



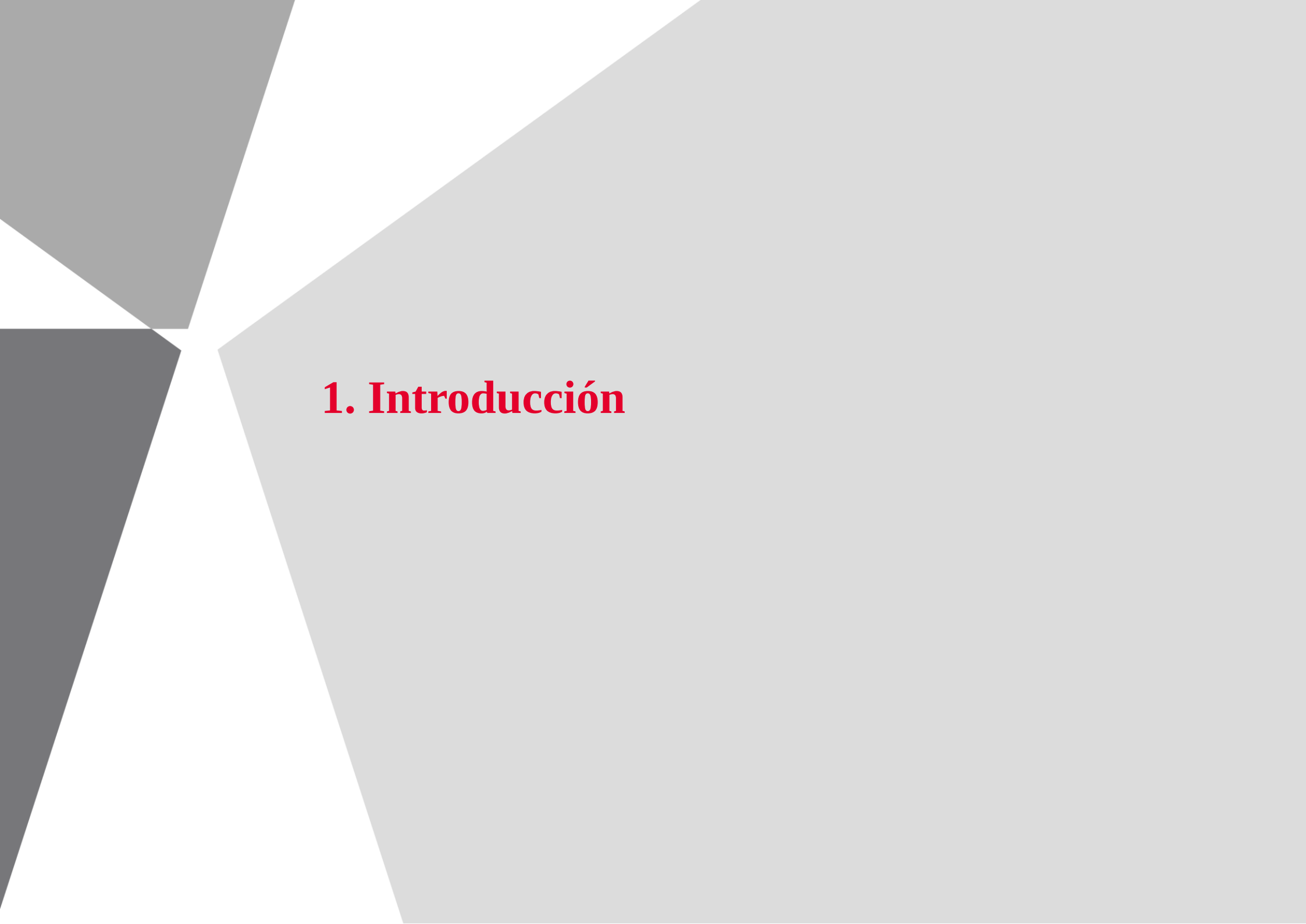
RTVM

Oficina de Participación de la Audiencia

Primer trimestre 2022

Índice

1. Introducción.....	4
2. Desglose de datos	8
2.1. Número y tipo de notificaciones	
2.2. Notificaciones por canal	
2.3. Telemadrid. Notificaciones atendiendo a su naturaleza	
2.4 La Otra. Notificaciones atendiendo a su naturaleza	
2.5 Onda Madrid. Notificaciones atendiendo a su naturaleza	
2.6 Telemadrid.es Notificaciones atendiendo a su naturaleza	
2.7 Distribución por género y edad.	
3. Conclusiones	19



1. Introducción

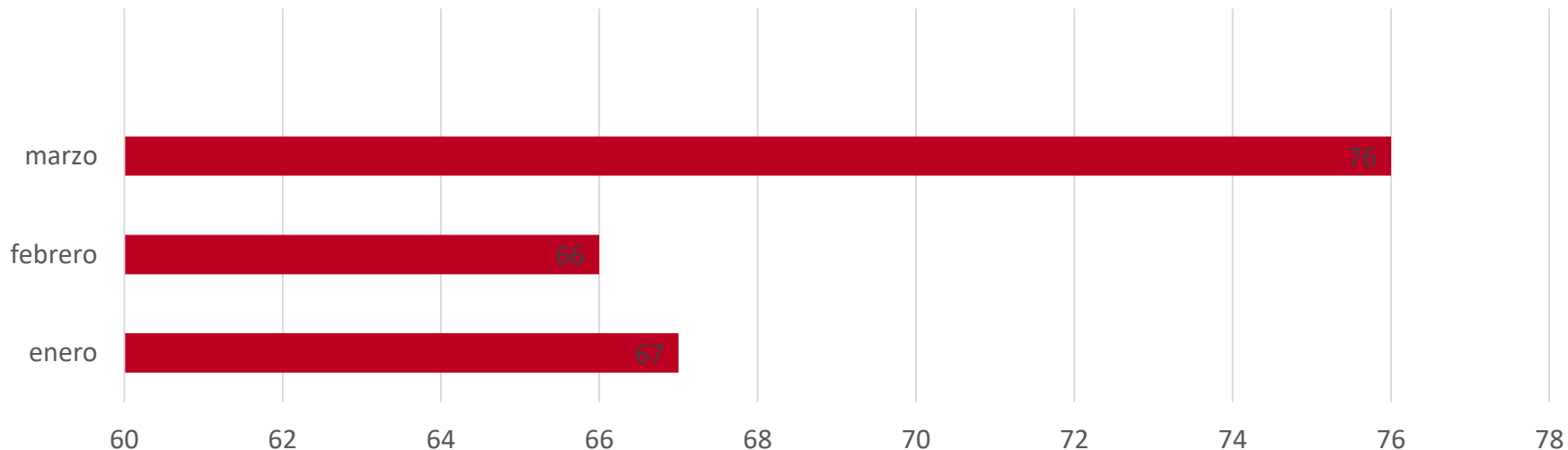
Este informe se corresponde con el primer trimestre de 2022. Sus datos revelan el paulatino incremento de los mensajes llegados a la Oficina de Participación de la Audiencia. Los canales de participación al servicio de los telespectadores, radioyentes y usuarios de web son:

Email participa@Telemadrid.es

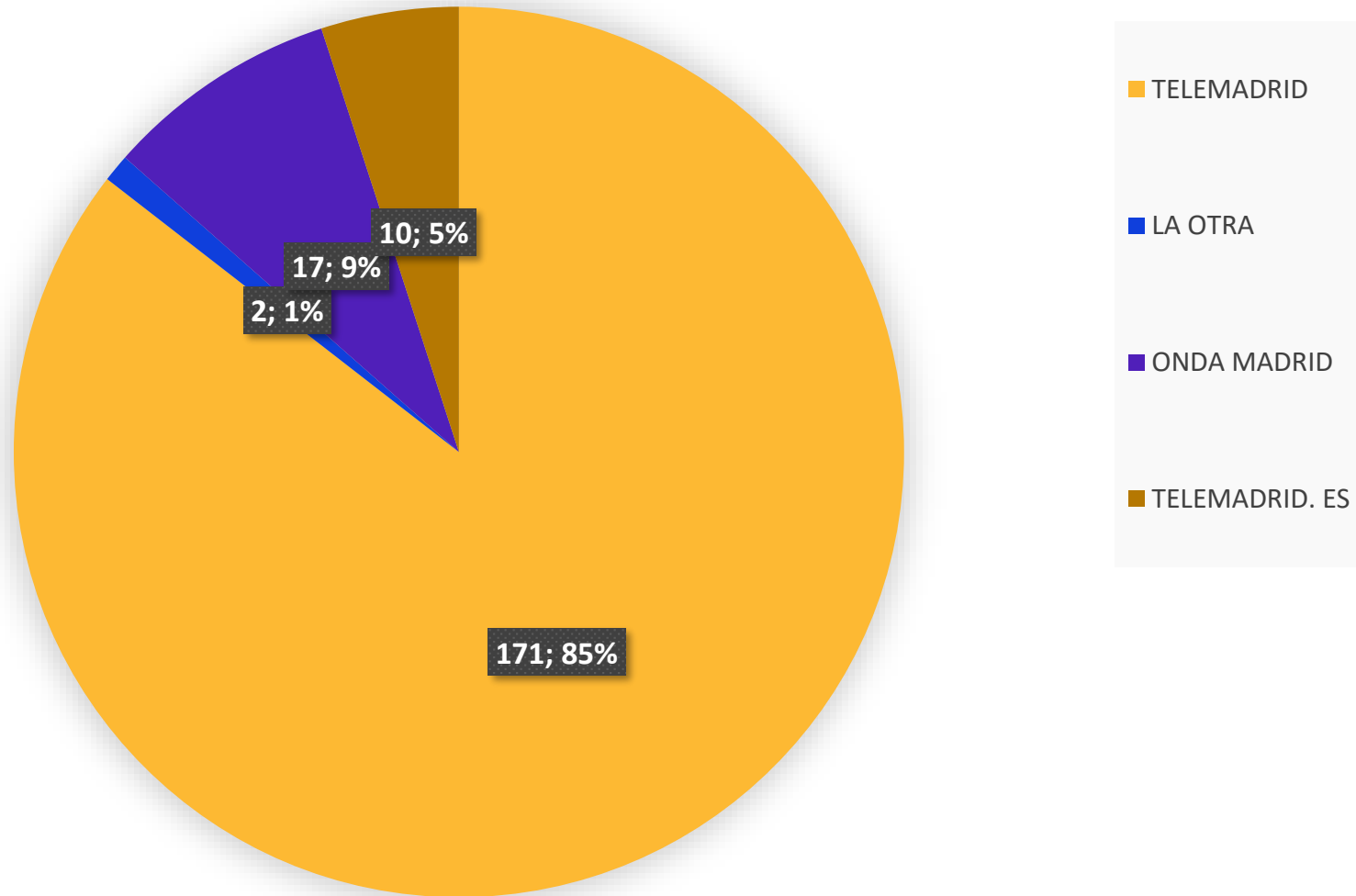
Web <http://contacto.telemadrid.es/formulario/>

Otros: dirección de correo, teléfono, derivación de otros departamentos....

Se han recibido un total de **209 preguntas, quejas, sugerencias, aportaciones y consultas.**
Supone un aumento del 29,81 % sobre el último trimestre de 2021



Porcentaje de notificaciones recibidas por canal



Canal utilizado para comunicar

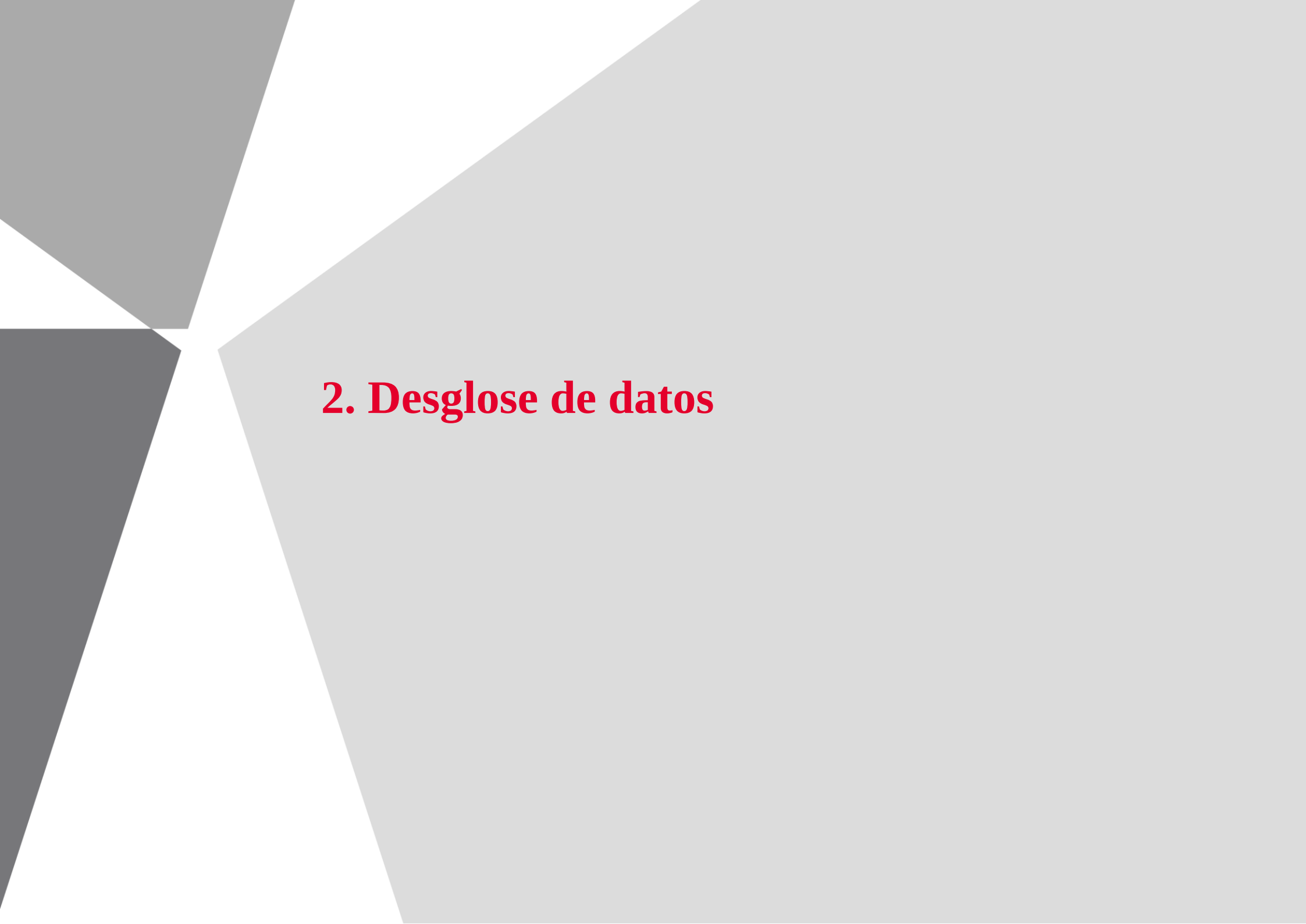


Email participa@telemadrid.es



Plataforma <http://contacto.telemadrid.es/formulario/>

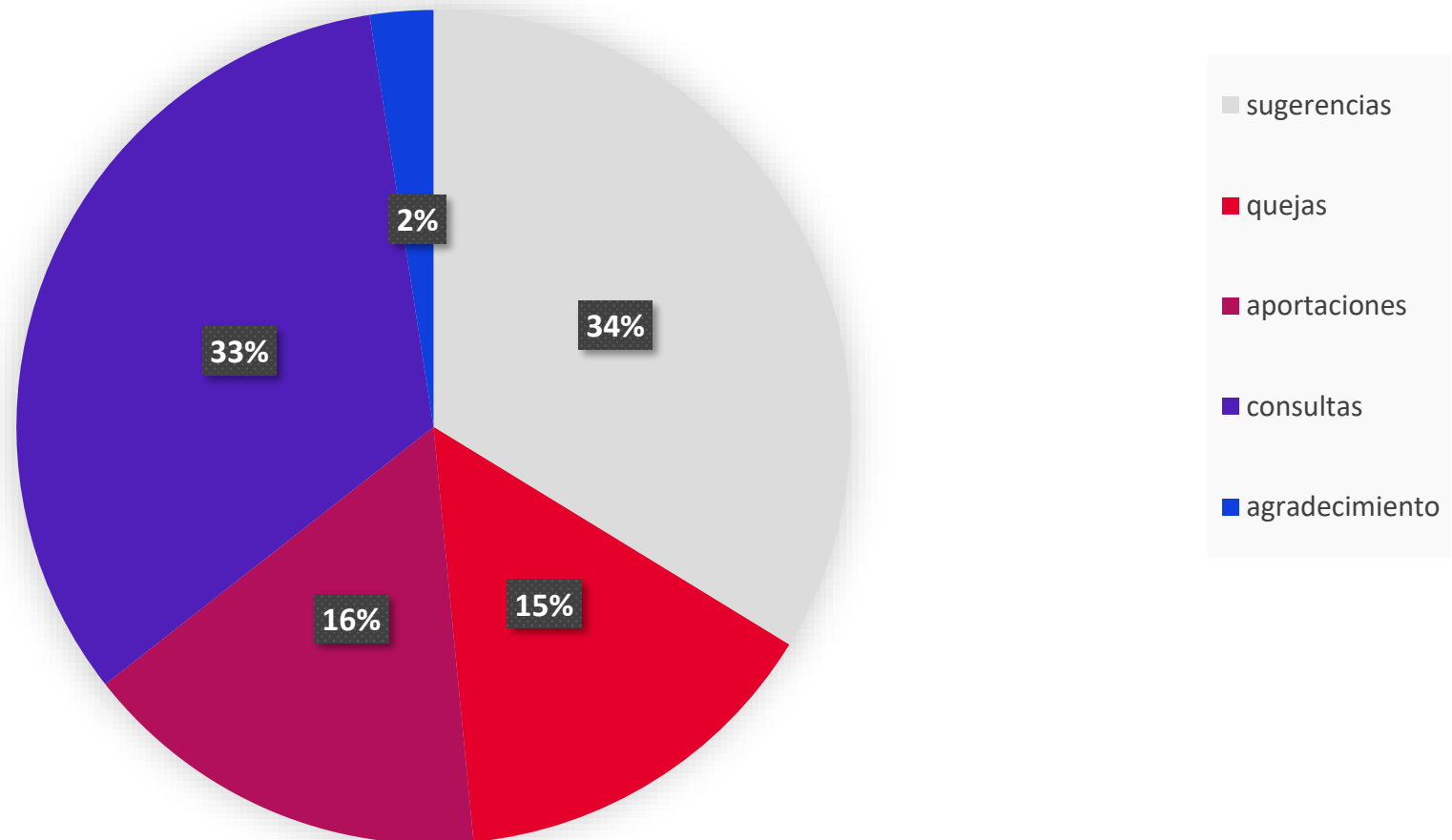
Recibido	209
Gestionado	204
TELEMADRID	180
LA OTRA	2
ONDA MADRID	17
TELEMADRID.ES	10



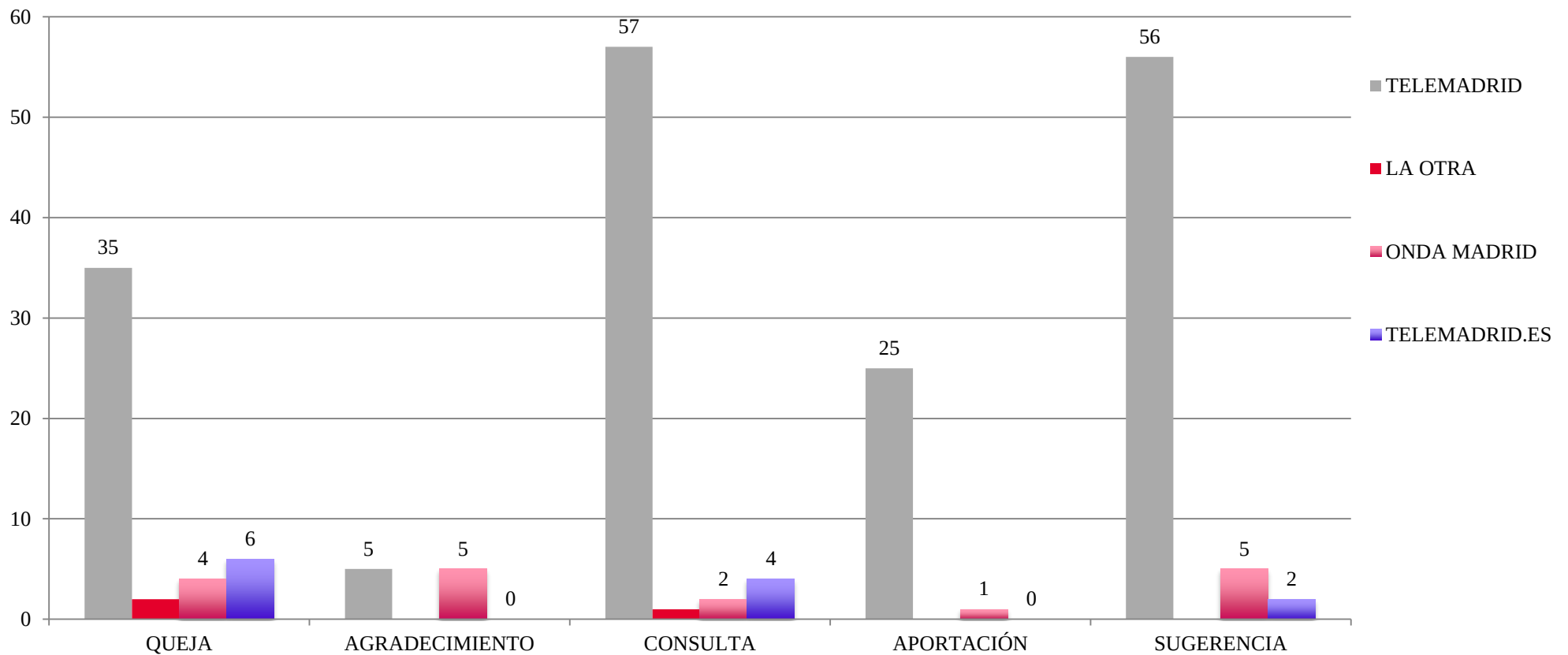
2. Desglose de datos

2. 1 Número y tipo de notificaciones

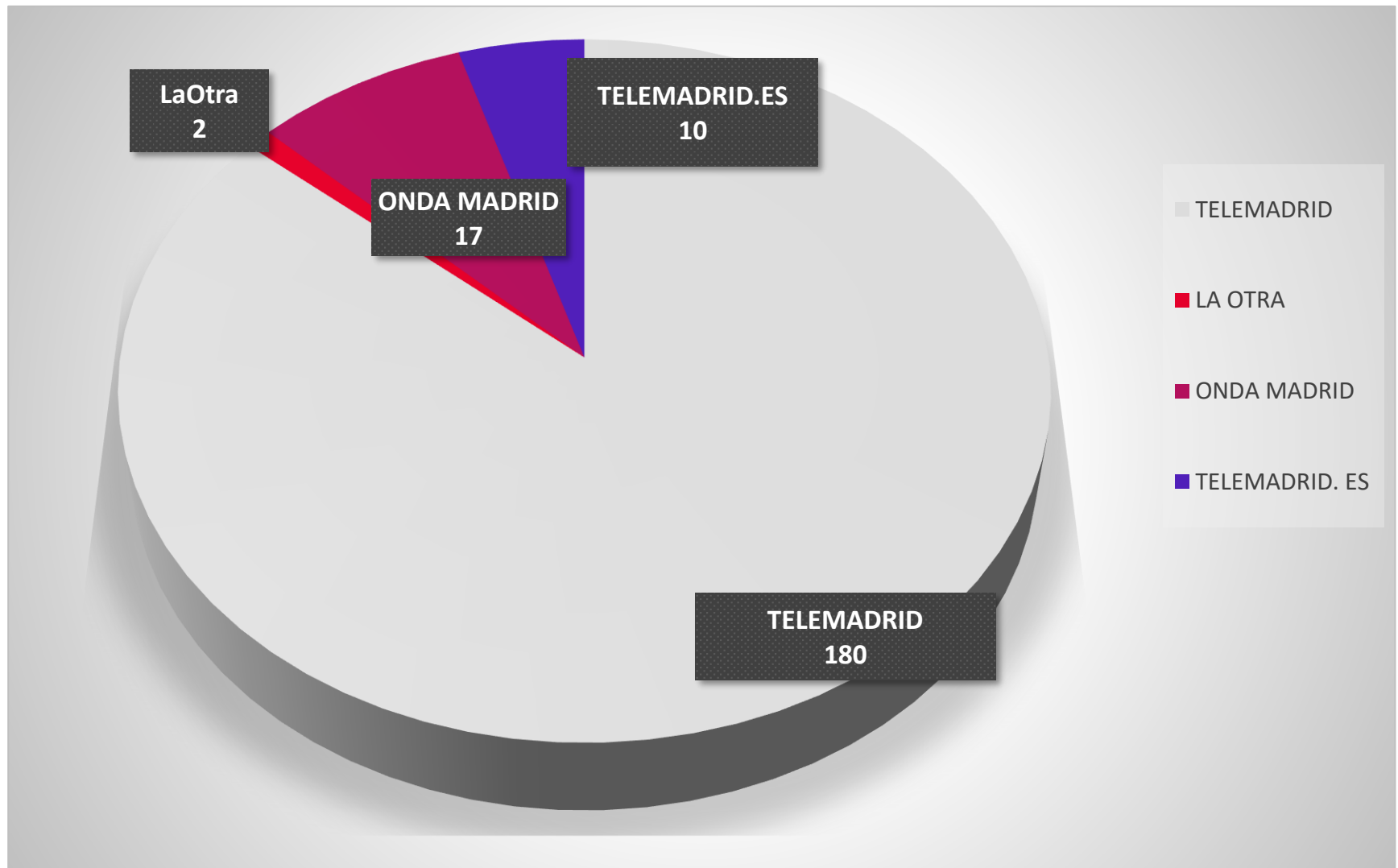
Atendiendo a la naturaleza de las notificaciones se distribuyen de la siguiente forma:



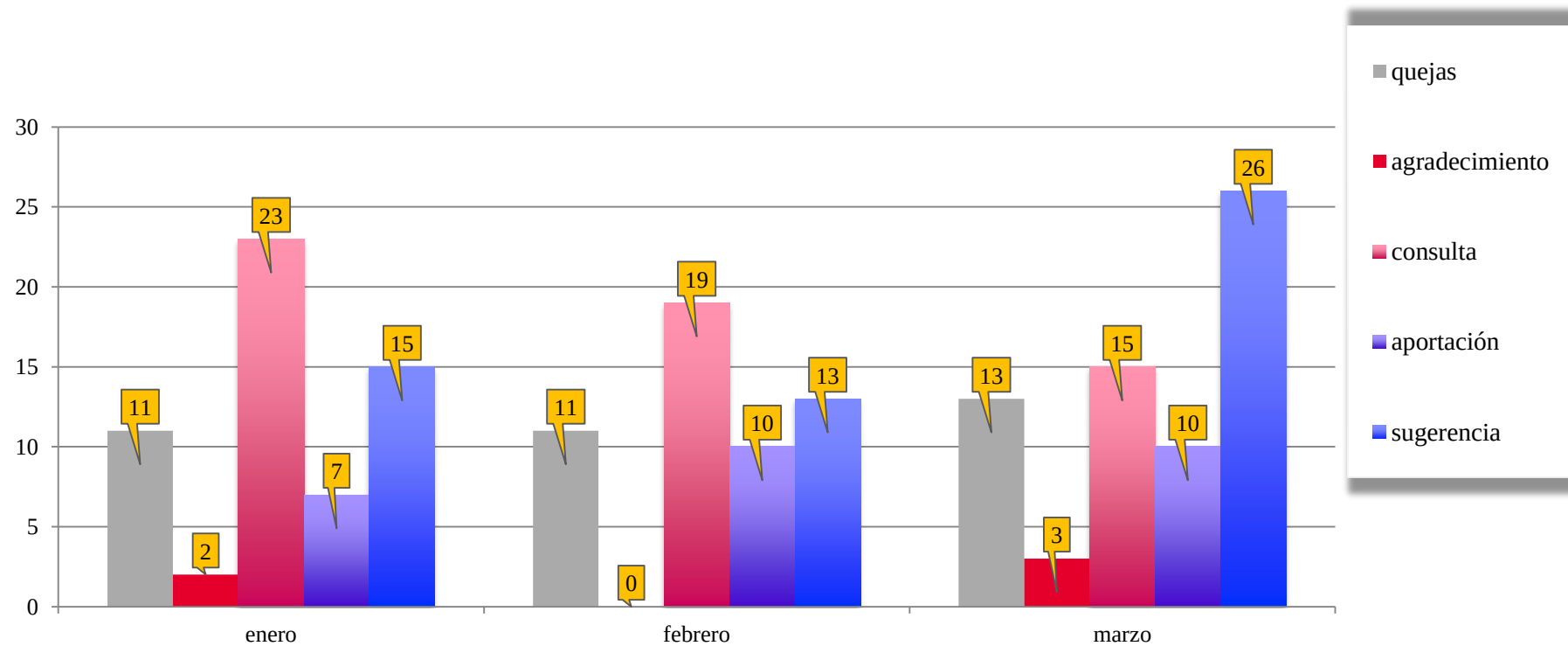
Datos globales desglosados por tipo de notificación



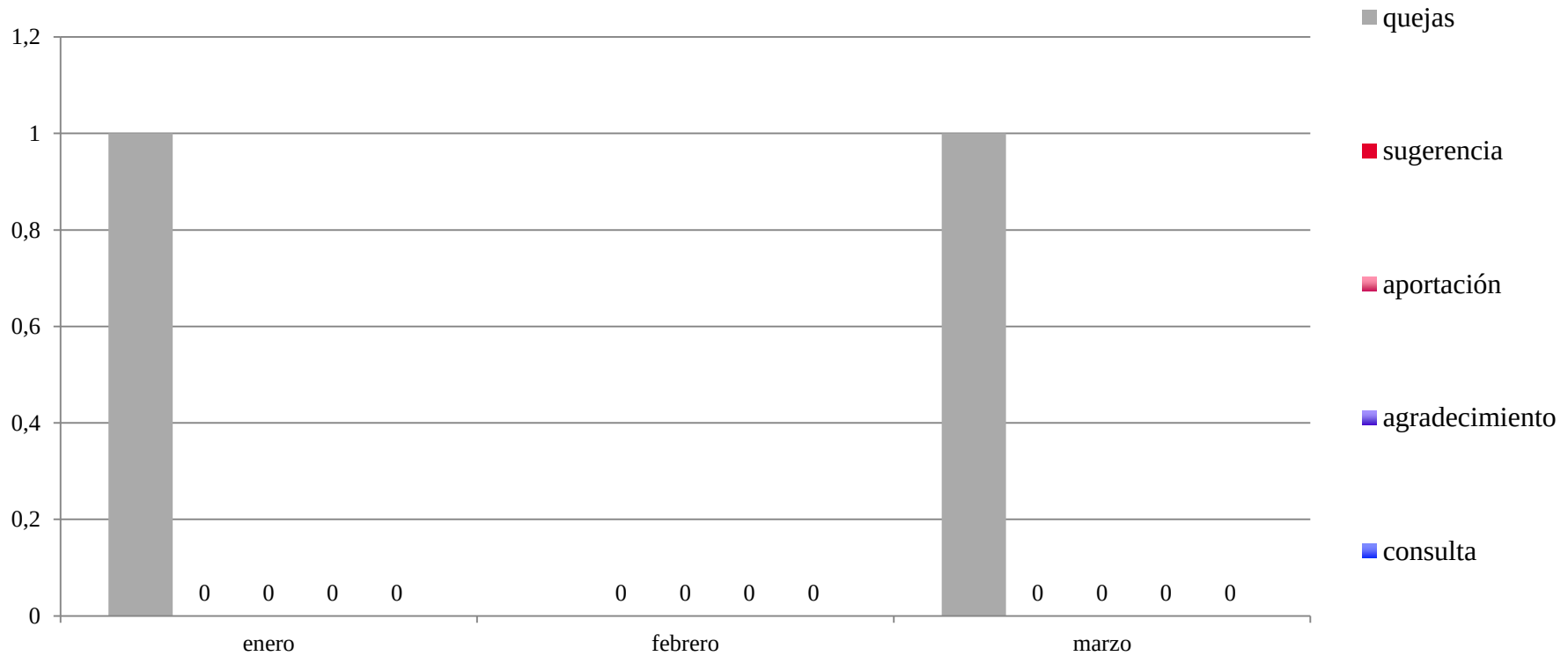
2.2 Notificaciones por marca



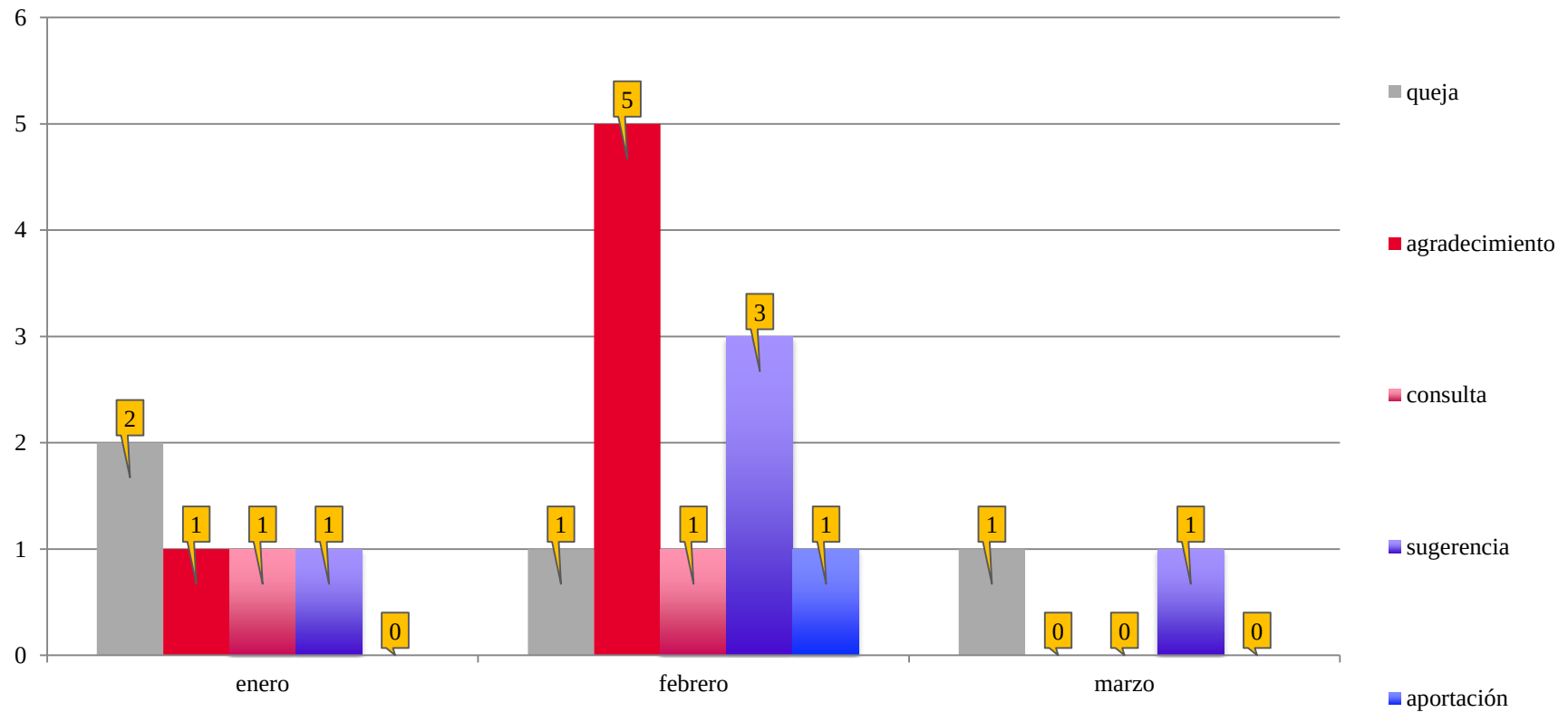
2.3 .TELEMADRID Número de Comunicaciones recibidas atendiendo a su naturaleza



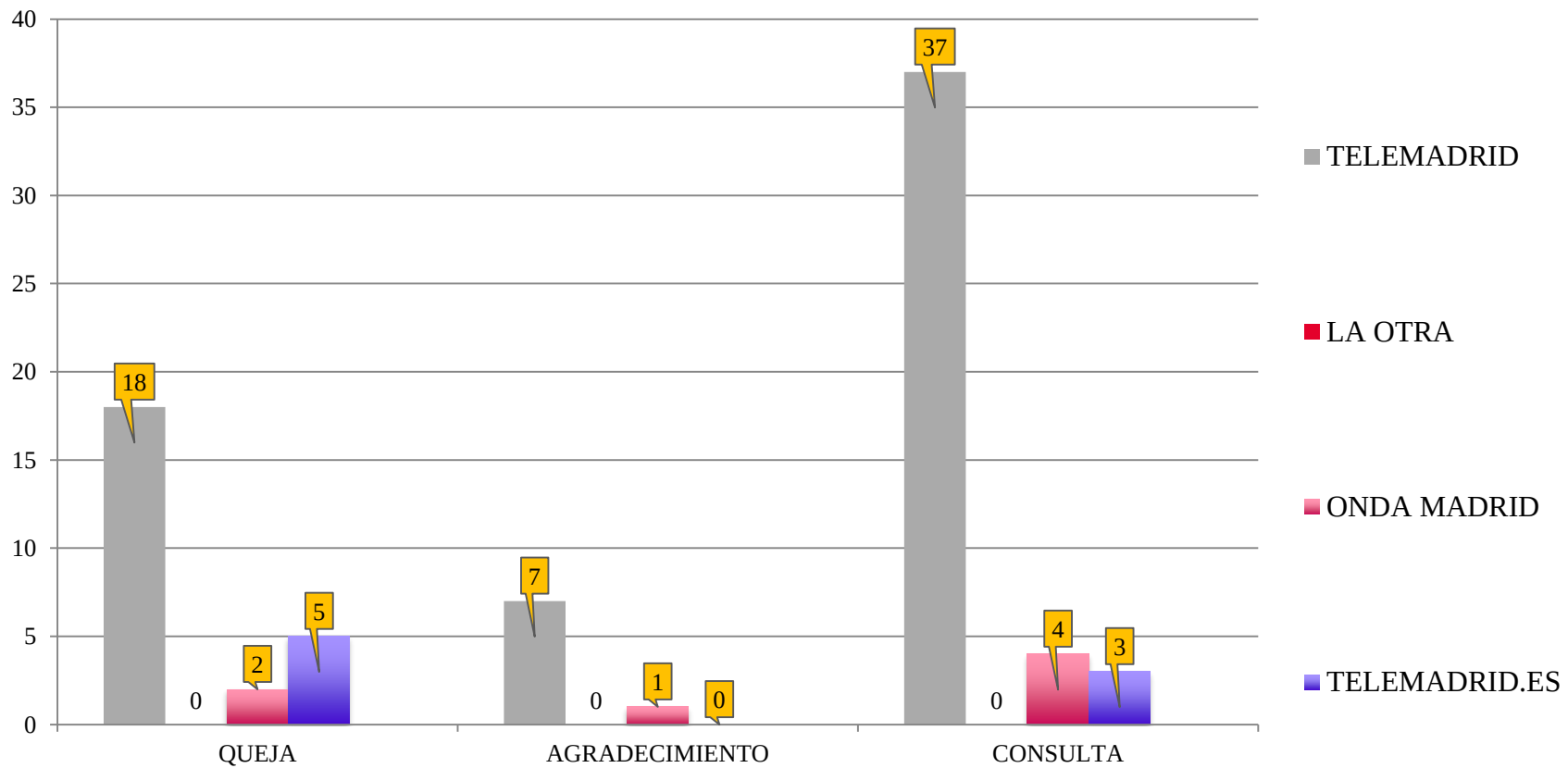
2.4 .LA OTRA Número de Comunicaciones recibidas atendiendo a su naturaleza



2.5.ONDA MADRID Número de Comunicaciones recibidas atendiendo a su naturaleza



2.6 .TELEMADRID.ES Número de Comunicaciones recibidas atendiendo a su naturaleza



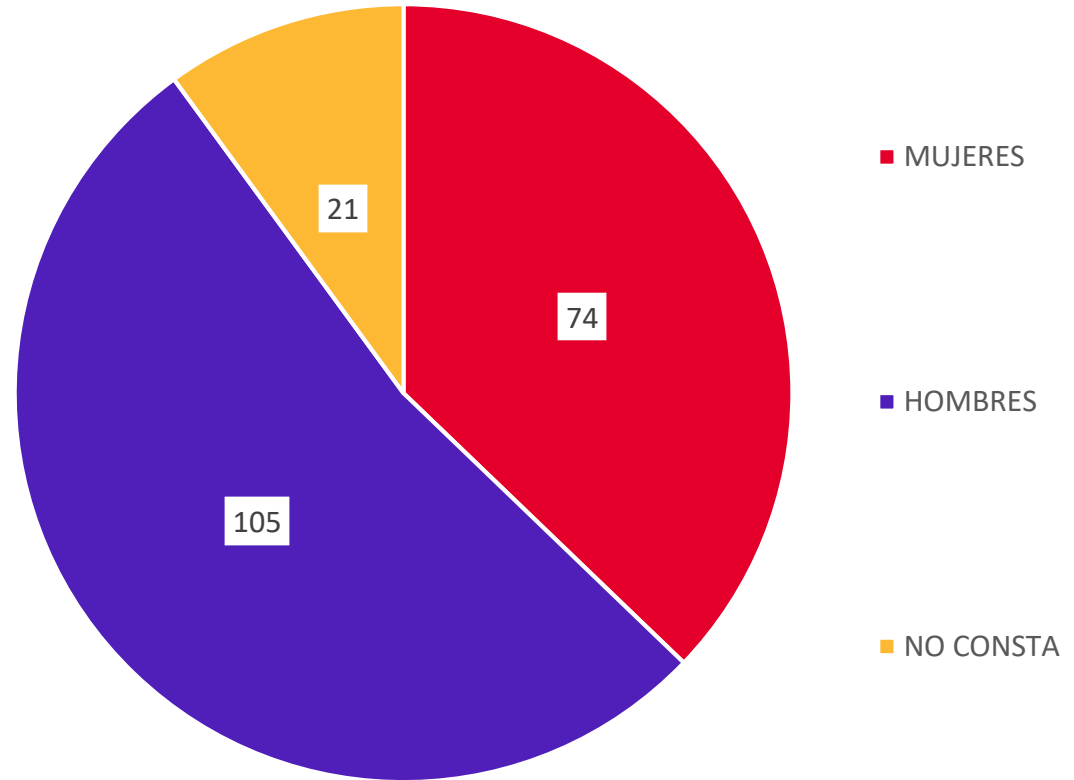
2.7 DISTRIBUCIÓN POR SEXO



MUJERES 37 %



HOMBRES 52,5 %

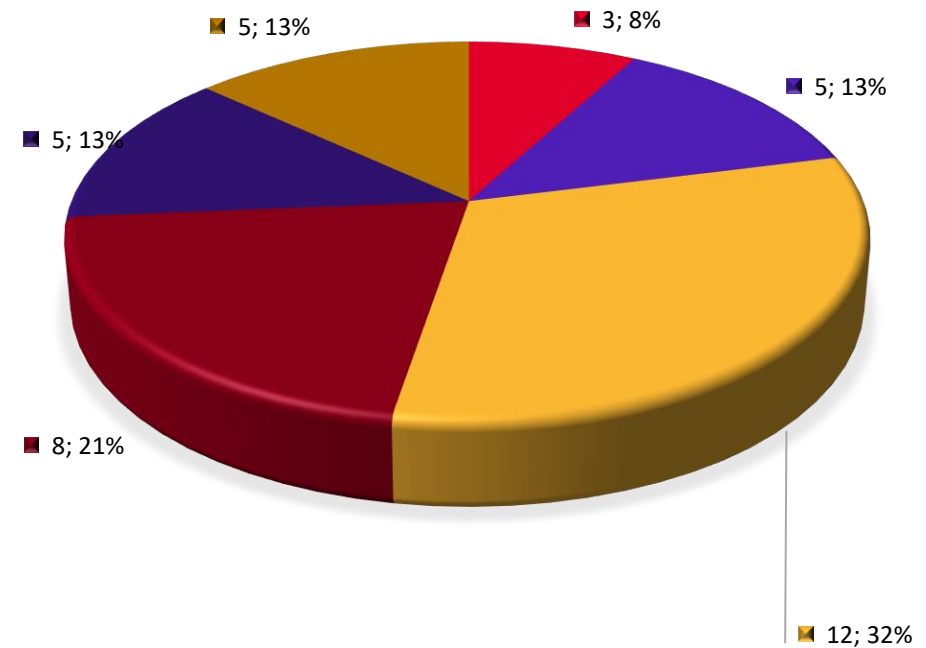


2. 7 a. Distribución por edad



Franjas edad

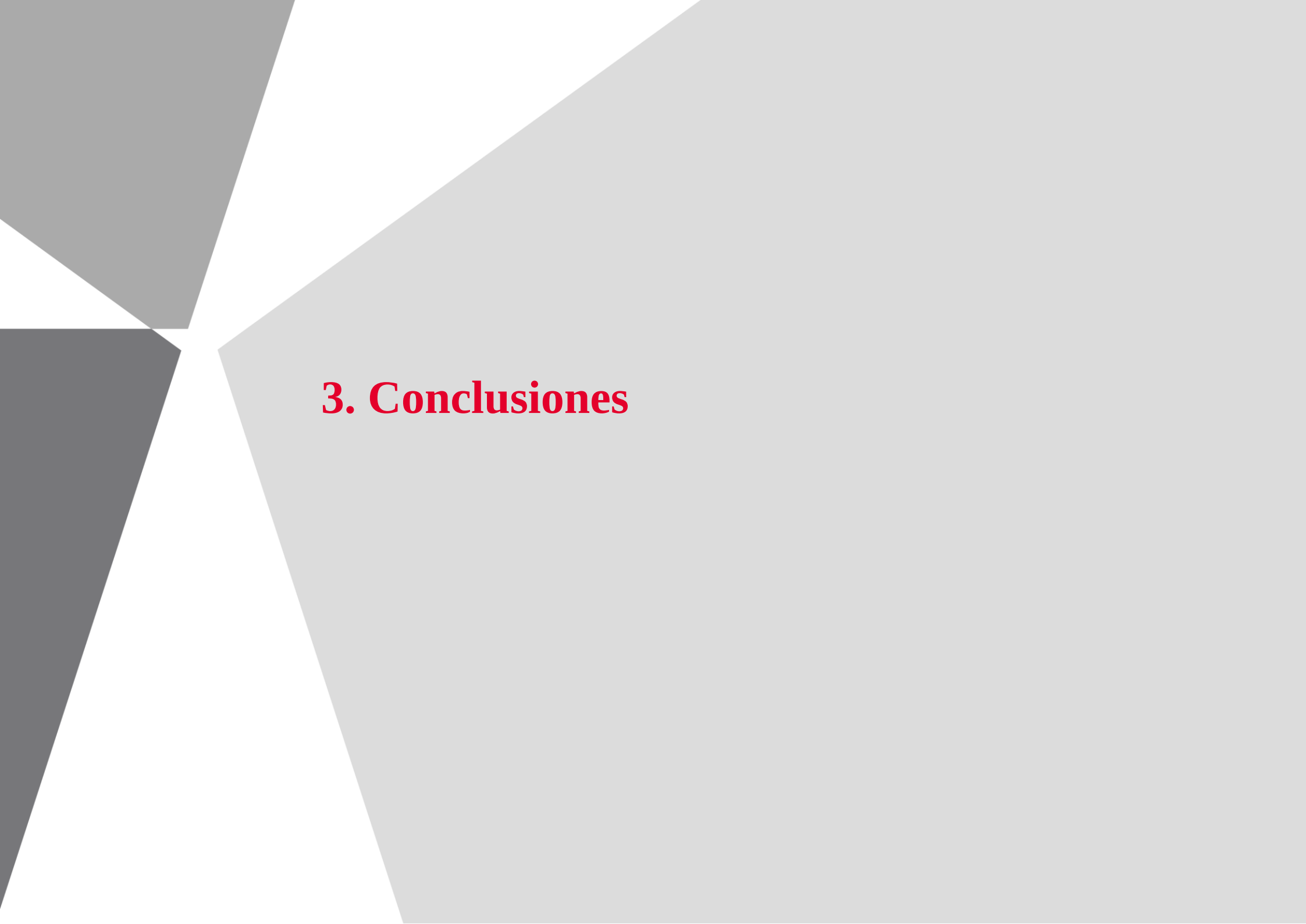
18-24 años	3 (3,8%)
25-34 años	5 (5,13%)
35-44 años	12 (12,38%)
45-54 años	8 (8,21%)
55-64 años	5 (5,13%)
65+ años	5 (5,13%)



Distribución por tipo de canal

TIPO DE MENSAJES		%
EMAIL	169	82,84%
PLATAFORMA	40	19,14%
OTROS	4	1,91%

Se destaca que el **correo electrónico** sigue siendo el canal más utilizado por la audiencia de RTVM para contactar.



3. Conclusiones



La Oficina de Participación de la Audiencia confirma su **línea ascendente** en el primer trimestre de año 22. El número de mensajes recibidos es de **209**. Supone un incremento de casi un **30 %** respecto al último trimestre de 2021.

Se han gestionado 204 de esos mensajes. Sólo 5 no se han contestado por carecer de teléfono, dirección de correo electrónico inválida o por contener lenguaje inapropiado.



El canal más habitual sigue siendo el **correo electrónico**. Está a punto de ponerse en marcha **una campaña en RTVM** para divulgar tanto la existencia de la **Oficina** como su razón de ser, animando a la audiencia a comunicarse con todos los canales puestos a su disposición.



En cuanto a la edad, resalta la franja entre los 35 y los 44 años, con casi un **13 %** de los mensajes recibidos a través de la plataforma o que nos han querido dejar el dato en el correo electrónico. Referente al género, hay una mayoría de **hombres** (52%) frente a las **mujeres** (37 %).



Se ha contestado a todos los mensajes. Respecto de aquellos que expresan disconformidad y nos reclaman una rectificación se atienden de forma minuciosa intentando llegar a la finalización del motivo causante de la controversia sin necesidad de publicar la réplica. En general y tras ser atendida su demanda, la reacción es siempre positiva.

El resto de las críticas recibidas se deben a errores de localización y errores gramaticales en rótulos, cambios de horario o desaparición de programas y problemas con subtítulos y audiodescripciones para personas con discapacidad visual o auditiva



Las sugerencias y aportaciones están destinadas en su mayoría a Madrid Directo y Juntos que siguen siendo los espacios con mayor interés. Los usuarios de la web se interesan por la sección “a la carta” y por el archivo de programas. Cabe destacar las consultas que llegan a la Oficina de Participación interesándose por espacios emitidos hace años y que son remitidos a Documentación.



La publicación en la web de la sección ¿**Qué nos dice la audiencia?** resume los mensajes más destacados llegados hasta la Oficina cada **15 días**. Se anima a la participación de los usuarios para sugerencias, quejas o aportaciones, permitiendo además conocer cómo y qué se ha respondido a los mensajes.

<https://www.telemadrid.es/oficina-de-participacion/Dinos-lo-que-piensas-0-2437256267--20220331043513.html>

<https://www.telemadrid.es/oficina-de-participacion/Madrid-con-Ucrania-0-2432456754--20220315013527.html>

<https://www.telemadrid.es/oficina-de-participacion/dice-audiencia-febrero-0-2423757630--20220214110146.html>

<https://www.telemadrid.es/oficina-de-participacion/Termina-tarde-prime-time-television-0-2428857099--20220303011028.html>

<https://www.telemadrid.es/oficina-de-participacion/dice-audiencia-enero-0-2420157968--20220202120714.html>



Todas las quejas llegadas a la Oficina de Participación han sido examinadas y se han comprobado los datos, terminado este proceso se ha contestado y comunicado al responsable y/o al departamento interesado para su conocimiento y valoración



Desde la Oficina de Participación de la Audiencia se quiere agradecer a todos profesionales de RTVM su colaboración cuando han sido requeridos por esta Oficina. Sin sus aportaciones y buena disposición no hubiera sido posible contestar adecuadamente los requerimientos llega



RTVM

