

INFORME
SATISFACCIÓN DE USUARIOS
DE NUESTROS SERVICIOS

Periodo: 2022

ÍNDICE

- INTRODUCCIÓN
- ENCUESTAS DE VALORACIÓN DEL SERVICIO: METODOLOGÍA NPS
- RESULTADOS OBTENIDOS EN 2022
- VALORACIÓN: NOTA MEDIA
- MOTIVOS DE SATISFACCIÓN E INSATISFACCIÓN

□ INTRODUCCIÓN

Servicios Funerarios de Madrid (SFM) es la empresa municipal de servicios funerarios y cementerios del Ayuntamiento de Madrid.

Ofrecemos un servicio que engloba todo el proceso funerario de forma directa y sin intermediarios: desde el asesoramiento previo, aviso en el momento del fallecimiento, velatorio, inhumación, incineración o traslado, hasta las gestiones posteriores y duelo, apoyándonos en una dilatada experiencia y un amplio catálogo de servicios con los que personalizar y cubrir las necesidades que puedan surgir en torno al fallecimiento.

INSTALACIONES SFM

Gestionamos las siguientes instalaciones:

2 tanatorios	Tanatorio M-30
	Tanatorio Sur

14 cementerios	Ntra. Sra. de la Almudena	Sur
	Civil	Aravaca
	Canillejas	Canillas
	Fuencarral	El Pardo
	Carabanchel Alto	Villaverde
	Hebreo	Cristo de El Pardo
	Barajas	Vallecas

2 crematorios	Ntra. Sra. de la Almudena
	Sur-Carabanchel

□ ENCUESTAS DE VALORACIÓN DEL SERVICIO: METODOLOGÍA NPS

SFM gestiona la realización de encuestas para analizar los pain points o puntos de dolor del cliente, es decir los problemas o situaciones que los usuarios encuentran al utilizar nuestros servicios y que generan como consecuencia un sentimiento negativo y que ayudan a identificar los mecanismos de mejora.

Se realizan encuestas telefónicas a todos los usuarios de los servicios propios de SFM (servicios funerarios con incineración o inhumación en cementerios municipales) a través de la metodología NPS (Net Promoter Score); en caso de no responder a las llamadas se remite por mail un cuestionario idéntico a la entrevista telefónica.

NPS (Net Promoter Score) constituye una medición de la fidelidad de los usuarios muy utilizada en el sector servicios considerándose una alternativa a las encuestas clásicas; se basa en la realización de una pregunta principal y otra dinámica en función de la primera realizadas unos días después de prestado el servicio.

Los entrevistados otorgan una puntuación de 0 a 10 respecto al servicio prestado; al obtener información concreta de cada usuario entrevistado SFM obtiene una puntuación global, un índice, que es comparada con la puntuación de las empresas del sector que utilizan este sistema.

Con las respuestas obtenidas, se establece una clasificación de los usuarios en:

Detractores: puntuaciones de 0 a 6: usuarios insatisfechos que desaconsejarán los servicios.

Pasivos: puntuaciones de 7 a 8, personas que no dirán nada positivo ni negativo.

Promotores: puntuaciones de 9 a 10, personas que recomendarán los servicios.

Las ventajas que ofrece este sistema para SFM consisten en que se incrementa el índice de respuesta de los usuarios sobre la calidad percibida (más del 70% de respuesta frente a un 15-18% obtenido en encuestas en papel), permite escuchar la opinión del cliente a tiempo real y consecuentemente reaccionar más rápido ante opiniones negativas que puedan generar una mala reputación, facilitando por tanto las actuaciones orientadas a la mejora continua y se obtienen datos que pueden ser comparados con el nivel de calidad de otras empresas del sector.



¿En caso de necesidad, hasta que punto recomendaría nuestros servicios?

Nos ayuda a clasificar a los clientes en 3 tipos:



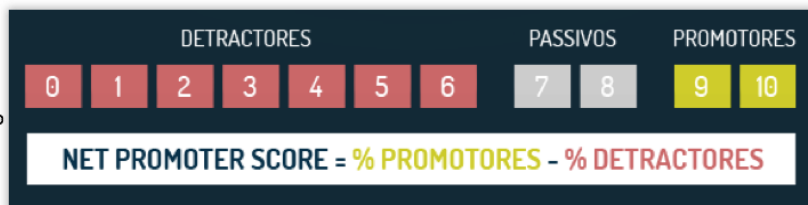
Detractores: De 0 a 6
Clientes insatisfechos que desaconsejarán sus productos o servicios. En claro riesgo



Pasivos: De 7 a 8
Clientes que no dirán nada positivo o negativo. Riesgo moderado



Promotores: De 9 a 10
Clientes que recomendarán sus productos y servicios. Riesgo muy bajo



Y conocer los motivos de su valoración:



Por favor indique el motivo o motivos de su insatisfacción



Por favor indique el motivo o motivos por los que recomendaría nuestros productos/servicios

- ¿Por qué sólo 2 preguntas?

- ✓ **Aumenta el índice de respuesta** (30% ratio medio de respuesta NPS vs 3% resto estudios satisfacción)
- ✓ **Mejora la calidad de las respuestas** (disminuye los efectos de la "fatiga" de respuesta e incluso el riesgo de abandono del mismo)

Un valor importante es que a través del NPS se conocen los motivos de la valoración. Con la información que nos aportan las encuestas, gestionamos los aspectos disconformes con el servicio prestado, introduciendo correcciones en los procesos e informando a los clientes, a la vez que les agradecemos la valiosa información proporcionada que nos ayuda a lograr la mejora continua de nuestros servicios.

□ RESULTADOS OBTENIDOS EN EL AÑO 2022

En 2022 emitimos cerca de 7000 encuestas a personas que habían solicitado un servicio en uno de nuestros tanatorios municipales.

Las llamadas se realizaron aproximadamente 10 días después de realizado el servicio; en caso de no responder a la llamada se remitió por correo electrónico el cuestionario vía mail, con el mismo contenido que la encuesta telefónica.



ENCUESTAS REALIZADAS Y TASA DE RESPUESTA

2022		
Encuestas realizadas	Encuestas Contestadas	Tasa de Respuesta
6.963	5.461	78%

2021		
Encuestas Realizadas	Encuestas Contestadas	Tasa de Respuesta
6.644	5.354	81%

En lo que se refiere a la **TASA DE RESPUESTA**, en 2022 ha disminuido un 3% respecto a 2021

El canal mayoritario es el telefónico, aunque sorprende la elevada tasa de respuesta en el caso del correo electrónico.

2022			
Canal	Encuestas realizadas	Encuestas Contestadas	Tasa de Respuesta
Llamadas	6.598 (95%)	5.159 (94%)	78%
Mail	365 (5%)	302 (6%)	83%

La muestra está compuesta mayoritariamente por usuarios del Tanatorio M30, en correlación con el mayor número de servicios prestados en ese tanatorio durante el periodo.

Asimismo, la tasa de respuesta es ligeramente superior en Tanatorio M30.

2022			
Centro	Encuestas Realizadas	Encuestas Contestadas	Tasa de Respuesta
M30	5.078	3.991	79%
SUR	1.885	1.470	78%

En cuando a las VALORACIONES ofrecidas por las familias, la nota media obtenida ha sido:

NOTA MEDIA	
2022	2021
9,0	9,1

En términos de la propia metodología NPS se considera que dicha calificación está dentro de los parámetros de **excelencia**.

Analizando por tanatorio, la nota media obtenida por el Tanatorio M30 es ligeramente superior a la obtenida por el Tanatorio Sur:

Nota Media		
Centro	2022	2021
M30	9,0	9,1
SUR	8,9	9,0

Por otro lado, las familias a las que se ha prestado el servicio de Cementerio o Crematorio realizan la siguiente valoración:

Nota Media 2022	
Cementerios	Crematorios
9,0	9,1

La puntuación es muy similar en ambos grupos de instalaciones, y se sitúa dentro de parámetros de **excelencia**.

La nota media de valoración de los usuarios a los que les hemos prestado conjuntamente el servicio de Crematorio y el de Cementerio, en aquellas ocasiones en las que han decidido, tras la incineración, inhumar la urna en alguno de nuestros cementerios ha sido:

Nota Media 2022
Crematorios + Cementerios
9,0

Esta puntuación conjunta se mantiene en los mismos valores que la obtenida de forma individual por Crematorios y Cementerios.

Como complemento a la valoración de los servicios de Crematorios y Cementerios procedentes de nuestros clientes, incluimos la valoración realizada por parte de aquellos clientes que, tras realizar el servicio funerario con otra empresa, hacen uso de nuestros servicios e instalaciones en el momento de la cremación o inhumación. En este caso se utiliza un cuestionario escrito que es remitido a las familias por correo postal.

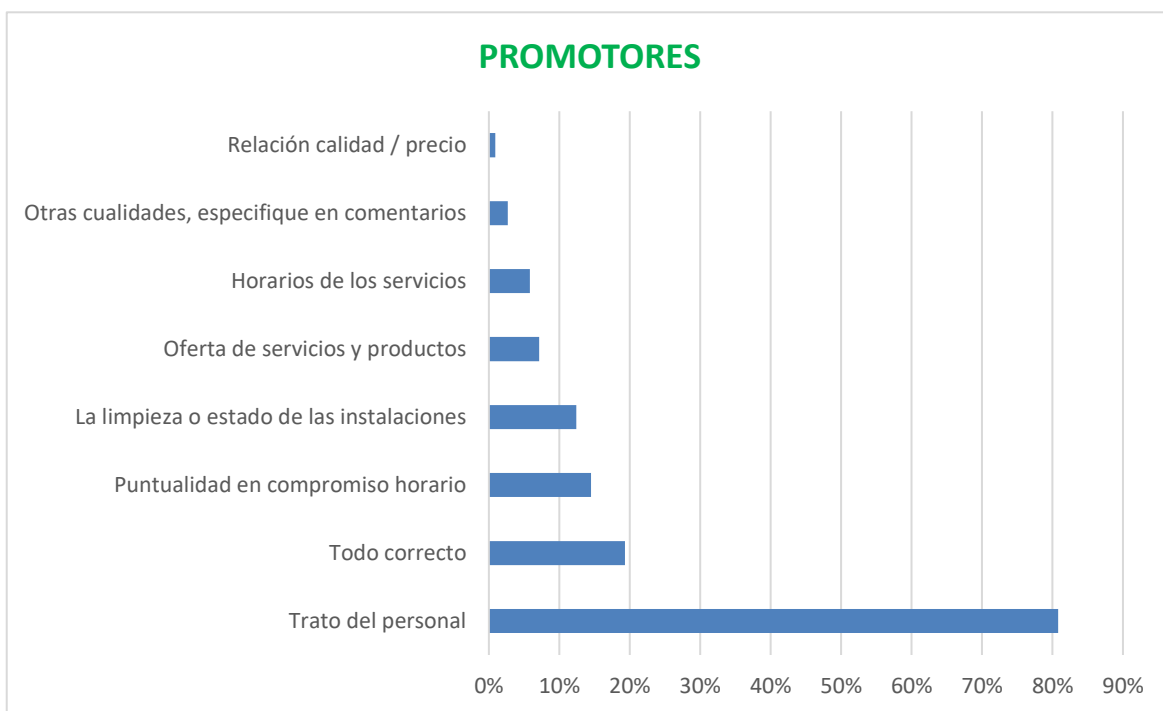
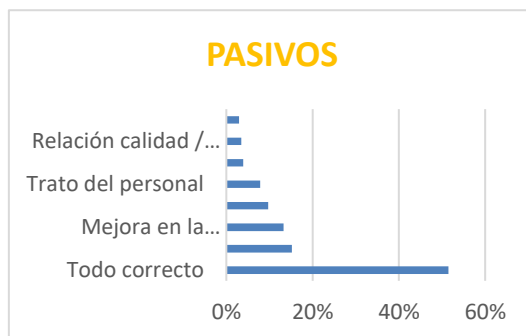
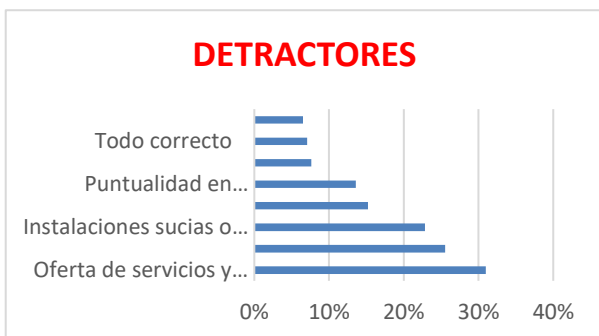
La tasa de respuesta media con este canal se sitúa en un 17%.

Encuestas Enviadas	Encuestas Recibidas	Tasa de Respuesta
4.685	786	17%

Los usuarios encuestados durante el año 2022 han otorgado una puntuación de 8,9 y 8,8 sobre 10 para los crematorios y cementerios, respectivamente. Aplicando analogía con NPS esa puntuación se situaría dentro niveles de excelencia con predominio de usuarios promotores.

CREMATORIOS	CEMENTERIOS
8,9	8,8

☐ **MOTIVOS DE SATISFACCIÓN/INSATISFACCIÓN 2022**



En el grupo de **detractores** los motivos que se indican de su percepción son situaciones relacionadas con el **trato del personal, oferta de servicios y productos, e instalaciones sucias o inadecuadas**.

Dentro del grupo de **pasivos** las personas encuestadas expresan en más del **50%** de los casos que **todo ha estado correcto**, mientras que los comentarios que apuntan mejoras están relacionados con ciertas instalaciones y oferta de servicios.

En cuanto a las motivaciones del grupo de los **promotores**, podemos concluir que destaca como aspecto más valorado el **trato del personal** de SFM, que alcanza un porcentaje superior al **70%**.