 45 y 54 años.....4 CONTINUA
- Entre 55 y 59 años.....5 CONTINUA
- 60 años y más.....6 CONTINUA

**F.4 ¿Tú o algún miembro de tu familia trabajan en alguno de los siguientes sectores o empresas?**

- Publicidad / Marketing→ **ENTREVISTA NO VALIDA**
- Estudios de Mercado y Opinión Pública→ **ENTREVISTA NO VALIDA**
- Metro de Madrid→ **ENTREVISTA NO VALIDA**
- Empresa Municipal de Transportes de Madrid→ **ENTREVISTA NO VALIDA**
- RENFE Cercanías→ **ENTREVISTA NO VALIDA**
- Ninguno de los anteriores→ **CONTINUA**

P.0 Por favor, dígame el nombre de una empresa de transporte de viajeros de la Comunidad de Madrid.

---

#### IMAGEN: DIMENSIÓN GLOBAL

P.1 En una escala de 0 a 10, en la que 0 es la peor puntuación posible y 10 la mejor, ¿qué imagen tienes de las siguientes empresas de transporte público? (*rotar*)

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	No conozco
Metro de Madrid												97 -> ENTREVISTA NO VÁLIDA
EMT de Madrid												97
RENFE Cercanías												97

#### IMAGEN: IMAGEN DE LA GESTIÓN DEL SERVICIO

P2. En tu opinión, que valoración tiene de Metro de Madrid, EMT de Madrid y a-Renfe Cercanías en los siguientes aspectos que tienen que ver con LA GESTION DEL SERVICIO que prestan. Para ello utilice una escala de 0 a 10 donde 0 es la menor valoración posible y 10 la máxima.

	Metro de Madrid	EMT de Madrid	Renfe Cercanías
• Eficacia en la gestión (rapidez, comodidad, limpieza, seguridad...)	/ / / 97 No sabe	/ / / 97 No sabe	/ / / 97 No sabe
• Preocupación por mejorar la calidad servicio	/ / / 97 No sabe	/ / / 97 No sabe	/ / / 97 No sabe
• Compromiso por mejorar la experiencia del usuario	/ / / 97 No sabe	/ / / 97 No sabe	/ / / 97 No sabe

# IMAGEN: REPUTACION DE LA EMPRESA

P3. Y por favor, valore a Metro de Madrid, a la EMT de Madrid y a Renfe Cercanías en los siguientes aspectos que tienen que ver con la REPUTACION y LIDERAZGO de estas compañías. Para ello utilice una escala de 0 a 10 donde 0 es la menor valoración posible y 10 la máxima.

	Metro de Madrid	EMT de Madrid	Renfe Cercanías
1. Ética con los usuarios y con la sociedad	/ / / 97 No sabe	/ / / 97 No sabe	/ / / 97 No sabe
2. Comprometida con el medio ambiente	/ / / 97 No sabe	/ / / 97 No sabe	/ / / 97 No sabe
1. Experiencia en la gestión del transporte público	/ / / 97 No sabe	/ / / 97 No sabe	/ / / 97 No sabe
3. Empresa con reconocimiento internacional en el sector del transporte público	/ / / 97 No sabe	/ / / 97 No sabe	/ / / 97 No sabe

- P4. A continuación, verás una serie de aspectos relacionados con el DINAMISMO de una compañía. Indica, en qué medida valoras a las siguientes empresas de transporte como... (utilice una escala de 0 a 10 donde 0 es la menor valoración posible y 10 la máxima).

	Metro de Madrid	EMT de Madrid	Renfe Cercanías
4. Empresa que incorpora nuevas tecnologías	/___/ 97 No sabe	/___/ 97 No sabe	/___/ 97 No sabe
2. Empresa con vocación / voluntad de mejora	/___/ 97 No sabe	/___/ 97 No sabe	/___/ 97 No sabe
3. Empresa innovadora	/___/ 97 No sabe	/___/ 97 No sabe	/___/ 97 No sabe
1. Empresa en expansión/que crece	/___/ 97 No sabe	/___/ 97 No sabe	/___/ 97 No sabe

- P5. Me podría valorar los siguientes rasgos de IDENTIFICACIÓN para cada una de las siguientes empresas.

	Metro de Madrid	EMT de Madrid	Renfe Cercanías
Empresa que se identifica con Madrid	/___/ 97 No sabe	/___/ 97 No sabe	/___/ 97 No sabe
Empresa ofrece una mejor experiencia	/___/ 97 No sabe	/___/ 97 No sabe	/___/ 97 No sabe

- P6. Me gustaría que me valorase, en general, la publicidad y comunicación que realiza cada una de las siguientes empresas de transporte.

	Metro de Madrid	EMT de Madrid	Renfe Cercanías
1. Valoración de la comunicación	/ / / 97 No sabe	/ / / 97 No sabe	/ / / 97 No sabe

- P7. Con que valoración (utilice una escala de 0 a 10 donde 0 es la menor valoración posible y 10 la máxima) recomendaría cada una de las empresas:

	Metro de Madrid	EMT de Madrid	Renfe Cercanías
1. Valoración de recomendación	/ / / 97 No sabe	/ / / 97 No sabe	/ / / 97 No sabe

## PREFERENCIA

A continuación, le voy a mostrar una serie de afirmaciones relacionadas con Metro de Madrid. Para ello, utiliza una escala de 0 a 10, donde 0 es Totalmente en desacuerdo y 10 Totalmente de acuerdo

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	No sé
P8.1. Metro es el medio de transporte público que prefiero	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	98
P8.2 Metro de Madrid es la empresa de referencia en el transporte público	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	98
P8.3. En comparación con otros servicios públicos como la sanidad, la educación, la seguridad ciudadana, etc... el servicio de Metro es el que mejor funciona	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	98

## PREGUNTAS SOCIODEMOGRÁFICAS

**A1. Centrándote en tus desplazamientos cotidianos, ¿cuál/cuáles son los medios de transporte que utilizas?, ¿y con qué frecuencia los utilizas en tus desplazamientos cotidianos?**

	Más de 20 viajes semanales	De 11 a 20 viajes semanales	De 4 a 10 viajes semanales	Menos de 4 viajes semanales	No utilizo / Nunca
Tren de Cercanías	4	3	2	1	0
Autobús Interurbano	4	3	2	1	0
Autobús Urbano de Madrid ciudad	4	3	2	1	0
Autobús Urbano de otras ciudades	4	3	2	1	0
Metro de Madrid	4	3	2	1	0
Otros	4	3	2	1	0

**A2. ¿Cuál es tu situación laboral?**

- Trabajando ..... 1
- Estudiando ..... 2
- Parado ..... 3
- Ama de casa ..... 4
- Jubilado ..... 5



# Cuestionario del CIAC

ESTUDIO Nº

(1-7)

Nº CU- (10-14)

01

FICHA (8-9) 01

De acuerdo con la LEY DE PROTECCIÓN DE DATOS vigente y el código CCI ESOMAR referidos a la protección y tratamiento de datos, toda la información que nos facilite en este cuestionario será tratada exclusivamente con fines estadísticos no pudiendo ser utilizada de forma nominal.

Buenos días, me llamo \_\_\_\_\_ y trabajo para la empresa \_\_\_\_\_, que se dedica a la investigación social. Actualmente estamos realizando una investigación sobre Metro de Madrid. Es de mucho interés para nosotros conocer su experiencia y sus opiniones al respecto. Sus datos personales no quedarán registrados en ninguna parte; sólo hacemos un tratamiento estadístico de la información que nos den todos los entrevistados. ¿Sería tan amable de responderme unas preguntas? La entrevista durará unos minutos.  
GRACIAS POR RESPONDER.

## FILTROS

F.1. ¿Recuerda haber llamado Vd. o algún miembro de su familia al Servicio de Información Telefónica de Metro de Madrid, cuyos números son el 902 444 403 y el 917 796 399?

Sí	1 → P1
No	2 → FIN DE LA ENTREVISTA
NS/NC	9 → FIN DE LA ENTREVISTA

F.2 ¿Es Ud. trabajador de METRO DE MADRID, EMT o CERCANÍAS RENFE?

SI ..... 1 FIN DE LA ENCUESTA

NO ..... 2 Pasar a P1

P1. ¿Cuál fue el motivo de su llamada al Servicio de Información Telefónica de Metro de Madrid? Si ha llamado varias veces, piense en la última vez que lo haya hecho, y dígame, por favor, si llamó para... (LEER)

Solicitar información general Metro	1
Trayectos	2
Ocio / Cultura	3
Incidencias en el servicio (cortes líneas, demoras, retrasos)	4
Objetos perdidos	5
Obras / ampliaciones	6
Plantear una reclamación / sugerencia	7
Tarjeta Transporte Público (TTP)	8
Otros motivos (especificar):	9
_____	
_____	
_____	

P2. ¿Cómo calificaría Ud., en general, la atención recibida en el Servicio de Información Telefónica de Metro? ¿Diría Ud. que fue...? (LEER)

Muy buena	5
Buena	4
Regular	3
Mala	2
Muy mala	1
NS/NC (no leer)	9

**P3. En esa ocasión, ¿cómo valora el tiempo transcurrido entre que Ud. efectuó la llamada y que ésta fue atendida por la telefonista? Diría Ud. que fue... (LEER)**

Excesivo	1 → P4
Adecuado, normal	2 → P5
Muy breve, casi instantáneo	3 → P5
NS/NC (no leer)	9 → P5

**P4. ¿Por qué le pareció excesivo: tardaron en atenderle, comunicaba...? (NO SUGERIR) Una única respuesta**

Llamó una sola vez y tardaron mucho en atenderle	1
Tuvo que llamar más de una vez hasta que le atendieron	2
Tuvo que llamar más de una vez porque estaba comunicando	3
Otras, ¿cuáles?	4
_____	
_____	
NS/NC (no leer)	9

(SÓLO SI EN P1 CONTESTÓ 1: SI EL MOTIVO DE LA LLAMADA FUE "SOLICITAR UNA INFORMACIÓN")

**P5. Esa información, ¿se la facilitaron en el transcurso de la llamada o tuvo que llamar otra vez para que se la dieran? (NO SUGERIR)**

En la misma llamada	1→ P5a
Le llamaron ellos	2→ P5b
Tuvo que llamar más tarde	3→ P6
Tuvo que llamar varias veces	4→ P6
NS/NC (no leer)	9→ P6

**P5a. En su opinión, ¿el tiempo que tuvo que esperar hasta que respondieron a su pregunta fue...? (LEER)**

Excesivo	1→ P6
Adecuado, normal	2→ P6
No tuvo que esperar, respondieron en el acto	3→ P6
NS/NC (no leer)	9→ P6

**P5b. En su opinión, ¿el tiempo que tardaron en devolverle la llamada para facilitarle la información a su pregunta fue...? (LEER)**

Excesivo	1→ P6
Adecuado, normal	2→ P6
No tuvo que esperar, respondieron en el acto	3→ P6
NS/NC (no leer)	9→ P6

(TODOS)

A continuación le voy a preguntar sobre el trato con que le atiende el personal de este servicio y la precisión de la respuesta que le proporciona.

P6. En cuanto al trato con que le atendieron, ¿diría Ud. que fue...? (LEER)

Muy bueno	1→ P7
Bueno	2→ P7
Regular	3→ P6a
Malo	4→ P6a
Muy malo	5→ P6a
NS/NC (no leer)	9→ P7

P6a. ¿Por qué no está Ud. plenamente satisfecho con el trato que le dieron? (NO LEER) Una única respuesta

Se mostraron antipáticos	1
Mostraron poco interés o contestaban de forma mecánica/automática.	2
Le hicieron esperar demasiado	3
Otros motivos, ¿cuáles?	4
_____	
_____	
NS/NC (no leer)	9

P7. En cuanto a la precisión de la respuesta que le proporcionaron, ¿diría Ud. que fue...? (LEER)

Muy buena	1→ P8
Buena	2→ P8
Regular	3→ P7a
Mala	4→ P7a
Muy mala	5→ P7a
NS/NC (no leer)	9→ P8

P7a. ¿Por qué no está Ud. plenamente satisfecho con la precisión de la respuesta que le dieron? (NO LEER) Una única respuesta

Mostraron desconocimiento / dieron información incompleta / errónea	1
No mostraron interés por atenderle bien	2
Le remitieron a otro servicio / organismo	3
(Ante una reclamación / queja) No recibió respuesta posterior	4
Le respondió una máquina/contestador	5
Otras, ¿cuáles?	6
_____	
_____	
NS/NC (no leer)	9

P8. ¿Le ofrecieron enviarle alguna información por correo electrónico?

SI	1
NO	2
NS/NC (no leer)	9

(SÓLO SI EN P1 CONTESTÓ 5: SI EL MOTIVO DE LA LLAMADA FUE "BUSQUEDA DE UN OBJETO PERDIDO")

P8a. ¿Ha logrado recuperar su objeto perdido tras su llamada? (NO LEER)

Si como consecuencia de la llamada	1
Si por otras causas	2
No	3
NS/NC (no leer)	9

A TODOS

P10. ¿Es la primera vez que utiliza los servicios del CIAC?

SI	1
NO	2

P11. ¿Considera que el servicio ofrecido ha mejorado?

Ha mejorado	1
Se mantiene igual	2
Ha empeorado	3
NS/NC (no leer)	9

P12. Tras su experiencia con el Servicio de Información Telefónica de Metro, ¿piensa Ud. que lo va a seguir utilizando en el futuro? (LEER)

Seguramente, sí	4
Lo más probable es que sí	3
Lo más probable es que no	2
Seguramente, no	1
NS/NC (no leer)	9

P13. ¿Recomendaría a un familiar o amigo utilizar el Servicio de Información Telefónica de Metro? (LEER)

Seguramente, sí	4
Lo más probable es que sí	3
Lo más probable es que no	2
Seguramente, no	1
NS/NC (no leer)	9

P14. ¿Le hubiese gustado contactar con Metro de Madrid a través de otros canales? Indicar cuál.

<hr/>	
-------	--

P15. Para terminar, por favor, dígame qué cree que se podría mejorar del Servicio de Información Telefónica de Metro.

<hr/>	
<hr/>	
<hr/>	

## Datos

### D1. Sexo

Hombre	1
Mujer	2

### D2. ¿Podría decirme su edad?

De 16 a 24 años	1
De 25 a 34 años	2
De 35 a 44 años	3
De 45 a 54 años	4
De 55 a 59 años	5
Más de 59 años	6

### D3. Nacionalidad (LEER)

Nacional residente CCMM	1
Nacional turista	2
Extranjero residente CCMM	3
Extranjero turista	4

### D4. Frecuencia semanal con la que suele usar el Metro (LEER)

Menos de 4 viajes	1
De 4 a 10 viajes	2
De 11 a 20 viajes	3
Más de 20 viajes	4

### D5. ¿Cómo diría que es su imagen de Metro de Madrid tras su llamada al Servicio de Información Telefónica de Metro de Madrid? (LEER)

Ha mejorado mucho	5
Ha mejorado algo	4
No es mejor ni peor	3
Ha empeorado algo	2
Ha empeorado mucho	1

¡¡¡Gracias por su colaboración!!!!

### Datos entrevista:

Entrevistador: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_/Mes Hora (0-24): \_\_ \_\_

### Datos fichero de partida:

Fecha	Hora_minuto	Código Operación Descripción (1-13)