



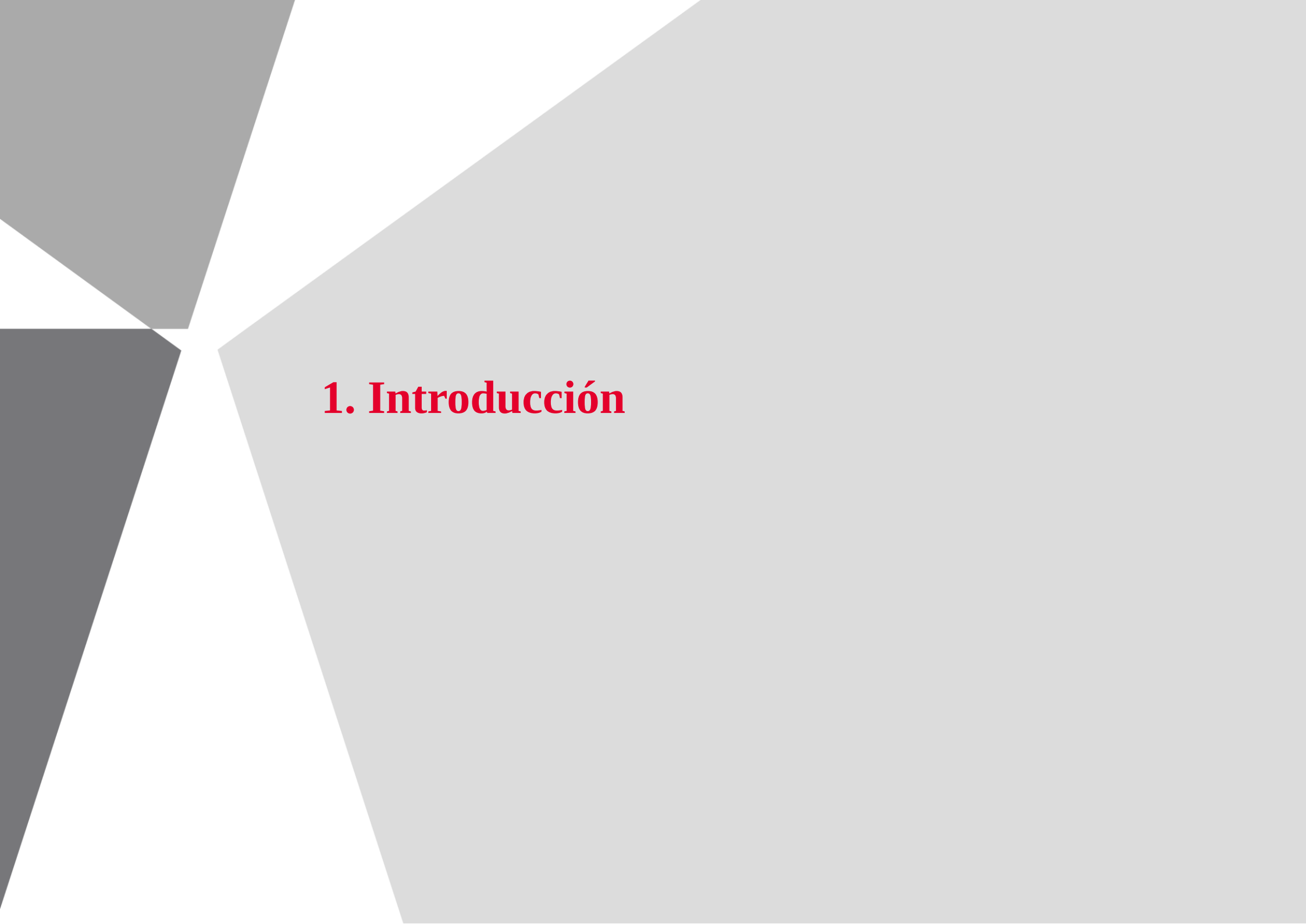
RTVM

Oficina de participación de la Audiencia

Tercer trimestre 2022

Índice

1. Introducción.....	3
2. Desglose de datos	7
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 tercer trimestre de 2022. Sus datos revelan el mantenimiento del número de mensajes llegados a la Oficina de Participación de la Audiencia.

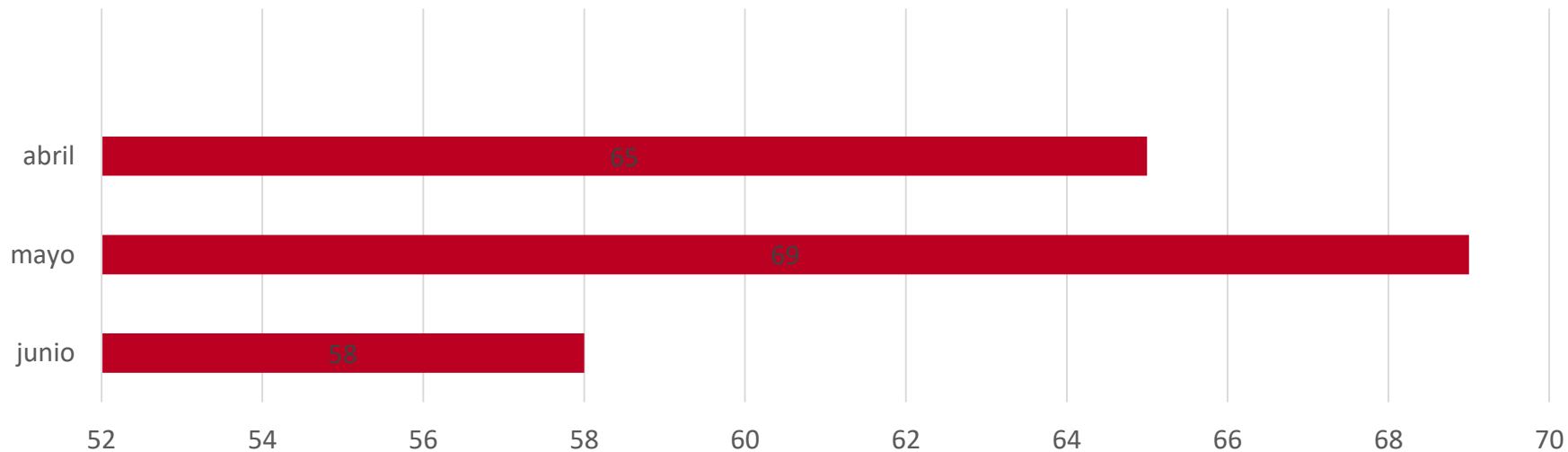
Los canales de participación al servicio a los telespectadores, radioyentes y usuarios de web son:

Email participa@Telemadrid.es

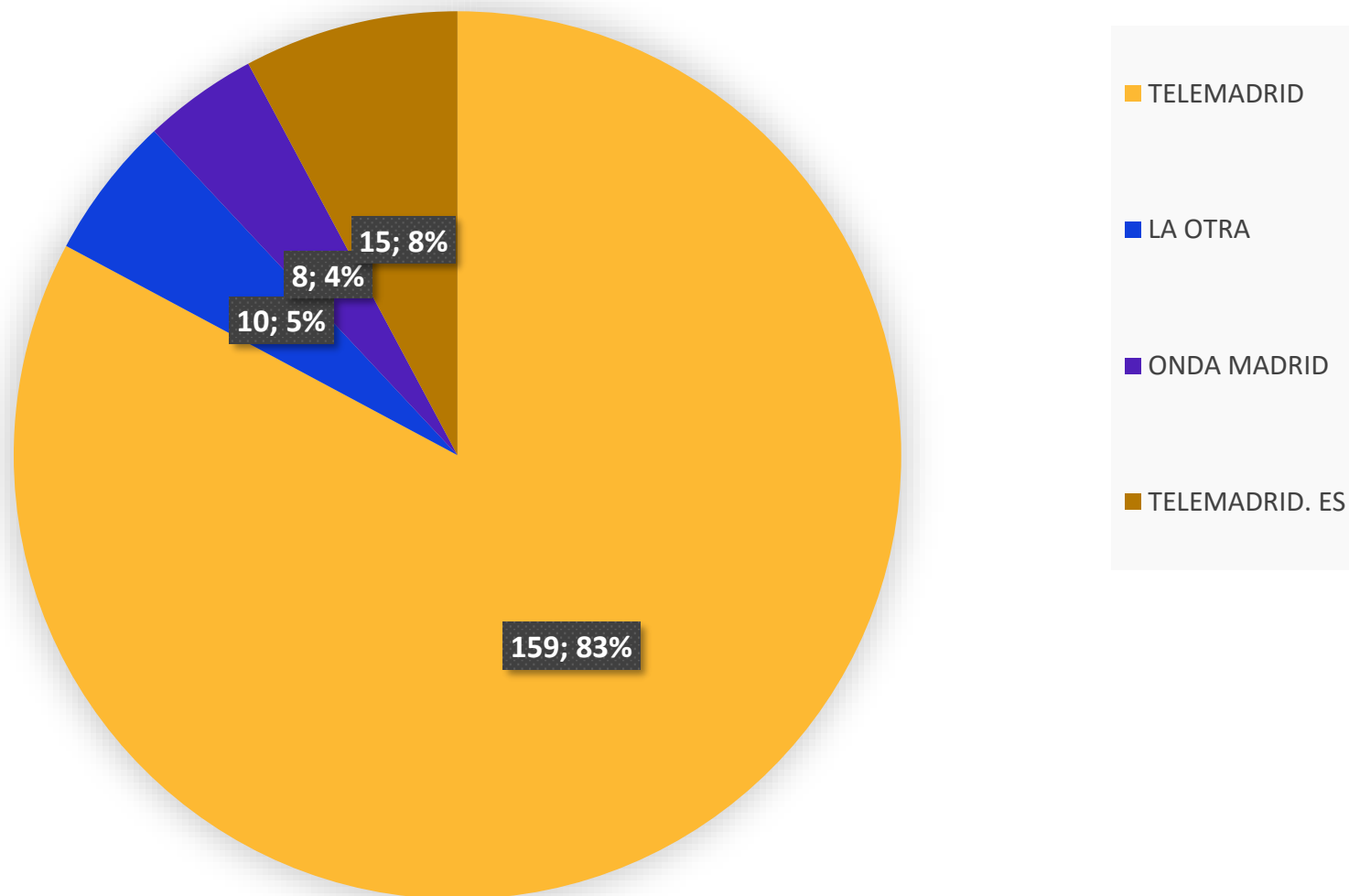
Web <http://contacto.telemadrid.es/formulario/>

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

Se han recibido un total de **192 preguntas, quejas, sugerencias, aportaciones y consultas**



Porcentaje de notificaciones recibidas por canal



Canal utilizado para comunicar

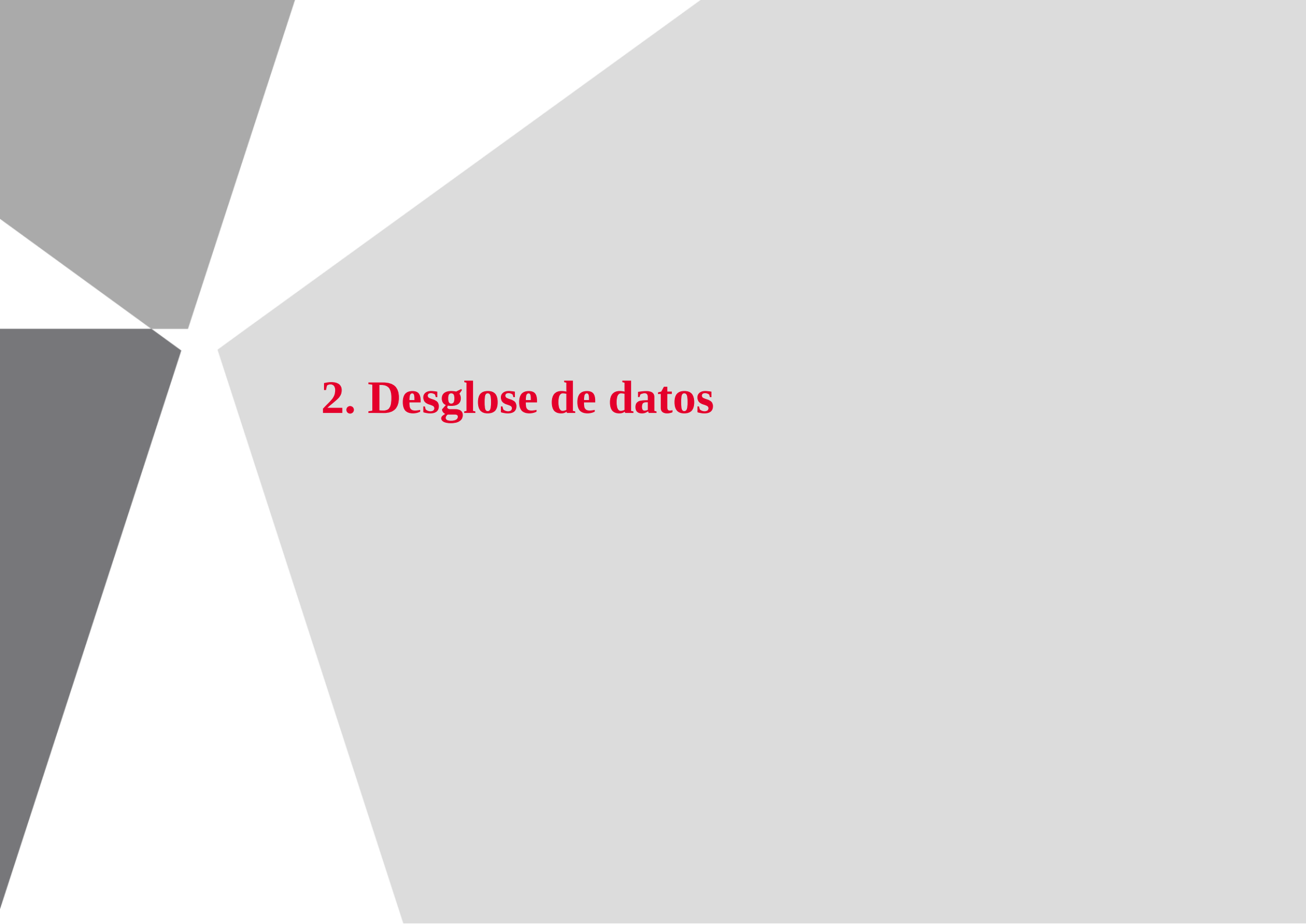


Email participa@telemadrid.es



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

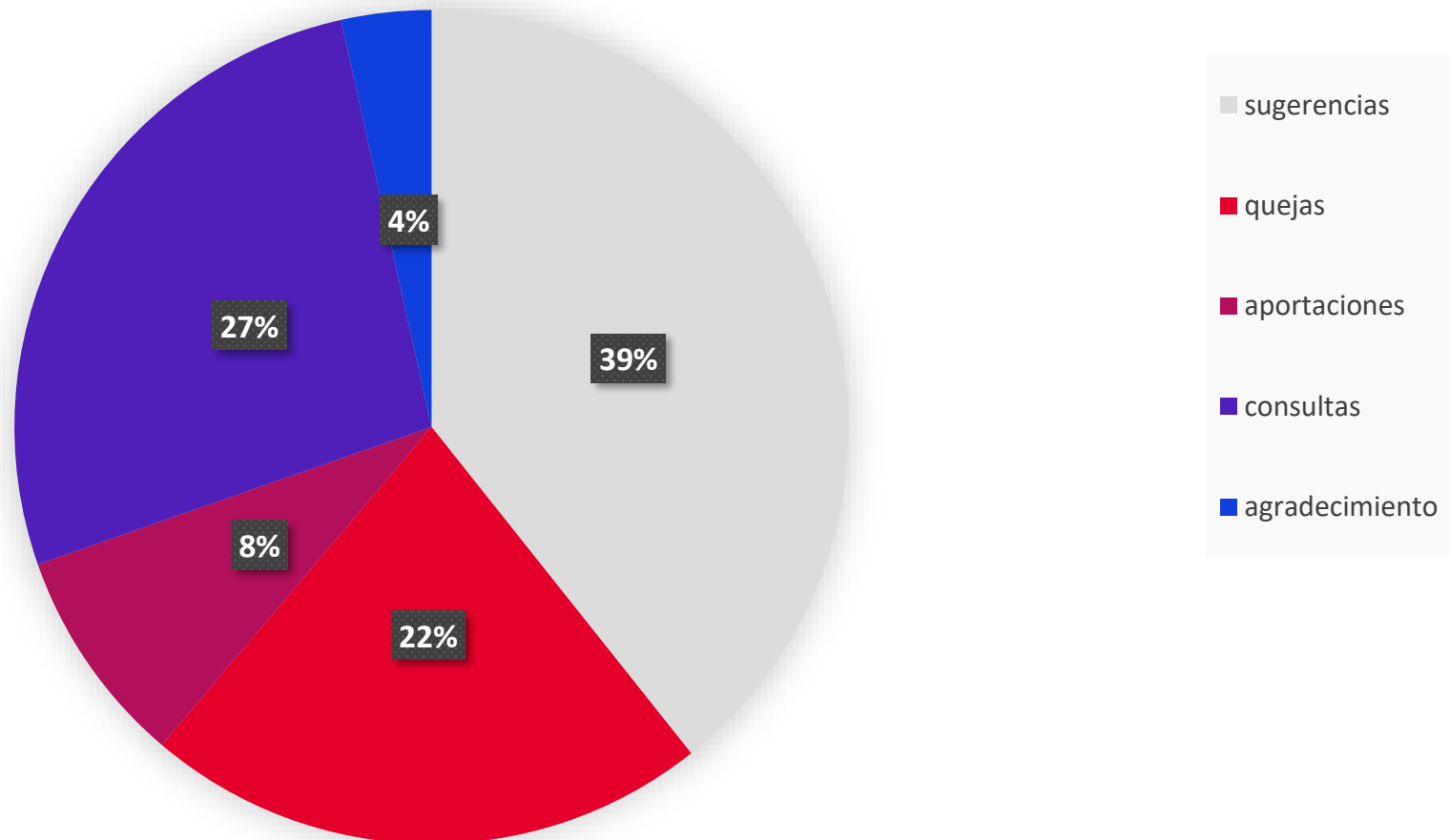
TELEMADRID	159
LA OTRA	10
ONDA MADRID	8
TELEMADRID.ES	15



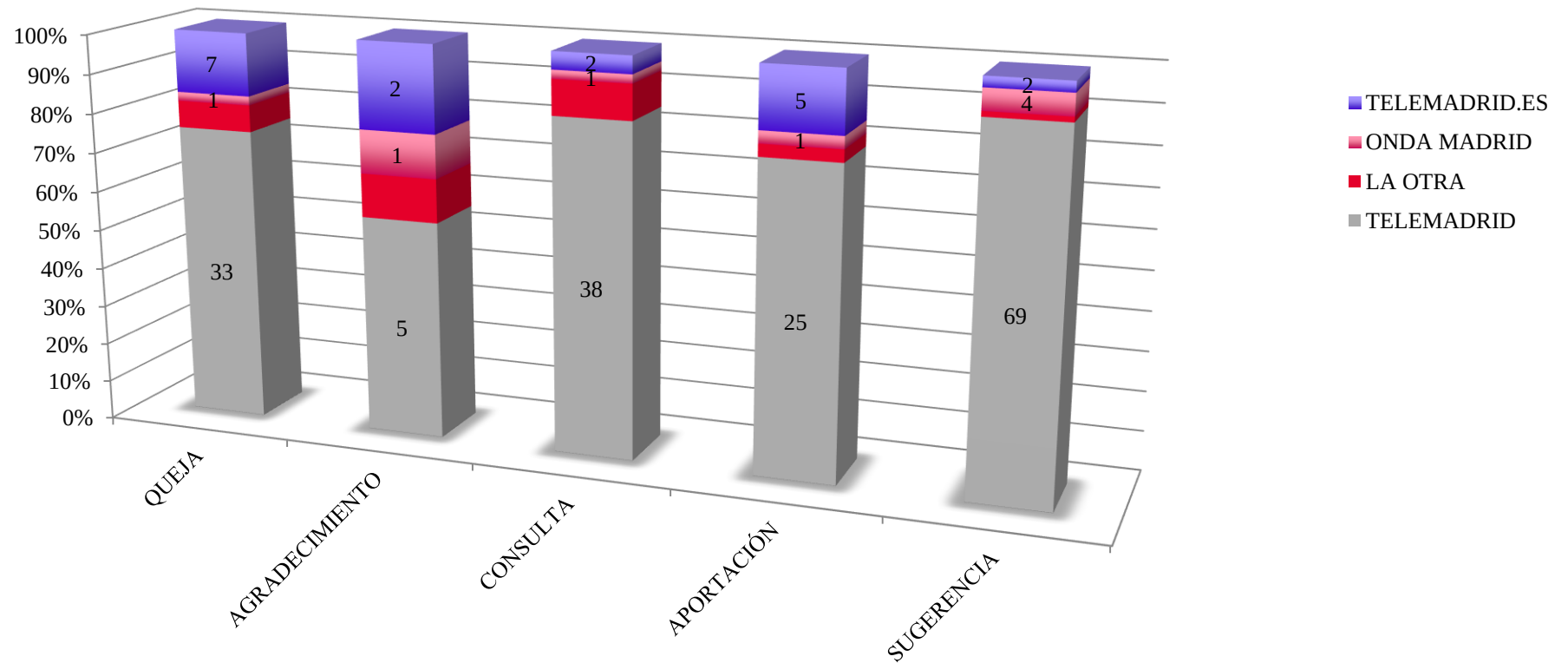
2. Desglose de datos

2. 1 Número y tipo de notificaciones

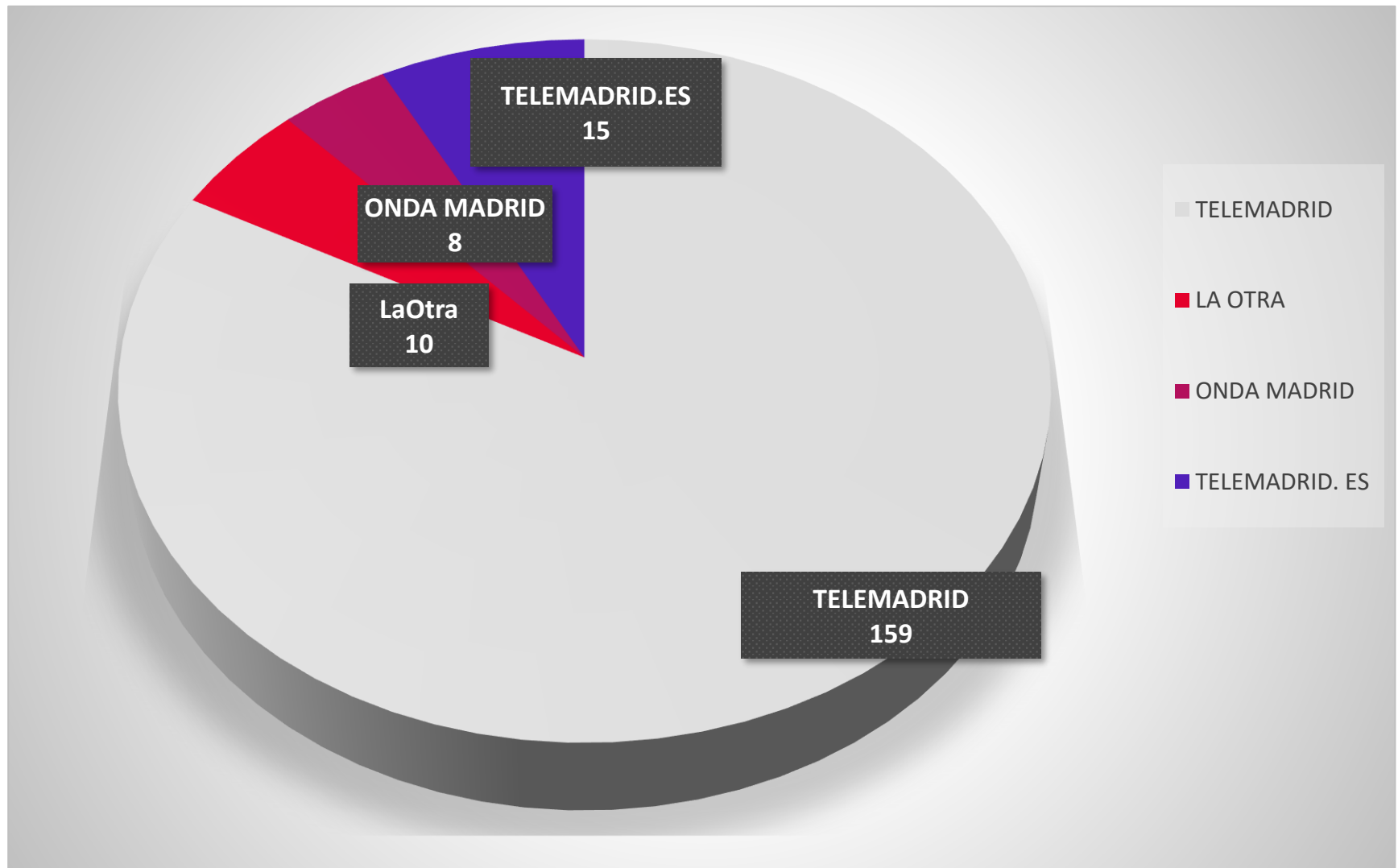
Atendiendo a la naturaleza de las notificaciones se distribuyen de la siguiente forma:



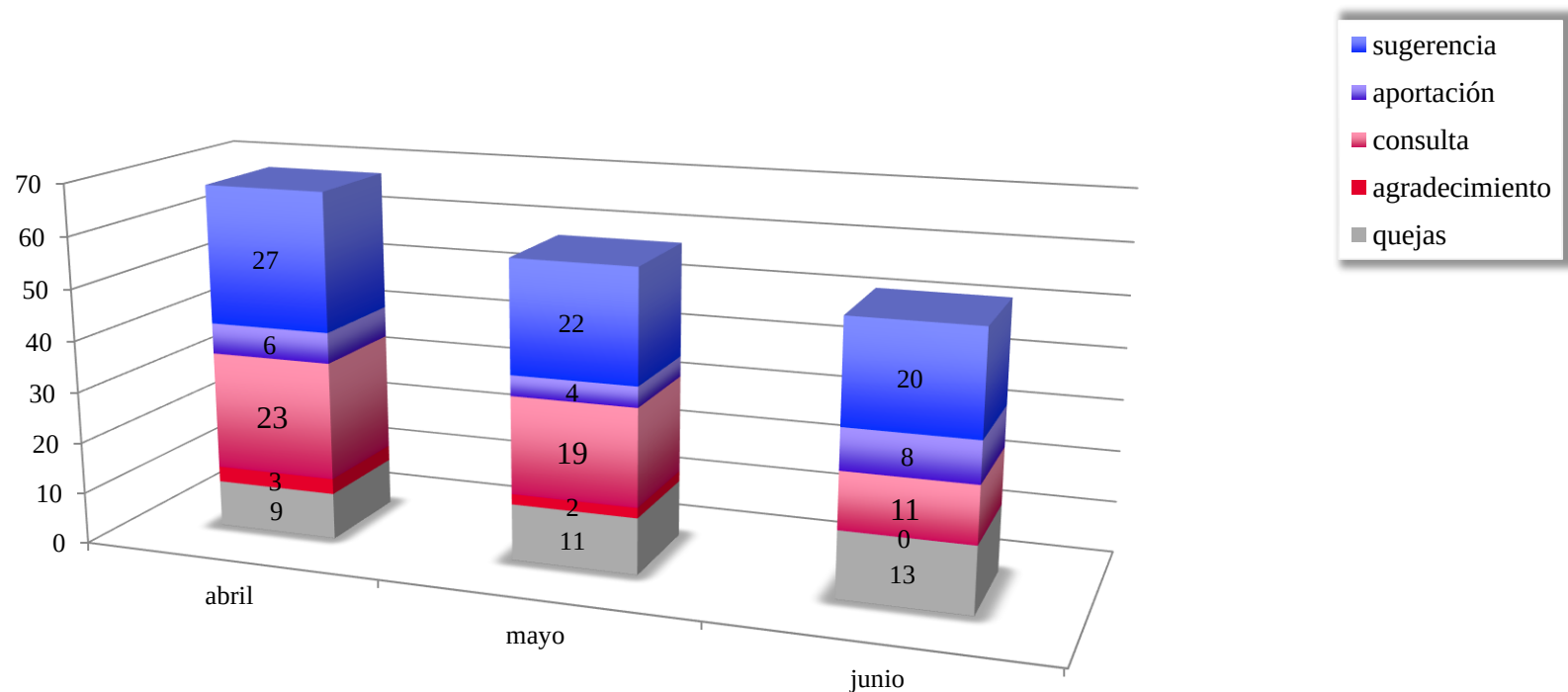
Datos globales desglosados por tipo de notificación



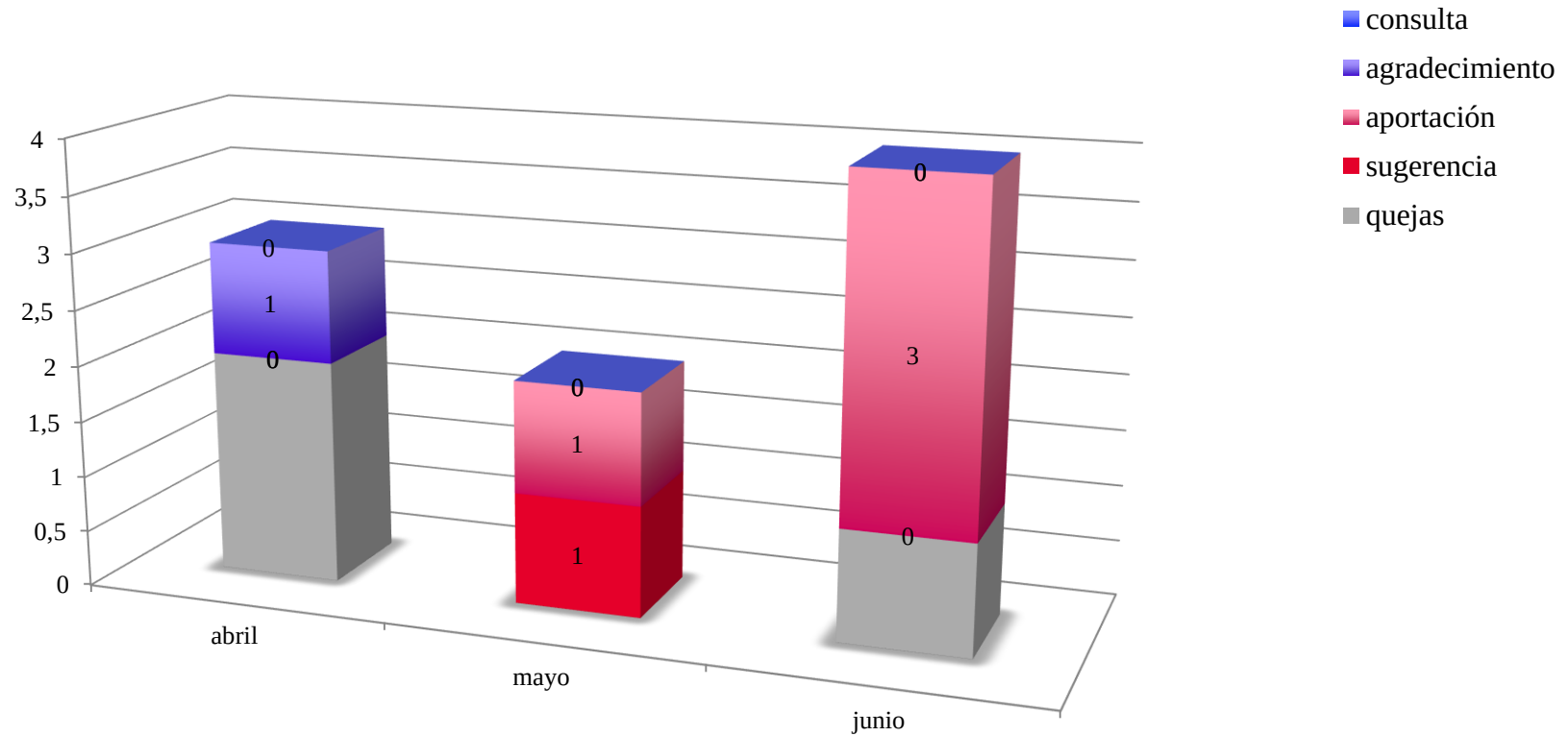
2.2 Notificaciones por marca



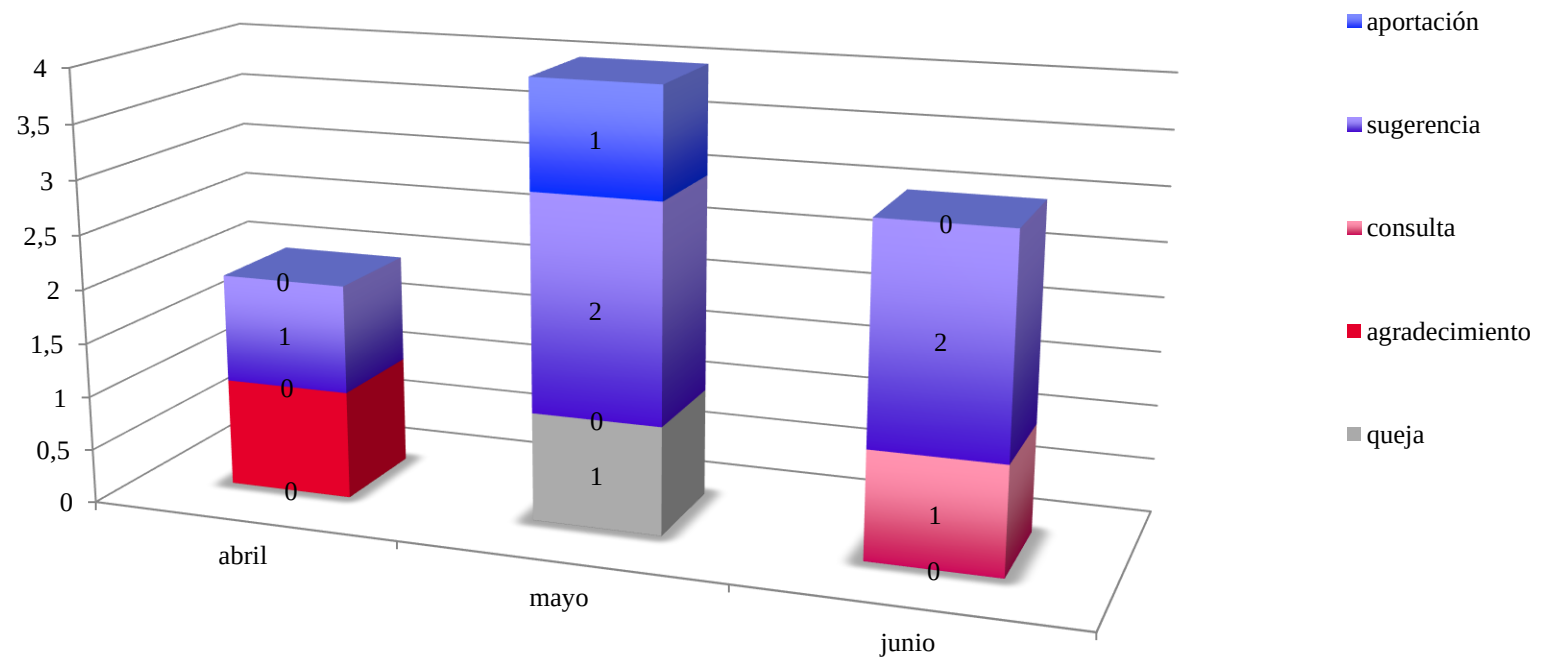
2.3 .TELEMADRID Número de Comunicaciones recibidas atendiendo a su naturaleza



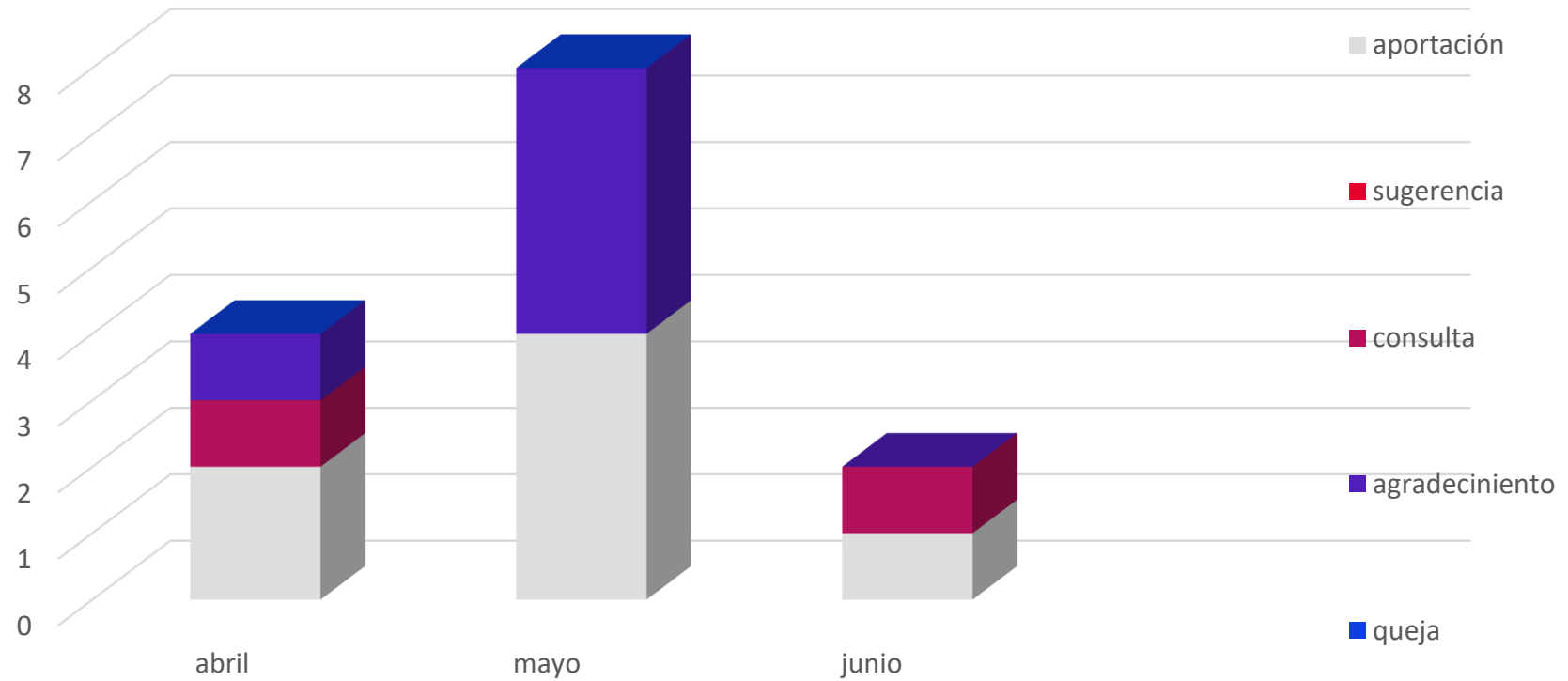
2.4 .LA OTRA Número de Comunicaciones recibidas atendiendo a su naturaleza



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



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



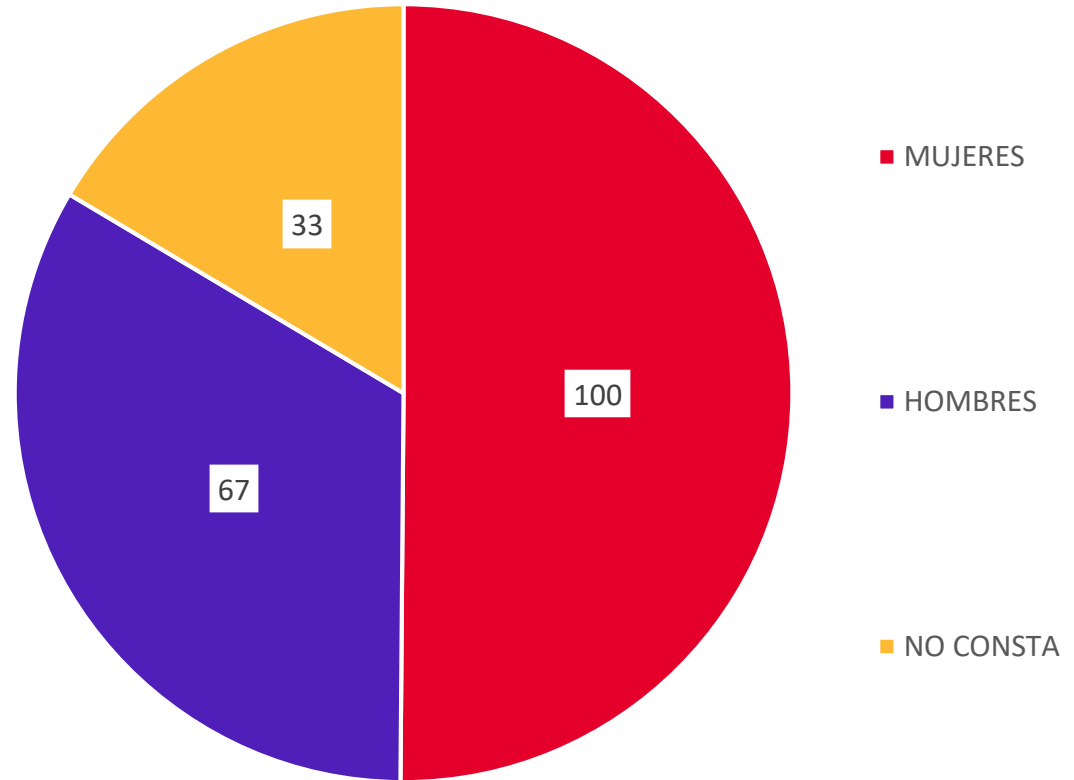
2.7 DISTRIBUCIÓN POR SEXO



MUJERES 37 %



HOMBRES 52,5 %

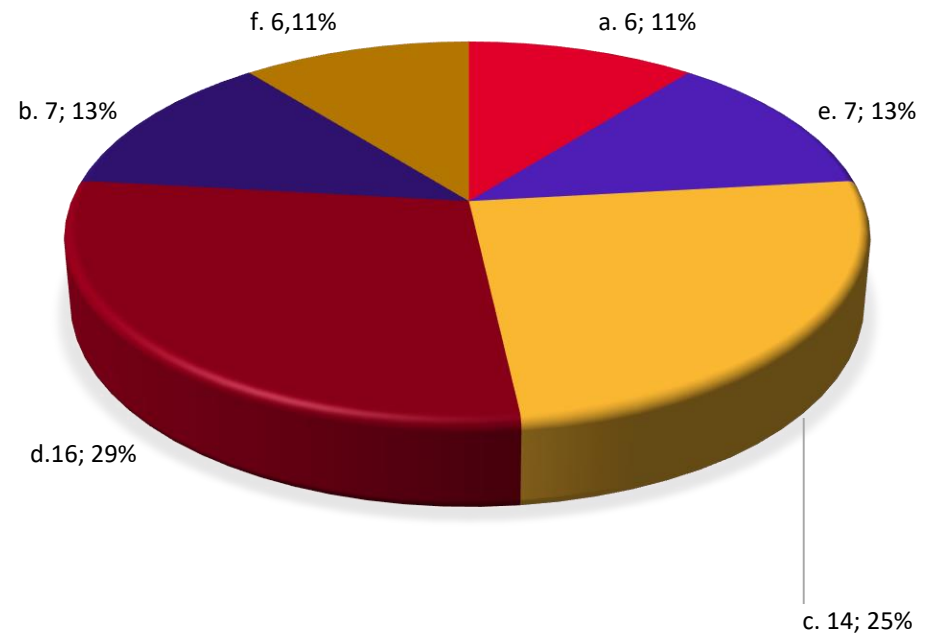


2. 7 a. Distribución por edad



Franjas edad

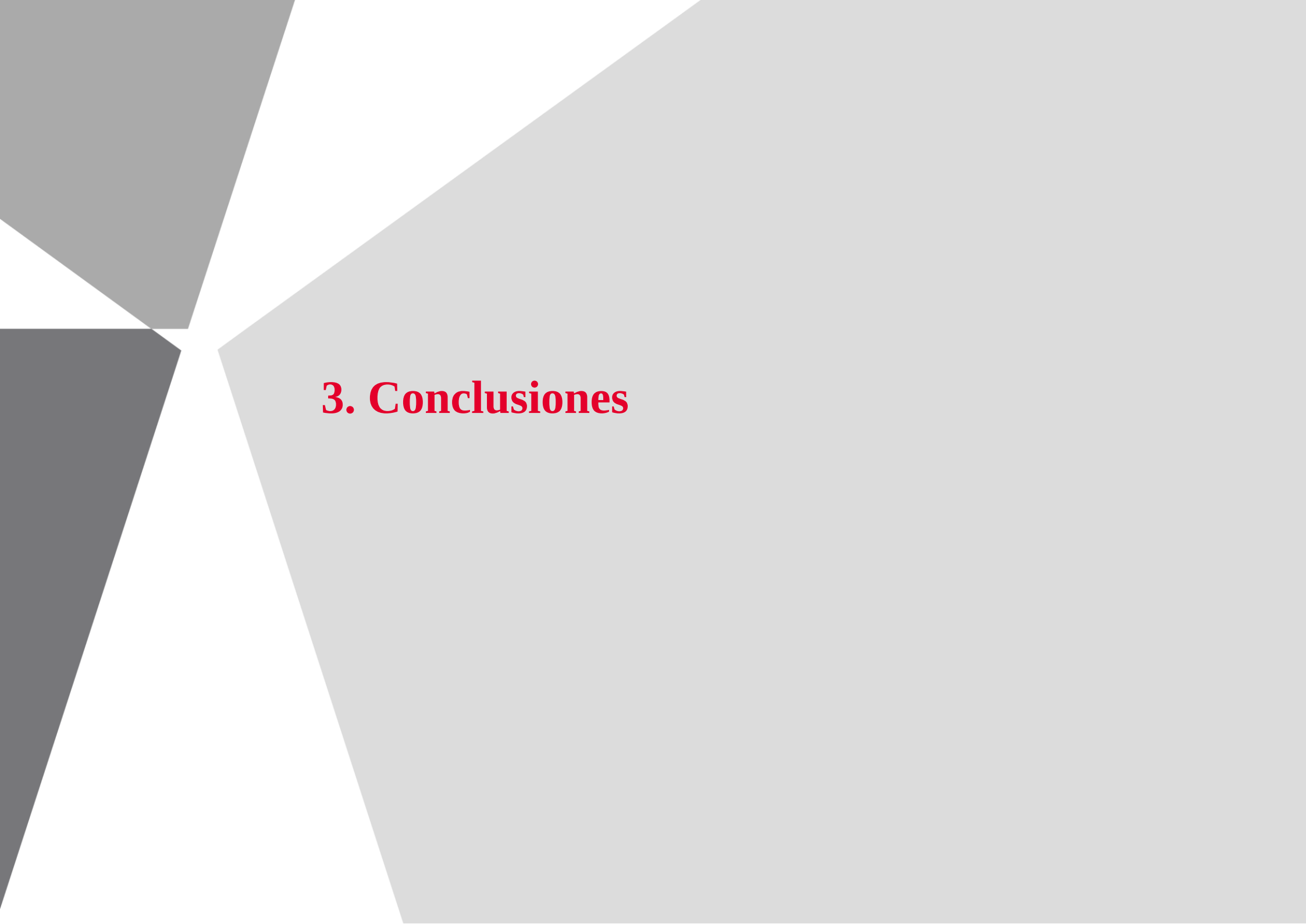
a. 18-24 años	6
b. 25-34 años	7
c. 35-44 años	14
d. 45-54 años	16
e. 55-64 años	7
f. 65+ años	6



Distribución por tipo de canal

TIPO DE MENSAJES		%
EMAIL	134	69,79%
PLATAFORMA	54	28,13%
OTROS	4	2,8%

Se destaca que el correo electrónico sigue siendo el canal más utilizado por la audiencia de RTVM para contactar. Se destaca un incremento en los mensajes recibidos a través de la plataforma, lo que supone un **35 %** con respecto del **trimestre anterior**.



3. Conclusiones



La Oficina de Participación de la Audiencia se consolida como una herramienta útil y necesaria para comunicar a los telespectadores, radioyentes y usuarios web con RTVM. Todas y cada una de las notificaciones han sido atendidas y/o reconducidas a aquellos departamentos o áreas implicadas. Los servicios informativos y los programas Madrid Directo y Buenos días, son los principales receptores de las aportaciones de la audiencia que, en forma de convocatorias y denuncias, llegan hasta esta Oficina para que RTVM les de cobertura.



El canal más habitual sigue siendo el correo electrónico, prácticamente ya no se utiliza el postal. La Plataforma ve aumentado su número de usuarios gracias a la campaña de publicitación llevada a cabo en Telemadrid y Onda Madrid.



Destacable también el segmento de edad. En el trimestre analizado se incrementa los mensajes recibidos entre la audiencia de entre los 14 y los 34 años un **17 %** mas y se registra un fuerte aumento entre 35 y 55 años, que sube un **78 %**.. En cuanto al género el más de la mitad de quienes los hacen constar, son hombres. Ambos parámetros coinciden con el target de RTVM.



Todas la quejas llegadas hasta esta **Oficina** han sido respondidas en tiempo y forma. Se ha pedido disculpas y se ha rectificado si ello era posible y sólo en una ocasión no fue atendida por utilizar un lenguaje peyorativo. En general y tras ser atendida su demanda la reacción es siempre positiva. Cabe destacar que son, en su inmensa mayoría, críticas por errores de localización, de sintaxis en rótulos o inexactitudes de localización.



Madrid Directo, Buenos días, 120 Minutos y Deportes son por ese orden los espacios con un mayor número de notificaciones. Los usuarios de la web se interesan por la sección “a la carta” y por el archivo de programas, aumentando el interés por el servicio de repicado de imágenes del Departamento de Documentación



La publicación en la web de la sección ¿qué nos dice la audiencia? Resume los mensajes más destacados llegados hasta la Oficina cada mes. 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/dice-audiencia-octubre-0-2392560722--20211102110220.html>

<https://www.telemadrid.es/oficina-de-participacion/dice-audiencia-noviembre-0-2400959894--20211130070000.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 llegados



RTVM

