



Comunidad
de Madrid

CONSEJERÍA DE VIVIENDA,
TRANSPORTES E INFRAESTRUCTURAS

Este documento se ha obtenido directamente del original que contenía la firma auténtica y, para evitar el acceso a datos personales protegidos, se ha ocultado el código que permitiría acceder al original.



**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS
PARTICULARES PARA “LA MEDICIÓN DE LA
CALIDAD DEL SERVICIO EN LAS OFICINAS
DE GESTIÓN DE LA TARJETA
TRANSPORTE PÚBLICO DE LA COMUNIDAD
DE MADRID MEDIANTE LA TÉCNICA DE
CLIENTE MISTERIOSO Y EVALUACIÓN DE
LA CALIDAD PERCIBIDA POR EL CLIENTE.”**



ÍNDICE

1.	Introducción	3
2.	Objeto	4
3.	Alcance	5
4.	Cliente misterioso	6
4.1.	Servicios objeto de contratación	6
4.2.	Metodología	7
4.2.1.	Frecuencia de la medida	7
4.2.2.	Cuotas de selección	7
4.2.3.	Distribución de las visitas	7
4.2.4.	Lugares de realización.....	9
4.2.5.	Recursos humanos y técnicos	9
4.2.6.	Formularios	10
4.2.7.	Supervisión del trabajo de campo	10
4.2.8.	Fecha de toma de datos y presentación de los trabajos	11
4.2.9.	Definición, desarrollo y evolución de los indicadores	11
5.	Evaluación calidad percibida	12
5.1.	Metodología	13
5.1.1.	Universo del estudio y muestra	13
5.1.2.	Entrevistas	14
5.1.3.	Formación del equipo	15
5.1.4.	Seguimiento y supervisión del trabajo	16
5.1.5.	Explotación de resultados.....	18
6.	Equipo de trabajo	19
7.	Seguimiento del contrato.....	20
7.1.	Entregables	20
7.2.	Acuerdos de Nivel de Servicio	21
8.	Tratamiento de la información	24
9.	Condiciones generales	26
10.	Presentación de los trabajos	27



11.	Programa de trabajo.....	27
12.	Anexos.....	29



1. INTRODUCCIÓN

El Consorcio Regional de Transportes Públicos Regulares de la Comunidad de Madrid (en adelante CRTM), conforme a la Ley 5/1985, de Creación del CRTM, es la autoridad única encargada de coordinar a todas las empresas que forman el Sistema de Transporte Público Regular de la Comunidad de Madrid y establecer las condiciones en las que debe prestarse el servicio. Entre las funciones que tiene atribuidas se encuentran la información y las relaciones con los usuarios. El Decreto 46/2013, de 6 de junio, del Consejo de Gobierno, por el que se establece la estructura orgánica de la Dirección-Gerencia del CRTM, atribuye la competencia en materia de atención al cliente a la Secretaría General de este Organismo. A su vez, la Resolución de 7 de agosto de 2013, de la Dirección-Gerencia del CRTM, por el que se publica el acuerdo de la Comisión Delegada del Consejo de Administración de este Organismo, de fecha 11 de julio de 2013, determina que el Área de Calidad y Atención al Cliente, perteneciente a dicha Secretaría General, entre otras funciones, es la encargada de la tramitación y contestación de las quejas y sugerencias de los usuarios del transporte público, así como de la información al usuario sobre el transporte público dependiente del Consorcio, a través de los diversos canales de Atención al Ciudadano.

La red de transportes públicos regulares de la Comunidad de Madrid registró en 2023, algo más de 1.600 millones de viajeros. Un aspecto fundamental de este transporte público es su intermodalidad. Esta característica es posible gracias a la existencia de títulos de transporte de transporte multimodal, propios del CRTM y no de los diferentes operadores de transporte. Así, prácticamente el 80% de estos viajes se realizaron con títulos personales; fundamentalmente abonos mensuales o anuales. Todos estos viajes se cargan en tarjetas de transporte público personales (en adelante TTP-personal). El 13% de los viajes se realizaron con títulos de 10 viajes, muchos de los cuales permiten viajar en diferentes modos (por ejemplo “metrobus 10 viajes”) que se cargan en tarjetas de transporte público no personales denominadas “multi” (en adelante TTP-multi).

Todas las TTP (personales y no personales) son soportes del CRTM que contienen títulos propios del CRTM. La personalización de las TTP-personal se realiza en las oficinas del CRTM, ya sea con presencia física del interesado, o bien mediante solicitud telemática, personalización en backoffice y posterior envío por correo postal. Las TTP-Multi, así como los títulos de transporte que se cargan en cualquiera de las TTP, se adquieren a través de una extensa red de distribuidores, garantizando así el acceso universal al transporte. En ese sentido, debemos considerar a todos estos usuarios como verdaderos clientes del CRTM.

La relación del CRTM con sus clientes y, en general, con los usuarios del transporte público de la Comunidad de Madrid es multicanal. En 2023 se superaron los 3 millones de atenciones. Estas atenciones consisten en información y trámites relacionados con la TTP.

Por canal las cifras registradas fueron las siguientes:



3. ALCANCE

La medición de la calidad del servicio se realizará mediante la técnica de Cliente Misterioso en las OO.GG TTP (23 actualmente) ubicadas en intercambiadores, estaciones de Metro, Renfe y en municipios de la Comunidad de Madrid que se relacionan a continuación:

- Oficina principal de CRTM
- Plaza Castilla
- Nuevos Ministerios
- Avda. América
- Príncipe Pío
- Moncloa
- Aeropuerto Terminal T2
- Aeropuerto Terminal T4
- Atocha
- Sol
- Méndez Álvaro
- Plaza Elíptica
- Móstoles
- Leganés
- Fuenlabrada
- Alcorcón
- Getafe
- Parla
- Aranjuez
- Alcalá de Henares
- Torrejón de Ardoz
- Alcobendas
- Collado Villalba
- Coslada



A lo largo del contrato, el número de oficinas, el horario y los puestos de atención pueden variar en función del volumen de atenciones, de cambios de ubicación o de las adaptaciones de las oficinas actuales. El horario, ubicación y puestos de atención de las oficinas de gestión actuales está en el anexo 1.

En el caso del estudio de opinión, se realizará una encuesta anual a una muestra de usuarios que hayan sido atendidos en las OOGG TTP a la salida de las mismas.

4. CLIENTE MISTERIOSO

Una parte del contrato es la medición de la calidad del servicio en las OOGG mediante la técnica de cliente misterioso.

4.1. Servicios objeto de contratación

A continuación, se indican los servicios objeto de contratación, incluyendo las siguientes actividades:

- Definición y desarrollo de los indicadores asociados a los aspectos del servicio en base a las necesidades del contratante y la experiencia del Adjudicatario.
- Definición de cuestionarios y pautas para la toma de datos.
- Determinación y toma de muestras estadísticas significativas para la medición.
- Planificación y captación de datos mediante la técnica de cliente misterioso.
- Grabación y estructuración de la información en soporte digital para su posterior análisis.
- Análisis estadístico de los datos obtenidos en las visitas.
- Elaboración de informes con las conclusiones del periodo de medición.
- Interlocución permanente con los responsables de CRTM. Realización de sesiones periódicas conjuntas (al menos una vez cada tres meses) para revisar y afinar las pautas de valoración.
- Adaptación de los formularios e indicadores en el caso de que se produzcan variaciones del servicio, necesidades operativas, cambios estructurales o nuevas demandas de información por parte de CRTM.

Si bien CRTM proporcionará una referencia de procedimientos y análisis, el Adjudicatario deberá desarrollar y evolucionar los modelos e indicadores aportados, siendo un valor fundamental de la contratación la mejora de los modelos e indicadores existentes en base a su experiencia.

En todos los casos las mediciones deberán ser realizadas de forma totalmente anónima ya que en dichas mediciones se evalúa el resultado de una interacción con personal de los



centros de trabajo y requieren no ser descubiertas, pues desvirtuarían el resultado final del estudio.

CRTM no sufragará los gastos de títulos de transporte para el acceso a la red o para las gestiones a realizar en las oficinas de los clientes misteriosos, dichos gastos correrán a cargo del Adjudicatario.

Se determina un periodo inicial para el Adjudicatario de quince días naturales desde la adjudicación del contrato destinado a la planificación, adaptación, generación de cuestionarios, formación de clientes misteriosos y desarrollo de los sistemas de información necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

A la finalización del proyecto todos los datos generados en el mismo (cuestionarios, programaciones, pautas, metodología estadística, etc.) así como los desarrollos de software generados pasarán a ser propiedad de CRTM.

4.2. Metodología

La metodología propuesta para la toma de datos se expresa en los siguientes apartados:

4.2.1. Frecuencia de la medida

Los indicadores tendrán una frecuencia de medición trimestral. Esta frecuencia hace referencia a la medición, cálculo y elaboración de informes requeridos para analizar la evolución.

4.2.2. Cuotas de selección

Para garantizar la objetividad del estudio, la muestra deberá ser representativa de las diferentes oficinas por lo que la distribución de la misma se deberá planificar en función del número de visitas, número de agentes y horario de prestación. En todo caso, la distribución se ajustará en función de la fecha de adjudicación y siempre de forma consensuada con el CRTM.

Nº de auditorías: 105 visitas/trimestre – 420 anuales.

4.2.3. Distribución de las visitas

La distribución de las visitas debe ser representativa a lo largo del periodo de medición y a lo largo del periodo horario, esta circunstancia será tenida en cuenta por el Adjudicatario en su planificación.

Cada trimestre, el Adjudicatario elaborará una planificación de visitas que deberá ser facilitada a CRTM con al menos una semana de antelación. Esta planificación contemplará todas las mediciones del periodo para cada indicador con una desviación admisible del 10% en cuanto



a su posterior cumplimiento. En cada informe trimestral se evaluará el grado de consecución de la planificación prevista de forma que las correcciones necesarias se trasladen, si fuera necesario, al siguiente trimestre.

El reparto de las visitas se realizará en base a los siguientes criterios:

A) Utilización de las oficinas de gestión

Se entiende que las oficinas con una mayor demanda de usuarios han de recibir más visitas. Esto es así porque la ponderación final, en la mayor parte de los casos, se realiza teniendo en cuenta dicha utilización y es por tanto conveniente obtener la mayor fiabilidad posible en aquellas medidas que tendrán un mayor peso en la valoración final. La distribución de las visitas determinadas por la muestra debe seguir criterios de reparto similares a los que se indican a continuación:

DISTRIBUCIÓN DE VISITAS	Laborables	Sábados	Total Frania
Mañana (7:00-14:00)	45%	6%	51%
Tarde (14:00-22:00)	45%	4%	49%
Total tipo día	90%	10%	100%

De igual manera se tendrá en cuenta la demanda de usuarios de las oficinas de gestión en día laborable y sábados. En el anexo 2 figuran el número de usuarios orientativo que tiene cada oficina al mes. CRTM facilitará al Adjudicatario un listado con el volumen de usuarios/mes por oficina, al principio/final de cada periodo de medición para las programaciones de visitas y los cálculos de cada indicador.

B) Número de agentes por oficina

Teniendo en cuenta que cada oficina cuenta con un número específico y variable de puestos de trabajo, las oficinas que tengan un mayor número de puestos de trabajo serán las que deben tener mayor número de visitas. En el anexo 1 figuran orientativamente el número de puestos por oficina que puede variar a lo largo de la prestación del servicio. CRTM facilitará al Adjudicatario el volumen total de agentes por oficina, al principio/final de cada periodo de medición para las programaciones de visitas y los cálculos de cada indicador.

Es necesario que al final de cada periodo de medición, se haya realizado una valoración a cada uno de los agentes.

A lo largo de la vigencia del contrato, el CRTM se reserva la posibilidad de indicar al Adjudicatario que realice una visita a un agente específico para detectar posibles anomalías en el servicio.

C) Horario de prestación por oficina



La programación de las visitas en cada periodo de medición, también dependerán del horario de cada una de ellas, de tal modo, que las oficinas que tengan un horario más amplio serán las que reciban un mayor número de visitas. En el anexo 1 figura el horario de prestación orientativo de cada una de las oficinas. CRTM facilitará al Adjudicatario el horario de prestación por oficina, al principio/final de cada periodo de medición para las programaciones de visitas y los cálculos de cada indicador.

4.2.4. Lugares de realización

Las visitas se realizarán en las OOGG TTP distribuidas por la red, según se detallan en el anexo 1 y simulando alguno de los escenarios acordados en las pautas de valoración.

4.2.5. Recursos humanos y técnicos

Para la realización del trabajo de campo, el Adjudicatario debe contar con un equipo de profesionales debidamente acreditados que cumplan fundamentalmente con dos requerimientos específicos: objetividad, anonimato/discreción.

En relación con el requerimiento de objetividad, es necesario acreditar la formación y la experiencia en este tipo de actividades para el equipo humano designado para el proyecto por parte del licitador. En relación con el requerimiento de anonimato/discreción, es necesario demostrar un correcto dimensionamiento del equipo de inspectores para garantizar que no se repiten interacciones que ponen en riesgo el anonimato de los mismos.

El Adjudicatario deberá designar, entre el equipo humano que se proponga adscribir a la ejecución del contrato, un Jefe de Proyecto encargado del seguimiento y dirección del trabajo. Este responsable habrá de contar con una experiencia acreditable de al menos 3 años en actividades similares.

En el supuesto de que el jefe de proyecto fuera sustituido por parte del Adjudicatario durante el período de ejecución del contrato, la persona que le sustituya deberá contar con experiencia igual o superior a las requeridas para dichos perfiles y su nombramiento deberá ser aceptado expresamente por el responsable del contrato del CRTM con anterioridad a la sustitución.

El evaluador deberá registrar todos los datos relativos a los criterios de calidad considerados con la mayor objetividad posible y en base a las pautas que hayan sido acordadas en la fase de definición y desarrollo de cada uno de los indicadores.

En los aspectos evaluados en los que se produce interacción con el personal que presta servicio, el anonimato es un requerimiento fundamental. Se hace necesario en este caso una correcta asignación de evaluadores y una gestión de la planificación de las visitas que garantice que el evaluador no es identificado.



El Adjudicatario deberá contar con medios tecnológicos que permitan el tratamiento eficiente de la información para garantizar los siguientes puntos:

- Toma de datos programada y automatizada que optimice la asignación de los trabajos y la disponibilidad de los datos recopilados en el menor tiempo posible. En este sentido se considera que toda la recogida de información se deberá efectuar mediante tablets que permitan su volcado inmediato.
- Control de calidad estadístico automatizado que verifique y controle posibles sesgos o errores relativos a la medición y al medidor para poder tomar medidas correctoras que permitan mejorar la fiabilidad y fidelidad del dato.
- Sistema de almacenamiento y tratamiento digitalizado de toda la información recogida en el trabajo para su entrega al CRTM.

4.2.6. Formularios

En el anexo 3 se muestran los cuestionarios propuestos de forma que puedan ser utilizados por el Adjudicatario de forma estimativa para la evaluación de la complejidad de cada tipo de inspección. Estos cuestionarios podrían variar en la definición y estudio que realicen conjuntamente CRTM y el Adjudicatario en la fase inicial del proyecto donde se revisarán pormenorizadamente.

Se indica la necesidad de que un porcentaje del 10% de las visitas se realicen en inglés para poder valorar la atención prestada por los agentes en otro idioma.

Las cuestiones que se plantearán en cada visita se realizarán según los porcentajes que aparecen a continuación:

- **Escenario Tipo A (20%):** Cuestiones sobre la adquisición de la tarjeta por primera vez, respecto a los canales disponibles para la petición de cita previa o la solicitud online de la tarjeta.
- **Escenario Tipo B (50%):** Cuestiones relacionadas con incidencias con la tarjeta como, por ejemplo, extravíos, deterioros, carga y recarga, etc.
- **Escenario Tipo C (30%):** Cuestiones relacionadas con la petición de información sobre la tarjeta como, por ejemplo, red de carga y recarga, tarifas, descuentos por familia numerosa o discapacidad, tarjeta infantil, tarjeta multi, APPs, etc.

En el periodo inicial del contrato se acordará con el Adjudicatario las preguntas a efectuar en cada uno de los escenarios, que podrán ir cambiando a lo largo del contrato en función de los cambios que se produzcan en el servicio.

4.2.7. Supervisión del trabajo de campo



El licitador deberá especificar en la oferta, de forma detallada, el método por el cual tiene previsto evaluar la calidad de las visitas realizadas por el personal de campo. En este sentido se especificarán de forma detallada los controles de validación que van a realizarse de forma automatizada para el control del sesgo de la calibración, la tasa de repetición de visitas para contraste y otros mecanismos adicionales que el contratista disponga para garantizar la objetividad continua del estudio.

Se efectuará un control de calidad por parte del Adjudicatario que tendrá por objeto consolidar la información del cuestionario para validar que cumple con todos los requerimientos marcados.

4.2.8. Fecha de toma de datos y presentación de los trabajos

El trabajo de campo se realizará durante todos los días del año (lunes a domingo) en base a la programación establecida por la distribución muestral específica para cada indicador, con las bases mencionadas en los apartados anteriores. Dichas programaciones podrían ser modificadas puntualmente si se produjeran circunstancias (cierre de oficinas, huelgas, etc.) que afecten de forma considerable al servicio de las oficinas de gestión.

El CRTM proporcionará información, siempre que sea posible, sobre las diferentes modificaciones del servicio que afecten al horario de prestación de las oficinas, en cuyo caso las mediciones sobrantes se distribuirán homogéneamente en el resto de la red o tal como CRTM designe al adjudicatario.

Previo a la realización del trabajo de campo de cada periodo de medición (trimestral), la empresa adjudicataria presentará la programación/planificación de visitas para conocimiento y supervisión de CRTM al menos una semana antes del inicio de los trabajos.

Tanto los informes finales como los ficheros Excel con todos los datos necesarios para el cálculo del indicador han de ser entregados en un tiempo inferior o igual a 10 días hábiles después de que termine el periodo de medición.

4.2.9. Definición, desarrollo y evolución de los indicadores

En una fase inicial previa al comienzo de las mediciones, que CRTM considera crítica, se realizará un trabajo conjunto para definir y concretar todos los aspectos relacionados con la medición de los indicadores de servicio objeto del contrato.

En esta fase, con una duración máxima de 15 días naturales, se desarrollarán por parte del Adjudicatario todas las tareas necesarias para la puesta en marcha de las mediciones oficiales, incluyendo actividades como las que se mencionan a continuación:



- Análisis de los criterios de medición de la calidad del servicio utilizados para la evaluación de los agentes y propuesta de mejoras sobre el diseño existente en base a la experiencia y medios del Adjudicatario.
- Diseño, elaboración del proceso de muestreo y configuración de la planificación.
- Formación a los clientes misteriosos que realizarán las inspecciones.

La puesta en marcha de mediciones de esta naturaleza requiere de un periodo de análisis, definición conceptual y puesta en marcha que permita al Adjudicatario consolidar la sistemática de toma de datos. El objetivo es calibrar la medición para que los resultados obtenidos por los diferentes auditores obedezcan a criterios homogéneos. Con este fin, se llevará a cabo un pretest que permita verificar la idoneidad del formulario, del procedimiento de ejecución del trabajo y de las instrucciones generadas para los agentes auditores. Se realizarán al menos diez mediciones, no incluidas en la muestra objetivo.

La conclusión de este pretest se deberá trasladar al material elaborado para la ejecución del trabajo (manual, procedimiento y criterios de valoración). El adjudicatario llevará a cabo una sesión formativa con todos los agentes a la que podría asistir personal del CRTM si así lo requiriese.

Asimismo, aunque está previsto el desarrollo de un control de calidad de los trabajos durante todo el periodo de ejecución de la prestación, durante la primera semana de programación la empresa deberá establecer un procedimiento de comprobación sistemática de los agentes que le permita garantizar su plena comprensión de los criterios metodológicos del trabajo.

A lo largo de la ejecución del contrato se pueden producir variaciones en el servicio que modifiquen la forma de evaluar el mismo o bien que, por los datos y la experiencia adquiridos en la evaluación de la calidad del servicio, se detecten nuevas necesidades, por ejemplo, cierre o apertura de nuevas oficinas y cambios en el dimensionamiento.

Se hace imprescindible mantener una interlocución continua entre CRTM y el Adjudicatario, siendo necesario la programación de reuniones periódicas (al menos una cada 3 meses) en las que se traten diferentes aspectos de la evaluación de la calidad de servicio, tales como problemas encontrados en la realización de las evaluaciones, modificaciones en el enfoque de evaluación de algún criterio, resultados obtenidos, etc.

5. EVALUACIÓN CALIDAD PERCIBIDA

La segunda parte del contrato consiste en realizar un estudio de opinión a través de encuestas a la salida de las OOGG TTP a los usuarios que acaban de ser atendidos en el interior de las mismas.

Concretamente se ha de evaluar la calidad de la atención recibida en las OOGG, así como la valoración global de las oficinas en cuanto a localización, limpieza, seguridad, etc.



Adicionalmente, se desea conocer el estado y la evolución de la opinión de los usuarios de las OOGG respecto a la calidad de servicios en la red de transporte público de la Comunidad de Madrid.

5.1. Metodología

Las empresas concursantes quedan sujetas a la metodología de trabajo utilizada por el CRTM en los estudios de calidad del servicio y que se expone a continuación.

La consecución del objetivo de este estudio se abordará mediante una metodología cuantitativa, desarrollándose para ello todas las fases necesarias para el diseño y ejecución de la misma.

5.1.1. Universo del estudio y muestra

El universo de la muestra lo constituyen el conjunto de usuarios de las OOGG, no obstante, y como es habitual en estudios de esta índole, el marco poblacional se acotará a la población de 16 años en adelante.

El tamaño de la muestra y el diseño muestral deberá permitir el análisis del servicio en función de las características de las OOGG, en función del volumen de usuarios atendidos y de los horarios de apertura de cada una de ellas. Se establece un tamaño muestral mínimo de 1.100 encuestas para el total de usuarios del servicio que podrá ser incrementado por los licitadores.

El CRTM facilitará al adjudicatario el listado de OOGG TTP, su horario, volumen de atención y su ubicación (anexo 1 y 2). El diseño muestral deberá permitir una comparación entre las dos empresas adjudicatarias (Serveo Servicios y Atlas Servicios Empresariales) y entre todas las OOGG. En el anexo 1 se indica qué empresa adjudicataria presta servicio en cada OOGG. La selección de los usuarios se realizará mediante procedimientos aleatorios, no obstante, se fijan las siguientes cuotas de sexo, edad, tipo de tarjeta y tipo de atención que serán de obligado cumplimiento:

Edad		
Joven (16 – 25)	Media (26 – 64)	3ª edad (65 y más)
25%	50%	25%

Tipo de tarjeta	
Personal	Multi
70%	30%

Tipo de atención				
Nueva TTP	Incidencia	Bonificación por colectivo	Venta de turístico	Compensación
30%	45%	10%	5%	10%



- Identificación sociodemográfica del usuario: edad, sexo, municipio de residencia y tipo de tarjeta (personal o multi).
- Valoración de la atención recibida en la OOGG: tipo de atención demandada, satisfacción general, recomendación, tiempo de espera en ser atendido, tiempo de tramitación, actitud del personal de atención, conocimiento del personal de atención sobre la atención prestada, etc.
- Valoración de las OOGG: localización, accesibilidad, estado de limpieza, sensación de seguridad, etc.
- Valoración del sistema de transporte de la CM: satisfacción general, recomendación.

El cuestionario deberá ser sometido a un pilotaje previo a su lanzamiento definitivo. Dicho test deberá tener un alcance mínimo de 50 entrevistas representativas de la muestra a alcanzar para verificar su correcta comprensión y duración. Estas entrevistas no estarán incluidas en la muestra final.

La herramienta de grabación de entrevistas y la herramienta de seguimiento de los trabajos deberán estar disponibles en el momento de realización del pretest y deberán ser objeto de comprobación en esa fase del trabajo.

Una vez finalizado el pretest, el adjudicatario deberá elaborar un informe de evaluación disponible para el responsable del contrato en un plazo máximo de 2 días hábiles del resultado con el siguiente contenido:

- Funcionamiento de las preguntas del cuestionario, global y con consideración del perfil del usuario.
- Rendimiento (nº entrevistas por día).
- Diagnóstico del funcionamiento de las herramientas de seguimiento y supervisión.
- Recomendaciones y modificaciones a efectuar en la programación del trabajo y en el cuestionario.

Una vez finalizado el trabajo de campo, tras la realización de todas las encuestas ofertadas por el adjudicatario, éste realizará un informe de campo en el que quedará recogido el cuestionario definitivo, las fechas de realización, muestra, rendimiento y cuotas alcanzadas, metodología utilizada, etc. Este informe deberá estar disponible en el plazo máximo de 5 días hábiles desde la finalización del campo.

5.1.3. Formación del equipo

El trabajo de campo deberá realizarse con un mínimo de 5 entrevistadores y 1 jefe de equipo, así como con personal de supervisión presencial. Ha de tenerse en cuenta que el número de miembros del equipo establecido en este pliego correspondería a la opción de realización del



trabajo en 15 días laborables. Dado que el cálculo del número de entrevistadores depende de la dificultad del trabajo y del número de días previstos para su realización, la reducción en el número de días de trabajo deberá ir acompañada de la consiguiente adaptación de la cantidad de personal destinada a esta actividad.

Previamente al inicio del trabajo de campo la empresa adjudicataria deberá elaborar un manual de instrucciones para el personal de recogida de información en el que se detallen tanto las funciones de todo el equipo implicado en la encuesta como del objetivo de la misma. Además de esta información escrita, el personal de campo recibirá instrucciones verbales en una reunión convocada a tal efecto y a la que asistirá el responsable del contrato.

La empresa deberá elaborar y entregar a los entrevistadores participantes en el estudio la siguiente documentación y materiales:

- Manual de instrucciones de campo.
- Credencial de la empresa y credencial del CRTM que deberá llevar en todo momento para acreditarse como encuestador autorizado.
- Chaleco, que debe llevar puesto durante el trabajo para permitir su identificación visual en todo momento.
- Cuestionario de recogida de datos.
- Hoja de incidencias.
- Información de las OOGG, horarios y ubicaciones.

No se admite la subcontratación del trabajo de campo, por lo que todo el personal destinado a esta actividad deberá estar contratado directamente por la empresa adjudicataria.

5.1.4. Seguimiento y supervisión del trabajo

La empresa adjudicataria deberá exponer con todo detalle la forma concreta de llevar a cabo el diseño e implementación del trabajo de campo, así como los métodos de control y supervisión, para garantizar la calidad de los trabajos y posibilitar realizar un seguimiento de los mismos al responsable del contrato.

Una vez finalizado el trabajo de campo, la empresa adjudicataria deberá informar de los trabajos de campo y en especial de la muestra obtenida en un plazo máximo de 3 días hábiles desde la finalización del mismo.

Asimismo, la empresa deberá ofrecer para su escucha y supervisión posterior por el Responsable del contrato la grabación de las entrevistas que se realicen. El sistema de grabación de las entrevistas utilizado deberá responder a los siguientes requisitos mínimos:

- El 95% de las entrevistas tienen que ser grabadas. En el caso de que el entrevistado se niegue a la grabación deberá estar registrada la negativa.



- El 100% de los entrevistadores participantes en el trabajo deben grabar sus entrevistas.
- Las grabaciones deben permitir identificar al entrevistador que ha efectuado la entrevista (código).
- Todas las entrevistas deberán estar disponibles en un plazo máximo de 72 horas desde su realización. El sistema de grabación deberá ofrecer solo entrevistas reales, la empresa deberá eliminar los audios que correspondan a grabaciones erróneas.

La empresa deberá llevar a cabo controles de calidad sobre, al menos, un 15% de las entrevistas completadas. Los controles de calidad deben ir realizándose simultáneamente al desarrollo del trabajo de campo y una vez que vayan completándose las entrevistas. Para este fin, el plan de trabajo deberá plasmar la supervisión a realizar por la empresa y deberá incluir una previsión de distribución de las tareas de control durante el conjunto del periodo del trabajo de campo.

Obligatoriamente deberá iniciarse la supervisión una vez transcurridos dos días laborables desde el inicio del trabajo para garantizar que los errores de comprensión, veracidad y otras anomalías detectados en el lanzamiento del trabajo no se trasladen al conjunto de la toma de datos.

La empresa pondrá a disposición del Responsable del contrato un documento que avale la supervisión realizada por la empresa, en el que se identifique la encuesta, el encuestador y la valoración de calidad realizada por la empresa.

Asimismo, deberá dotarse de personal de inspección presencial simultánea al desarrollo del trabajo de campo que permita verificar la correcta selección de los usuarios y la realización efectiva de las entrevistas. El personal de inspección presencial deberá verificar al menos el 50% de las jornadas de trabajo del estudio y al 100% de los entrevistadores. El supervisor deberá verificar la consistencia de la información recogida por los entrevistadores para subsanar estas deficiencias con la mayor premura posible y evitar posibles anulaciones una vez finalizado el trabajo de campo. Se entregará al CRTM un documento que avale la realización de la inspección presencial, señalando los días, encuestadores y encuestas inspeccionadas.

Toda la inspección se efectuará a lo largo del periodo de ejecución del trabajo de campo, prestando especial atención a la fase inicial con el fin de detectar las deficiencias en la comprensión de las instrucciones de aplicación del cuestionario y de la metodología de trabajo.

El CRTM podrá supervisar in situ el desarrollo de los trabajos, sin comunicación expresa a la empresa adjudicataria. La empresa adjudicataria de este trabajo está obligada en todo caso a proporcionar la programación detallada del trabajo al Responsable del Contrato.



- Análisis multivariable, con la aplicación de tratamientos estadísticos que aporten una visión sintética de la calidad del servicio. En este sentido, la empresa deberá realizar obligatoriamente los siguientes análisis:

1. Una tipología que permita clasificar a los usuarios en función de sus opiniones (valoradas en una escala de 0 a 10 puntos). La tipología se presentará de forma gráfica, identificando grupos de usuarios en función de su percepción del servicio, a los que se les asignará una denominación característica del mismo, y deberán ser caracterizados mediante el cruce de cada grupo por las variables utilizadas como cabecera. La pertenencia a un grupo de cada entrevistado deberá añadirse al fichero de resultados. En el caso de que una entrevista no esté asignada a un grupo por ausencia de datos, deberá identificarse esta contingencia.

2. Un análisis causal que determine la relación entre la percepción global del servicio y cada uno de los elementos valorados. El análisis tendrá que detallarse, explicando las diferentes variaciones efectuadas (inclusión/exclusión de variables) hasta obtener la solución idónea. El adjudicatario deberá realizar un análisis de la bondad de la solución obtenida y de la relevancia de las causalidades detectadas.

3. Un análisis factorial que permita verificar la idoneidad de la agregación existente de los atributos de servicio por sectores de calidad aplicados hasta el momento. Se deberá realizar un análisis comparado con las agregaciones previstas en la norma UNE EN 13816 y explicar las asociaciones realizadas por los usuarios.

En todo caso, los resultados estadísticos del análisis multivariable deberán remitirse al Responsable del Contrato.

Para llevar a cabo la explotación de resultados la empresa deberá finalizar la codificación y depuración como máximo en 5 días hábiles después de finalizado el trabajo de campo, en todo caso, y entregar la tabulación bivariante y multivariable requerida al finalizar los 10 días hábiles siguientes desde la finalización del trabajo de campo.

6. EQUIPO DE TRABAJO

Se establece el siguiente equipo de trabajo para los dos servicios descritos anteriormente:

Figura	Servicio	Dedicación	Funciones
Jefe de proyecto	1 para ambos servicios (Cliente misterioso y encuestas)	20% de dedicación anual	<ul style="list-style-type: none"> • Responsable del seguimiento del proyecto • Único interlocutor con el CRTM. • Reuniones de seguimiento trimestrales con el CRTM • Elaboración de informes



Figura	Servicio	Dedicación	Funciones
Supervisor	<ul style="list-style-type: none"> 1 para el servicio de cliente misterioso 1 para el servicio de encuestas 	<ul style="list-style-type: none"> Dedicación del 30% por trimestre en el servicio de cliente misterioso Dedicación exclusiva durante las tres semana que dura la encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> Supervisión del trabajo de campo Formación del equipo de trabajo
Responsable del tratamiento de datos	1 para ambos servicios (Cliente misterioso y encuestas)	400 horas anuales para ambos servicios. El trabajo se centra en los días posteriores a la recogida de datos.	<ul style="list-style-type: none"> Depuración de los datos Control de calidad
Cientes misteriosos	10	420 visitas anuales (más 10 pretest)	<ul style="list-style-type: none"> Visita a las oficinas de gestión
Encuestadores	5	1.100 encuestas anuales (más 50 pretest)	<ul style="list-style-type: none"> Encuesta a los usuarios atendidos

7. SEGUIMIENTO DEL CONTRATO

El CRTM efectuará inspecciones aleatorias sobre el trabajo de campo. Si, como consecuencia de las mismas, se detectaran defectos de procedimiento o baja calidad de la realización del estudio tales como: incumplimiento de la planificación, errores en la cumplimentación de los cuestionarios, errores en la publicación de los datos de la visita, errores en los cálculos de los indicadores, errores en la elaboración de informes, bajo aporte de información de valor añadido en los informes, etc., el contratista estará obligado a tomar medidas correctoras como repetir la investigación, sustituir a miembros del equipo de trabajo, contratar recursos adicionales, etc., que demuestren la resolución del problema.

7.1. Entregables

Además, el adjudicatario tendrá que entregar una serie de documentación a lo largo del contrato, que faciliten llevar el control del servicio y el cumplimiento de los indicadores del Acuerdo de Nivel de Servicio que se detallan en el punto 7.2 del presente pliego.

La periodicidad de la entrega de la documentación dependerá de cada uno de los planes o informes, variando la periodicidad entre mensual, trimestral o anual.

Los planes e informes a entregar son los siguientes:



PLAN	PERIODICIDAD	ENTREGA
Programa de trabajo	Una vez en todo el contrato	7 días hábiles desde la adjudicación del contrato
Planificación de visitas de CM	Trimestral	Al menos 7 días naturales antes de que empiece el trimestre.
Informe de campo de CM	Trimestral	6 días hábiles desde el fin del trabajo de campo
Informe trimestral de resultados del CM por oficina	Trimestral	15 días hábiles desde el fin del trabajo de campo
Resultados pre-test encuestas presenciales	Anual	2 días hábiles desde el fin del pre-test
Informe de campo encuestas presenciales	Anual	5 días hábiles desde el fin del trabajo de campo
Entrega de la tabulación bivariable	Anual	10 días hábiles desde el fin del trabajo de campo
Entrega análisis multivariable	Anual	10 días hábiles desde el fin del trabajo de campo
Informe anual global de los resultados de la encuesta	Anual	20 días hábiles desde el fin del trabajo de campo

Los informes trimestrales de resultados del CM tienen que ser entregados en formato PDF y PPT, con una división por LOTES (Lote Norte y Lote Sur) y por oficina.

Los informes anuales con los resultados de la encuesta tienen que ser entregados en formato PDF, con una división por LOTES (Lote Norte y Lote Sur) y por oficina. Además, habrá un informe más extenso y otro ejecutivo.

7.2. Acuerdos de Nivel de Servicio

A continuación, se establecen los indicadores y umbrales, admisibles o inadmisibles, de los mismos. Asociado a dichos umbrales se establece un sistema de penalizaciones que, en su



caso, repercutirán en las certificaciones del contrato, tal como se recoge en el epígrafe 20 de la cláusula 1 del Pliego de Cláusulas Administrativas.

Los acuerdos de nivel de servicio se detallan en la siguiente tabla:

Servicio afectado	Criterio relativo al nivel de servicio	Indicador	Unidad de medida	Nivel de exigencia	Periodicidad	Gradación
Recogida de información	Reparto de la muestra por OOGG (encuestas)	% Desviación de muestra por OOGG = $100 \times \left(\frac{\text{n}^\circ \text{ de encuestas mínimas por OOGG según lo programado} - \text{n}^\circ \text{ encuestas realizadas en una oficina}}{\text{n}^\circ \text{ encuestas mínimas por oficina según lo programado}} \right)$	%	0% por oficina	Anual	<p>1 falta leve por cada oficina incumplida con $\leq 5\%$ de desviación</p> <p>1 falta grave por cada oficina incumplida con $>5\%$ y $\leq 10\%$ de desviación</p> <p>1 falta muy grave por cada oficina incumplida con una desviación $> 10\%$</p>
Recogida de información	Reparto de la muestra por OOGG (visitas)	% Desviación de muestra por OOGG = $100 \times \left(\frac{\text{n}^\circ \text{ de visitas mínimas por OOGG según lo programado} - \text{n}^\circ \text{ visitas realizadas en una oficina}}{\text{n}^\circ \text{ visitas mínimas por oficina según lo programado}} \right)$	%	0% por oficina	Trimestral	<p>1 falta leve por cada oficina incumplida con $\leq 5\%$ de desviación</p> <p>1 falta grave por cada oficina incumplida con $>5\%$ y $\leq 10\%$ de desviación</p> <p>1 falta muy grave por cada oficina incumplida con una desviación $> 10\%$</p>



Servicio afectado	Criterio relativo al nivel de servicio	Indicador	Unidad de medida	Nivel de exigencia	Periodicidad	Gradación
Recogida de información	Reparto de la muestra. Oficinas sin muestrear.	Oficinas sin muestrear = nº de oficinas en el PPTP – nº de oficinas efectivamente muestreadas	nº	< 1 oficina	Anual	1 falta leve por cada oficina que quede sin muestrear
Recogida de información	Planificación del trabajo de campo	Nº de días de aviso = fecha cambiada en la programación – fecha de aviso del cambio	nº	≥ 3 días laborables	Anual	1 falta leve por cada cambio de programación no comunicado
Recogida de información	Ejecución del trabajo de campo.	% Encuestas grabadas = 100* (nº encuestas grabadas/nº de encuestas realizadas).	%	≥ 95% por oficina y en global	Anual	1 falta leve < 95% y ≥ 90% 1 falta grave <90% y ≥ 80% 1 falta muy grave < 80%
Recogida de información	Supervisión presencial del trabajo de campo.	% Encuestas y visitas supervisadas presencialmente = 100* (nº de encuestas y visitas supervisadas presencialmente / nº de encuestas y visitas totales)	%	≥15%	Anual	1 falta muy grave si <15%
Recogida de información	Supervisión presencial del trabajo de campo. Agentes supervisados	Porcentaje de agentes supervisados = 100*(nº agentes supervisados presencialmente/nº agentes totales)	%	≥15%	Anual	1 falta muy grave si <15%
Recogida de información	Formación del equipo de campo	Nº de personas del equipo no formadas	nº	<1	Trimestral	1 falta leve por cada persona no formada.



Servicio afectado	Criterio relativo al nivel de servicio	Indicador	Unidad de medida	Nivel de exigencia	Periodicidad	Gradación
Recogida de la información	Rotación de los clientes misteriosos	Nº de clientes misteriosos detectados por un agente de OOGG por no cumplir con la rotación.	nº	<1	Trimestral	1 falta leve por cada descubrimiento
Depuración y análisis de datos	Calidad de la base de datos entregada, tabulación bivariable y análisis multivariable	Nº de documentos rechazados por el responsable del contrato y no subsanados en el plazo otorgado.	nº	<1	Anual	1 falta grave por cada documento si el error es reparado, pero fuera de plazo 1 falta muy grave por cada documento si el error no se puede reparar y afecta a la calidad del contrato
Elaboración de informes	Fecha de entrega de los informes	Nº de informes entregados fuera de plazo	nº	<1	Anual	1 falta leve por cada informe entregado fuera de plazo
Control de calidad y dirección	Calidad de los informes (ejecutivo, global y por lote)	Nº de documentos rechazados por el responsable del contrato y no subsanados en el plazo otorgado	nº	<1	Anual	1 falta grave por cada documento si el error es reparado, pero fuera de plazo 1 falta muy grave por cada documento si el error no se puede reparar y afecta a la calidad del contrato

8. TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Una vez concluida la visita o la encuesta, con la mayor inmediatez posible, todos los datos relativos a la misma serán puestos a disposición de CRTM. Se valorará positivamente en la



oferta que la información esté disponible vía web, donde se podrán realizar las consultas necesarias por parte de los diferentes usuarios de la información que CRTM determine (nº de consultas, nº de encuestas, oficinas visitadas, resultados de las visitas, resultados de las encuestas, etc.).

El objeto de esta inmediatez es que los responsables de CRTM puedan tomar acciones correctivas y preventivas para mejorar las situaciones detectadas.

Se estructurará la información de forma que sea fácilmente accesible, tanto a nivel de datos agregados (notas y ponderaciones) como a nivel de los datos de la visita/cuestionario, pudiendo acceder a todos los datos a nivel de detalle.

Independientemente de su desarrollo por parte del Adjudicatario, los aplicativos desarrollados para la toma y análisis de datos serán propiedad de CRTM y podrán ser reutilizados al término del contrato.

Para cada indicador se definirán previamente los datos y las ratios intermedias que han de ser calculados. Para cada periodo de cálculo, a modo de validación adicional, se proporcionará por parte del Adjudicatario un archivo Excel por cada indicador donde figurarán todos los datos en bruto de la visita (cuestionario), cálculos intermedios, así como los resultados que hayan sido definidos en la fase de estudio. Es importante la trazabilidad de los datos, motivo por el cual es necesario que los ficheros Excel contengan las fórmulas de cálculo. En el caso de que dichos ficheros Excel no contengan fórmulas, se deberá hacer entrega por parte del Adjudicatario de documentación de referencia que indique con detalle cómo se procesan dichos cálculos para llegar al resultado final.

El cálculo de resultados finales resulta de una ponderación de las visitas en base a la demanda potencial de clientes relacionados con la medición. Así tenemos, por ejemplo, que la nota obtenida por una oficina utilizada por un número mayor de usuarios tiene una mayor ponderación en el resultado final que otra que tiene un menor número de usuarios transitando por la misma.

Una vez realizado el cálculo del periodo, el Adjudicatario deberá realizar un análisis exhaustivo de los datos con objeto de extraer las conclusiones más relevantes de la información que sirva para tener una idea del comportamiento de cada uno de los indicadores medidos. En dicho informe se explicarán los motivos de la variación de los datos de forma exhaustiva y se analizarán todas las variables posibles con el fin de proporcionar la mejor información para la toma de decisiones, mostrando evoluciones temporales, gráficos de diferentes tipos, comparativas, segmentaciones por oficina, y cualquier factor susceptible de ser analizado, lo que conlleva el realizar cálculos de resultados a todos estos niveles expuestos



Estos informes serán distribuidos a diferentes responsables de CRTM y por tanto tendrán que tener una buena calidad tanto en el apartado estético como en el analítico, aportando información de valor más allá de la mera información que proporcionan las tablas y gráficos.

La estructura del informe deberá contemplar aspectos cuantitativos y cualitativos, analizados por factor y con descripciones detalladas de los aspectos relevantes y análisis de puntos críticos. Es importante que dichos informes muestren información de forma gráfica y visual. Deberán incluir de forma aproximada los siguientes apartados:

- **Análisis global del indicador:** Desarrollará el análisis desde una perspectiva global, analizando los diferentes factores y causas que contribuyen al resultado con diferentes variables de análisis, evolución, etc.
- **Análisis por oficina:** Se realizará un análisis por cada una de las oficinas indicando puntos fuertes y puntos débiles de cada una de ellas, así como un análisis a nivel de lote.
- **Resumen ejecutivo:** Resumirá de forma sintética el comportamiento del indicador en el periodo, así como la justificación analítica del resultado.

La definición de dichos informes será realizada de forma conjunta por parte de CRTM, junto con el Adjudicatario.

9. CONDICIONES GENERALES

El Adjudicatario realizará la totalidad de los trabajos de producción: formularios, cálculos, mecanografía, gráficos, encuadernación, etc., tanto de los documentos redactados con su colaboración, como los preparados directamente por el CRTM sin intervención del adjudicatario, pero estrictamente relacionados con el presente trabajo.

El CRTM facilitará al adjudicatario cuanta información disponga relacionada con el objeto de este contrato.

La empresa adjudicataria deberá realizar los trabajos de acuerdo con los criterios establecidos por la Guía Esomar para los estudios de cliente misterioso. Asimismo, la empresa adjudicataria deberá cumplir las normas relativas de información y confidencialidad del Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos.

Asimismo, la empresa adjudicataria y todas las personas que intervengan en este trabajo quedan sujetas al secreto estadístico en lo que respecta a toda la información relativa al estudio (Ley de la Función Estadística Pública, artículo 13 y siguientes), que no podrá en ningún caso difundirse o cederse a terceros.



modificaciones para ajustar la planificación. Esta revisión de la programación deberá remitirse al Responsable del contrato de forma que éste disponga de ella antes de las 15 horas del día anterior a la fecha prevista de cambio de la programación.

El adjudicatario deberá tener en cuenta los plazos existentes para la ejecución de las actividades previas al lanzamiento del trabajo de campo (pretest e informe del mismo).

El adjudicatario se comprometerá a que el personal que designe el Jefe de Proyecto asista a las reuniones de información sobre la marcha del trabajo convocadas por el Responsable del contrato. La interlocución con el Responsable del contrato del CRTM corresponderá siempre a la persona designada como Jefe de Proyecto en la presentación de su oferta. Los aspectos del trabajo que sean rechazados por el Responsable del contrato sin justificación suficiente por parte del adjudicatario, serán considerados, a todos los efectos, como no realizados.

En Madrid, a fecha de la firma

El Jefe de Área de Calidad

Firmado digitalmente por: MAQUEDA BURGOS JUAN ANTONIO
Fecha: 2024.06.14 14:48

Fdo.: Juan Antonio Maqueda Burgos

VºBº

El Secretario General

Firmado digitalmente por: BODEGA HERRAEZ PABLO
Fecha: 2024.06.17 12:29

Fdo.: Pablo Bodega Herráez



12. ANEXOS

ANEXO 1. Oficinas de gestión: horarios, puestos de atención y ubicación.

LOTE	OFICINAS	HORARIO L-V	PUUESTO DE ATENCIÓN L-V	HORARIO SABADOS	PUUESTOS DE ATENCIÓN SABADOS	HORARIOS D-F	PUUESTO DE ATENCIÓN D-F	DIRECCIÓN
SUR	ALCORCÓN	08:00-21:00	2	10:00-14:00	1			
SUR	ARANJUEZ	08:00-21:00	1					Estación de Autobuses, Avenida de las Infantas, 16 - 28300
SUR	ATOCHA	07:00-22:00	4	10:00-22:00	3	10:00-22:00	3	Estación de Metro de Atocha Renfe; Estación de Atocha-Renfe – Paseo de la Infanta Isabel, 15 – 28014 (planta -1)
SUR	CRTM	08:00-20:00	4					Pza. Descubridor Diego de Ordás, 3 - 28003
SUR	FUENLABRADA	07:00-22:00	2	10:00-14:00	1			Estación de Metro de Fuenlabrada Central, acceso Paseo de la Estación, s/nº - 28944
SUR	GETAFE	07:00-22:00	2	10:00-22:00	1			Estación de Metro-Renfe Getafe Central, calle Ferrocarril con Ramón y Cajal – 28904
SUR	LEGANÉS	07:00-22:00	2	10:00-14:00	1			Estación de Metro Leganés Central, acceso Avda. del Cobre - 28914
SUR	MÉNDEZ ÁLVARO	08:00-21:00	3	10:00-20:00	2			Estación de Autobuses SUR – Calle Méndez Álvaro, 83, (Espacio de Locales), CP:28045
SUR	MÓSTOLES	07:00-22:00	2	10:00-22:00	1			Estación de Metro-Renfe Móstoles Central, Paseo de la Estación s/nº - 28931
SUR	PARLA	08:00-21:00	2	10:00-14:00	1			
SUR	PLAZA ELÍPTICA	07:00-22:00	3	10:00-22:00	2			
SUR	SOL	07:00-22:00	6	10:00-22:00	4	10:00-22:00	4	Estación de Metro de Sol, planta -1, Puerta del Sol, 7 - 28013
NORTE	AEROPUERTO ADOLFO SUÁREZ T2	08:00-20:00	2	08:00-20:00	3	08:00-20:00	2	Terminal 2 – Vestibulo de Metro
NORTE	AEROPUERTO ADOLFO SUÁREZ T4	08:00-20:00	4	08:00-20:00	3	08:00-20:00	3	Terminal 4 – Vestibulo de Metro/Renfe
NORTE	ALCALÁ DE HENARES	08:00-21:00	2	10:00-14:00	2			Est. Cercanías de Alcalá de Henares - C/ Pedro Iñáez, 2. 28807
NORTE	ALCOBENDAS	08:00-20:00	2					Plaza del Pueblo, nº 1 CP 28100
NORTE	AVENIDA DE AMÉRICA	07:00-22:00	4	10:00-22:00	3			Intercambiador de Avenida de América, (planta -3), frente a Avenida de América, 29 - 28002
NORTE	COLLADO VILLALBA	08:00-21:00	2					Estación de Cercanías de Collado Villalba, Paseo de la estación, s/n CP: 28400
NORTE	COSLADA	07:00-22:00	2	10:00-22:00	2			Estación de Metro de Costalada Central, Acceso Dr. Fleming, s/nº, en el parque Doctor Fleming - 28821
NORTE	MONCLOA	07:00-22:00	4	10:00-22:00	3	10:00-22:00	3	Intercambiador de Moncloa (planta -2), Calle de la Princesa, 98 - 28008
NORTE	NIUEVOS MINISTERIOS	07:00-22:00	4	10:00-22:00	2			Intercambiador de Nuevos Ministerios (Vestibulo principal), Paseo de la Castellana, 65, esquina a Raimundo Fernández Villaverde - 28046
NORTE	PLAZA DE CASTILLA	07:00-22:00	3	10:00-22:00	3			Intercambiador de Plaza Castilla, Acceso Paseo Castellana, planta calle - 28029
NORTE	PRÍNCIPE PÍO	07:00-22:00	3	10:00-22:00	3			Intercambiador Principe Pio – (Planta 0 vestibulo de metro) – Paseo de la Florida, 2 - 28008
NORTE	TORREJÓN DE ARDOZ	08:00-21:00	2	10:00-14:00	2			Estación de Cercanías, Plaza de España, Paseo de la Estación con Plaza de España - 28830



ANEXO 2. Promedio de usuarios atendidos por mes y oficina.

LOTE	OFICINAS	PROMEDIO USUARIOS POR MES
SUR	ALCORCÓN	4.125
SUR	ARANJUEZ	1.394
SUR	ATOCHA	12.359
SUR	CRTM	5.516
SUR	FUENLABRADA	3.935
SUR	GETAFE	4.917
SUR	LEGANÉS	4.015
SUR	MÉNDEZ ÁLVARO	4.955
SUR	MÓSTOLES	5.277
SUR	PARLA	3.800
SUR	PLAZA ELÍPTICA	9.500
SUR	SOL	17.939
NORTE	AEROPUERTO ADOLFO SUAREZ T2	10.120
NORTE	AEROPUERTO ADOLFO SUAREZ T4	18.728
NORTE	ALCALÁ DE HENARES	4.061
NORTE	ALCOBENDAS	3.672
NORTE	AVENIDA DE AMÉRICA	12.280
NORTE	COLLADO VILLALBA	2.694
NORTE	COSLADA	5.186
NORTE	MONCLOA	12.777
NORTE	NUEVOS MINISTERIOS	9.058
NORTE	PLAZA DE CASTILLA	10.555
NORTE	PRÍNCIPE PÍO	11.620
NORTE	TORREJÓN DE ARDOZ	2.969



ANEXO 3: Formulario para las visitas del cliente misterioso.

Oficina TTP: | _____

FECHA: ____/____/____ DIA SEMANA: L M X J V S D HORA: ____:____

TIEMPO DE ESPERA: ____ min. DURACIÓN DE LA CONSULTA: ____ min.

En el momento de la visita: Nº CLIENTES (incluido el mystery): ____ Nº AGENTES: ____ MYSTERY: ____

ACCIÓN PLANTEADA:

Clasificación: A B C

Acción: _____

Agente que atiende: (nombre y descripción)

A) Acogida (Peso 10%)		SI	NO	N/A								
1	Se percibe la presencia del cliente (cuando llega nuestro turno)	4										
2	Se saluda al cliente de forma amable	4										
3	Invita al cliente a tomar asiento	2										
B) Actitud del agente (Peso 25%)		SI	NO	N/A								
4	Trato amable durante la conversación	15										
5	Tono adecuado durante la conversación	3										
6	Lenguaje adecuado durante la conversación	3										
7	Posturas/ gestos adecuados	4										
C) Apariencia del Agente y del local (Peso 12%)		SI	NO	N/A								
8	Apariencia cuidada y aseada	2										
9	Viste uniforme corporativo completo sin accesorios llamativos	2										
10	Lleva distintivo	2										
11	Local limpio y ordenado	4										
12	Imágenes y carteles corporativos	2										
D) Desarrollo de la actividad informativa (Peso 45%)		SI	NO	N/A								
13	Interés y escucha activa para identificar necesidades del cliente	11										
14	Conocimientos del servicio y de los recursos de que dispone	13										
15	La información facilitada es comprensible, completa y correcta, respondiendo a todo lo solicitado	18										
16	Se pregunta si desea algo más	3										
F) Despedida (Peso 3%)		SI	NO	N/A								
19	Se despide al cliente de forma amable	3										
G) Grado de Satisfacción		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
20	Nota global deducida de la visita											

Observaciones (Siendo 0 Muy Insatisfecho y 10 Muy Satisfecho)

Se trata de un modelo que puede ser modificado y consensuado entre el Adjudicatario y el CRTM al inicio del contrato.

