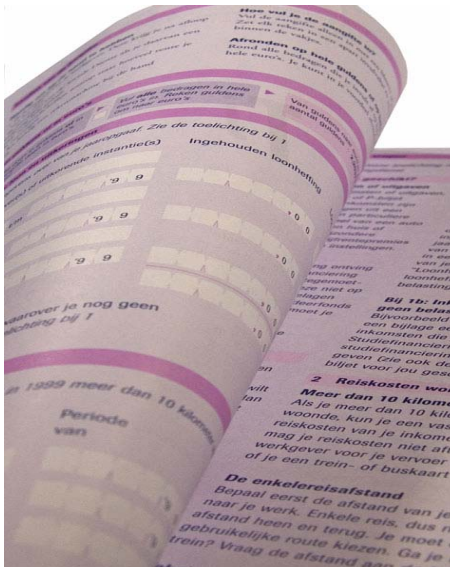


SIGMADOS



Informe de Resultados

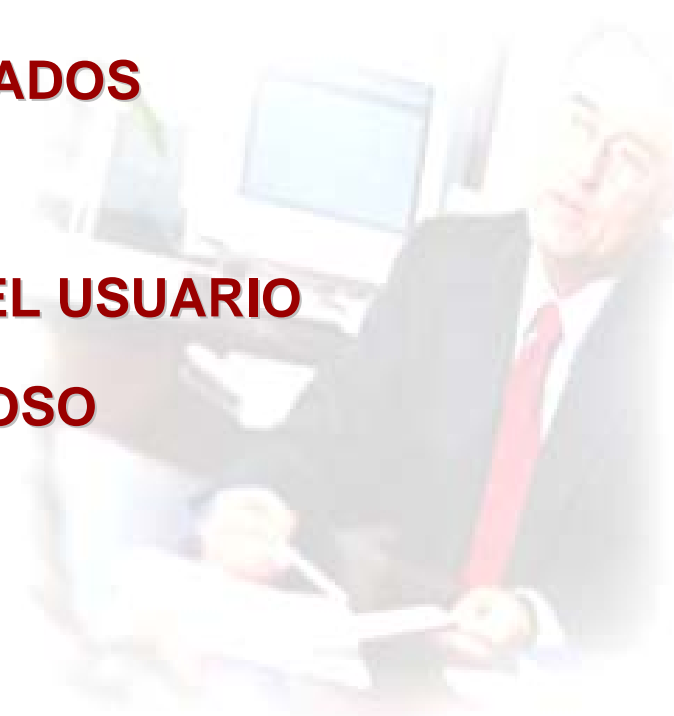
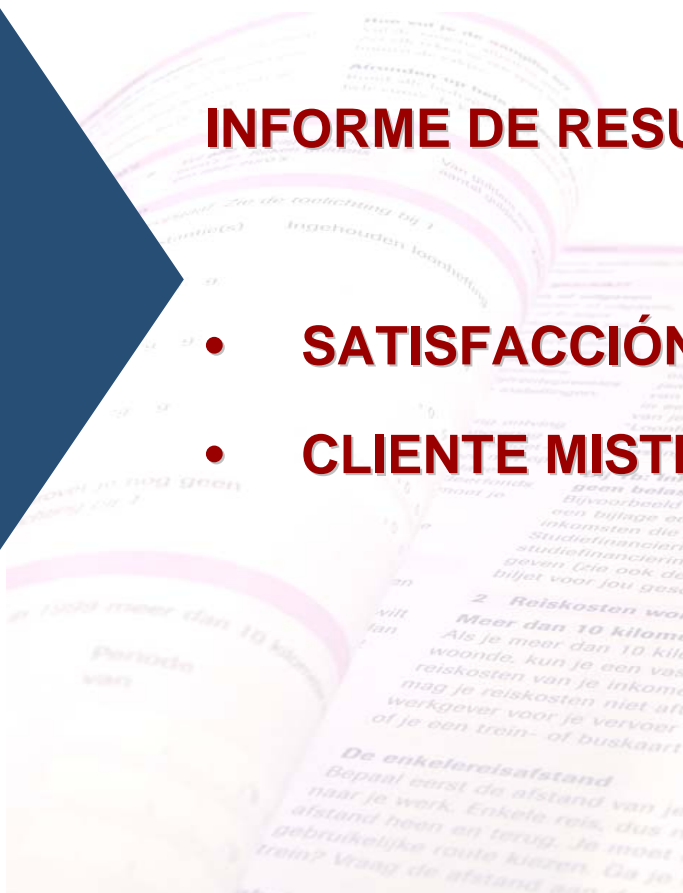


“ESTUDIO DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LAS OFICINAS DE ATENCIÓN INTEGRAL AL CONTRIBUYENTE”

Marzo, 2008

INFORME DE RESULTADOS

- **SATISFACCIÓN DEL USUARIO**
- **CLIENTE MISTERIOSO**



A. SATISFACCIÓN DEL USUARIO

I. FICHA TÉCNICA

II. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

III. RESULTADOS OBTENIDOS

1. Valoración del servicio recibido

2. Definición de calidad

3. El usuario de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente (OAIC)

4. Los servicios de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente (OAIC)

IV. GAP (percepción-expectativas)

A. SATISFACCIÓN DEL USUARIO

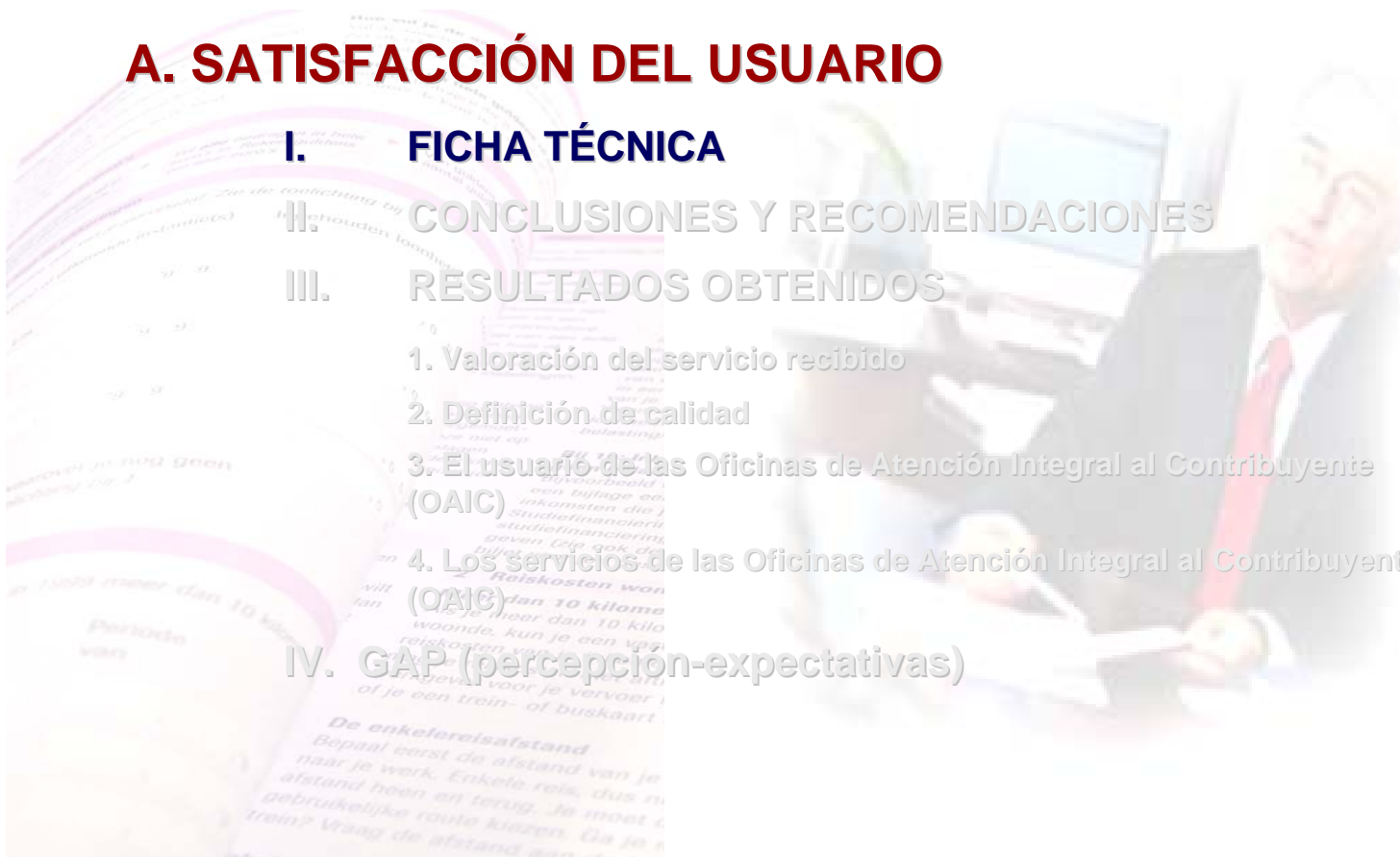
I. FICHA TÉCNICA

II. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

III. RESULTADOS OBTENIDOS

1. Valoración del servicio recibido
2. Definición de calidad
3. El usuario de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente (OAIC)
4. Los servicios de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente (OAIC)

IV. GAP (percepción-expectativas)



- ➔ **UNIVERSO:** USUARIOS DE LAS OFICINAS DE ATENCIÓN INTEGRAL AL CONTRIBUYENTE (OAIC)
- ➔ **ÁMBITO:** MUNICIPIO DE MADRID
- ➔ **MUESTRA:** 1224 ENTREVISTAS, LO QUE OFRECE UNOS RESULTADOS TOTALES CON UN ERROR MÁXIMO POSIBLE DE $\pm 2.5\%$, PARA UN NIVEL DE CONFIANZA DEL 95.5% (DOS SIGMA) Y P/Q = 50/50. LAS ENTREVISTAS FUERON REPARTIDAS ENTRE LAS TRES OAIC DE LA SIGUIENTE MANERA:
 - * **OAIC Alcalá, 45: 555 entrevistas**, lo que ofrece unos resultados totales con un error máximo posible de $\pm 3.9\%$, para un nivel de confianza del 95.5% (dos sigma) y p/q = 50/50.
 - * **OAIC Sacramento, 3: 409 entrevistas**, lo que ofrece unos resultados totales con un error máximo posible de $\pm 4.4\%$, para un nivel de confianza del 95.5% (dos sigma) y p/q = 50/50.
 - * **OAIC Príncipe Carlos, 40 (Sanchinarro): 260 entrevistas**, lo que ofrece unos resultados totales con un error máximo posible de $\pm 5.1\%$, para un nivel de confianza del 95.5% (dos sigma) y p/q = 50/50.
- ➔ **CUESTIONARIO:** ESTRUCTURADO.
- ➔ **SELECCIÓN:** ALEATORIA SISTEMÁTICA.
- ➔ **ENTREVISTA:** PERSONAL, EN LAS OFICINAS DE ATENCIÓN INTEGRAL AL CONTRIBUYENTE
- ➔ **FECHA DE TRABAJO DE CAMPO:** DEL 3 AL 11 DE MARZO DE 2008 EN LAS OAIC DE ALCALÁ Y SACRAMENTO Y DEL 3 AL 12 DE MARZO DE 2008 EN LA OAIC DE SANCHINARRO
- ➔ **REALIZACIÓN:** SIGMA DOS, S.A. MIEMBRO DE AEDEMO, ANEIMO, AEC (ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS DE CONSULTORIA), ESOMAR Y WAPOR
- ➔ **CERTIFICACIÓN DE CALIDAD:** ISO 9001:2006 ACREDITADA POR DNV

A. SATISFACCIÓN DEL USUARIO

I. FICHA TÉCNICA

II. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

III. RESULTADOS OBTENIDOS

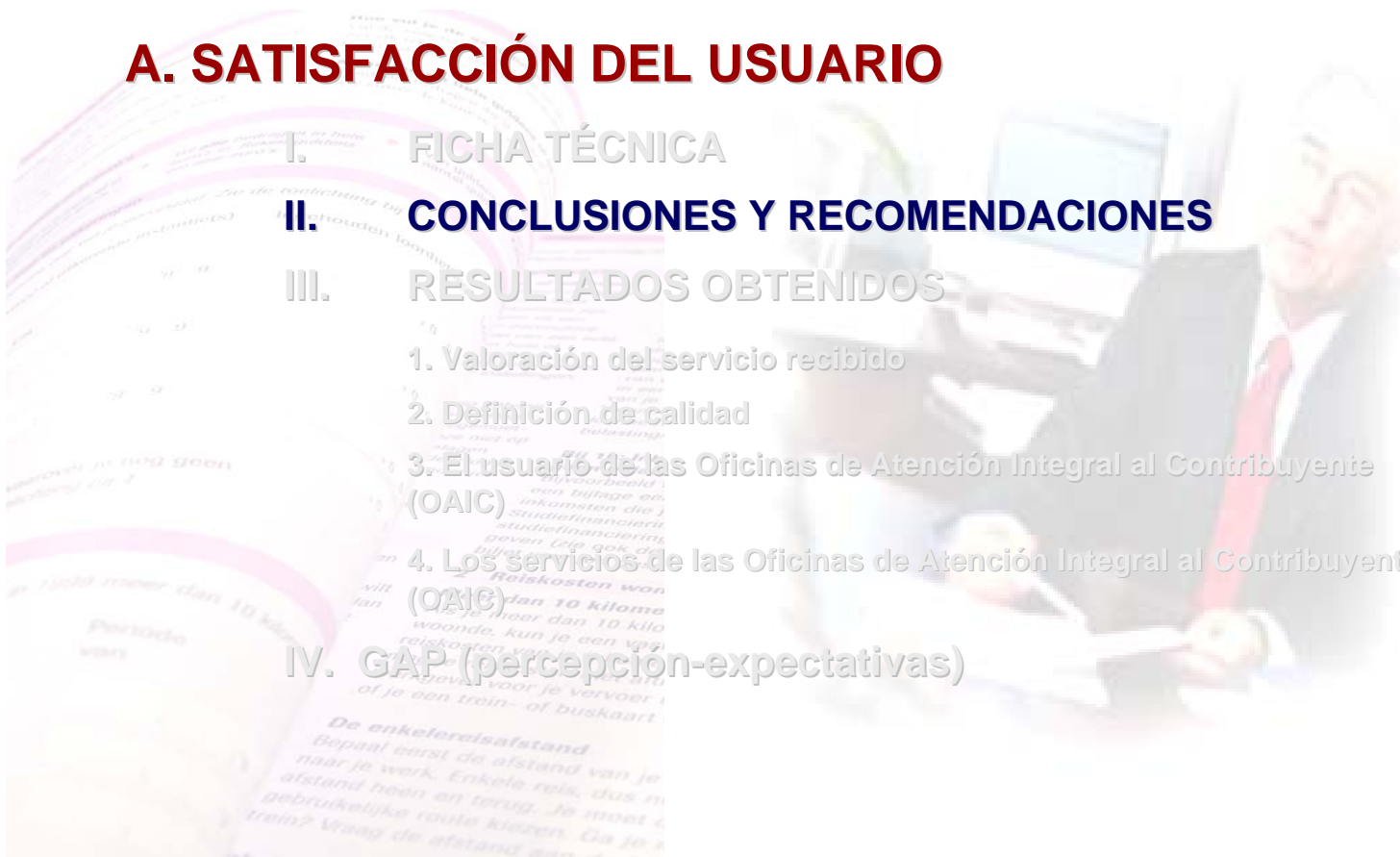
1. Valoración del servicio recibido

2. Definición de calidad

3. El usuario de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente (OAIC)

4. Los servicios de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente (OAIC)

IV. GAP (percepción-expectativas)



Los resultados del presente estudio constatan la **excelente imagen que la Oficina de Atención Integral al Contribuyente del Ayuntamiento de Madrid posee entre sus usuarios, quienes no dudan en manifestar que recomendarían sus servicios (61,3%).**

Los datos más destacados que pueden extraerse de esta investigación son los siguientes:

Los **usuarios de las OAIC** están **muy satisfechos con el servicio ofrecido** por esta entidad, a la que otorgan una puntuación media de **8,51 puntos**, valorando además los diferentes **atributos relacionados con la calidad del servicio** con **excelentes puntuaciones, superiores a 8 en todos los casos.**

Casi la totalidad de los usuarios de la OAIC, el 92,6%, se encuentra **satisfecho con el servicio recibido de la Oficina de Atención Integral al Contribuyente.**

Los atributos de la calidad del servicio que reciben una **mejor valoración** por parte de los usuarios son:

- Orden y limpieza.....8.90
- Amabilidad y cortesía en el trato recibido.....8.81
- Eficacia del personal que le atendió.....8.75

De manera general, los usuarios destacan como aspecto ligado a la calidad del servicio la **rapidez para ser atendidos (52,5%).** Con respecto a la OAIC, los usuarios valoran este aspecto (**tiempo de espera para ser atendidos**) con **8,65** puntos de media.

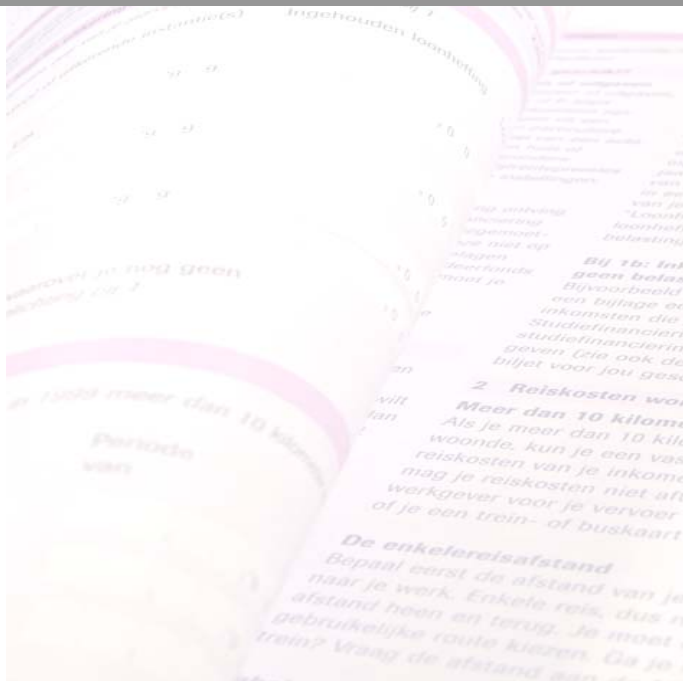
El **servicio de cita previa** es un aspecto que sin duda repercute en la rapidez para ser atendido. Con respecto a este servicio se observa que es **conocido por el 58,9%** de los usuarios, manteniéndose en el mismo nivel que el año pasado, por lo que **sería conveniente el desarrollo de actuaciones que den a conocer este servicio que minimiza/elimina el tiempo de espera para ser atendido.**

Con respecto al **horario de atención al público**, si bien el **40,2% de los usuarios conoce el horario correcto** (mañana y tarde continuo), un **34,9% de los mismos cree que solo funciona en horario de mañana**. Atendiendo a las diferentes OAIC, destacan los **usuarios de Sacramento**, donde el **55,8% de los mismos cree que la OAIC funciona solo con horario de mañana**.

Precisamente, en la **OAIC de Sacramento** es donde el aspecto de **horario de atención al público** recibe una valoración inferior con respecto a las otras dos OAIC (**a pesar de que en todo caso logra la excelente puntuación de 8,21**), valoración que se debe, tal y como se ha comentado, **al desconocimiento del horario correcto** de atención al público. El **35,5% de los usuarios de la OAIC de Sacramento afirma que acude a la Oficina sin informarse del horario**.

Por todo ello, las **actuaciones dirigidas a dar a conocer el amplio horario de atención al público**, especialmente entre los usuarios de la **OAIC de Sacramento**, **mejorarán la valoración que éstos realizan de este aspecto**, lo que contribuirá a **continuar mejorando la satisfacción global con el servicio recibido**.

□ Asimismo, se apunta el dar a conocer entre los usuarios las gestiones que efectivamente se pueden realizar a través de teléfono, correo o Internet. Ya que, a pesar de que la mayoría de los usuarios declara que **si se hubiera podido realizar la gestión por teléfono, correo o Internet, no habría acudido a la OAIC (57,8%)**, el **51,3%** de los mismos manifiesta desconocer si realmente la gestión concreta que han venido a realizar se puede realizar a través de esos medios o no.



A. SATISFACCIÓN DEL USUARIO

I. FICHA TÉCNICA

II. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

III. RESULTADOS OBTENIDOS

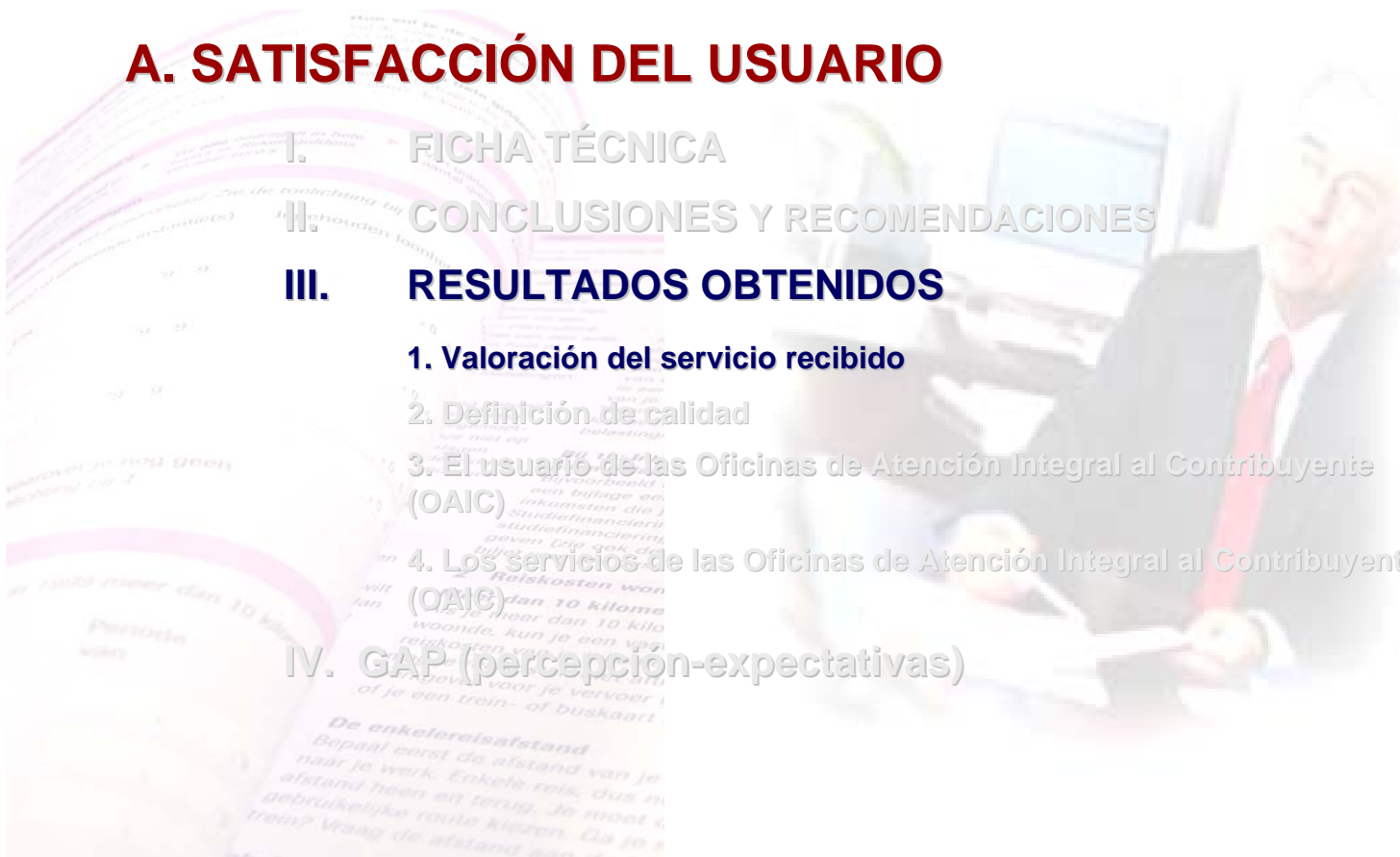
1. Valoración del servicio recibido

2. Definición de calidad

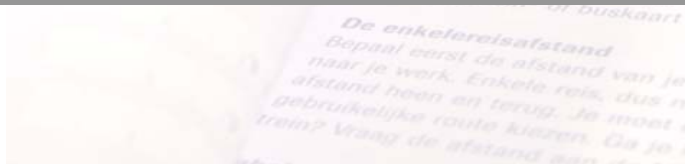
3. El usuario de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente (OAIC)

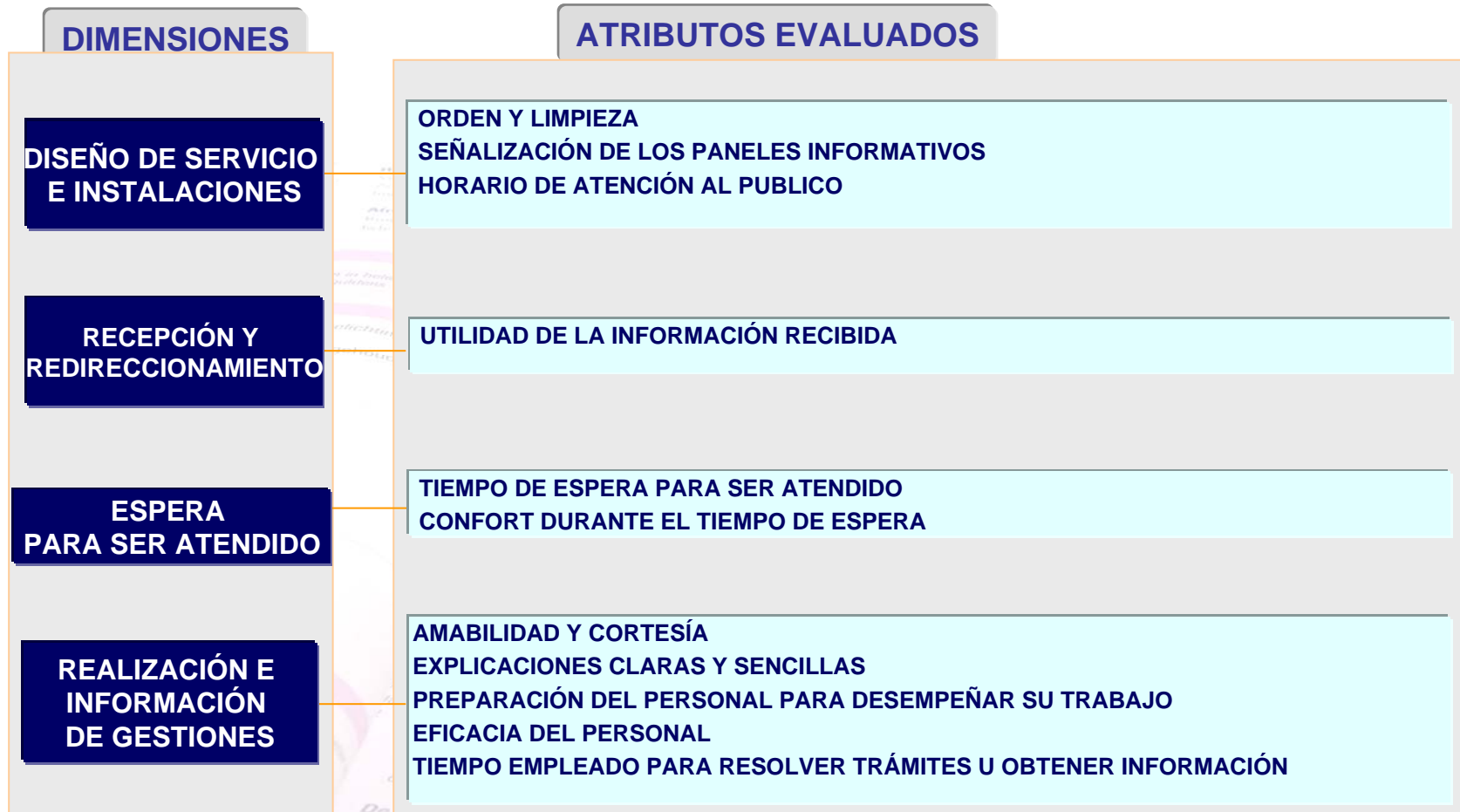
4. Los servicios de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente (OAIC)

IV. GAP (percepción-expectativas)



- Los usuarios de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente comparten una **excelente valoración global del servicio recibido**, que alcanza (en una escala de 0 a 10) una **valoración media de 8,51 puntos**, superando los 8,44 puntos que recibía en 2007.
- El servicio recibido obtiene una mejor valoración global entre los **usuarios de la OAIC de Sanchinarro (8,75)**.
- ✦ **Todos los aspectos analizados del servicio ofrecido por las OAIC reciben muy buenas valoraciones de sus usuarios.** El **orden y la limpieza** de las instalaciones es el aspecto mejor valorado, con 8,90 puntos mientras que, por el contrario, la señalización de los paneles informativos es el que recibe, con 8,47 puntos, una puntuación media más baja.
- ✦ De manera general, puede afirmarse que los **usuarios de las OAIC están satisfechos con el servicio recibido** (92,6% de los mismos), mientras que **solo un 1,8% de los mismos se encuentra insatisfecho**. Entre los motivos argumentados por quienes no están satisfechos con el servicio recibido destacan “el personal está mal preparado, informa mal” (32,6%) y “no solucionan el problema” (20,4%).





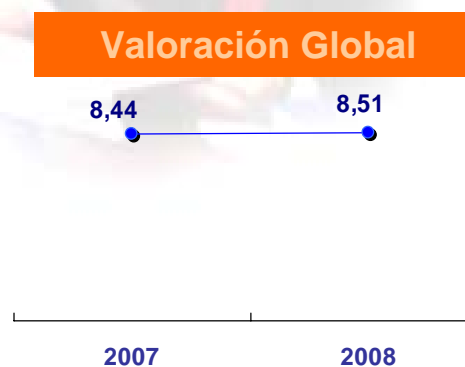
VALORACIÓN DEL SERVICIO RECIBIDO (escala de 0 a 10)

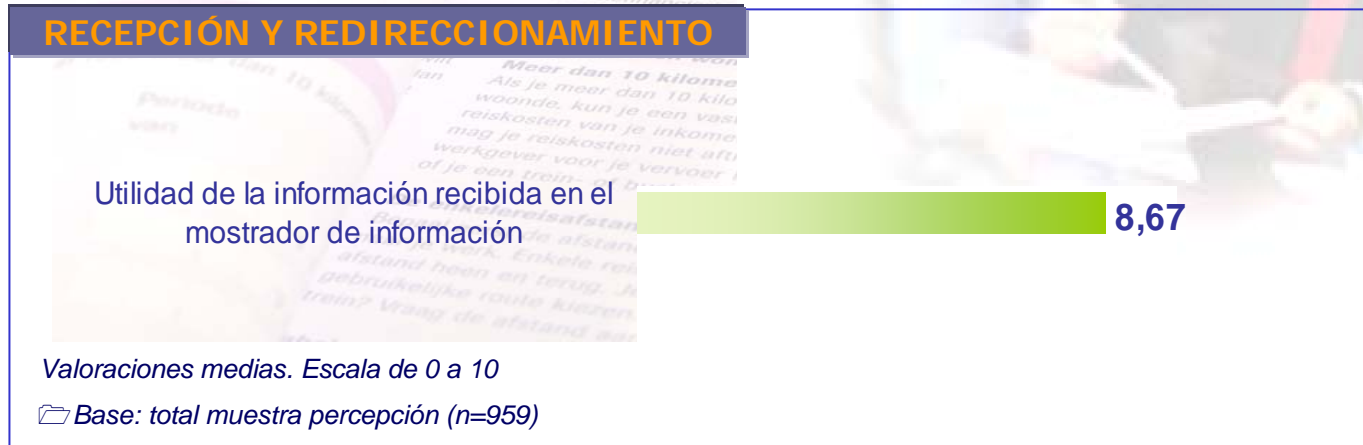
ORDEN	ATRIBUTO	VALORACIÓN	DIMENSIÓN
1	ORDEN Y LIMPIEZA	8,90	DISEÑO SERVICIO E INSTALACIONES
2	AMABILIDAD Y CORTESÍA EN EL TRATO RECIBIDO	8,81	REALIZACIÓN E INFORMACIÓN DE GESTIONES
3	EFICACIA DEL PERSONAL QUE LE ATENDIÓ	8,75	REALIZACIÓN E INFORMACIÓN DE GESTIONES
4	PREPARACIÓN DEL PERSONAL PARA DESEMPEÑAR SU TRABAJO	8,74	REALIZACIÓN E INFORMACIÓN DE GESTIONES
5	EXPLICACIONES CLARAS Y SENCILLAS	8,71	REALIZACIÓN E INFORMACIÓN DE GESTIONES
6	UTILIDAD DE LA INFORMACIÓN RECIBIDA EN EL MOSTRADOR DE INFORMACIÓN	8,67	RECEPCIÓN Y REDIRECCIONAMIENTO
7	TIEMPO DE ESPERA EN SER ATENDIDO	8,65	ESPERA PARA SER ATENDIDO
8	TIEMPO EMPLEADO PARA RESOLVER TRÁMITES U OBTENER INFORMACIÓN	8,58	REALIZACIÓN E INFORMACIÓN DE GESTIONES
9	CONFORT DURANTE EL TIEMPO DE ESPERA	8,51	ESPERA PARA SER ATENDIDO
10	HORARIO DE ATENCIÓN AL PÚBLICO	8,48	DISEÑO SERVICIO E INSTALACIONES
11	SEÑALIZACIÓN DE LOS PANELES INFORMATIVOS	8,47	DISEÑO SERVICIO E INSTALACIONES

Valoración Global 8,51

Base: total muestra percepción (n=959)

- El análisis evolutivo de la valoración global muestra que la satisfacción global con el servicio recibido mejora con respecto al año anterior, pasando del 8,44 de 2007 al 8,51 del presente año, manteniéndose en todo caso en un alto nivel.
- Todos los aspectos valorados reciben buenas puntuaciones destacando el orden y la limpieza (8,90) y la amabilidad y cortesía en el trato recibido (8,81).





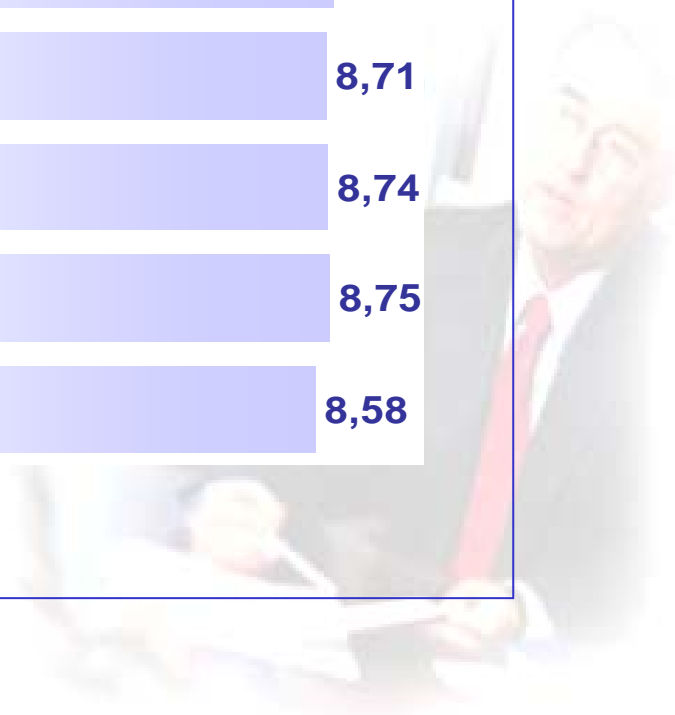
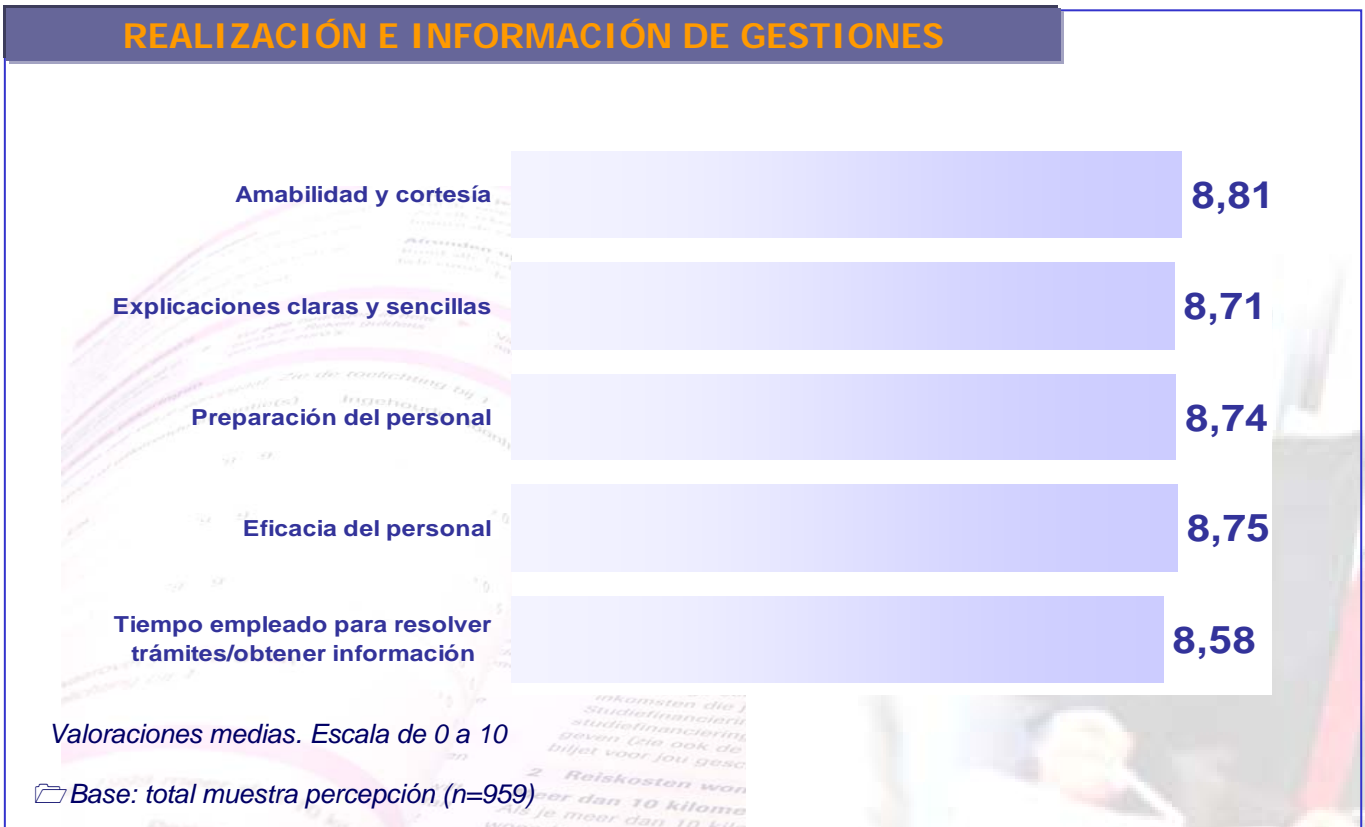
DISEÑO DE SERVICIOS E INSTALACIONES



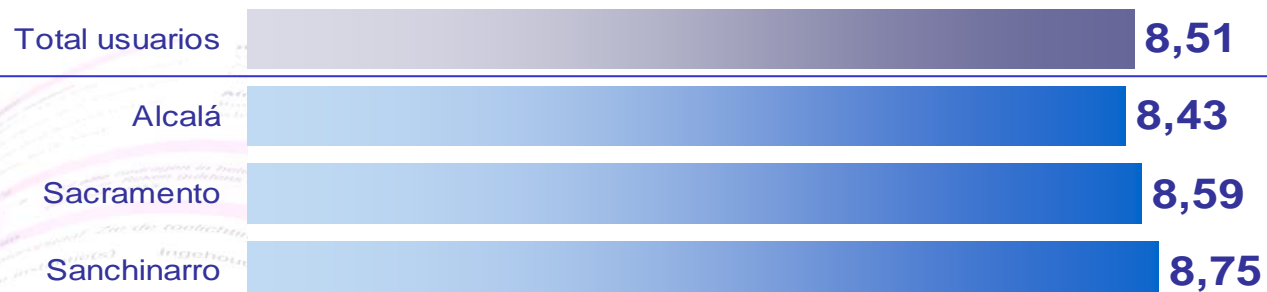
Valoraciones medias. Escala de 0 a 10

Base: total muestra percepción (n=959)





VALORACIÓN GLOBAL



Valoraciones medias. Escala de 0 a 10

Base: total muestra percepción (n=959)

muestra percepción OAIC Alcalá (n=425)

muestra percepción OAIC Sacramento (n=329)

muestra percepción OAIC Sanchinarro (n=205)

ACCESIBILIDAD A LA OFICINA

Accesibilidad a la oficina

8,36

Valoraciones medias. Escala de 0 a 10

Base: total muestra percepción (n=959)

VALORACIÓN COMPARATIVA DEL SERVICIO RECIBIDO (2007-2008)

ORDEN 2007	ORDEN 2008	ATRIBUTO	VALORACIÓN 2008	VALORACIÓN 2007
2	1	ORDEN Y LIMPIEZA	8,90	8,90
4	2	AMABILIDAD Y CORTESÍA EN EL TRATO RECIBIDO	8,81	8,79
3	3	UTILIDAD DE LA INFORMACIÓN RECIBIDA EN EL MOSTRADOR DE INFORMACIÓN	8,67	8,80
5	4	PREPARACIÓN DEL PERSONAL PARA DESEMPEÑAR SU TRABAJO	8,74	8,71
6	5	EXPLICACIONES CLARAS Y SENCILLAS	8,71	8,69
-	6	EFICACIA DEL PERSONAL QUE LE ATENDIÓ (*)	8,75	-
1	7	TIEMPO EMPLEADO PARA RESOLVER TRÁMITES U OBTENER INFORMACIÓN	8,58	9,01
10	8	TIEMPO DE ESPERA EN SER ATENDIDO	8,65	8,55
7	9	HORARIO DE ATENCIÓN AL PÚBLICO	8,48	8,65
8	10	CONFORT DURANTE EL TIEMPO DE ESPERA	8,51	8,63
9	11	SEÑALIZACIÓN DE LOS PANELES INFORMATIVOS	8,47	8,60

📁 Bases: muestras percepción 2007 (n=336) y 2008 (n=959)

(*) Nota: este atributo no fue testado en 2007

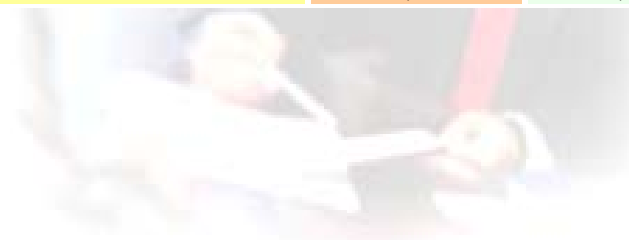
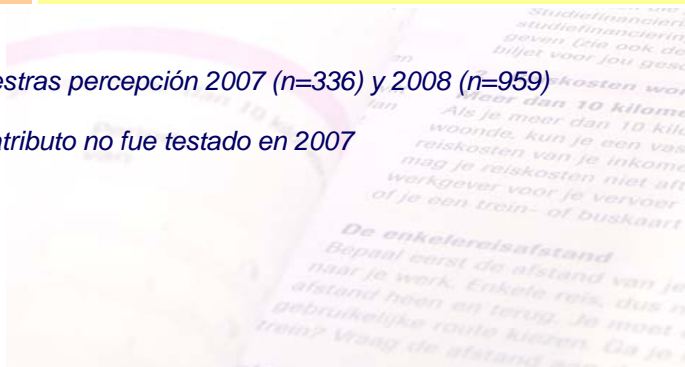
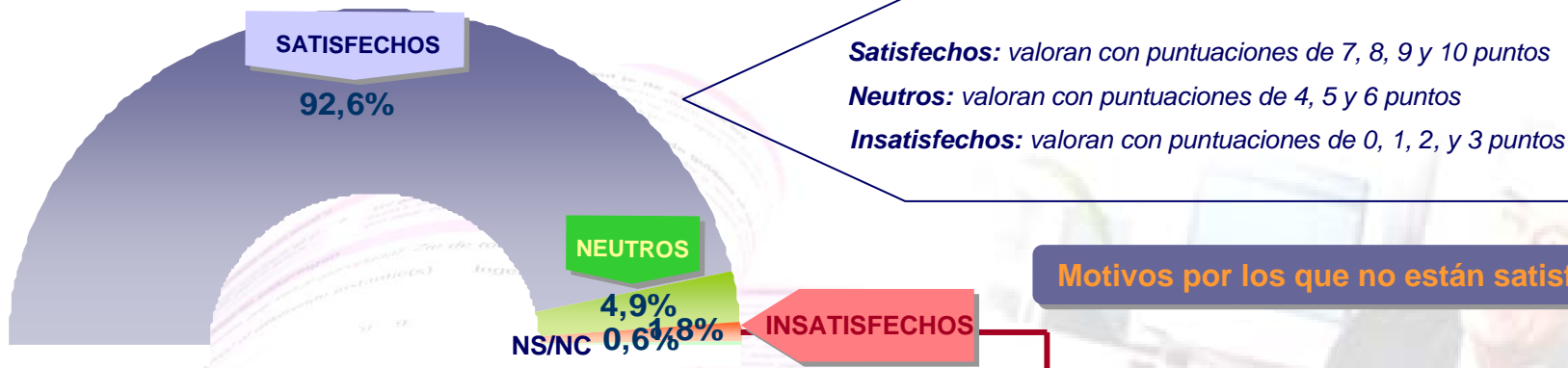


GRÁFICO DE SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO



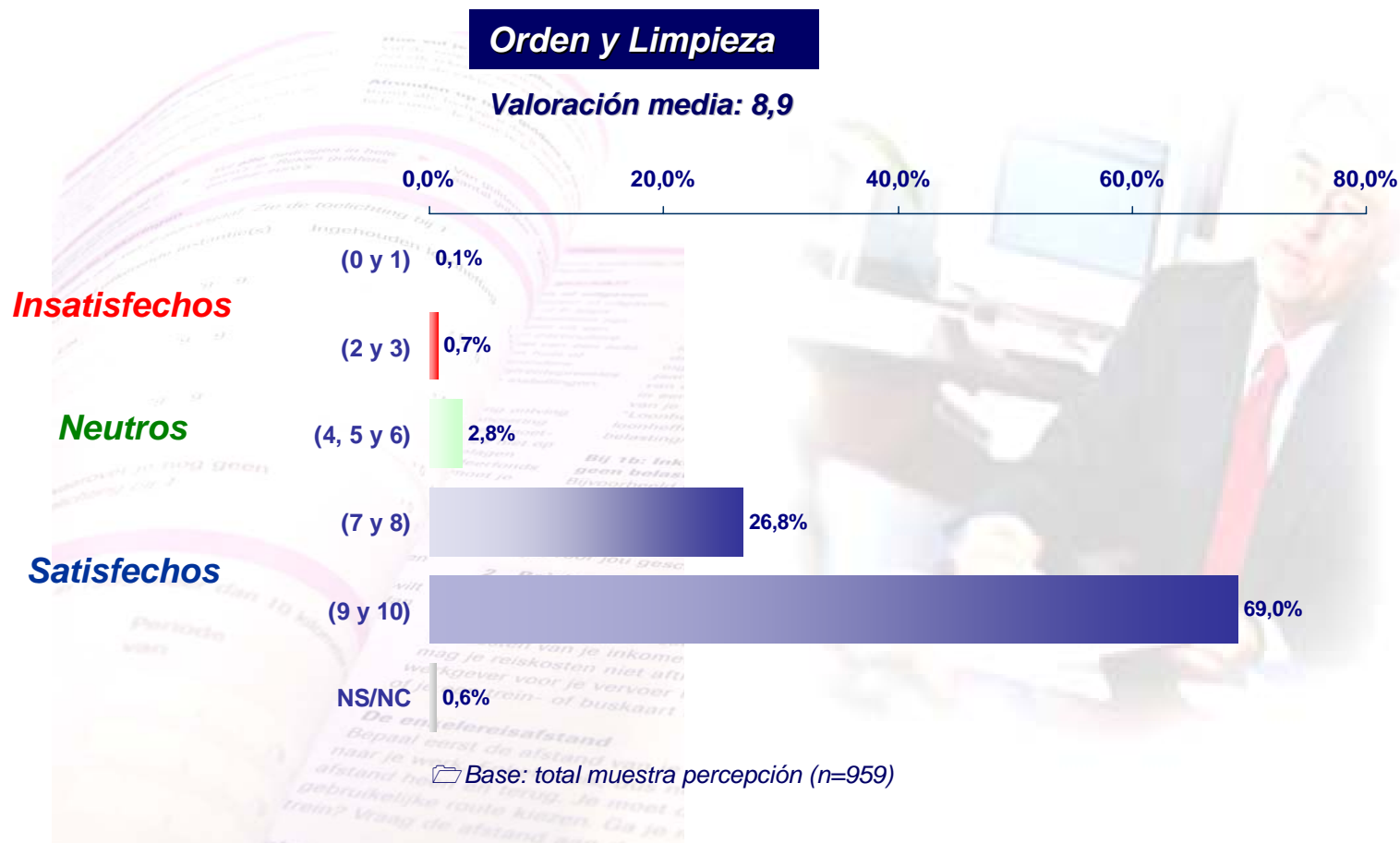
Base: total muestra percepción (n=959)

Motivos por los que no están satisfechos (%)



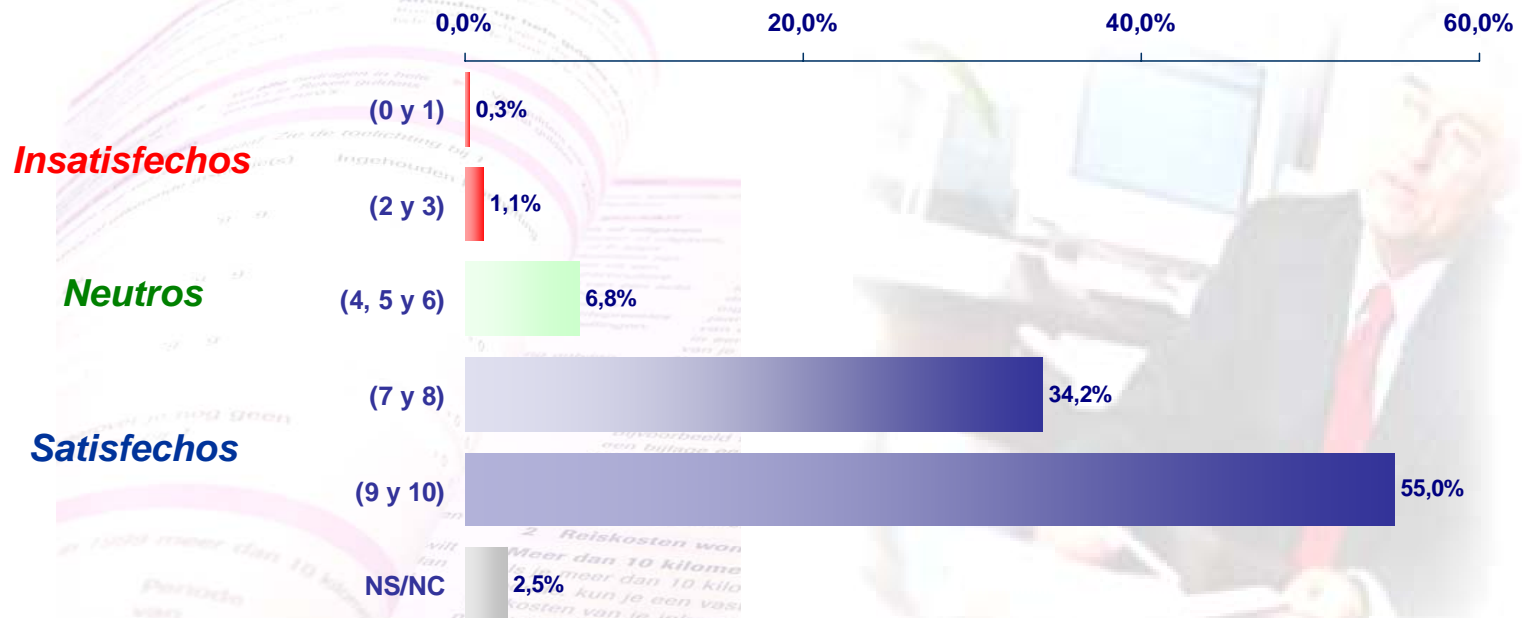
Base: usuarios insatisfechos (1,8% del total muestra percepción)

A continuación se desglosan los aspectos valorados anteriormente, mostrando para cada uno de ellos el porcentaje de usuarios que ha manifestado encontrarse satisfecho (de 7 a 10 puntos), insatisfecho (de 0 a 3 puntos), que ha otorgado una valoración neutra (de 4 a 6 puntos) o que no se posiciona al respecto:



Señalización de los paneles informativos

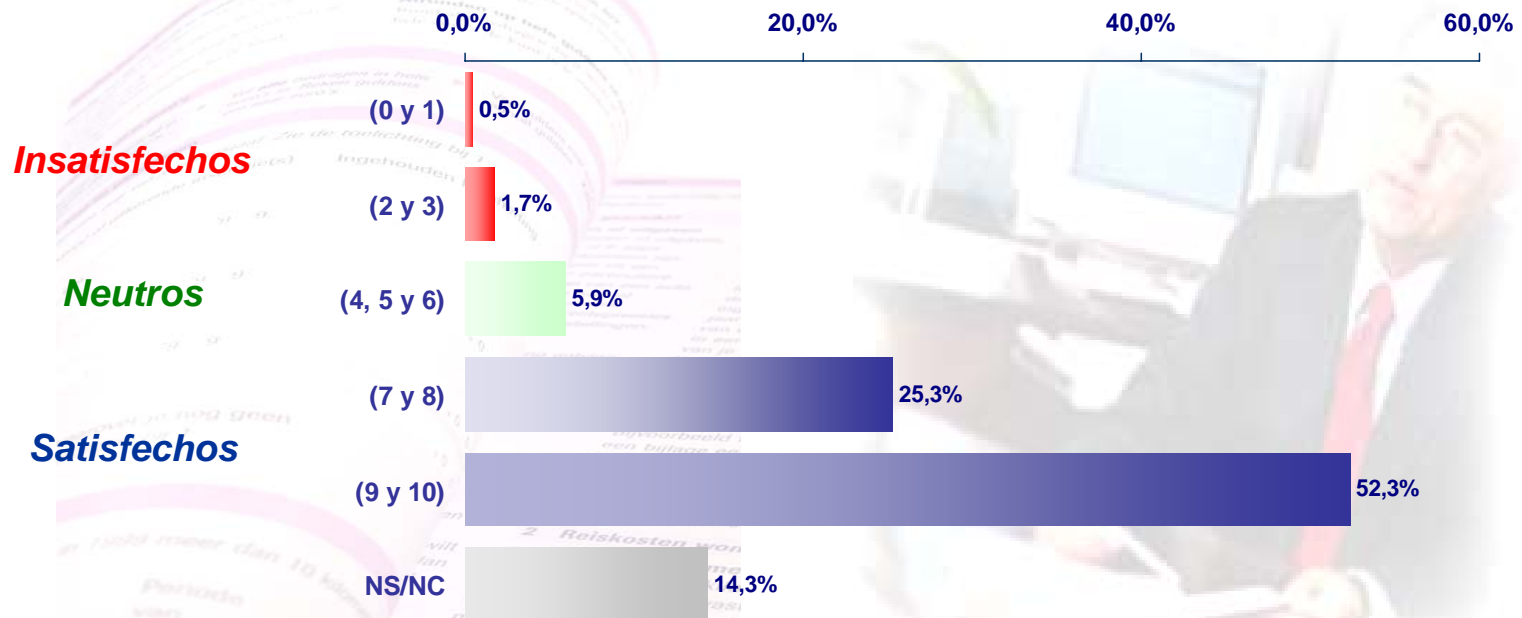
Valoración media: 8,47



Base: total muestra percepción (n=959)

Horario de atención al público

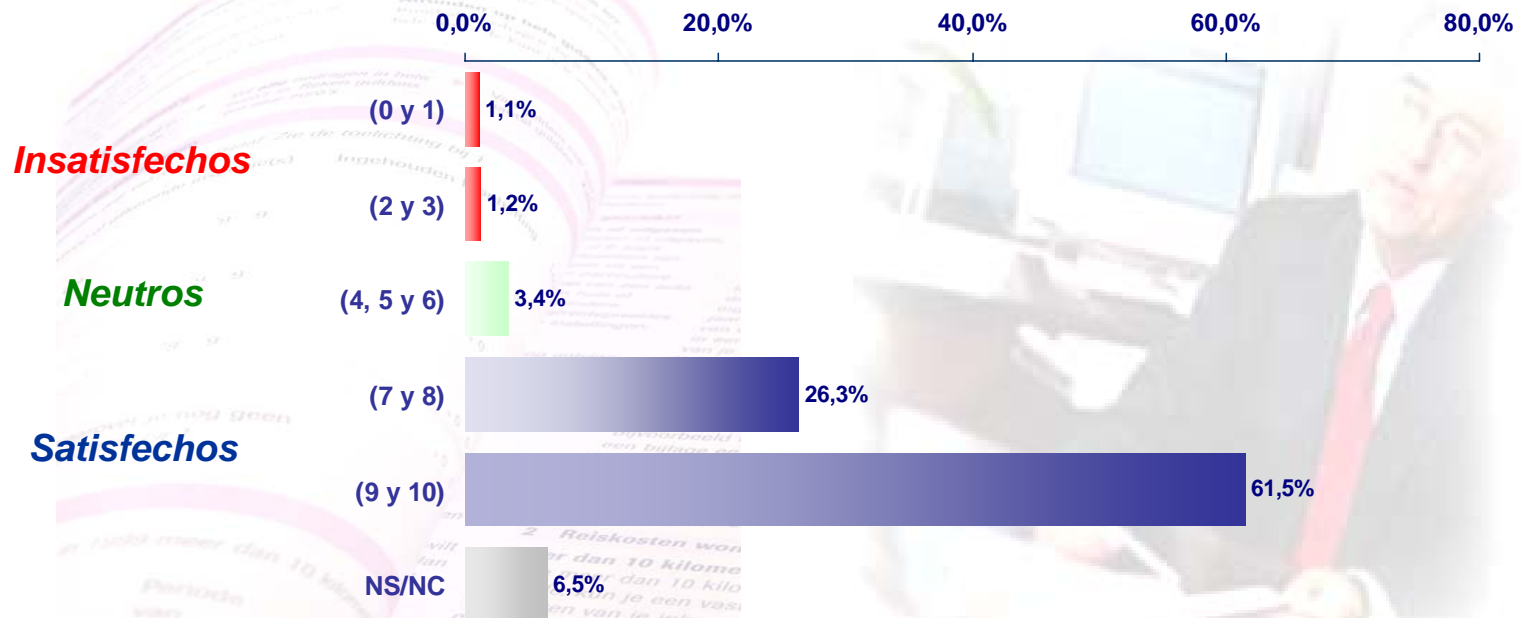
Valoración media: 8,48



Base: total muestra percepción (n=959)

Utilidad de la información recibida en el mostrador de información

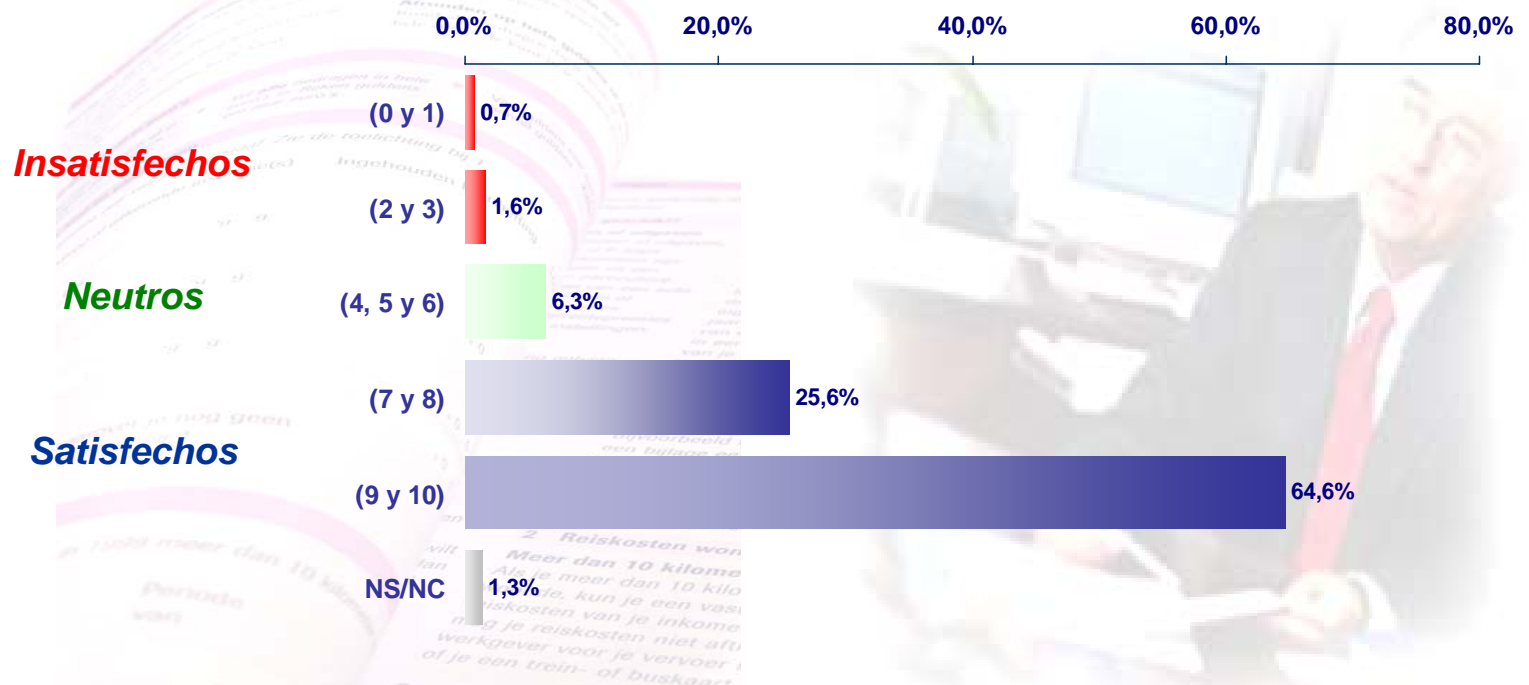
Valoración media: 8,67



Base: total muestra percepción (n=959)

Tiempo de espera en ser atendido

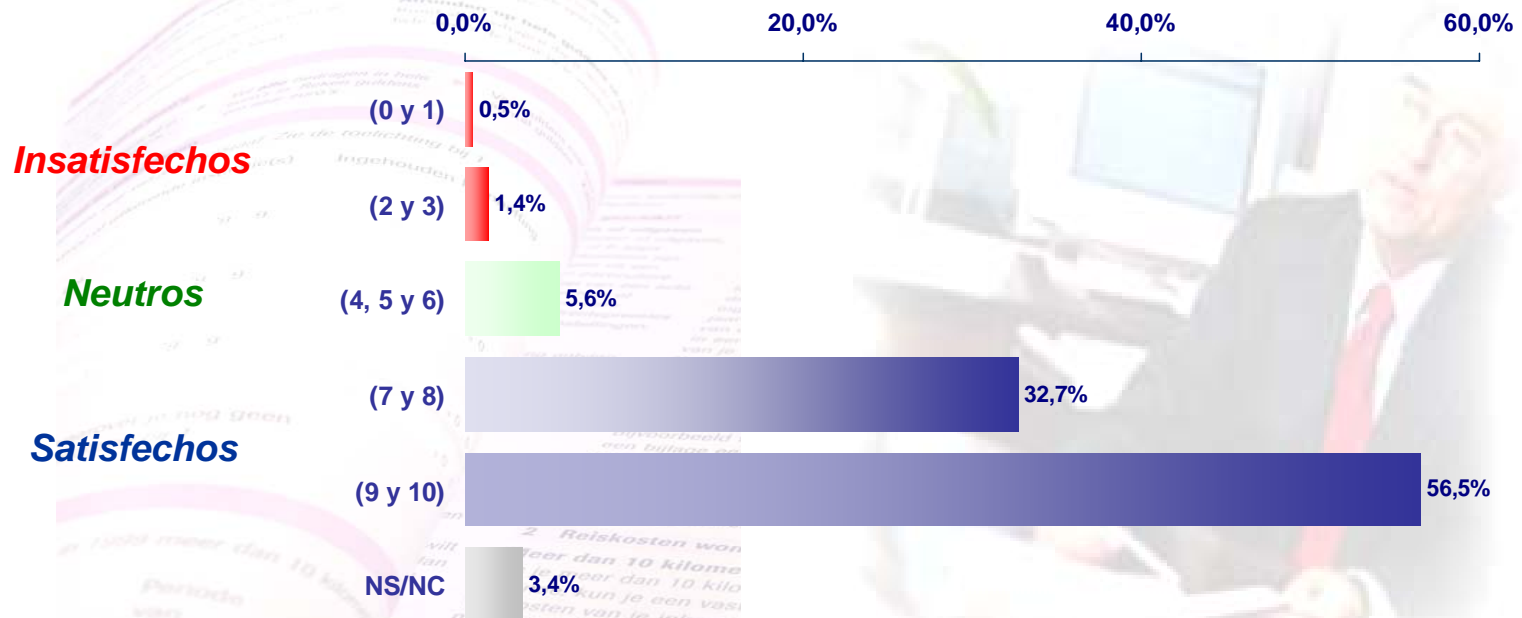
Valoración media: 8,65



Base: total muestra percepción (n=959)

Confort durante el tiempo de espera

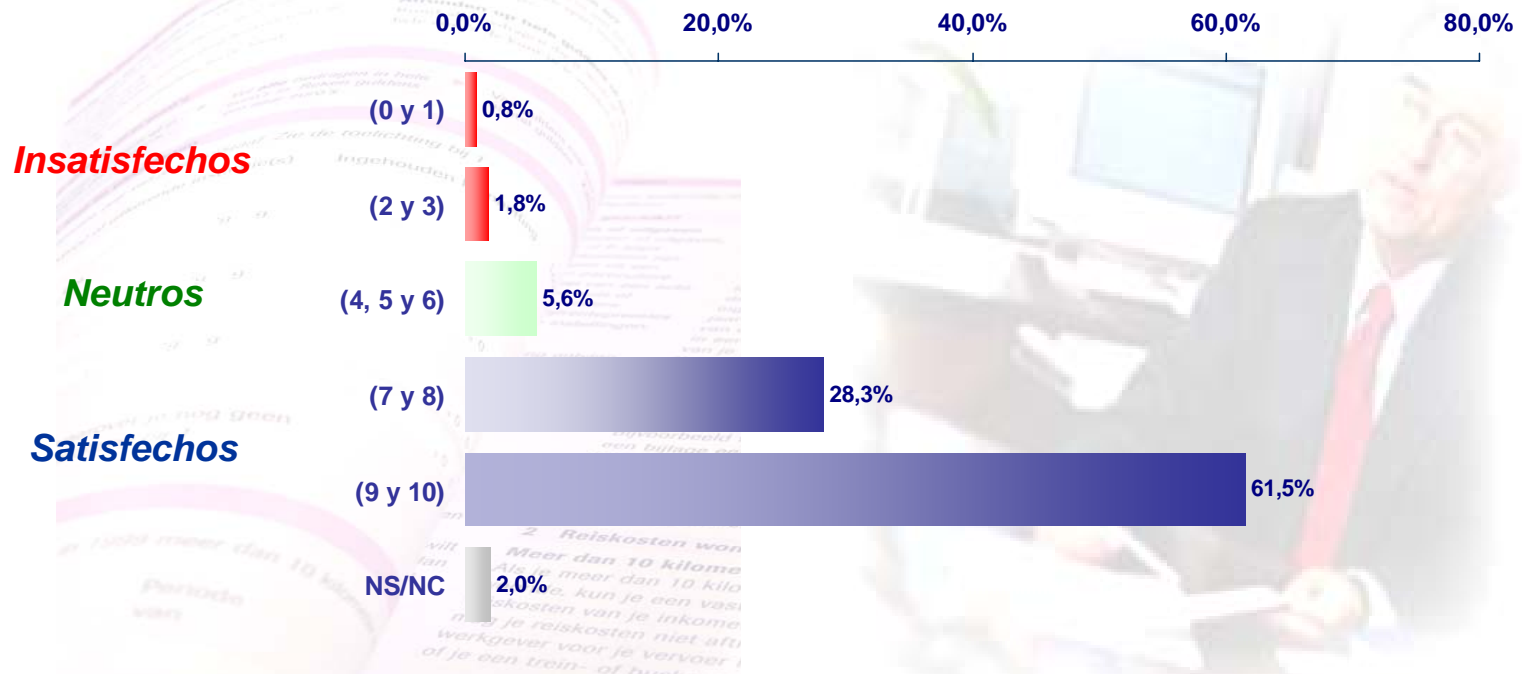
Valoración media: 8,51



Base: total muestra percepción (n=959)

Tiempo empleado para resolver trámites u obtener información

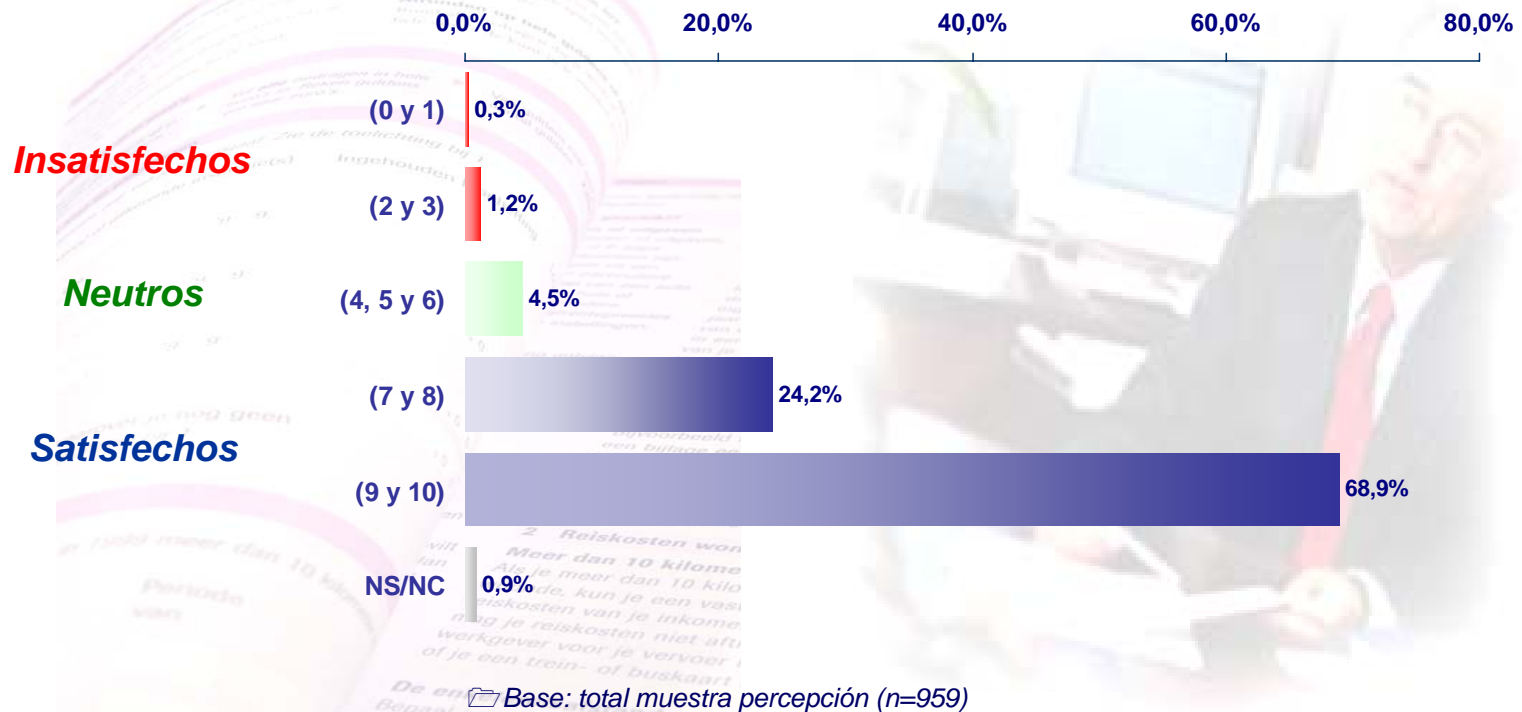
Valoración media: 8,58



Base: total muestra percepción (n=959)

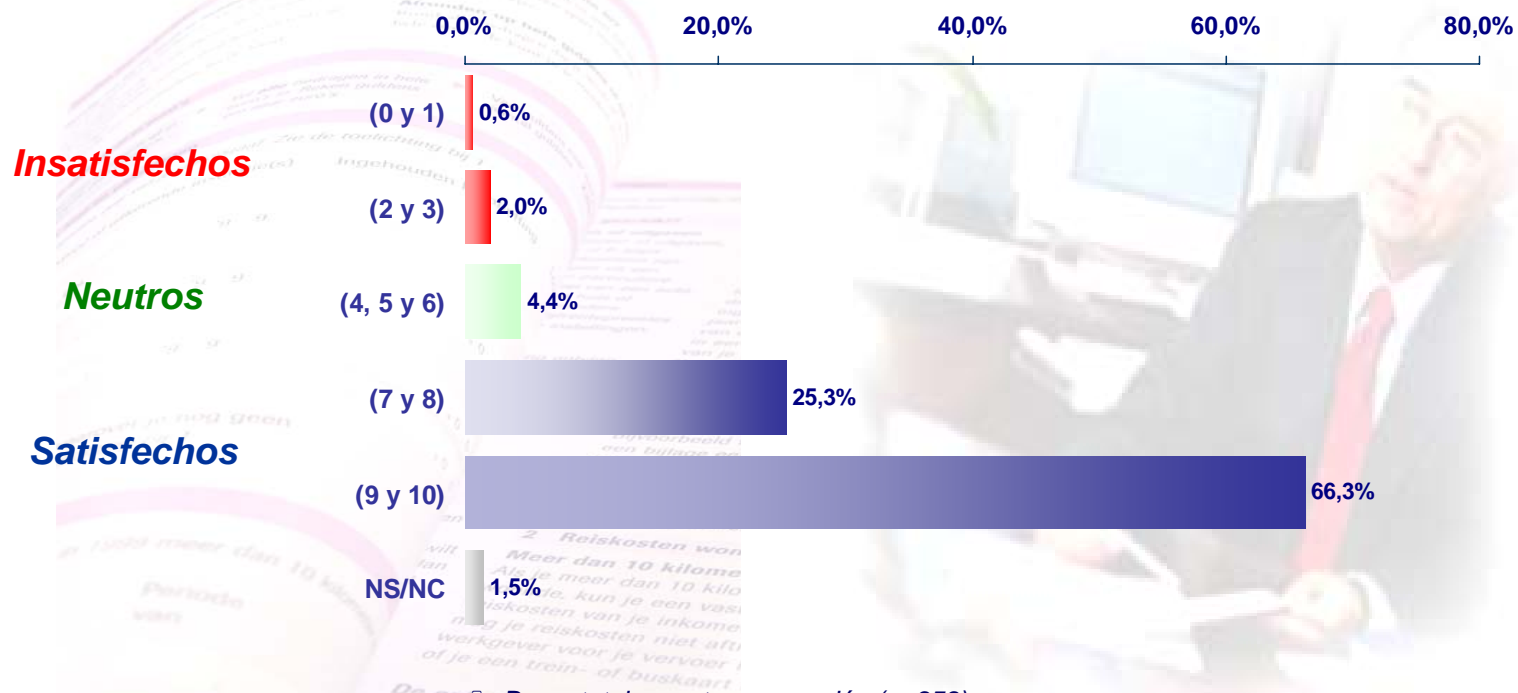
Amabilidad y cortesía en el trato recibido

Valoración media: 8,81



Explicaciones claras y sencillas por parte del personal que le atendió

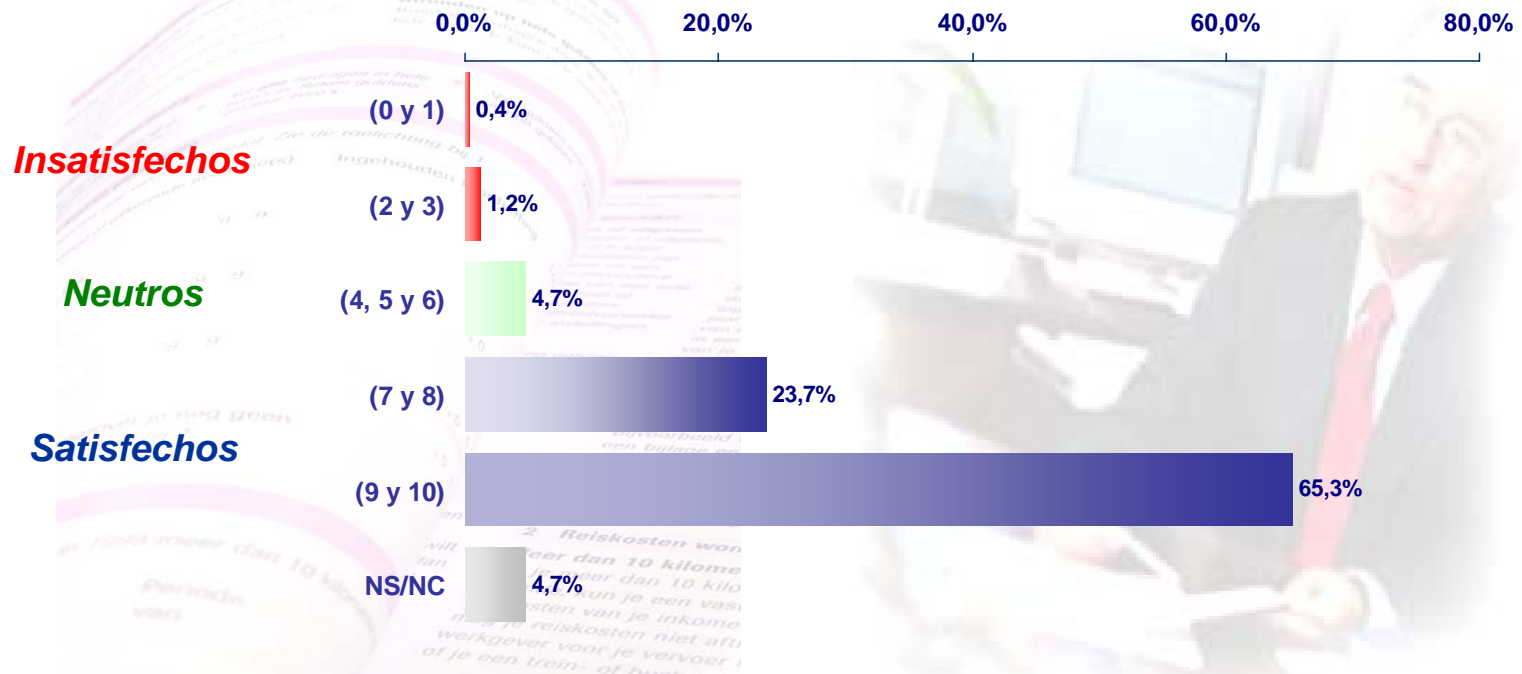
Valoración media: 8,71



Base: total muestra percepción (n=959)

Preparación del personal para desempeñar su trabajo

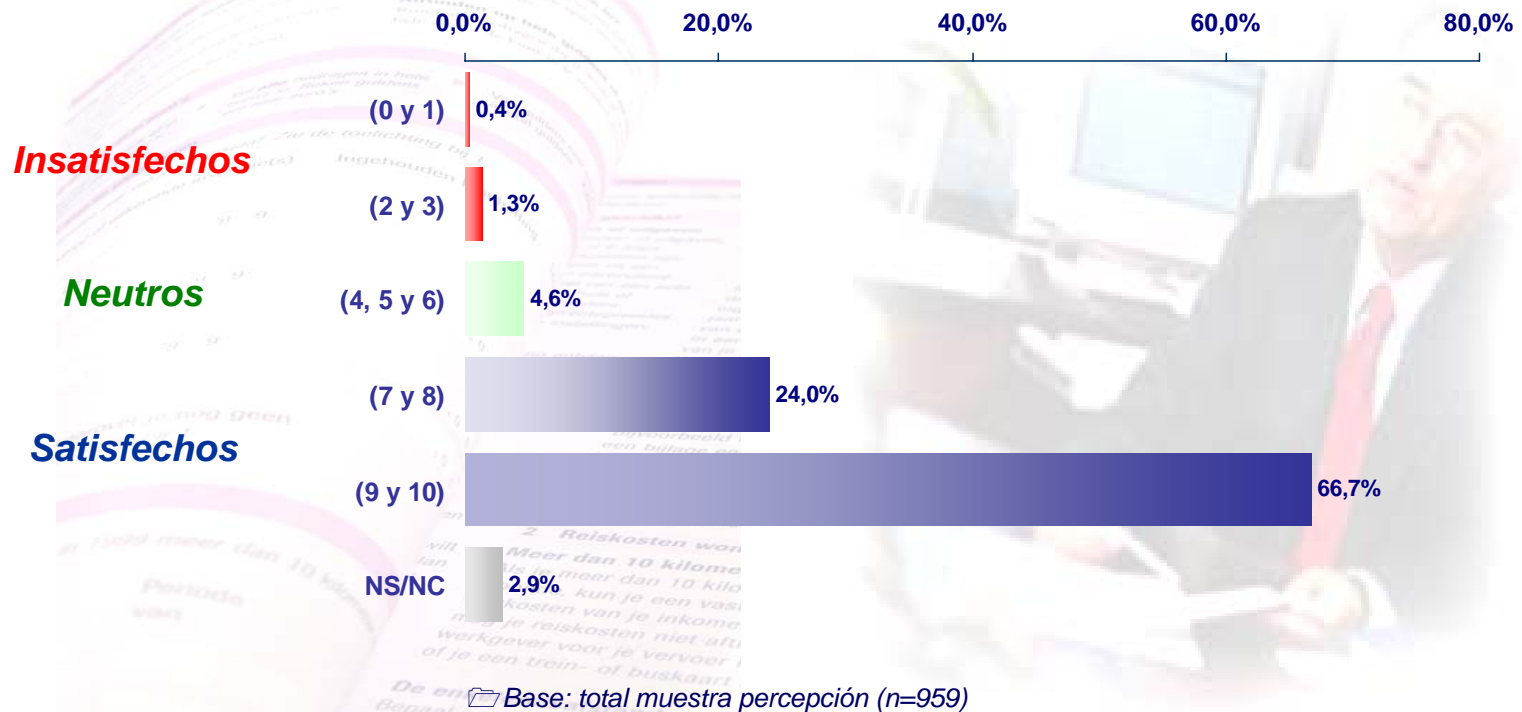
Valoración media: 8,74



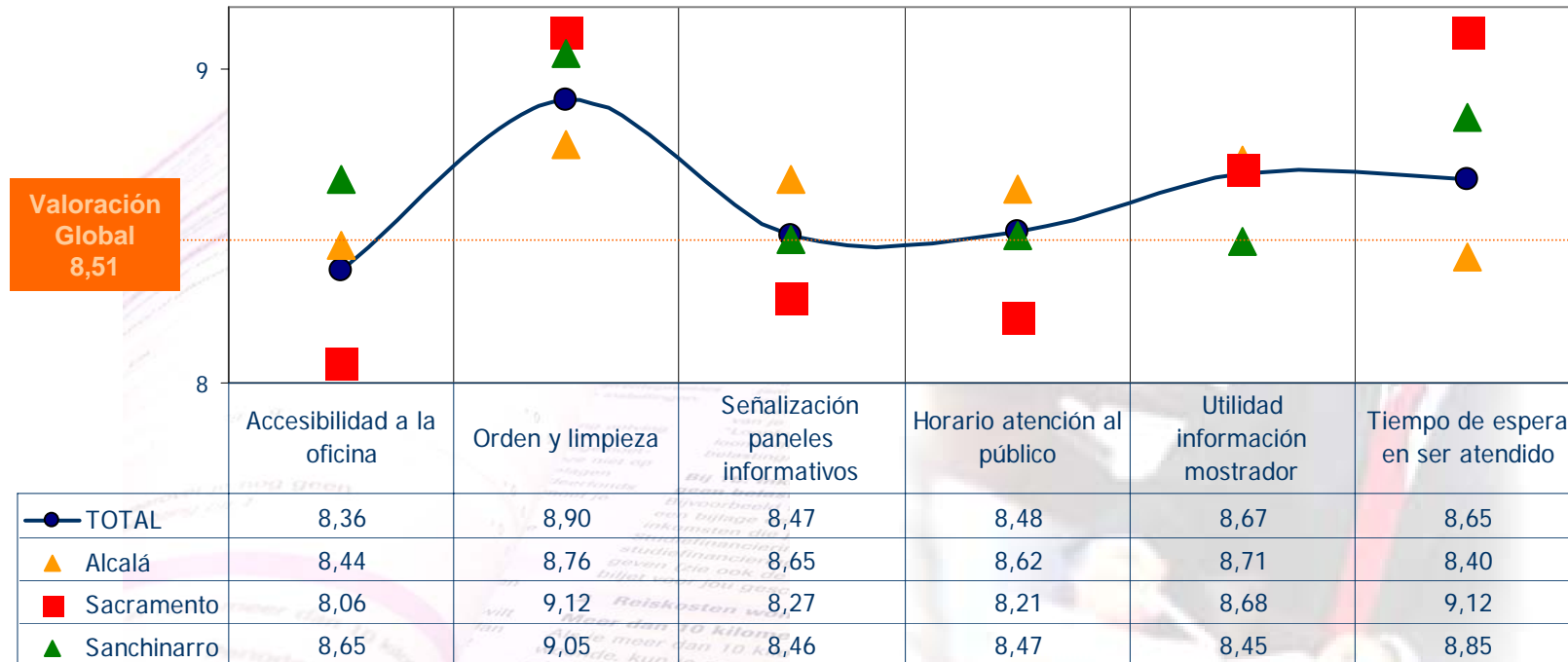
Base: total muestra percepción (n=959)

Eficacia del personal que le atendió

Valoración media: 8,75

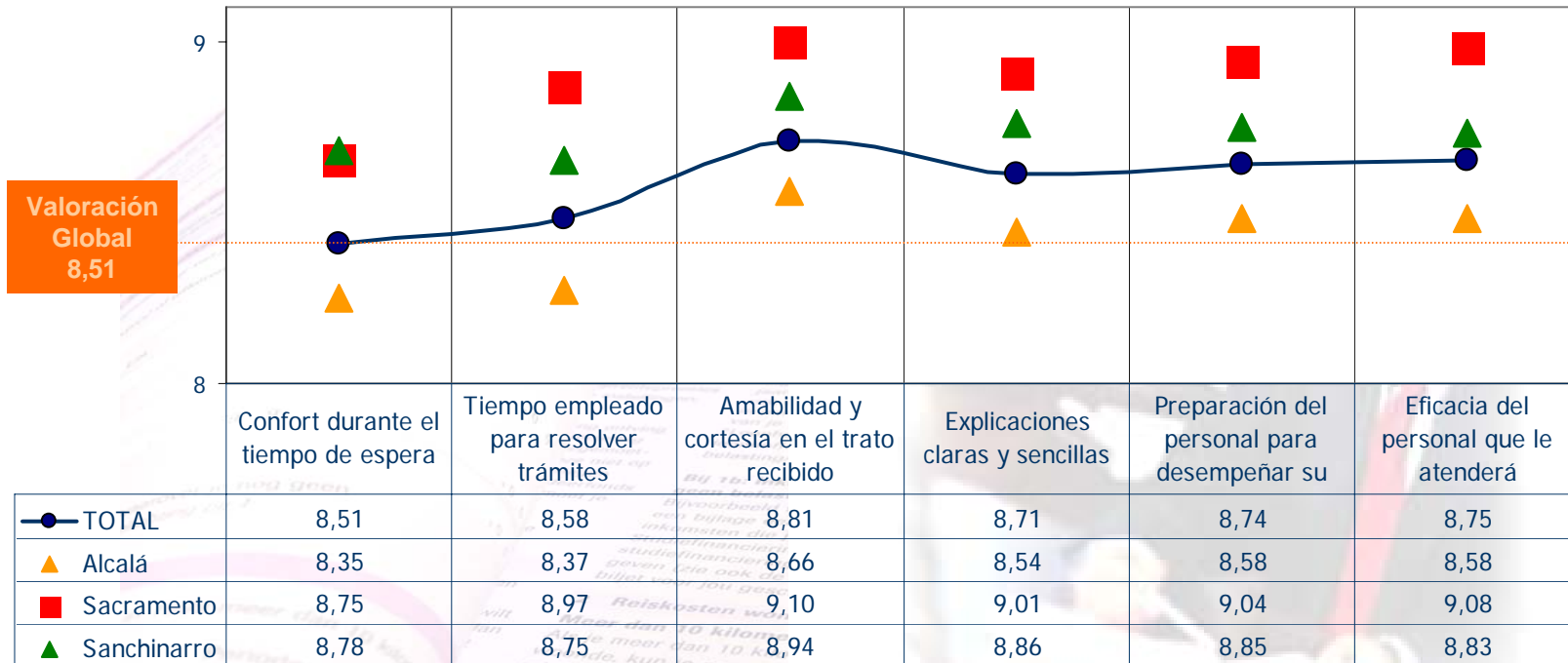


Valoración del servicio recibido según OFICINA DE ATENCIÓN INTEGRAL AL CONTRIBUYENTE



Base: total muestra percepción (n=959)
 muestra percepción OAIC Alcalá (n=425)
 muestra percepción OAIC Sacramento (n=329)
 muestra percepción OAIC Sanchinarro (n=205)

Valoración del servicio recibido según OFICINA DE ATENCIÓN INTEGRAL AL CONTRIBUYENTE



Base: total muestra percepción (n=959)

muestra percepción OAIC Alcalá (n=425)

muestra percepción OAIC Sacramento (n=329)

muestra percepción OAIC Sanchinarro (n=205)

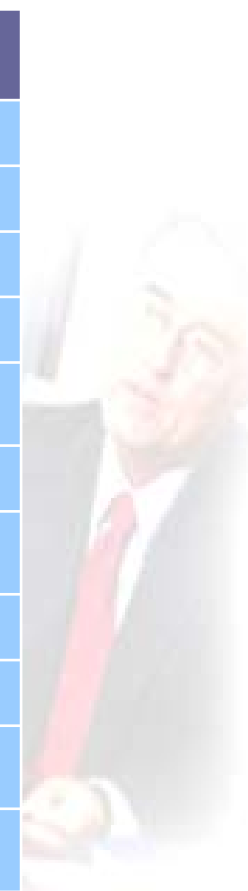
Valoración del servicio recibido según la GESTIÓN REALIZADA

	TOTAL		Plusvalía Compraventa		Plusvalía herencias		Impuesto de Vehículos		Resto de gestiones	
	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008
VALORACIÓN GLOBAL	8.44	8.51	8.53	8.69	8.47	8.46	8.36	8.47	8.29	8.45
Accesibilidad a la oficina	--	8.36	--	8.41	--	8.32	--	8.28	--	8.40
Orden y limpieza de la oficina	8.90	8.90	8.91	8.94	8.94	9.03	8.95	8.91	8.82	8.86
Señalización de los paneles informativos	8.60	8.47	8.60	8.45	8.56	8.67	8.66	8.36	8.61	8.46
Horario de atención al público	8.65	8.48	8.65	8.56	8.67	8.59	8.50	8.53	8.69	8.42
Utilidad de la información recibida en el mostrador de información	8.80	8.67	8.84	8.82	8.78	8.68	8.61	8.69	8.75	8.60
Tiempo de espera para ser atendido	8.55	8.65	8.54	8.79	8.48	8.74	8.77	8.67	8.50	8.54
Confort durante el tiempo de espera	8.63	8.51	8.62	8.66	8.55	8.38	8.74	8.59	8.64	8.42
Tiempo empleado para resolver trámites u obtener información	9.01	8.58	9.38	8.86	8.61	8.56	8.82	8.59	8.66	8.42
Amabilidad y cortesía en el trato recibido	8.79	8.81	8.79	9.00	8.94	8.64	8.85	8.77	8.68	8.78
Explicaciones claras y sencillas por el personal que le atendió	8.69	8.71	8.79	8.93	8.70	8.56	8.74	8.79	8.48	8.61
Preparación del personal para desempeñar su trabajo	8.71	8.74	8.70	8.8	8.83	8.68	9.00	8.80	8.52	8.68
Eficacia del personal que le atendió	--	8.75	--	8.96	--	8.69	--	8.77	--	8.65

📁 Bases: muestras percepción 2007 (n=336) y 2008 (n=959)

Valoración del servicio recibido según el CARÁCTER DE LA VISITA REALIZADA

	TOTAL		A título individual		Profesional	
	2007	2008	2007	2008	2007	2008
VALORACIÓN GLOBAL	8.44	8.51	8.52	8.54	8.21	8.40
Accesibilidad a la oficina	--	8.36	--	8.39	--	8.27
Orden y limpieza de la oficina	8.90	8.90	8.90	8.92	8.89	8.81
Señalización de los paneles informativos	8.60	8.47	8.60	8.47	8.60	8.43
Horario de atención al público	8.65	8.48	8.69	8.52	8.51	8.33
Utilidad de la información recibida en el mostrador de información	8.80	8.67	8.77	8.70	8.92	8.56
Tiempo de espera para ser atendido	8.55	8.65	8.64	8.74	8.27	8.29
Confort durante el tiempo de espera	8.63	8.51	8.69	8.57	8.46	8.29
Tiempo empleado para resolver trámites u obtener información	9.01	8.58	8.79	8.62	9.68	8.43
Amabilidad y cortesía en el trato recibido	8.79	8.81	8.82	8.85	8.71	8.67
Explicaciones claras y sencillas por el personal que le atendió	8.69	8.71	8.74	8.73	8.55	8.61
Preparación del personal para desempeñar su trabajo	8.71	8.74	8.85	8.80	8.31	8.51
Eficacia del personal que le atendió	--	8.75	--	8.76	--	8.71

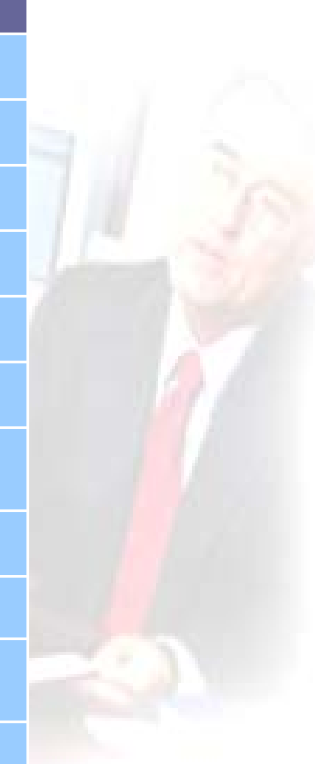


Bases: muestras percepción 2007 (n=336) y 2008 (n=959)

Valoración del servicio recibido según el PERFIL DEL CLIENTE - SEXO

	TOTAL		SEXO			
			HOMBRES		MUJERES	
	2007	2008	2007	2008	2007	2008
VALORACIÓN GLOBAL	8.44	8.51	8.39	8.42	8.51	8.63
Accesibilidad a la oficina	--	8.36	--	8.28	--	8.47
Orden y limpieza de la oficina	8.90	8.90	8.84	8.83	8.98	8.99
Señalización de los paneles informativos	8.60	8.47	8.54	8.40	8.69	8.55
Horario de atención al público	8.65	8.48	8.64	8.46	8.66	8.51
Utilidad de la información recibida en el mostrador de información	8.80	8.67	8.75	8.64	8.88	8.72
Tiempo de espera para ser atendido	8.55	8.65	8.50	8.60	8.61	8.72
Confort durante el tiempo de espera	8.63	8.51	8.60	8.41	8.66	8.63
Tiempo empleado para resolver trámites u obtener información	9.01	8.58	9.23	8.52	8.70	8.66
Amabilidad y cortesía en el trato recibido	8.79	8.81	8.60	8.75	8.78	8.89
Explicaciones claras y sencillas por el personal que le atendió	8.69	8.71	8.69	8.65	8.69	8.78
Preparación del personal para desempeñar su trabajo	8.71	8.74	8.73	8.67	8.69	8.83
Eficacia del personal que le atendió	--	8.75	--	8.67	--	8.85

Bases: muestras percepción 2007 (n=336) y 2008 (n=959)



Valoración del servicio recibido según el PERFIL DEL CLIENTE - EDAD

	TOTAL 2008	18-29 años	30-44 años	45-64 años	65 y más
VALORACIÓN GLOBAL	8.51	8.40	8.43	8.61	8.57
Accesibilidad a la oficina	8.36	8.22	8.40	8.36	8.39
Orden y limpieza de la oficina	8.90	8.85	8.94	8.82	9.04
Señalización de los paneles informativos	8.47	8.54	8.52	8.41	8.40
Horario de atención al público	8.48	8.41	8.28	8.61	8.67
Utilidad de la información recibida en el mostrador de información	8.67	8.71	8.59	8.67	8.85
Tiempo de espera para ser atendido	8.65	8.46	8.67	8.63	8.79
Confort durante el tiempo de espera	8.51	8.43	8.51	8.45	8.71
Tiempo empleado para resolver trámites u obtener información	8.58	8.62	8.51	8.57	8.75
Amabilidad y cortesía en el trato recibido	8.81	8.67	8.82	8.80	8.92
Explicaciones claras y sencillas por el personal que le atendió	8.71	8.62	8.63	8.77	8.81
Preparación del personal para desempeñar su trabajo	8.74	8.75	8.62	8.83	8.81
Eficacia del personal que le atendió	8.75	8.75	8.68	8.78	8.82

Bases: muestra percepción 2008 (n=959)

A. SATISFACCIÓN DEL USUARIO

I. FICHA TÉCNICA

II. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

III. RESULTADOS OBTENIDOS

1. Valoración del servicio recibido

2. Definición de calidad

3. El usuario de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente (OAIC)

4. Los Servicios de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente (OAIC)

IV. GAP (percepción-expectativas)

- ✦ El presente capítulo analiza los **aspectos que los usuarios identifican con la calidad del servicio recibido por las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente**. En el momento de llegar a la OAIC, y antes de efectuar la gestión, los usuarios destacan como atributos que definen la calidad del servicio, por este orden, la rapidez para ser atendido (54,4%); la eficacia (51,2%) y el buen trato, la amabilidad y la cortesía (45,9%).
- ✦ Una vez realizada la gestión, los usuarios mantienen estos mismos tres conceptos como los más importantes a la hora de definir la calidad, pero el orden de los mismos pasa a ser el siguiente: buen trato, amabilidad y cortesía (60,3%); rapidez para ser atendido (50,6%) y eficacia (39,5%).
- ✦ Al analizar las demandas de calidad para el conjunto de la muestra (percepción+expectativas) se observa que de manera destacada el buen trato, la amabilidad y la cortesía (53,1%) y la rapidez para ser atendidos (52,5%) se sitúan entre los atributos que en mayor medida definen la calidad del servicio para los usuarios de las OAIC.
- ✦ Por este motivo, **todas las actuaciones efectuadas para reducir los tiempos de espera y otorgar un trato amable y correcto serán muy bien recibidas por los usuarios y repercutirán claramente en una mejora de su percepción de la calidad del servicio recibido.**

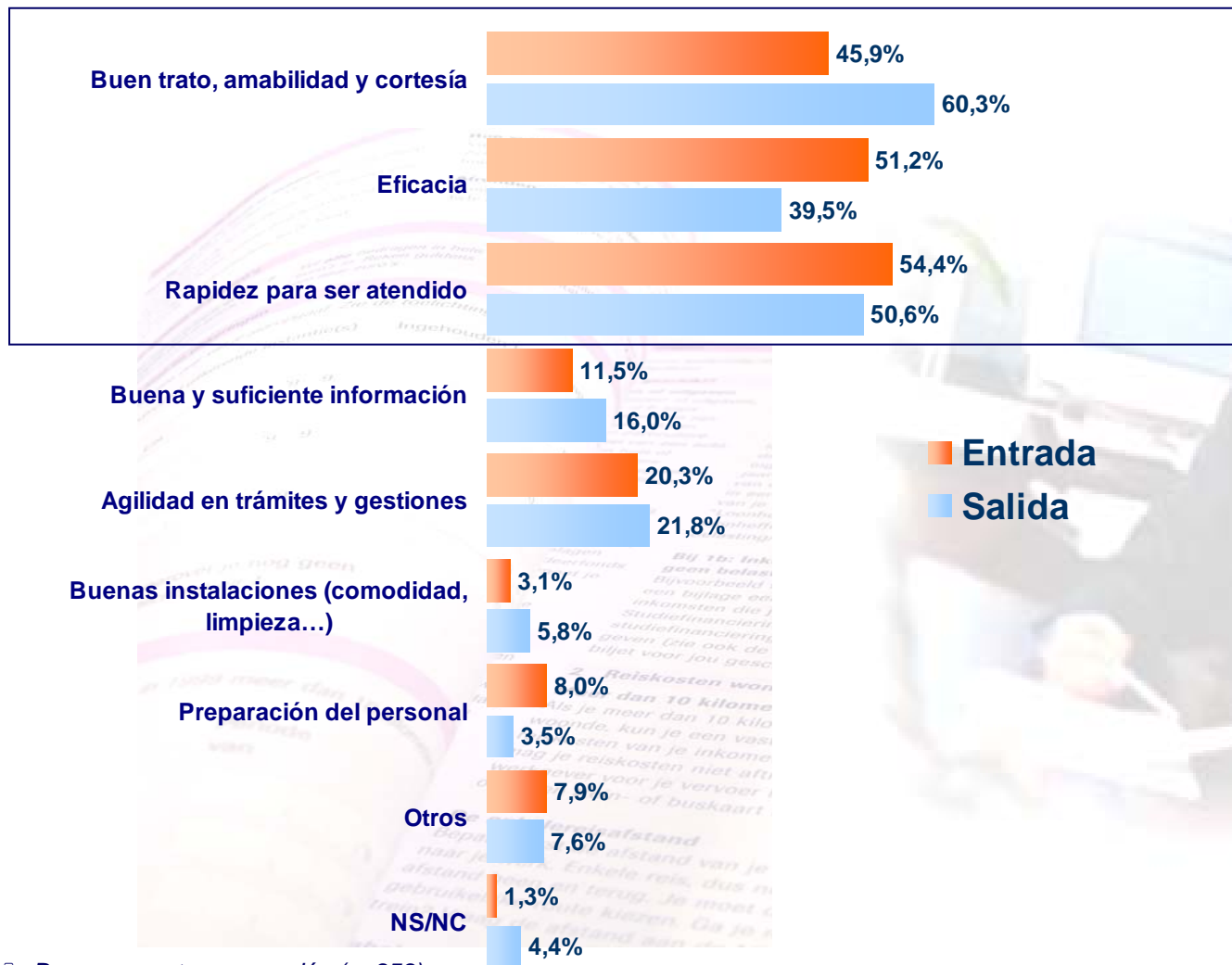


DEMANDAS DE CALIDAD: atributos que definen la calidad del servicio



Bases: muestra percepción + expectativas (n=1224)

DEMANDAS DE CALIDAD: atributos que definen la calidad del servicio



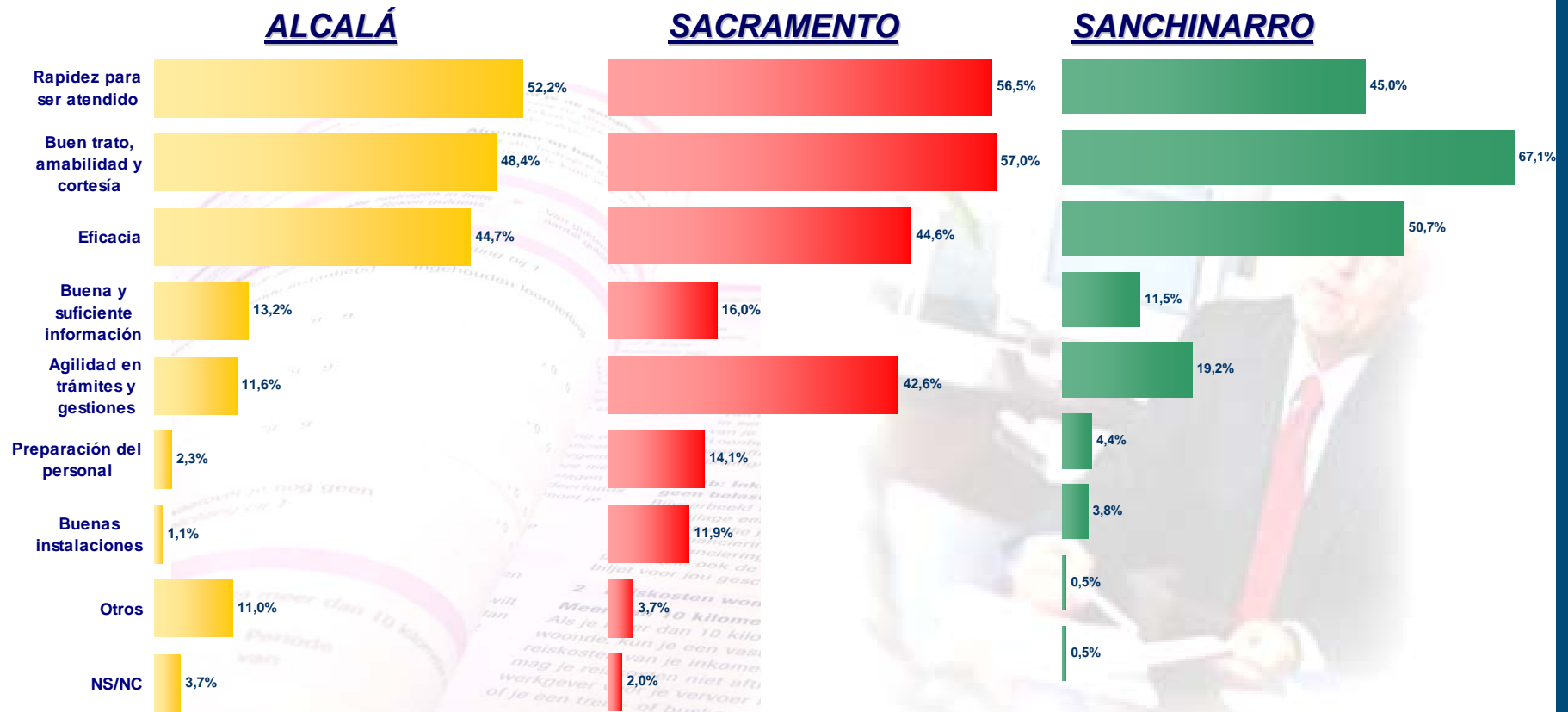
📁 Bases: muestra percepción (n=959)
 muestra expectativas (n=265)

DEMANDAS DE CALIDAD: atributos que definen la calidad del servicio



Bases: muestras percepción + expectativas 2007 (484) y 2008 (n=1224)

DEMANDAS DE CALIDAD: atributos que definen la calidad del servicio por OAIC



Base: muestra percepción+expectativas OAIC Alcalá (n=555)
 muestra percepción+expectativas OAIC Alcalá OAIC Sacramento (n=409)
 muestra percepción+expectativas OAIC Alcalá OAIC Sanchinarro (n=260)

DEMANDAS DE CALIDAD: atributos que definen la calidad del servicio por OAIC

	TOTAL (%)	Alcalá (%)	Sacramento (%)	Sanchinarro (%)
Buen trato, amabilidad, cortesía	53.1	48.4	57.0	67.1
Eficacia	45.4	44.7	44.6	50.7
Rapidez en ser atendido	52.5	52.2	56.5	45.0
Buena y suficiente información	13.8	13.2	16.0	11.5
Agilidad en trámites y gestiones	21.1	11.6	42.6	19.2
Buenas instalaciones (comodidad, limpieza...)	4.4	1.1	11.9	3.8
Preparación del personal	5.8	2.3	14.1	4.4
Otros	7.7	11.0	3.7	0.5
NS/NC	2.8	3.7	2.0	0.5

- 📁 Bases: Total muestra percepción + expectativas (n=1224)
- muestra percepción+expectativas OAIC Alcalá (n=555)
- muestra percepción+expectativas OAIC Alcalá OAIC Sacramento (n=409)
- muestra percepción+expectativas OAIC Alcalá OAIC Sanchinarro (n=260)

DEMANDAS DE CALIDAD: atributos que definen la calidad del servicio por TIPO DE GESTIÓN

	TOTAL (%)	Plusvalía Compraventa (%)	Plusvalía herencias (%)	Impuesto de Vehículos (%)	Resto de gestiones (%)
Buen trato, amabilidad, cortesía	53.1	58.2	53.9	44.4	53.1
Eficacia	45.4	45.8	36.7	46.7	45.4
Rapidez en ser atendido	52.5	50.0	59.5	56.4	52.5
Buena y suficiente información	13.8	17.0	12.3	11.2	13.8
Agilidad en trámites y gestiones	21.1	22.6	20.9	20.5	21.1
Buenas instalaciones (comodidad, limpieza...)	4.4	4.2	7.2	2.6	4.4
Preparación del personal	5.8	6.2	4.0	1.4	5.8
Otros	7.7	7.3	7.2	7.6	7.7
NS/NC	2.8	2.9	2.4	7.0	2.8

- 📁 Bases: Total muestra percepción + expectativas (n=1224)
- muestra percepción+expectativas Plusvalía compraventa (n=310)
- muestra percepción+expectativas Plusvalía herencias (n=144)
- muestra percepción+expectativas IVTM (n=188)
- muestra percepción+expectativas resto de gestiones (n=625)

DEMANDAS DE CALIDAD: atributos que definen la calidad del servicio por CARÁCTER DE LA VISITA

	TOTAL (%)	A título individual (%)	Profesional (%)
Buen trato, amabilidad, cortesía	53.1	53.0	53.5
Eficacia	45.4	46.7	40.9
Rapidez en ser atendido	52.5	50.4	60.0
Buena y suficiente información	13.8	13.8	13.7
Agilidad en trámites y gestiones	21.1	22.4	16.6
Buenas instalaciones (comodidad, limpieza...)	4.4	4.5	4.1
Preparación del personal	5.8	5.2	7.9
Otros	7.7	7.6	8.2
NS/NC	2.8	3.0	2.2

Bases: Total muestra percepción + expectativas (n=1224)
 muestra percepción+expectativas a título individual (n=977)
 muestra percepción+expectativas profesional (n=247)

A. SATISFACCIÓN DEL USUARIO

I. FICHA TÉCNICA

II. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

III. RESULTADOS OBTENIDOS

1. Valoración del servicio recibido

2. Definición de calidad

3. El usuario de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente (OAIC)

4. Los servicios de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente (OAIC)

IV. GAP (percepción-expectativas)

- ✦ De manera general, el **perfil del usuario de las OAIC** es el siguiente: **hombre** (59,4%), con **edad comprendida entre los 30 y los 44 años** (36,1%), con **estudios superiores** (49,5%), que **trabaja** (71,1%) y tiene **nacionalidad española** (94,8%).
- ✦ De acuerdo con lo manifestado por los usuarios de las OAIC, las principales **áreas de las gestiones que acuden a realizar** son **IBI / Catastro** (24,6%) y **Plusvalía compra-venta** (23,4%).
- ✦ **Ocho de cada diez usuarios de las OAIC afirma que se va con la gestión resuelta** (80,0%). Entre quienes declaran que con su visita no han resuelto el problema o gestión (18,8%), destaca la **falta de documentación, impresos o fotocopias** como la principal razón para ello (31,8%).
- ✦ El 77,5% de los usuarios declara que su **visita es a título individual**, mientras que el 22,5% acude de una gestoría, asesoría o despacho profesional. La visita a título individual tiene mayor presencia en la OAIC de Sanchinarro (87,8%), mientras que se detecta una mayor presencia de visita de carácter profesional en la OAIC de Alcalá (26,8%).
- ✦ El 48,4% de los usuarios de las OAIC declara que **ésta es la primera vez que visitan la oficina**, porcentaje que aumenta entre las dos nuevas oficinas (Sacramento, el 57,5% y Sanchinarro, el 59,0%). Asimismo, la mayoría afirma que ésta es la **primera vez que acuden por motivo de esa gestión** (68,4%).

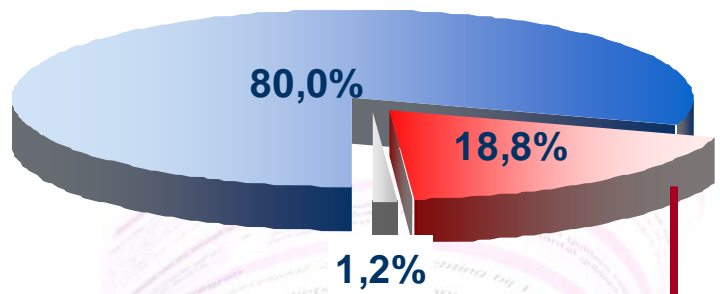
LA VISITA DEL USUARIO: Finalidad de la gestión



Base: muestra percepción + expectativas (n=1224)

LA VISITA DEL USUARIO: Resolución de la Gestión (2008-2007)

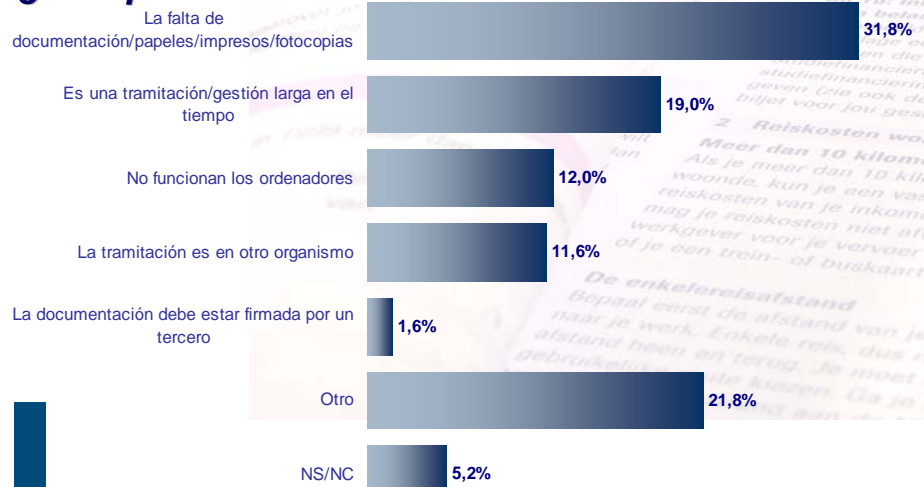
2008



Base: muestra percepción 2008 (n=959)

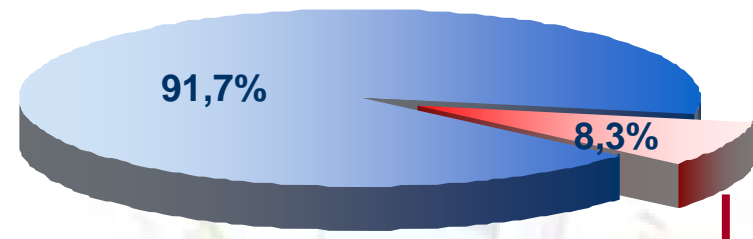
- Ha resuelto/solucionado la gestión
- No ha resuelto/solucionado la gestión
- NS/NC

¿Por qué motivos?



Base: usuarios que no han resuelto/solucionado la gestión (18,8% del total de la muestra de percepción)

2007



Base: muestra percepción 2007 (n=337)

- Ha resuelto/solucionado la gestión
- No ha resuelto/solucionado la gestión

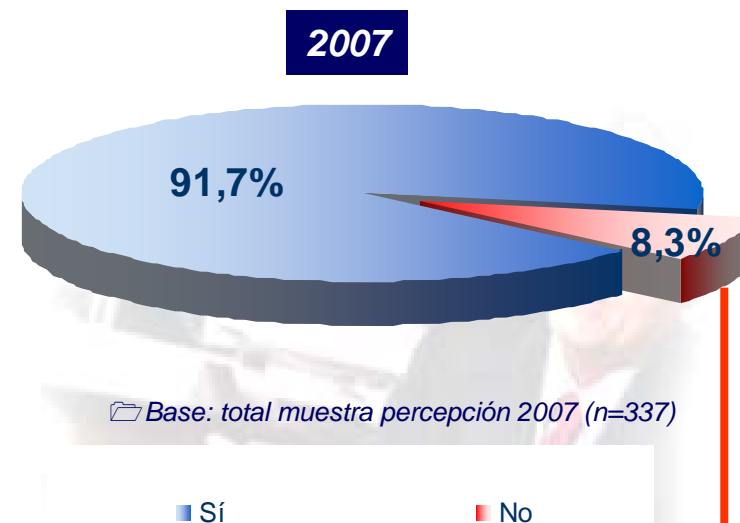
¿Por qué motivos?



Base: usuarios que no han resuelto/solucionado la gestión (8,3% del total de la muestra de percepción)

LA VISITA DEL USUARIO: Resolución de la Gestión (2008-2007)

¿Se va usted con la gestión resuelta? ¿Ha podido solucionar lo que ha venido a hacer?



¿Por qué motivos?

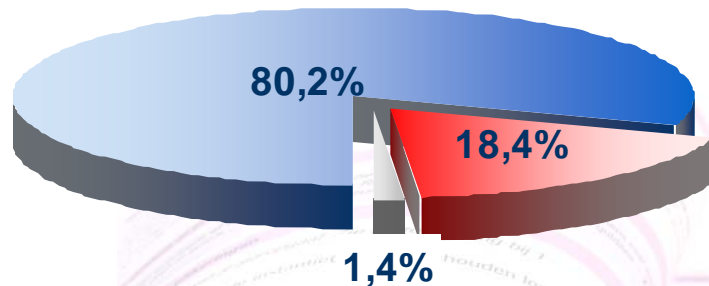
Motivo	% (Base 180)	% (Base Total)
Le falta documentación / papeles / impresos / fotocopias	31,8%	5,9%
Es una tramitación / gestión larga en el tiempo	19,0%	3,5%
No funcionan los ordenadores	12,0%	2,3%
La tramitación es en otro organismo	11,6%	2,2%
La documentación a entregar debe estar firmada o autorizada por un tercero	1,6%	0,3%
Otro	21,8%	4,0%
NS/NC	5,2%	1,0%

¿Por qué motivos?

Motivo	% (Base 28)	% (Base Total)
Le falta documentación / papeles / impresos / fotocopias	43,3%	3,6%
Es una tramitación / gestión larga en el tiempo	13,3%	1,1%
Exceso de público, mucha gente	13,3%	1,1%
La tramitación es en otro organismo	6,7%	0,6%
No funcionan los ordenadores	3,3%	0,3%
La documentación a entregar debe estar firmada o autorizada por un tercero	3,3%	0,3%

LA VISITA DEL USUARIO: Resolución de la Gestión por OAIC

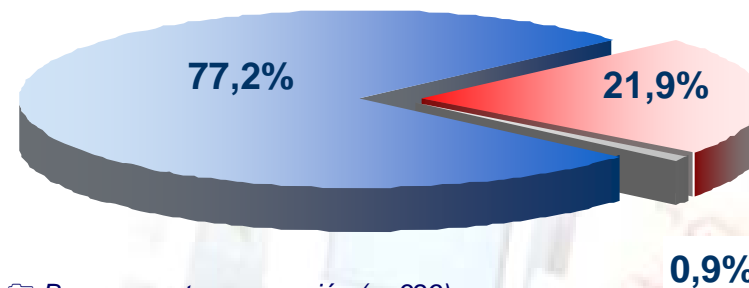
ALCALÁ



Base: muestra percepción OAIC Alcalá (n=425)

- Ha resuelto/solucionado la gestión
- No ha resuelto/solucionado la gestión
- NS/NC

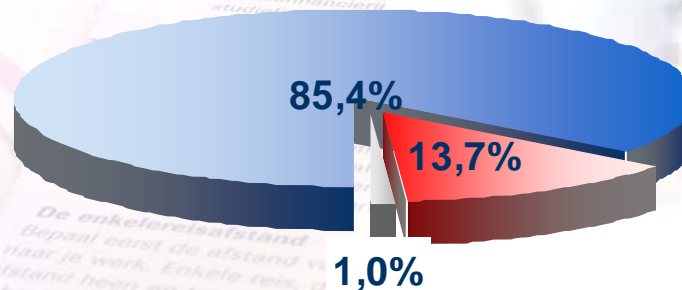
SACRAMENTO



Base: muestra percepción (n=329)

- Ha resuelto/solucionado la gestión
- No ha resuelto/solucionado la gestión
- NS/NC

SANCHINARRO



Base: muestra percepción (n=205)

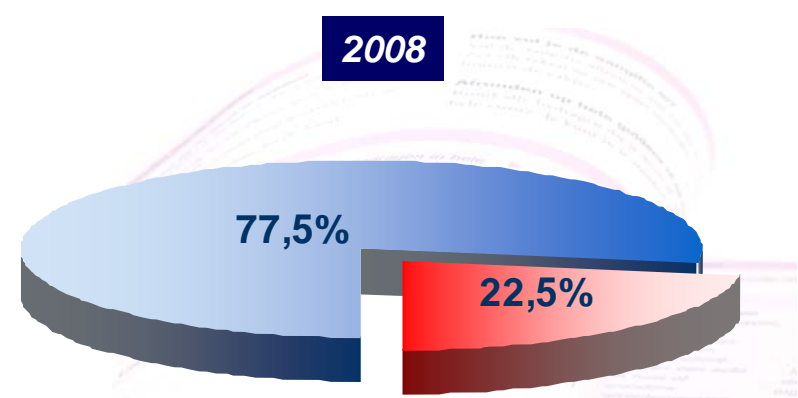
- Ha resuelto/solucionado la gestión
- No ha resuelto/solucionado la gestión
- NS/NC

LA VISITA DEL USUARIO: Motivos para no solucionar/resolver la gestión por OAIC

	TOTAL (%)	ALCALÁ (%)	SACRAMENTO (%)	SANCHINARRO (%)
La falta de documentación/papeles/impresos/fotocopias	31.8	37.2	29.2	6.9
La documentación debe estar firmada por un tercero	1.6	1.3	2.8	0.0
Es una tramitación/gestión larga en el tiempo	19.0	15.4	29.2	6.9
La tramitación es en otro organismo	11.6	10.3	12.5	17.2
No funcionan los ordenadores	12.0	15.4	8.3	3.4
Otro	21.8	17.9	19.4	55.2
NS/NC	5.2	6.4	1.4	10.3

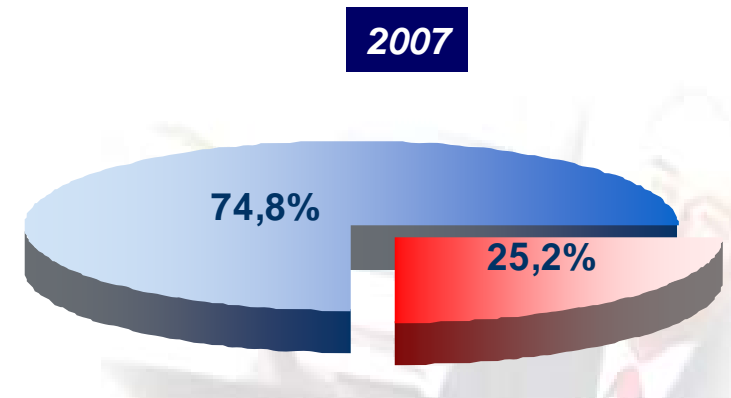
☞ Base: Total usuarios que no han resuelto/solucionado la gestión (n=179)
 Usuarios de la OAIC Alcalá que no han resuelto/solucionado la gestión (n=78)
 Usuarios de la OAIC Sacramento que no han resuelto/solucionado la gestión (n=72)
 Usuarios de la OAIC Sanchinarro que no han resuelto/solucionado la gestión (n=29)

LA VISITA DEL USUARIO: Particulares vs profesionales (2008-2007)



Base: muestra percepción + expectativas 2008 (n=1224)

- A título individual
- De una gestoría, asesoría o despacho profesional

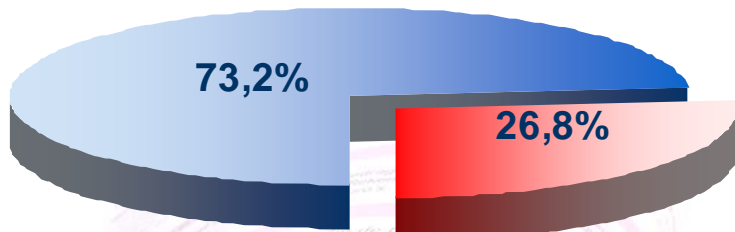


Base: muestra percepción + expectativas 2007 (n=484)

- Particular
- Profesional

LA VISITA DEL USUARIO: Particulares vs profesionales por OAIC

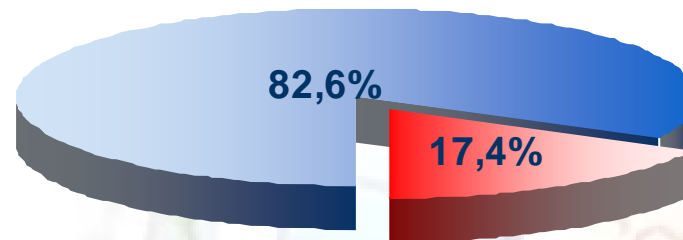
ALCALÁ



Base: muestra percepción + expectativas OAIC Alcalá (n=555)

- A título individual
- De una gestoría, asesoría o despacho profesional

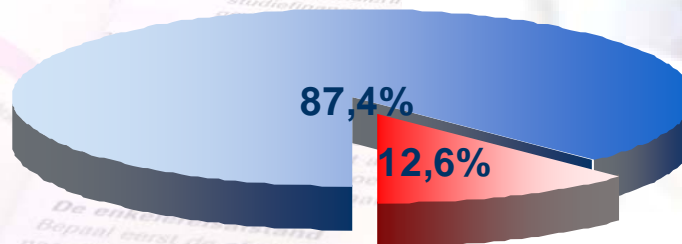
SACRAMENTO



Base: muestra percepción + expectativas OAIC Alcalá (n=555)

- A título individual
- De una gestoría, asesoría o despacho profesional

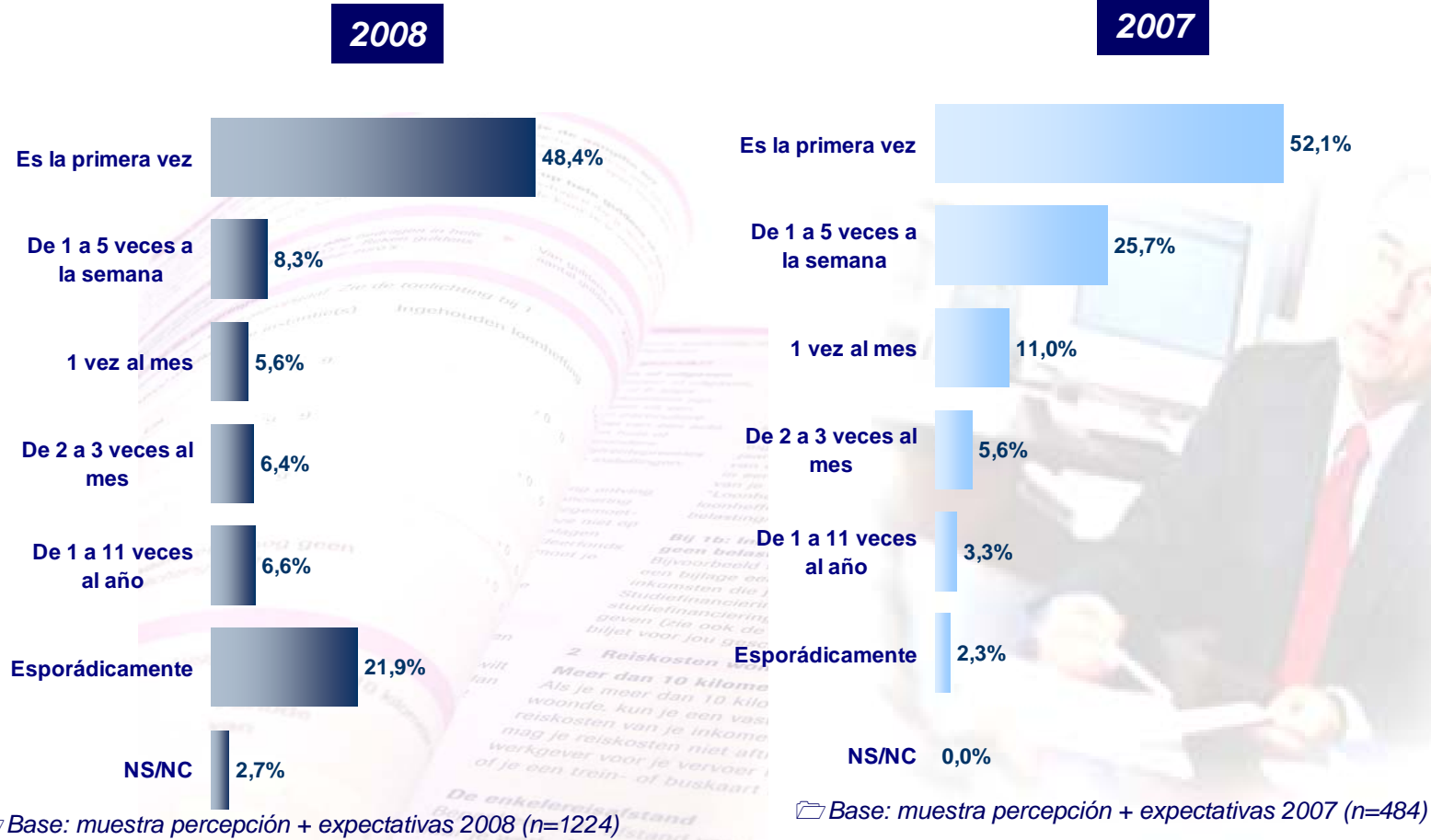
SANCHINARRO



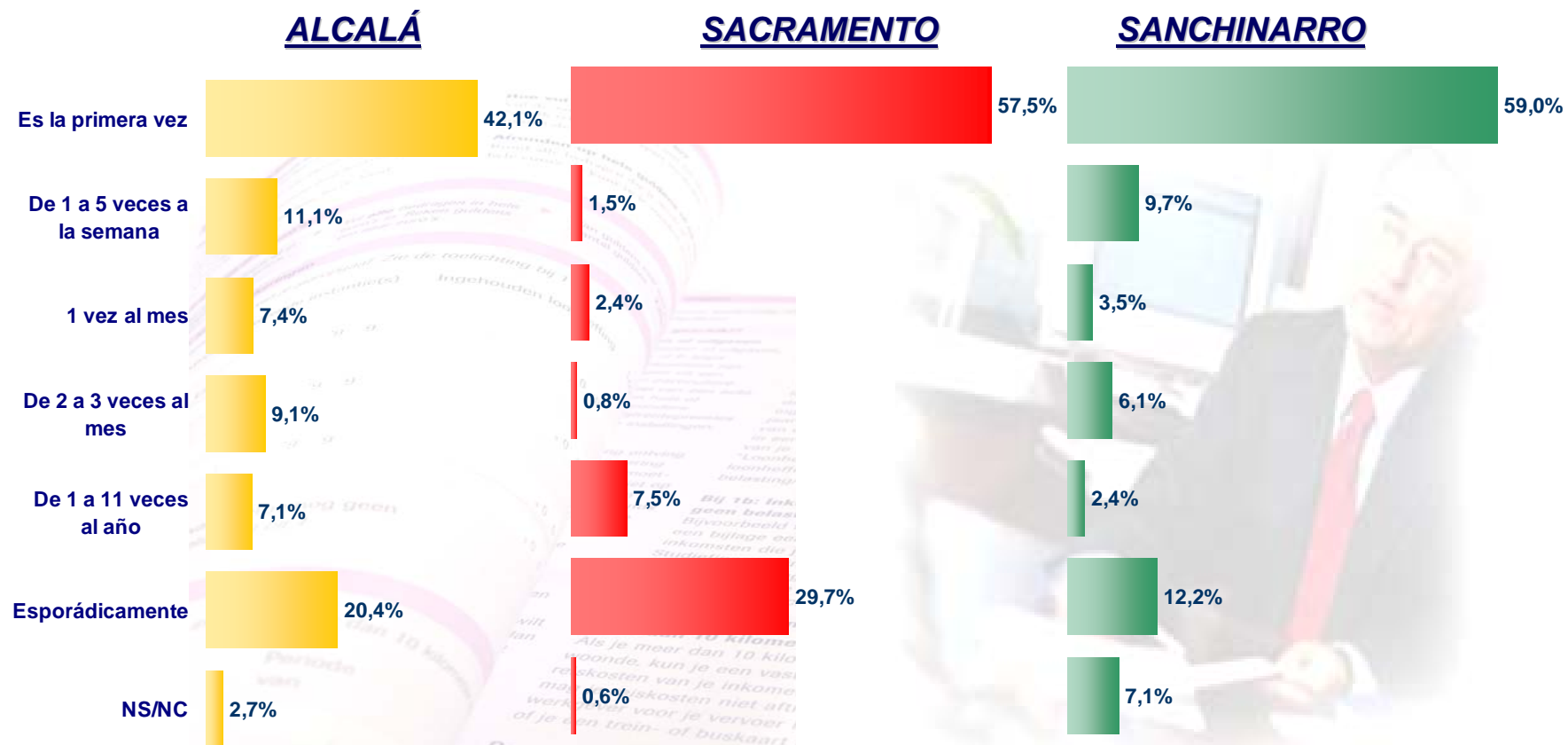
Base: muestra percepción + expectativas OAIC Alcalá (n=555)

- A título individual
- De una gestoría, asesoría o despacho profesional

LA VISITA DEL USUARIO: Frecuencia de visita a la Oficina (2008-2007)



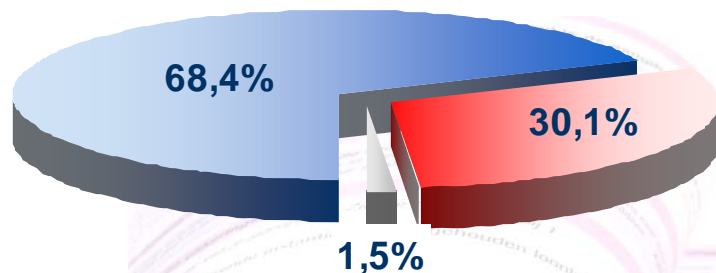
LA VISITA DEL USUARIO: Frecuencia de visita a la Oficina por OAIC



Base: muestra percepción + expectativas OAIC Alcalá (n=555)
 muestra percepción + expectativas OAIC Sacramento (n=409)
 muestra percepción + expectativas OAIC Sanchinarro (n=260)

¿Es la PRIMERA VEZ QUE HA VENIDO POR MOTIVO DE ESTA GESTIÓN?

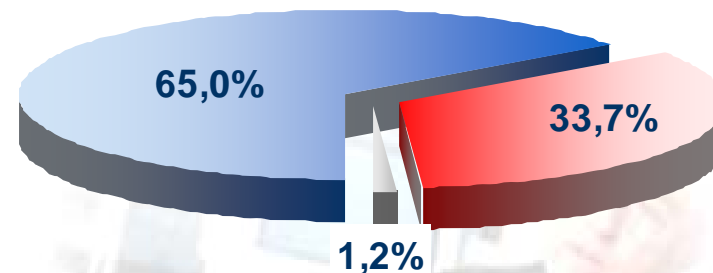
TOTAL 2008



Base: muestra percepción + expectativas 2008 (n=1224)

■ Sí ■ No ■ NS/NC

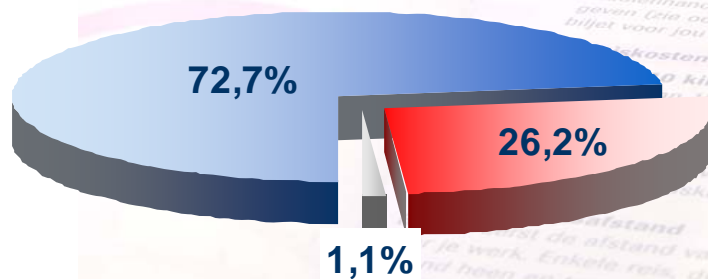
ALCALÁ



Base: muestra percepción + expectativas OAIC Alcalá (n=555)

■ Sí ■ No ■ NS/NC

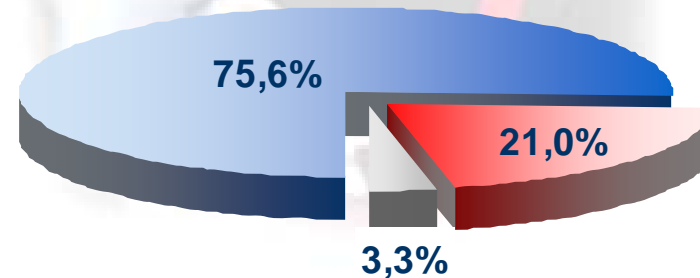
SACRAMENTO



Base: muestra percepción + expectativas OAIC Sacramento (n=409)

■ Sí ■ No ■ NS/NC

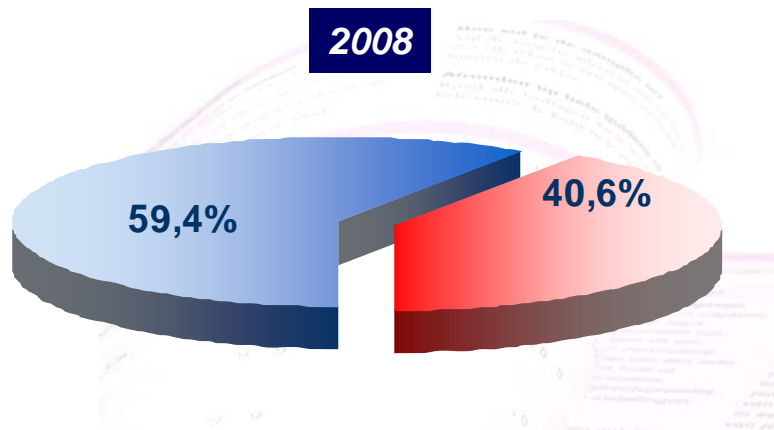
SANCHINARRO



Base: muestra percepción + expectativas OAIC Sanchinarro (n=260)

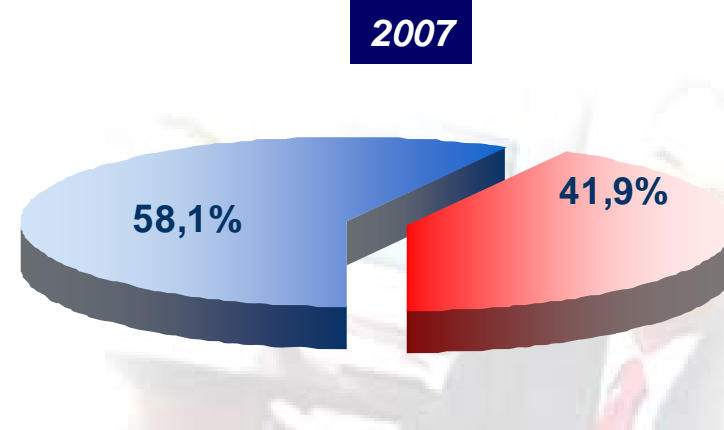
■ Sí ■ No ■ NS/NC

PERFIL DEL CLIENTE: Sexo (2008-2007)



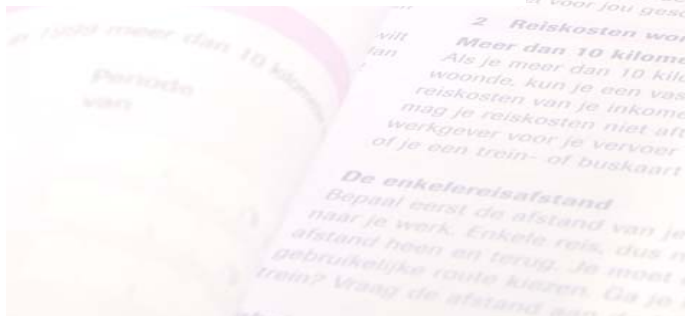
Base: muestra percepción + expectativas 2008 (n=1224)

■ Hombre ■ Mujer

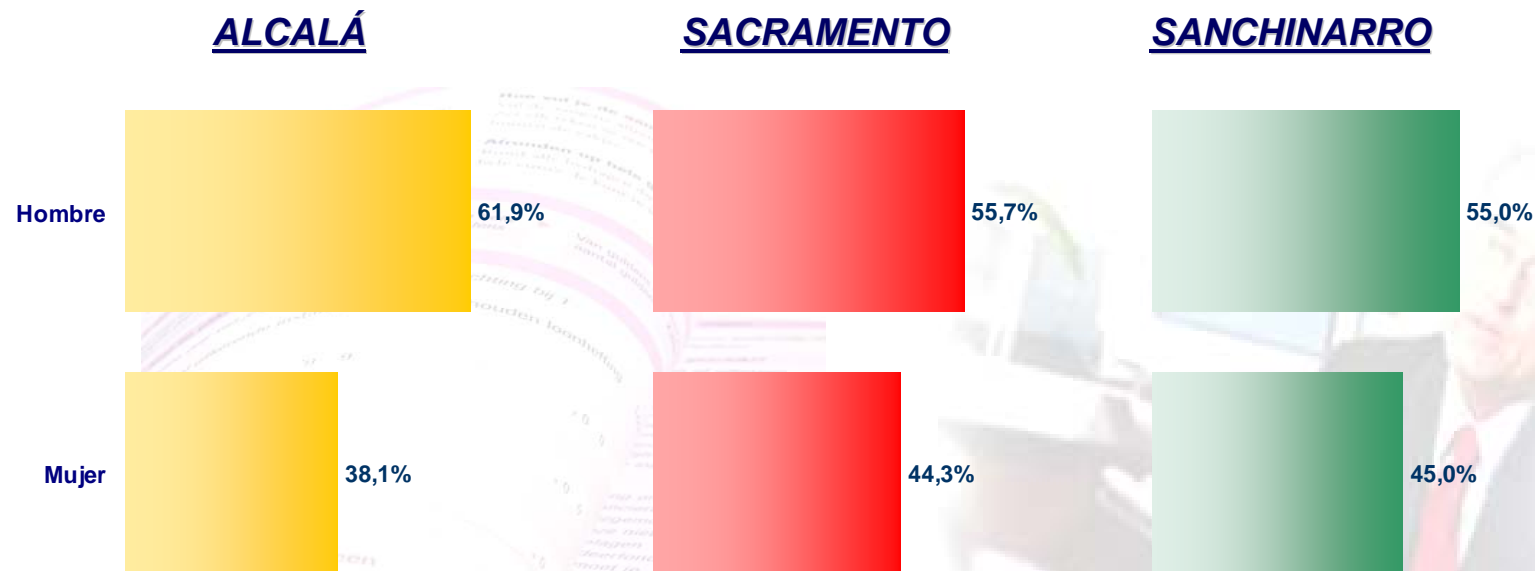


Base: muestra percepción + expectativas 2007 (n=484)

■ Hombre ■ Mujer

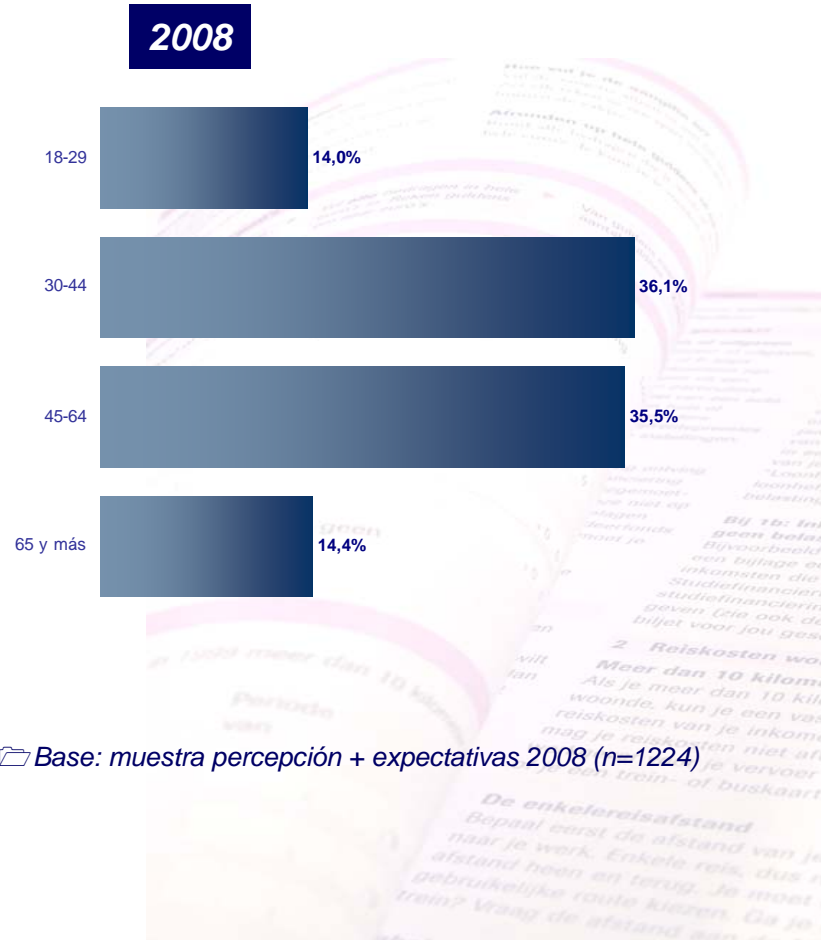


PERFIL DEL CLIENTE: Sexo por OAIC

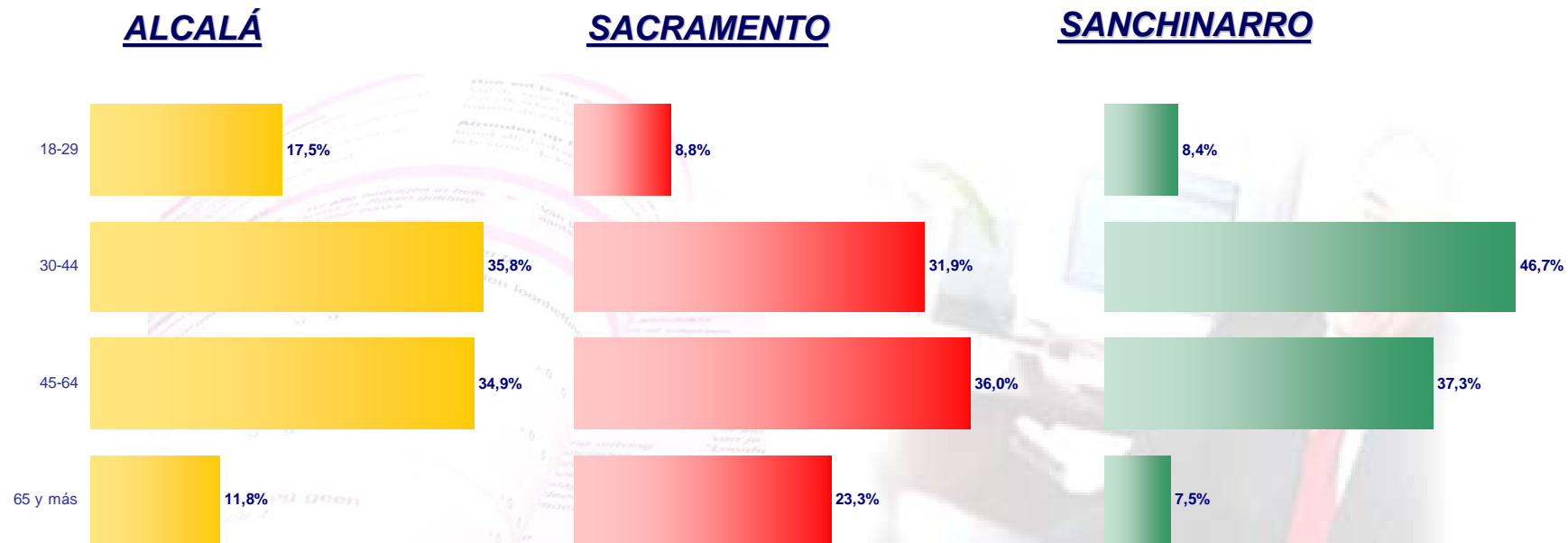


Base: muestra percepción + expectativas OAIC Alcalá (n=555)
 muestra percepción + expectativas OAIC Sacramento (n=409)
 muestra percepción + expectativas OAIC Sanchinarro (n=260)

PERFIL DEL CLIENTE: Edad (2008-2007)



PERFIL DEL CLIENTE: Edad por OAIC



Base: muestra percepción + expectativas OAIC Alcalá (n=555)
 muestra percepción + expectativas OAIC Sacramento (n=409)
 muestra percepción + expectativas OAIC Sanchinarro (n=260)

PERFIL DEL CLIENTE: Nivel Educativo por OAIC

	TOTAL (%)	ALCALÁ (%)	SACRAMENTO (%)	SANCHINARRO (%)
Sin estudios y primarios	8.4	7.7	12.1	3.5
EGB, Bachiller Elemental y FP1	12.1	13.7	9.3	10.7
BUP, Bachiller Superior y FP2	19.3	20.8	18.8	12.8
Estudios medios (peritaje, ATS, etc).	9.9	9.0	10.1	13.7
Estudios superiores	49.5	48.1	49.6	56.3
NS/NC	0.8	0.7	0.2	2.9

Base: total muestra percepción + expectativas (n=1224)
 muestra percepción + expectativas OAIC Alcalá (n=555)
 muestra percepción + expectativas OAIC Sacramento (n=409)
 muestra percepción + expectativas OAIC Sanchinarro (n=260)

PERFIL DEL CLIENTE: Nacionalidad por OAIC

	TOTAL (%)	ALCALÁ (%)	SACRAMENTO (%)	SANCHINARRO (%)
Nacionalidad Española	94.8	93.2	97.4	96.7
Otra nacionalidad	5.2	6.8	2.6	3.3

Base: total muestra percepción + expectativas (n=1224)
 muestra percepción + expectativas OAIC Alcalá (n=555)
 muestra percepción + expectativas OAIC Sacramento (n=409)
 muestra percepción + expectativas OAIC Sanchinarro (n=260)

PERFIL DEL CLIENTE: Ocupación por OAIC

	TOTAL (%)	ALCALÁ (%)	SACRAMENTO (%)	SANCHINARRO (%)
Trabajando	71.1	73.1	64.2	77.0
Parado	5.0	5.9	3.8	3.3
Ama de casa	5.2	4.3	6.3	6.7
Jubilado	16.7	15.2	23.2	9.2
Otras	2.0	1.5	2.5	3.8

Base: total muestra percepción + expectativas (n=1224)
 muestra percepción + expectativas OAIC Alcalá (n=555)
 muestra percepción + expectativas OAIC Sacramento (n=409)
 muestra percepción + expectativas OAIC Sanchinarro (n=260)

A. SATISFACCIÓN DEL USUARIO

I. FICHA TÉCNICA

II. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

III. RESULTADOS OBTENIDOS

1. Valoración del servicio recibido

2. Definición de calidad

3. El usuario de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente (OAIC)

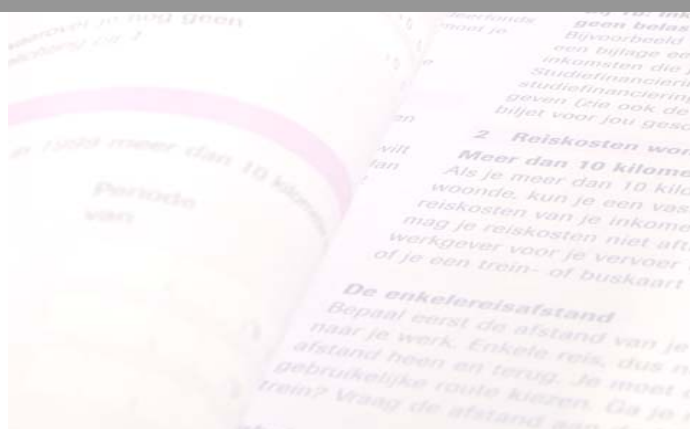
4. Los servicios de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente (OAIC)

IV. GAP (percepción-expectativas)

- ✦ **Los usuarios de las OAIC no dudan en recomendar sus servicios (61,3%);** esta opinión es especialmente compartida por los usuarios de Sanchinarro (74,1%).
- ✦ **El 35,4% de los usuarios de las OAIC declara que con respecto a otros años, los tiempos de espera se han reducido, así como los tiempos de atención que le dedicó el empleado para resolver su trámite o gestión (27,3%)**
- ✦ **El horario de atención al público es conocido por el 40,2% de los usuarios de las OAIC,** aunque es importante destacar que el **34,9% de los mismos cree que solo funciona con horario de mañana.** El horario continuo de mañana y tarde tiene mayor notoriedad entre los usuarios de la OAIC de Alcalá (43,8%) mientras que el 55,8% de los usuarios de Sacramento cree que el horario de atención al público es solo por las mañanas.
- ✦ **Tal y como ocurría en la investigación del año pasado, un amplio porcentaje de los usuarios declara que no se ha informado del horario de atención al público (24,8%),** porcentaje que aumenta en la OAIC de Sacramento (35,5%).
- ✦ **Con respecto a la ubicación de la oficina, el medio de conocimiento más habitual es a través del teléfono 010 (22,1%),** medio que es también el más habitual en cada una de las tres OAIC.

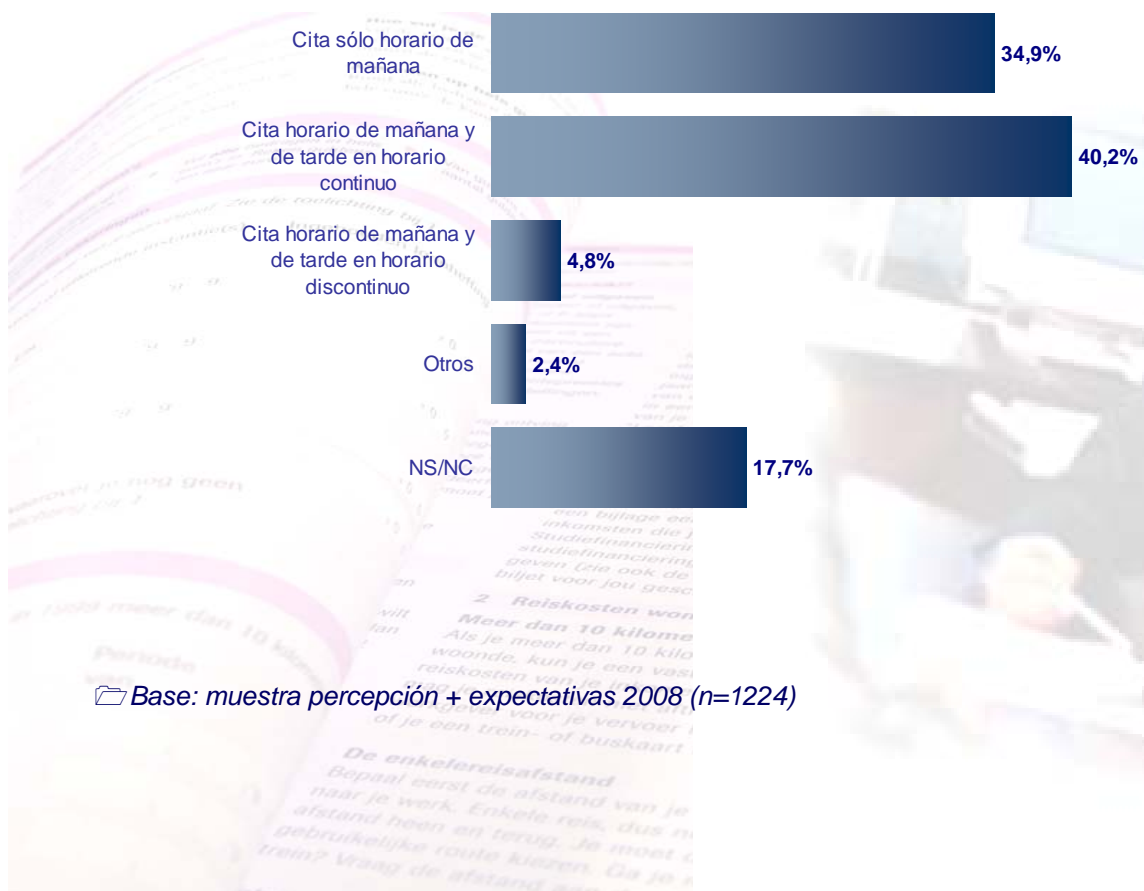
- La mayoría de los usuarios declara que si se hubiera podido realizar la gestión por teléfono, correo o Internet, no habría acudido a la OAIC (57,8%) a pesar de que el 51,3% de los mismos manifiesta desconocer si realmente la gestión que han venido a realizar se puede realizar a través de esos medios o no.

- ✦ El servicio de cita previa es conocido por el 58,9% de los usuarios de las OAIC, conocimiento que han adquirido principalmente a través del teléfono 010 (35,0%). El 47,4% de quienes acuden para realizar gestiones por IAE, IBI/Catastro, Plusvalías e IVTM han utilizado el servicio de cita previa y lo valoran con 8,49 puntos de media. El modo más habitual de concertar la cita previa es a través del teléfono 010 (69,0%).



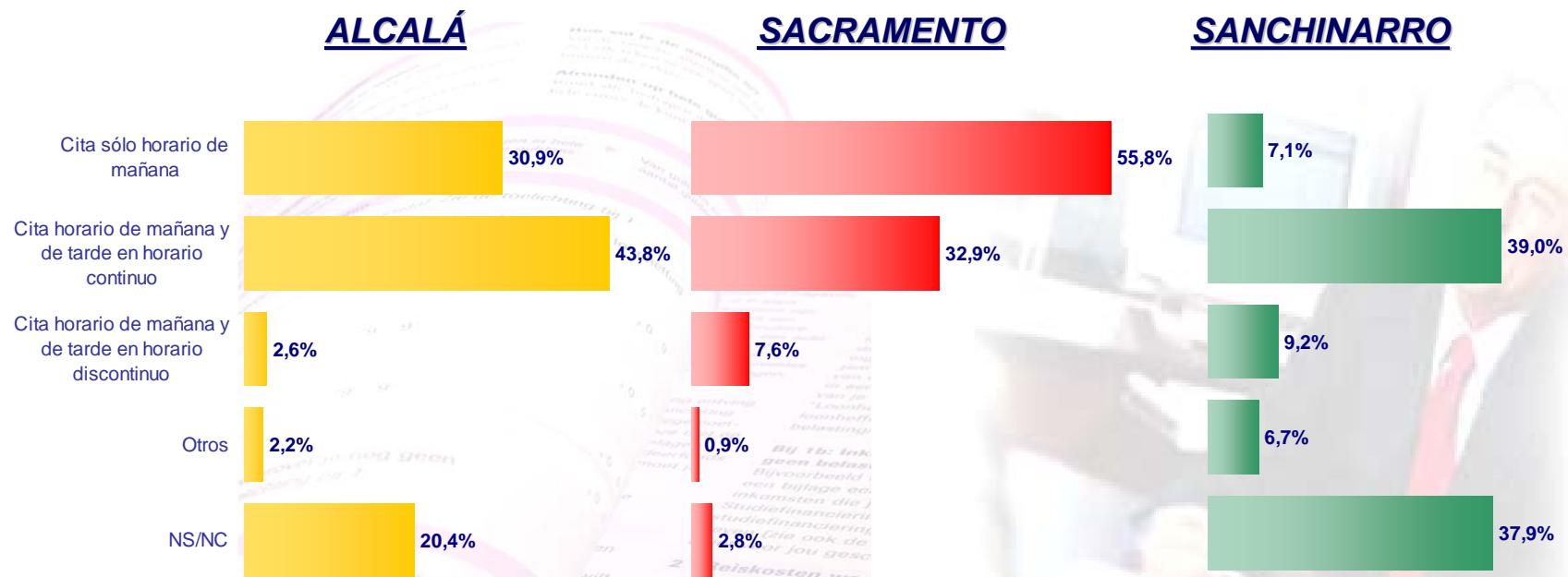
HORARIO DE ATENCIÓN AL PÚBLICO: Notoriedad

TOTAL 2008



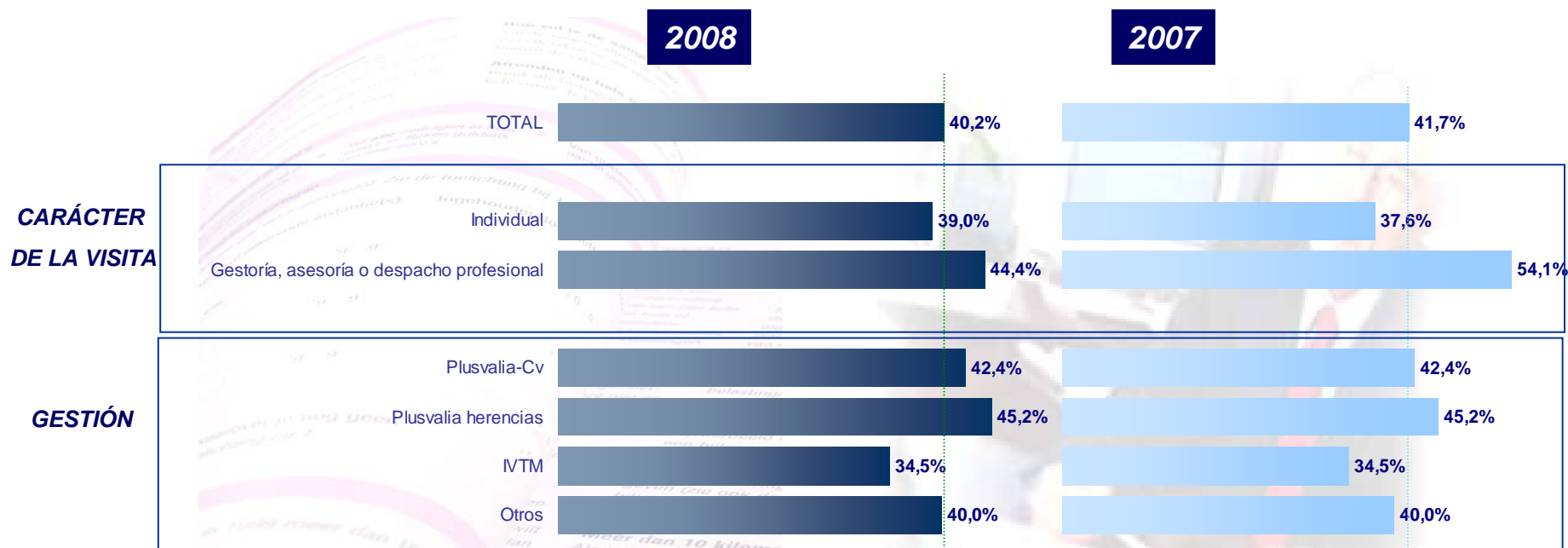
Base: muestra percepción + expectativas 2008 (n=1224)

HORARIO DE ATENCIÓN AL PÚBLICO: Notoriedad por OAIC



Base: muestra percepción + expectativas OAIC Alcalá (n=555)
 muestra percepción + expectativas OAIC Sacramento (n=409)
 muestra percepción + expectativas OAIC Sanchinarro (n=260)

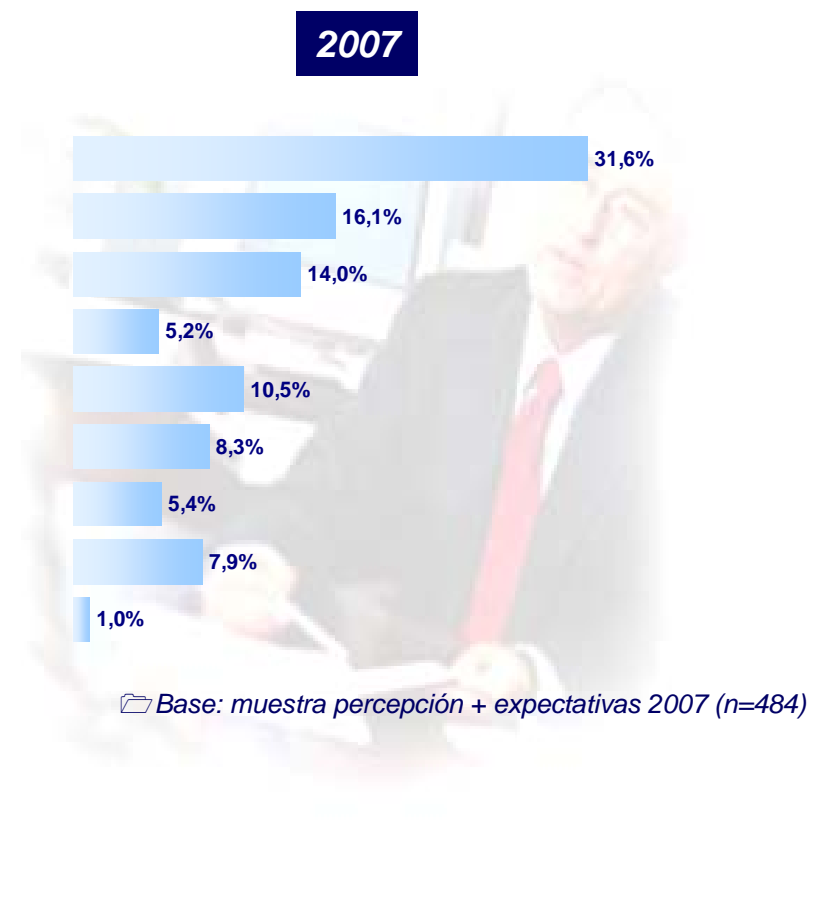
HORARIO DE ATENCIÓN AL PÚBLICO: Citan horario de mañana y de tarde en horario continuo



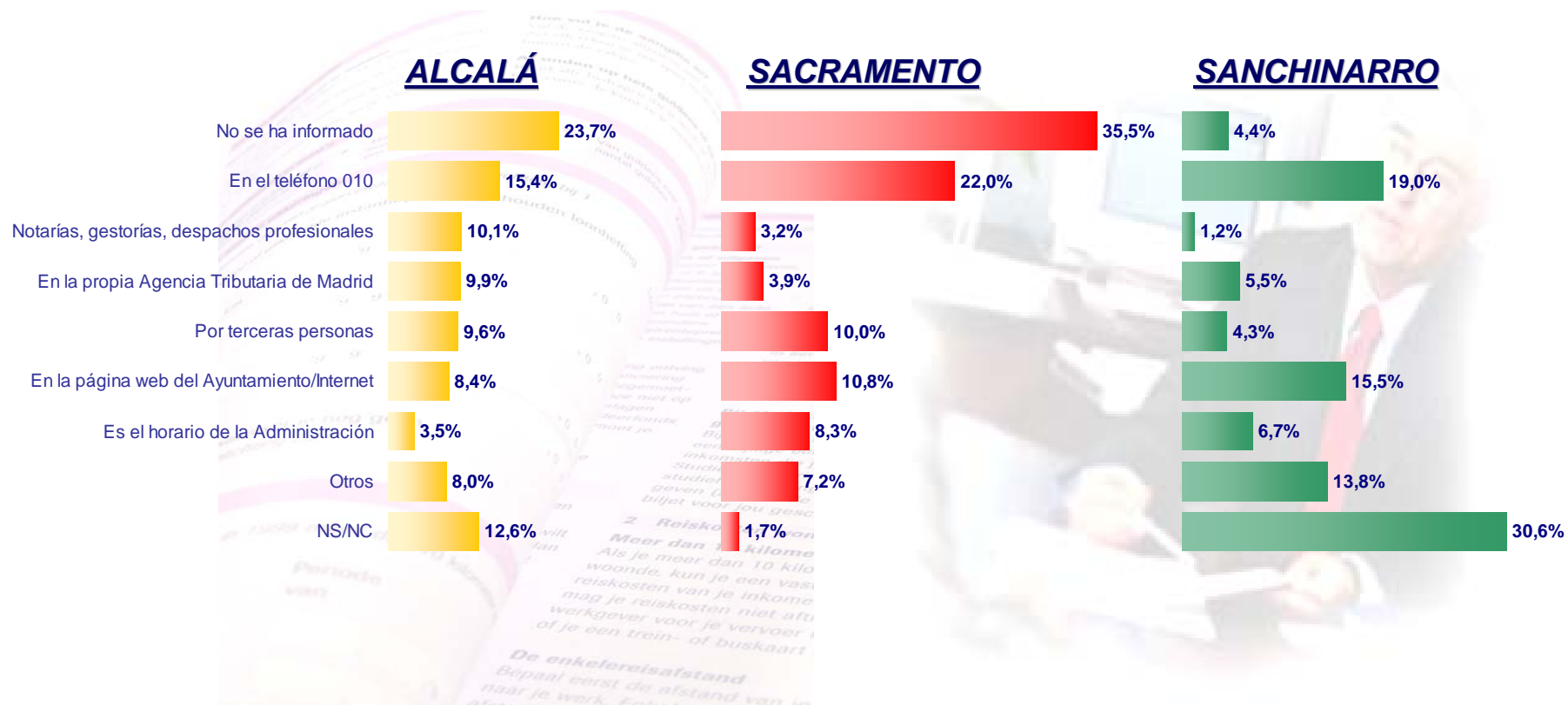
Base: muestra percepción + expectativas 2008 (n=1224)

Base: muestra percepción + expectativas 2007 (n=484)

HORARIO DE ATENCIÓN AL PÚBLICO: Medios de conocimiento (2008-2007)

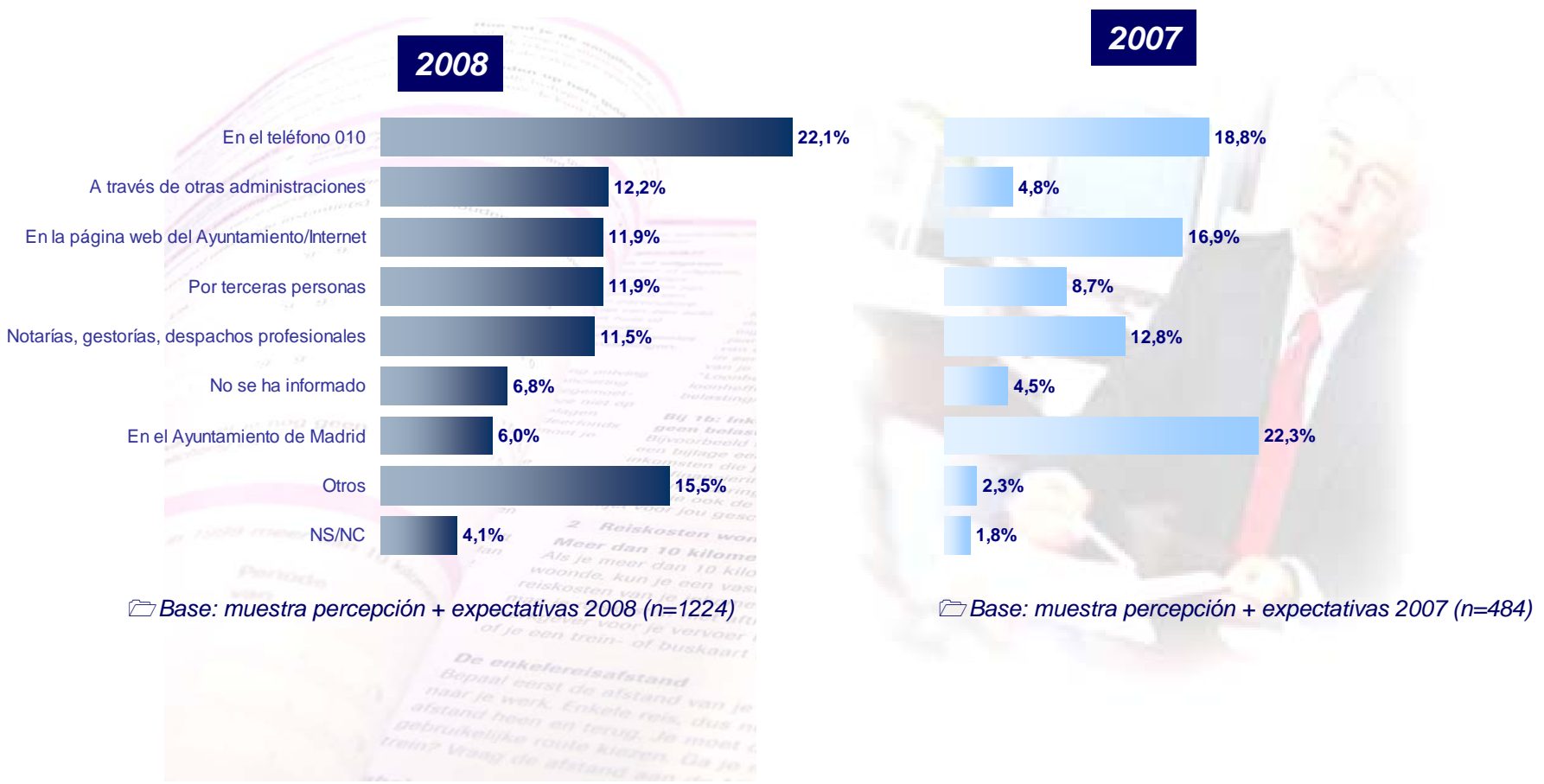


HORARIO DE ATENCIÓN AL PÚBLICO: Medios de conocimiento por OAIC

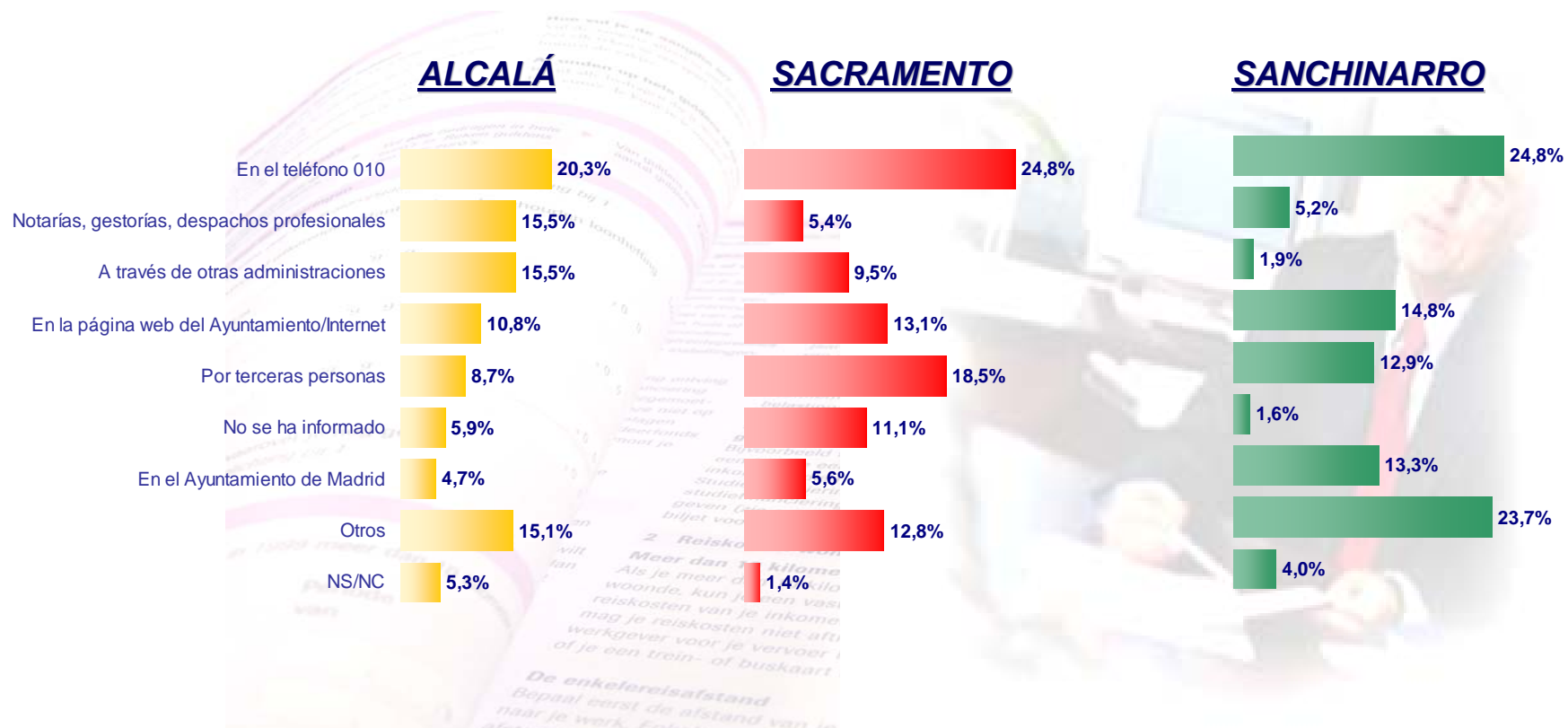


Base: muestra percepción + expectativas OAIC Alcalá (n=555)
 muestra percepción + expectativas OAIC Sacramento (n=409)
 muestra percepción + expectativas OAIC Sanchinarro (n=260)

UBICACIÓN DE LA OFICINA: Medios de conocimiento (2008-2007)



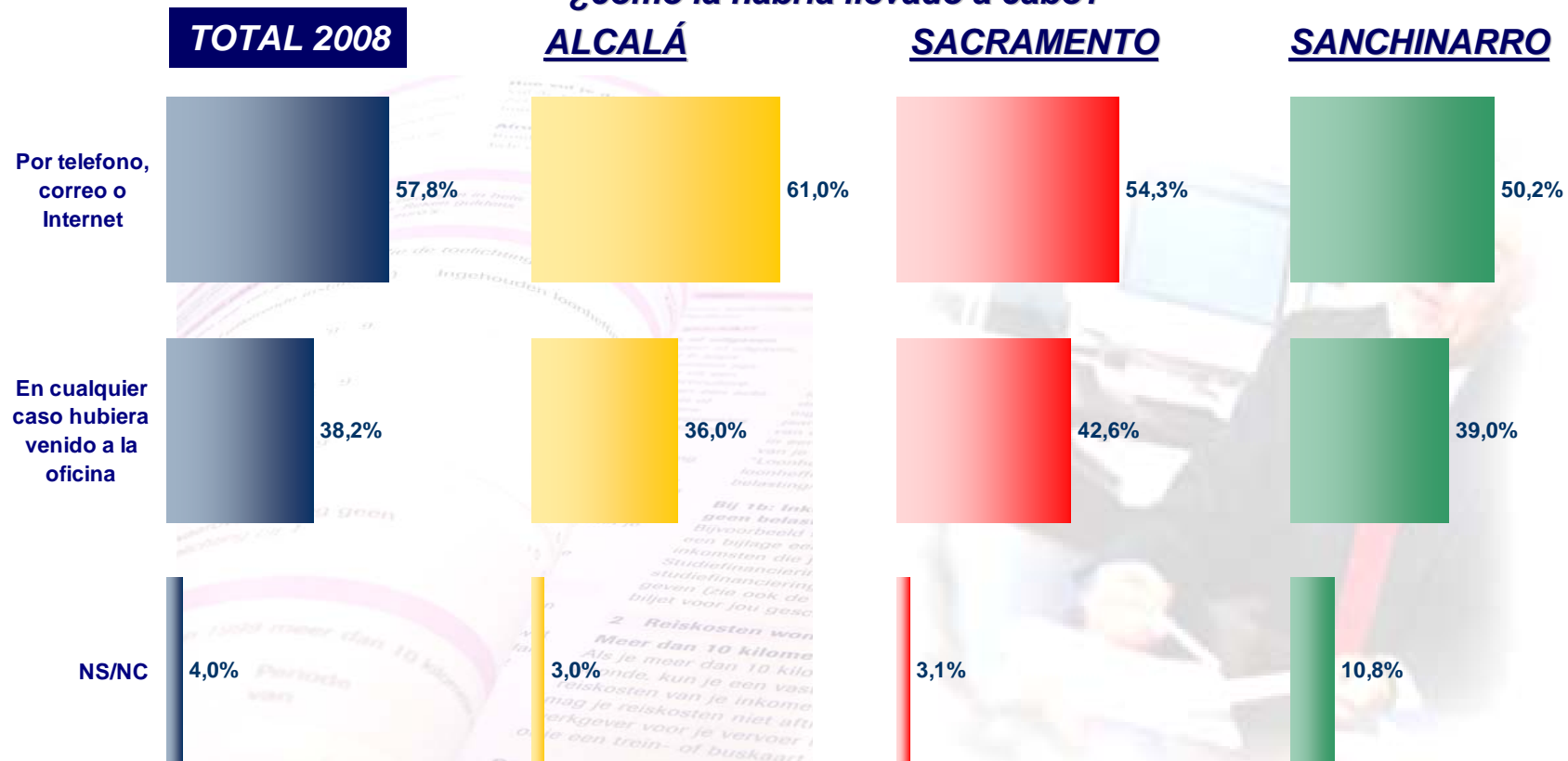
UBICACIÓN DE LA OFICINA: Medios de conocimiento por OAIC



Base: muestra percepción + expectativas OAIC Alcalá (n=555)
 muestra percepción + expectativas OAIC Sacramento (n=409)
 muestra percepción + expectativas OAIC Sanchinarro (n=260)

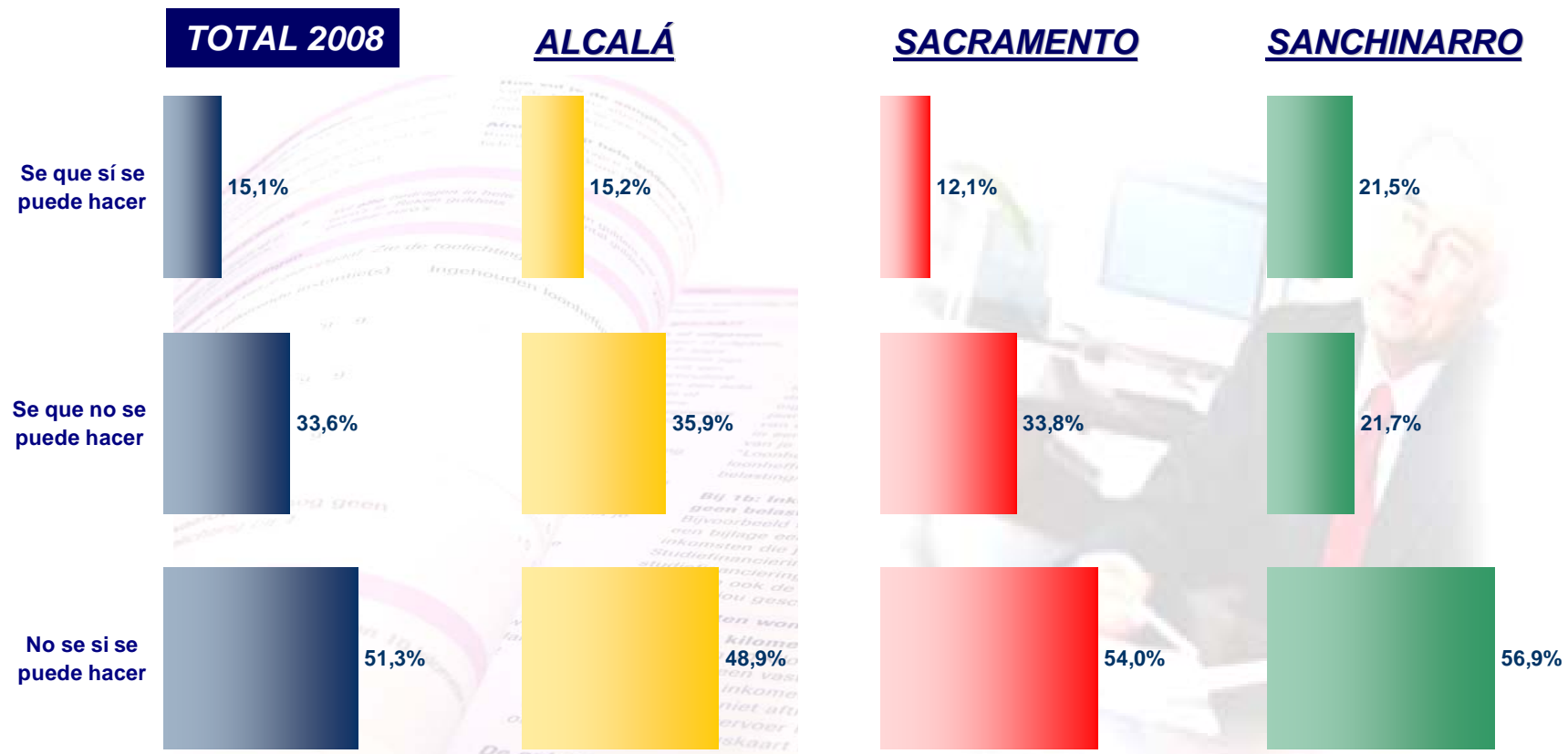
Si hubiera podido realizar la gestión por TELÉFONO, CORREO O POR INTERNET,

¿cómo la habría llevado a cabo?



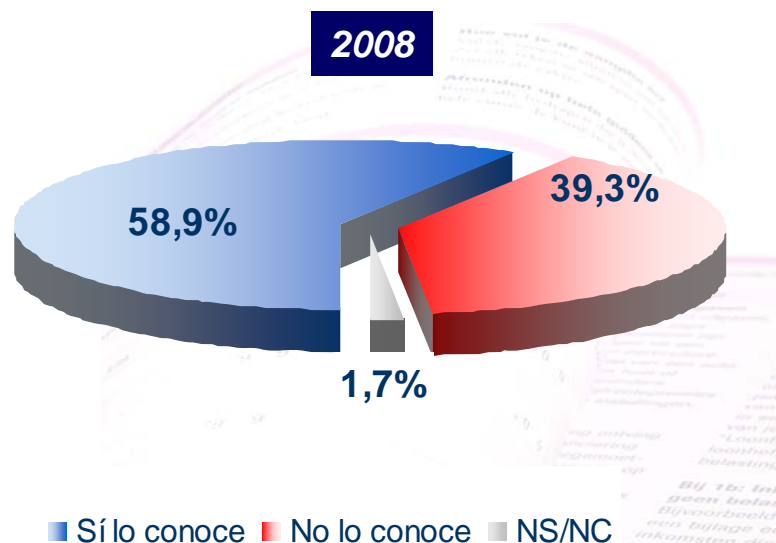
Bases: muestra percepción + expectativas TOTAL (n=1224); OAIC Alcalá (n=555); OAIC Sacramento (n=409); OAIC Sanchinarro (n=260)

¿Sabe usted si la gestión que ha venido a realizar se podría haber hecho por TELÉFONO, CORREO O POR INTERNET?

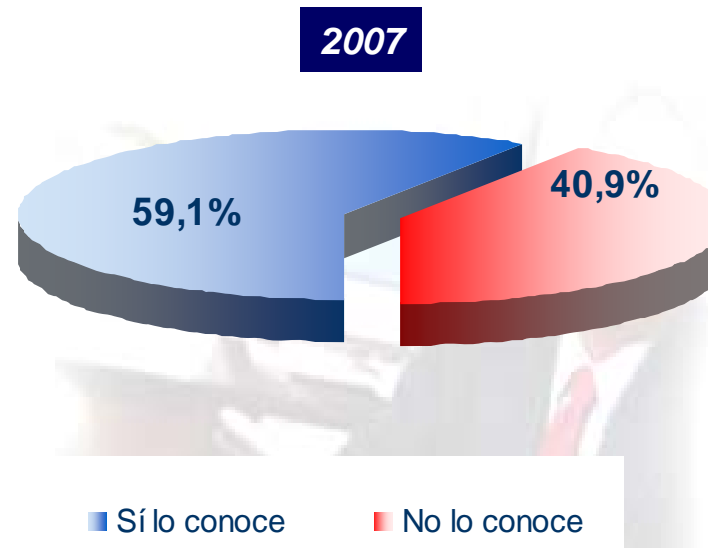


Bases: muestra percepción + expectativas TOTAL (n=1224); OAIC Alcalá (n=555); OAIC Sacramento (n=409); OAIC Sanchinarro (n=260)

SERVICIO DE CITA PREVIA: Notoriedad (2008-2007)



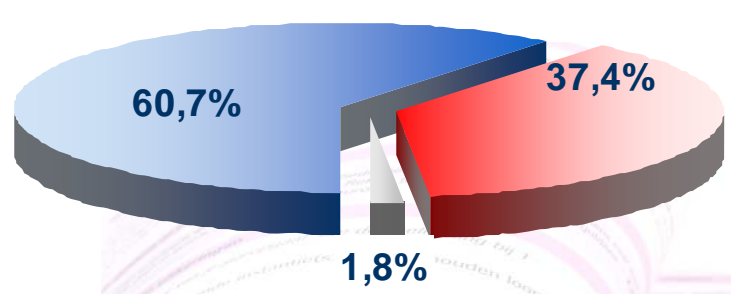
Base: usuarios que acuden para realizar gestiones por IAE, IBI/Catastro, Plusvalías e IVTM (n=969)



Base: usuarios que acuden para realizar gestiones por Plusvalías e IVTM (N=367)

SERVICIO DE CITA PREVIA: Notoriedad por OAIC

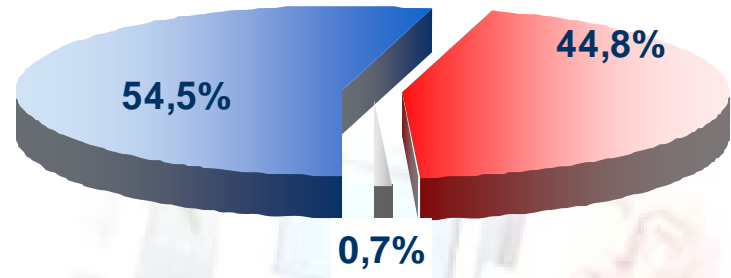
ALCALÁ



Base: usuarios que acuden a la OAIC de Alcalá para realizar gestiones por IAE, IBI/Catastro, Plusvalías e IVTM (n=428)

■ Sí lo conoce ■ No lo conoce ■ NS/NC

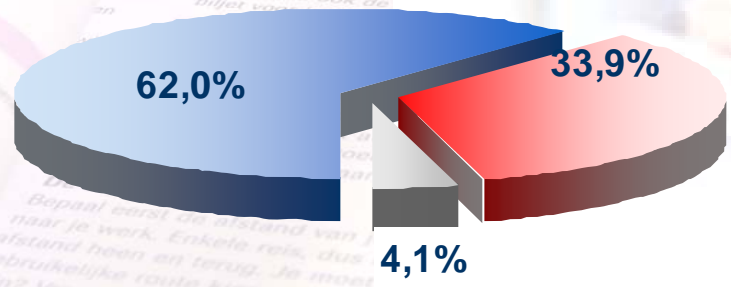
SACRAMENTO



Base: usuarios que acuden a la OAIC de Sacramento para realizar gestiones por IAE, IBI/Catastro, Plusvalías e IVTM (n=348)

■ Sí lo conoce ■ No lo conoce ■ NS/NC

SANCHINARRO



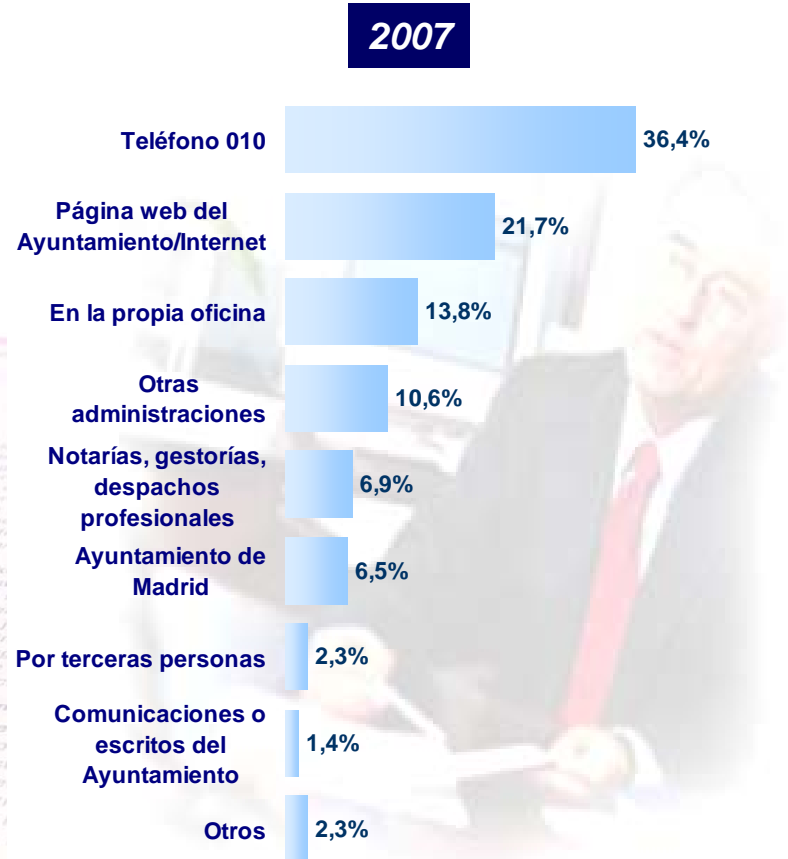
Base: usuarios que acuden a la OAIC de Sanchinarro para realizar gestiones por IAE, IBI/Catastro, Plusvalías e IVTM (n=193)

■ Sí lo conoce ■ No lo conoce ■ NS/NC

SERVICIO DE CITA PREVIA: Medios de Conocimiento (2008-2007)

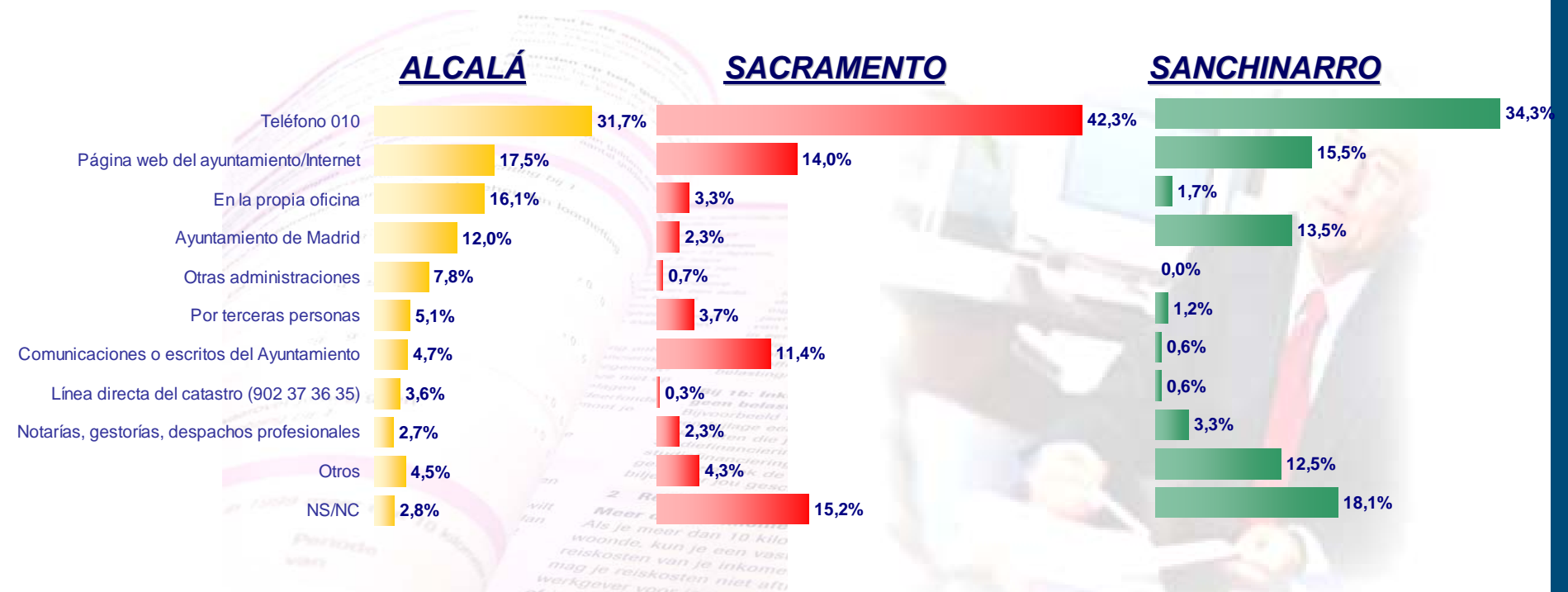


Base: usuarios que acuden para realizar gestiones por IAE, IBI/Catastro, Plusvalías e IVTM y conocen el servicio de cita previa (n=559)



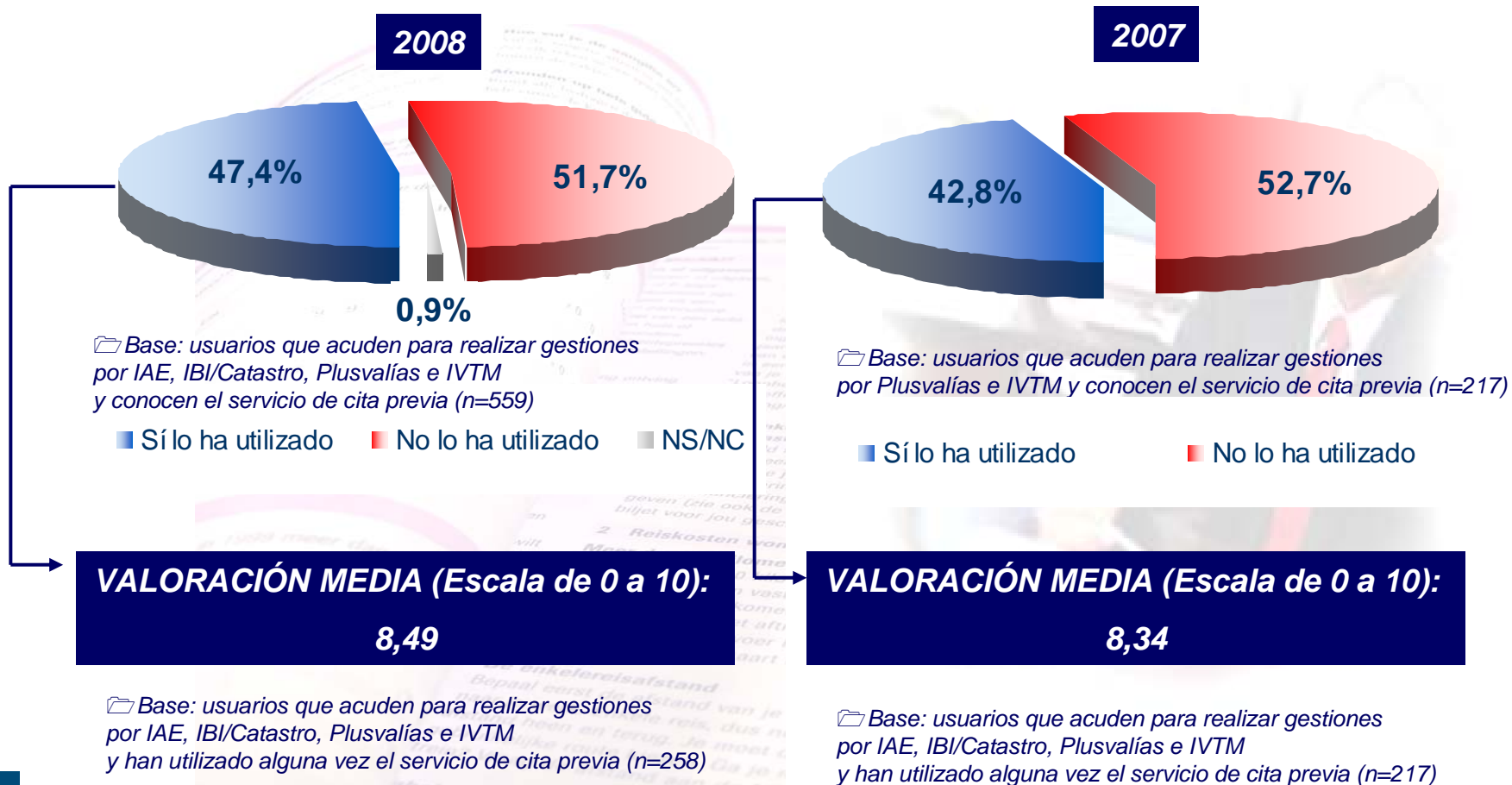
Base: usuarios que acuden para realizar gestiones por Plusvalías e IVTM y conocen el servicio de cita previa (n=217)

SERVICIO DE CITA PREVIA: Medios de Conocimiento (2008-2007)

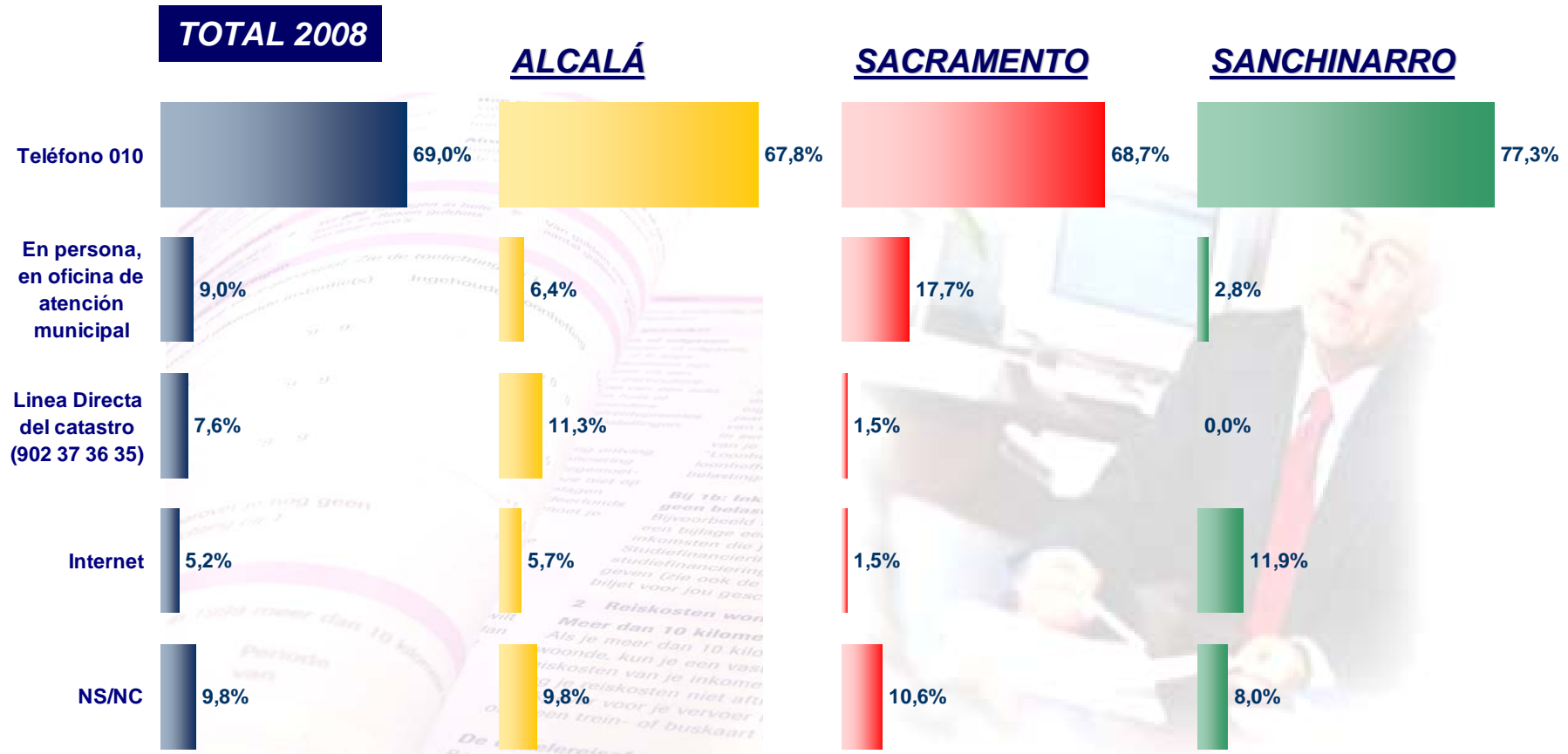


Base: usuarios que acuden a la OAIC de Alcalá para realizar gestiones por IAE, IBI/Catastro, Plusvalías e IVTM y conocen el servicio de cita previa OAIC Alcalá (n=260); OAIC Sacramento (n=188); OAIC Sanchinarro (n=111)

SERVICIO DE CITA PREVIA: Utilización y Satisfacción (2008-2007)

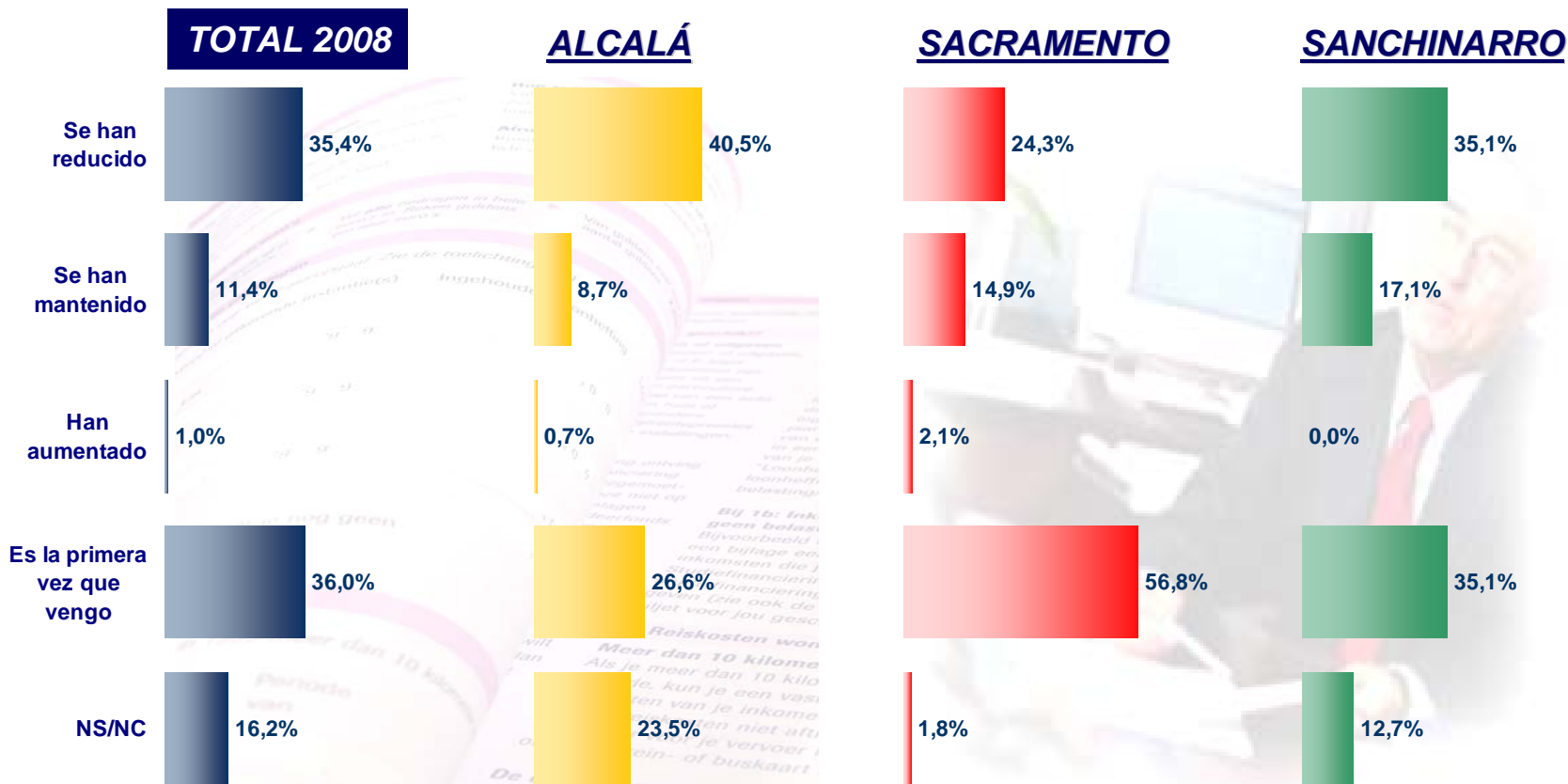


SERVICIO DE CITA PREVIA: Modo de concertar la/s cita/s por OAIC



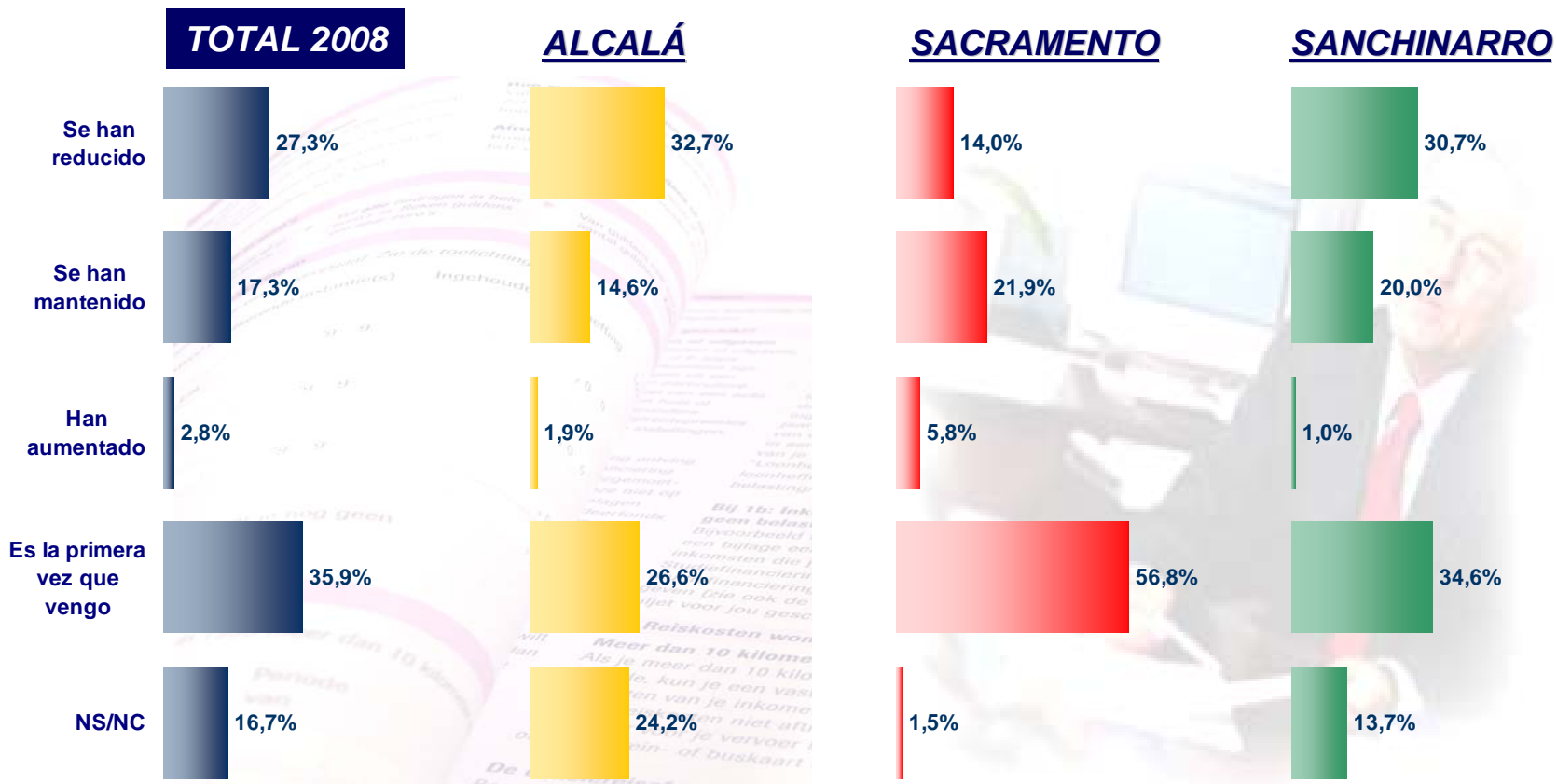
Base: usuarios que acuden para realizar gestiones por IAE, IBI/Catastro, Plusvalías e IVTM y han utilizado alguna vez el servicio de cita previa TOTAL (n=258); OAIC Alcalá (n=131); OAIC Sacramento (n=83) y OAIC Sanchinarro (n=44)

TIEMPOS DE ESPERA EN SER ATENDIDO por OAIC



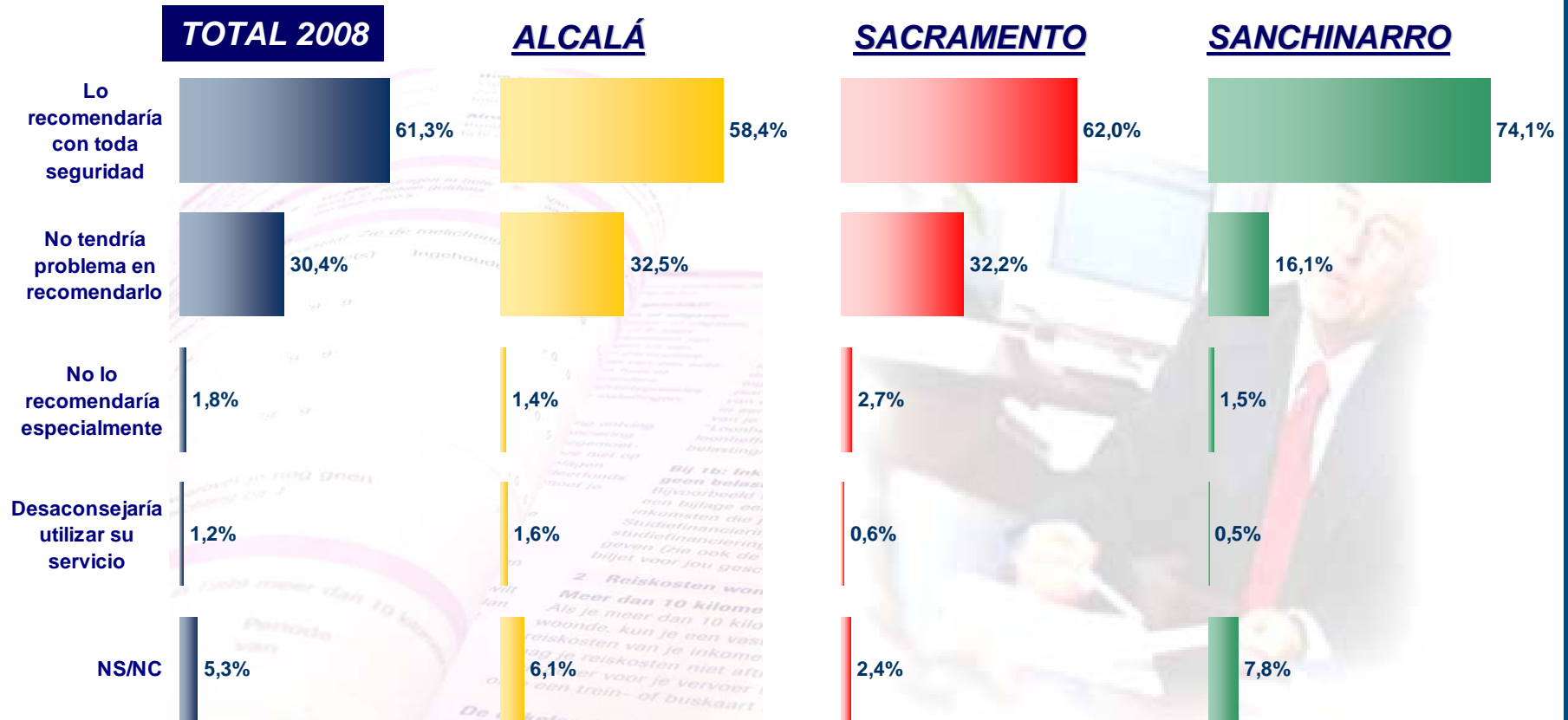
Bases: total muestra percepción (n=959)
 OAIC Alcalá (n=425)
 OAIC Sacramento (n=329)
 OAIC Sanchinarro (n=205)

TIEMPOS DE ATENCIÓN QUE LE DEDICÓ EL EMPLEADO por OAIC



Bases: total muestra percepción (n=959)
 OAIC Alcalá (n=425)
 OAIC Sacramento (n=329)
 OAIC Sanchinarro (n=205)

RECOMENDACIÓN DE LOS SERVICIOS por OAIC



Bases: total muestra percepción (n=959)
 OAIC Alcalá (n=425)
 OAIC Sacramento (n=329)
 OAIC Sanchinarro (n=205)

A. SATISFACCIÓN DEL USUARIO

I. FICHA TÉCNICA

II. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

III. RESULTADOS OBTENIDOS

1. Valoración del servicio recibido

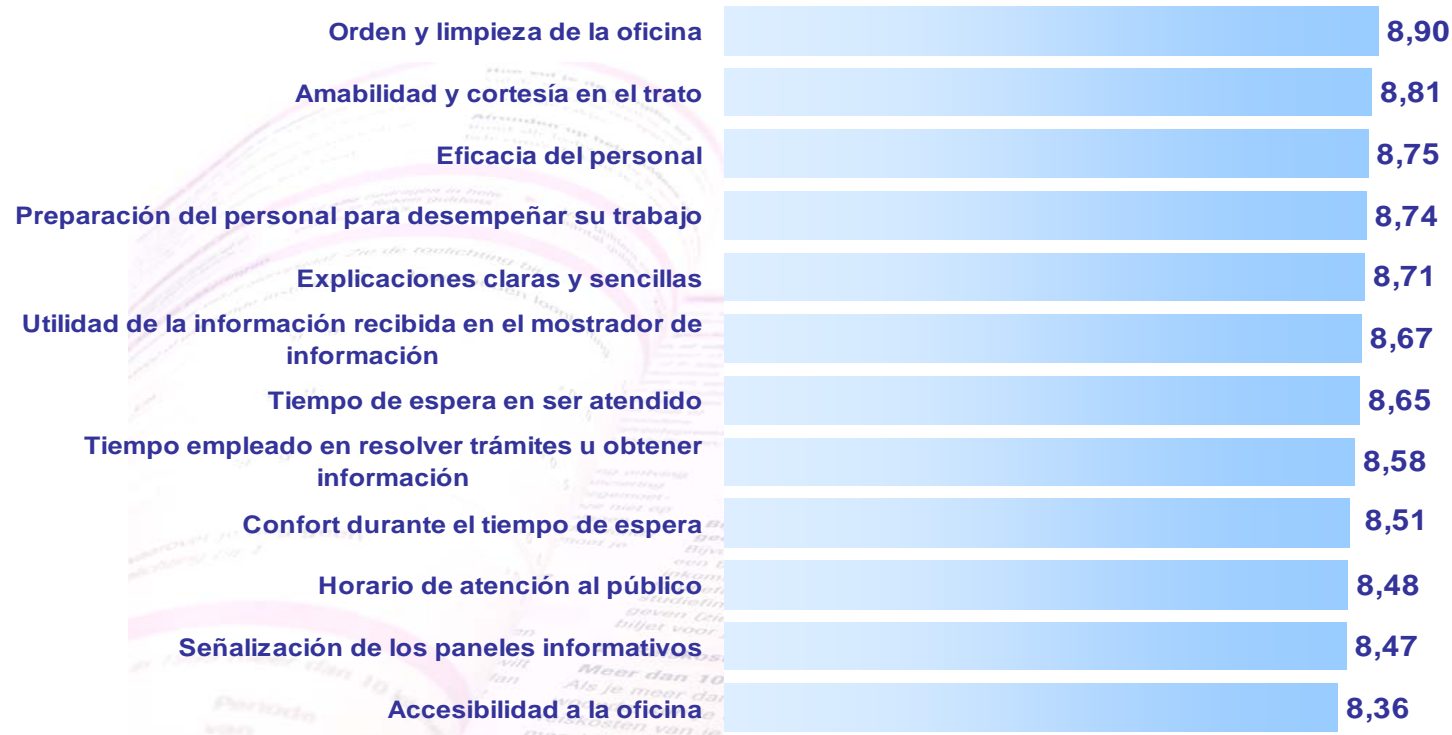
2. Definición de calidad

3. El usuario de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente (OAIC)

4. Los servicios de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente (OAIC)

IV. GAP (percepción-expectativas)

PERCEPCIÓN DEL SERVICIO- Valoraciones medias (escala de 0 a 10)



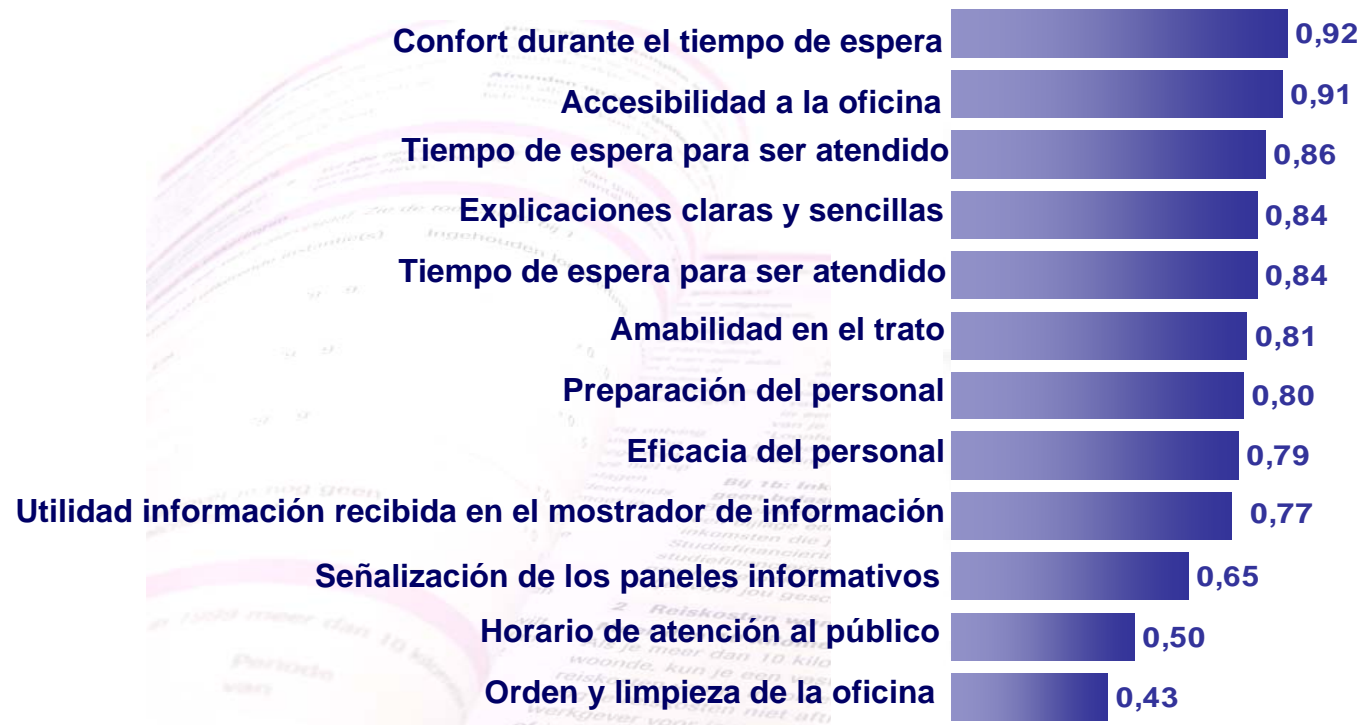
Base: total muestra percepción (n=959)

EXPECTATIVAS DEL SERVICIO- Valoraciones medias (escala de 0 a 10)



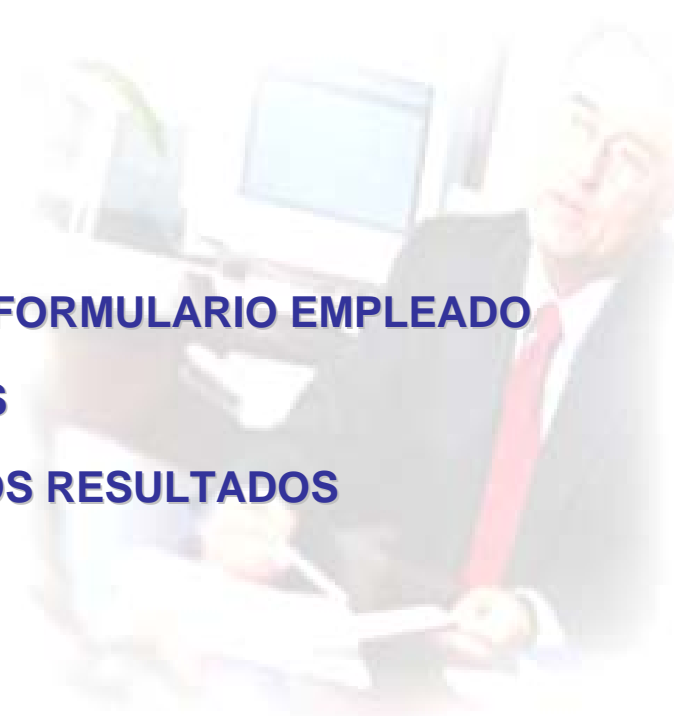
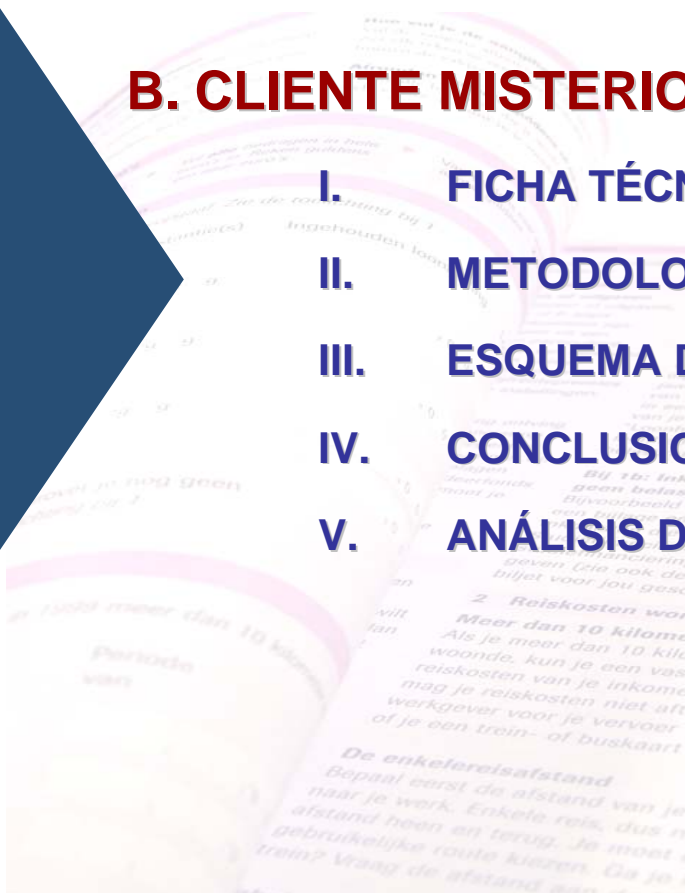
Base: total muestra expectativas (n=265)

GAP PERCEPCIÓN - EXPECTATIVAS



B. CLIENTE MISTERIOSO

- I. FICHA TÉCNICA
- II. METODOLOGÍA
- III. ESQUEMA DEL FORMULARIO EMPLEADO
- IV. CONCLUSIONES
- V. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS



B. CLIENTE MISTERIOSO

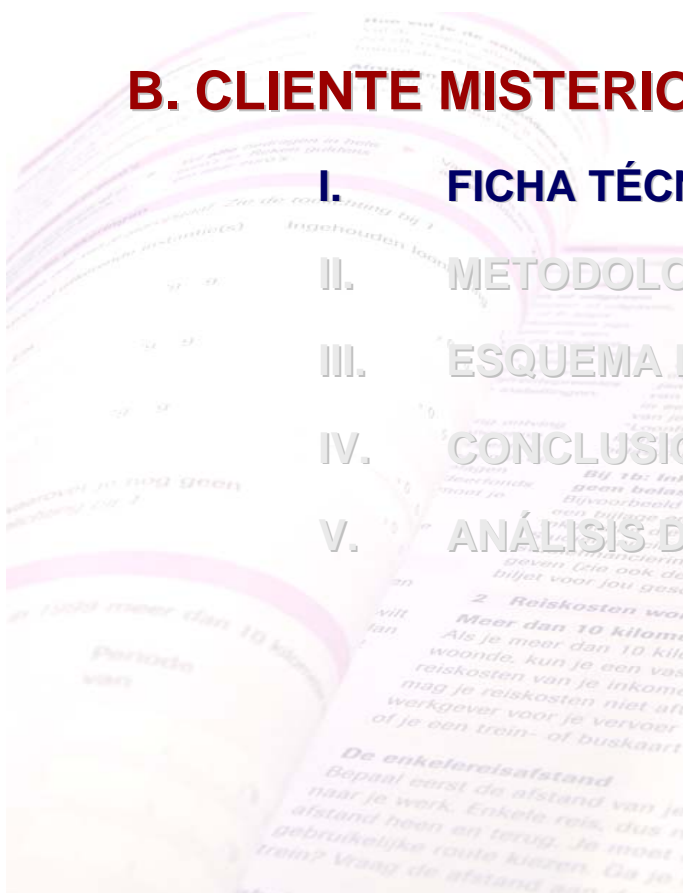
I. FICHA TÉCNICA

II. METODOLOGÍA

III. ESQUEMA DEL FORMULARIO EMPLEADO

IV. CONCLUSIONES

V. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS



I. FICHA TÉCNICA

- ➔ **FECHA DE REALIZACIÓN:** del 5 al 11 de Marzo de 2008
- ➔ **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:** Evaluar de forma objetiva la calidad ofrecida por las OAIC
- ➔ **VISITAS REALIZADAS:** 32 visitas repartidas de acuerdo con la Oficina y la gestión a realizar

	Alcalá	Sacramento	Sanchinarro	TOTAL
Plusvalía	5	5	1	11
IVTM	2	1	1	4
IBI/Catastro	5	4	1	10
Ejecutiva	2	2	1	5
PIC	2	--	--	2
TOTAL	16	12	4	32

Asimismo, las visitas fueron repartidas en los distintos momentos del día de la siguiente manera:

- * Primera hora de la mañana: 9 visitas
- * Media mañana: 16 visitas
- * Tarde: 7 visitas

REALIZACIÓN: SIGMA DOS, S.A. MIEMBRO DE AEDEMO, ANEIMO, AEC (ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS DE CONSULTORIA), ESOMAR Y WAPOR

- ➔ **CERTIFICACIÓN DE CALIDAD:** ISO 9001:2006 ACREDITADA POR DNV

B. CLIENTE MISTERIOSO

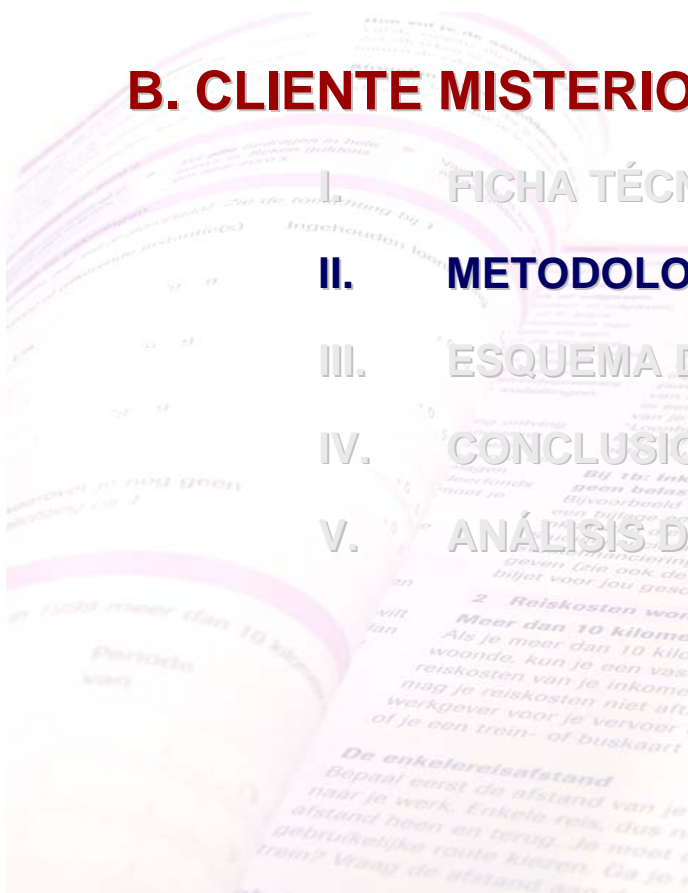
I. FICHA TÉCNICA

II. METODOLOGÍA

III. ESQUEMA DEL FORMULARIO EMPLEADO

IV. CONCLUSIONES

V. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

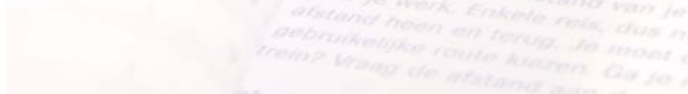


II. METODOLOGÍA

De forma paralela y complementaria a la fase cuantitativa del estudio, en la que se ha obtenido amplia información sobre el nivel de satisfacción del usuario de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente, se realizó un mystery shopper o cliente misterioso, técnica que consiste en representar el papel de cliente/usuario para poder evaluar la calidad de los servicios prestados.

Mientras que los estudios de satisfacción de clientes permiten identificar aquellos aspectos que no satisfacen al cliente y que requieren de una pronta solución, la técnica del mystery shopper garantiza:

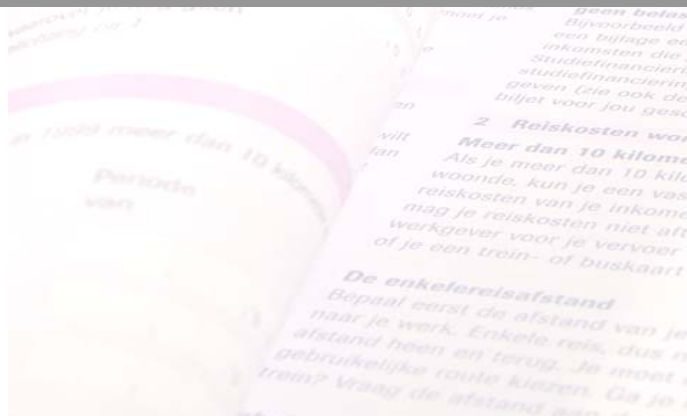
1. Una medición de calidad de servicio objetiva, en la que se cronometran tiempos, se vigilan procedimientos y se controla el cumplimiento de las normas prefijadas.
2. La detección de aquellos aspectos negativos que pudieran existir en la prestación del servicio, antes de que éstos puedan ser percibidos por el usuario ya que, una vez percibidos por éste, el daño que sufre la imagen del servicio es difícil de restablecer. En este sentido, el usuario puede no señalar como malo un servicio que no es brindado a total satisfacción por poca cultura en el tema, sin que ello signifique que en el futuro no se registren insatisfacciones.



...paal wordt de afstand
naar je werk. Enkele reis, dus in
afstand heen en terug. Je moet s
gebruikelijke route kiezen. Ga je s
train? Vraag de afstand aan

II. METODOLOGÍA

- La realización del cliente misterioso se realizó con personal especialmente entrenado en este tipo de técnica y con amplia experiencia en estudios de similares características.
- En su ejecución, han intervenido 8 consultores, que han acudido a las diferentes Oficinas de Atención Integral al Contribuyente, en distintos momentos dentro del horario de atención al público y han actuado como si se trataran de usuarios normales.
- La selección de las gestiones evaluadas por los consultores de SIGMA DOS se fijaron atendiendo el criterio y las necesidades expuestas por la dirección del estudio de la Oficina de Atención Integral al Contribuyente de la Agencia Tributaria de Madrid, las cuales aparecen detalladas en la ficha técnica.



B. CLIENTE MISTERIOSO

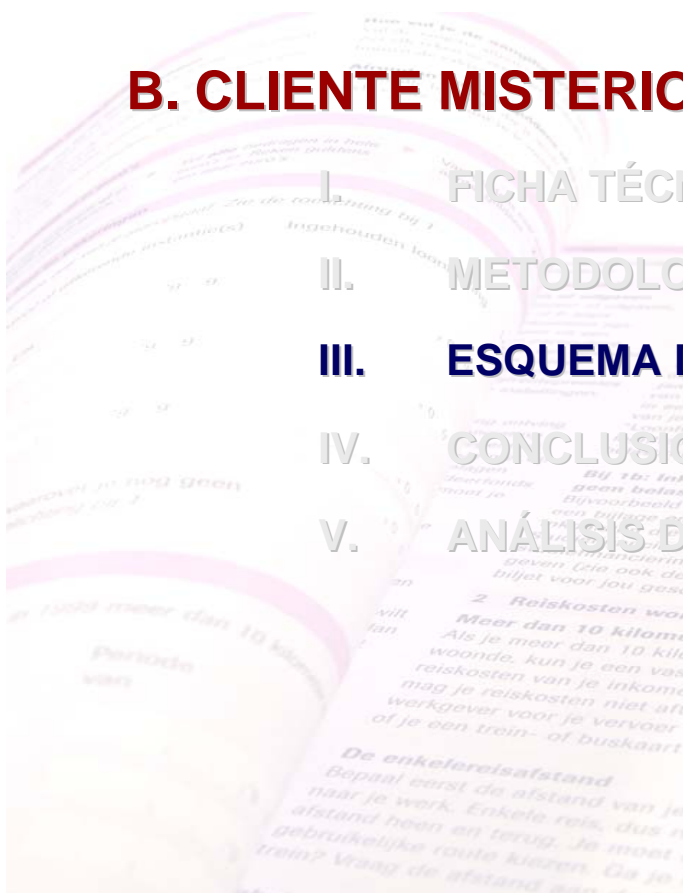
I. FICHA TÉCNICA

II. METODOLOGÍA

III. ESQUEMA DEL FORMULARIO EMPLEADO

IV. CONCLUSIONES

V. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS



III. ESQUEMA DEL FORMULARIO EMPLEADO

Información General:

- Datos de la Oficina
- Gestión realizada y rol desempeñado
- Fecha y hora de la visita

Aspectos evaluados:

- I. Establecimiento
- II. Apariencia/ Trato personal
- III. Calidad en el servicio

CLIENTE MISTERIOSO

Oficina de Atención Integral al Contribuyente	Dirección	
Gestión a evaluar	<input type="text"/>	Fecha
Rol	<input type="text"/>	Hora

I. ESTABLECIMIENTO

1. ¿Son útiles los paneles informativos dentro de la OAIC?

2. ¿Cuántas personas hay en el Punto General de Información?

3. ¿El Punto General de Información realiza una eficaz labor de filtrado y orienta correctamente las consultas?

4. ¿El sistema de turno de espera funciona correctamente?

III. CALIDAD EN EL SERVICIO

10. ¿Hay colas?

11. De haberlas, ¿Cuánto tiempo ha durado la espera? Min.

12. Una vez que ha llegado tu turno, ¿Cuánto tiempo tarda en atender la gestión o servicio que solicitaste? Min.

13. La persona que te atendió:

- ¿Conocía el tema sobre el que le preguntaste?
- ¿Tuvo que preguntar a un compañero?
- ¿Su exposición siguió un esquema lógico?
- ¿Se explicó en un lenguaje claro y cercano?
- Explicó con claridad las cuestiones planteadas?
- ¿Supo solucionar el problema?
- ¿Solucionó el problema con rapidez?
- ¿Se distrajo mientras te estaba atendiendo?

14. La gestión solicitada, ¿requirió ser redirigida a otro punto de atención?

15. De ser así, ¿fui bien redirigido?

II. APARIENCIA/TRATO PERSONAL

5. ¿El aspecto de la persona que atiende es el adecuado? (aseo, vestimenta)

6. ¿La forma de atenderte es cercana?

7. La forma de atenderte es amable?

8. ¿El volumen de su voz es el adecuado?

9. ¿La actitud corporal de la persona que atiende al público es adecuada?

Conteste respecto a cada uno de los siguientes aspectos a observar con una valoración de 1 a 3 puntos en la que 1 significa "no lo cumple", 2 que "sí lo cumple" y 3 "supera mis expectativas"

Hoja en blanco para observaciones y comentarios adicionales

III. ESQUEMA DEL FORMULARIO EMPLEADO

Información General:

- Datos de la Oficina
- Gestión realizada y rol desempeñado
- Fecha y hora de la visita

Oficina de Atención Integral al Contribuyente	Dirección		
Gestión a evaluar		Fecha	
Rol		Hora	

Aspectos evaluados:

- I. Establecimiento**
- II. Apariencia/ Trato personal**
- III. Calidad en el servicio**

I. ESTABLECIMIENTO

- ¿Son útiles los paneles informativos dentro de la OAIC?
- ¿Cuántas personas hay en el Punto General de Información?
- ¿El Punto General de Información realiza una eficaz labor de filtrado y orienta correctamente las consultas?
- ¿El sistema de turno de espera funciona correctamente?

III. ESQUEMA DEL FORMULARIO EMPLEADO



II. APARIENCIA/TRATO PERSONAL

5. ¿El aspecto de la persona que atiende es el adecuado? (aseo, vestimenta)

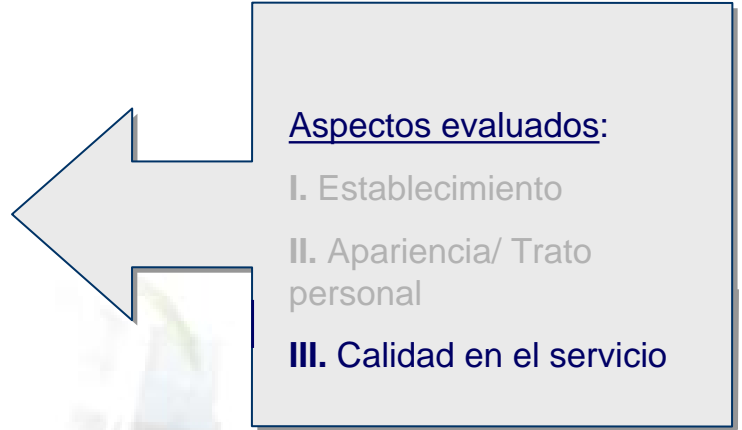
Conteste respecto a cada uno de los siguientes aspectos a observar con una valoración de 1 a 3 puntos en la que 1 significa "no lo cumple", 2 que "sí lo cumple" y 3 "supera mis expectativas"

- 6. ¿La forma de atenderte es cercana?
- 7. La forma de atenderte es amable?
- 8. ¿El volumen de su voz es el adecuado?
- 9. ¿La actitud corporal de la persona que atiende al público es adecuada?

III. ESQUEMA DEL FORMULARIO EMPLEADO

III. CALIDAD EN EL SERVICIO

- 10. ¿Hay colas?
- 11. De haberlas, ¿Cuánto tiempo ha durado la espera? Min
- 12. Una vez que ha llegado tu turno, ¿Cuánto tiempo tardan en atender la gestión o servicio que solicitaste? Min
- 13. La persona que te atendió:
 - ¿Conocía el tema sobre el que le preguntaste?
 - ¿Tuvo que preguntar a un compañero?
 - ¿Su exposición siguió un esquema lógico?
 - ¿Se explicó en un lenguaje claro y cercano?
 - Explicó con claridad las cuestiones planteadas?
 - ¿Supo solucionar el problema?
 - ¿Solucionó el problema con rapidez?
 - ¿Se distrajo mientras te estaba atendiendo?



- 14. La gestión solicitada, ¿requirió ser redireccionada a otro punto de atención?
- 15. De ser así, ¿fuiste bien redireccionado?

B. CLIENTE MISTERIOSO

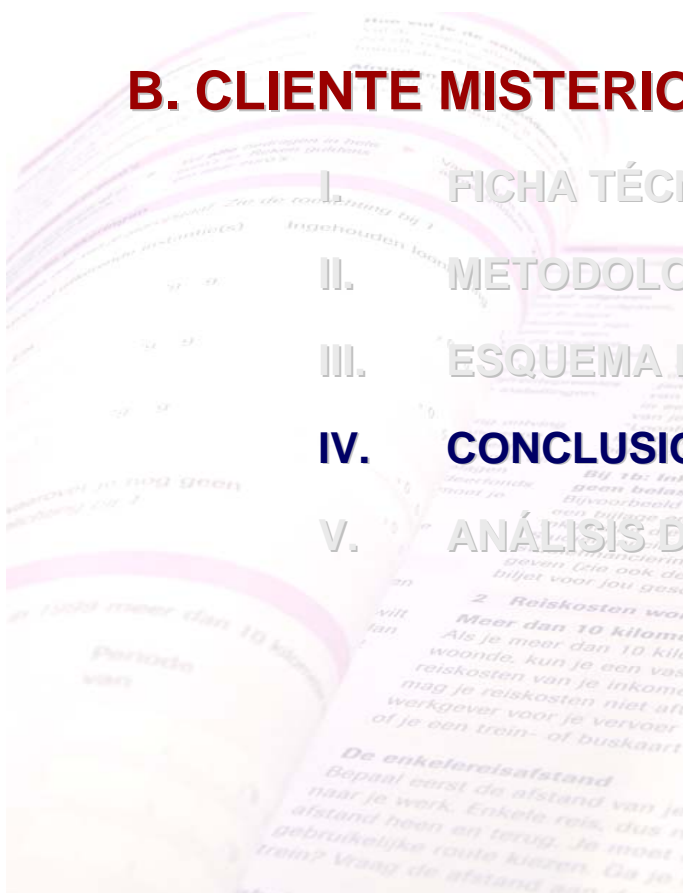
I. FICHA TÉCNICA

II. METODOLOGÍA

III. ESQUEMA DEL FORMULARIO EMPLEADO

IV. CONCLUSIONES

V. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

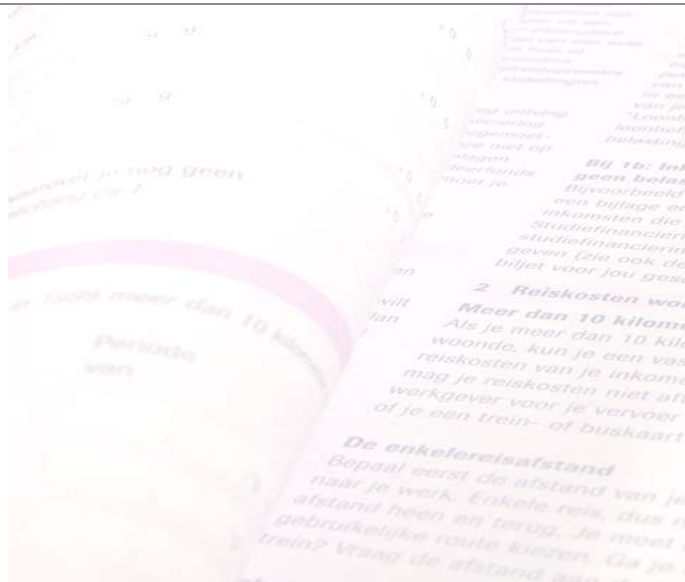


IV. CONCLUSIONES

ESTABLECIMIENTO

PANELES: En la gran mayoría de las visitas los paneles han resultado de **utilidad**. Con respecto a los paneles, en alguna de las visitas se ha señalado lo siguiente:

“Hasta que no te acercas mucho a la entrada del edificio no ves el cartel de Madrid+, que es muy pequeño”



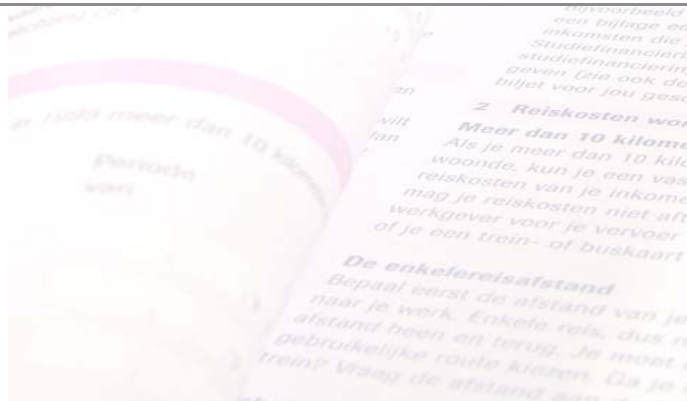
IV. CONCLUSIONES

PUNTO GENERAL DE INFORMACIÓN: se afirma que **cumple una eficaz labor de filtrado y orientación** en la totalidad de los casos, indicando cual es el número que se debe tomar y el lugar donde se debe esperar para ser atendido.

Con respecto a la este aspecto, destacan los siguientes comentarios de los consultores:

“Ya en el mostrador de información me han adelantado que me iban a pedir una fotocopia de uno de los documentos que yo llevaba”.

“He preguntado en Información para que me dieran número para el Catastro y ellas directamente me han preguntado si llevaba copia de la escritura”.



IV. CONCLUSIONES

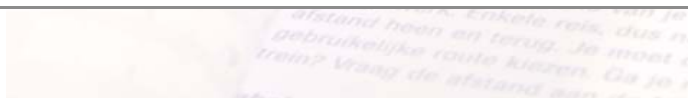
“Me avisaron en Información que no podía realizar la gestión porque la aplicación estaba estropeada y además yo no llevaba autorización de mi madre ni fotocopia de su DNI”.

“Me atendió un señor muy amable que me llevó directamente a la ventanilla, sin coger número, porque no había nadie esperando”.

En algunas de las visitas se destaca que en el Punto de Información se les facilitan la información que iban buscando, sin necesidad de tomar número ni ser atendidos posteriormente:

“En el Punto de Información me han indicado que no podría realizar la gestión (Plusvalía venta sin escritura ni IBI) por falta de documentación, pero me han indicado cómo lo podría calcular yo misma, para lo que me han entregado un impreso explicándome las casillas que yo tengo que rellenar y las fórmulas que tengo que calcular. También me ha comentado que me puedo remitir a una Web. Además ha añadido que si hubiera llevado el recibo del IBI me podía haber hecho ella misma el cálculo en el mostrador de información”.

“Comenté mi caso en el Punto de Información y la persona que allí estaba me dio la información que necesitaba, sin necesidad de obtener número ni pasar por ventanilla” (la visita trataba de una solicitud de exención del IVTM por incapacidad).



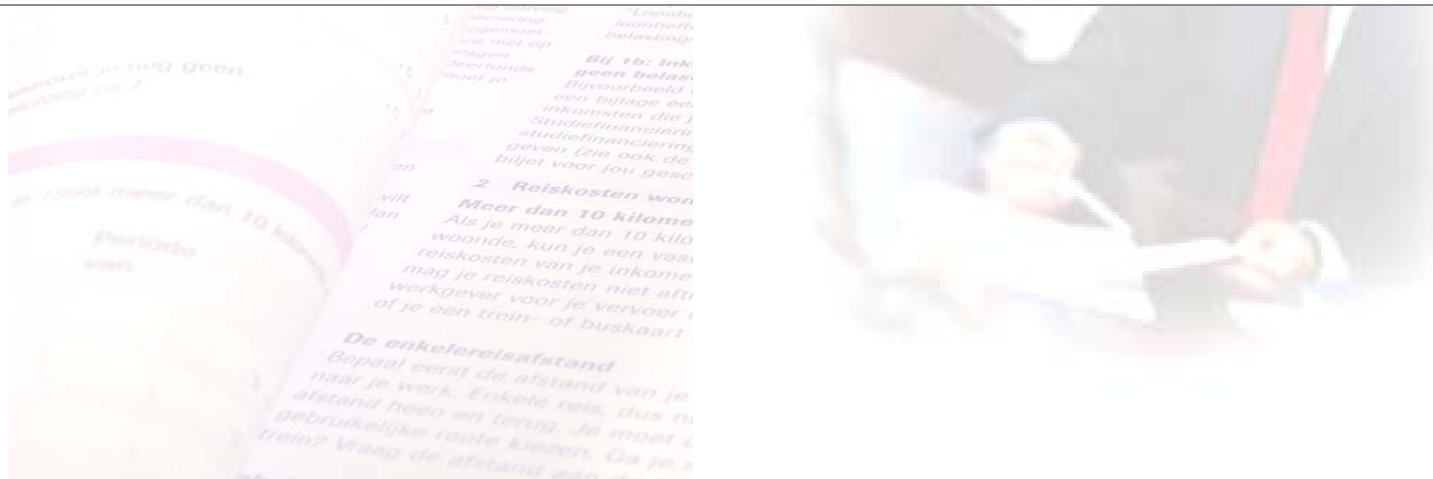
IV. CONCLUSIONES

TURNOS DE ESPERA: Se indica que el sistema de Turnos de Espera **funciona correctamente** en casi la totalidad de las visitas dirigiendo a los ciudadanos hacia el puesto de atención correspondiente una vez llegado su turno.

“Casi inmediatamente a tomar número en la máquina expendedora, éste ha aparecido en el panel informativo”.

“Gracias a que no había ruido en la oficina, el sonido de los paneles que avisa sobre nuevo número puede escucharse con total claridad”.

“No se ve bien el cartel que indica el puesto que me correspondía”.



IV. CONCLUSIONES

APARIENCIA/TRATO PERSONAL

El aspecto del personal de atención al público se considera adecuado en todas las visitas realizadas y, en la amplia mayoría de las mismas se valora como adecuada la amabilidad en el trato, su actitud corporal y el volumen de su voz. En estos últimos casos, se obtienen valoraciones medias superiores a 2, lo que indica que estos aspecto superan las expectativas de los consultores.

Con respecto a la apariencia y trato personal, los comentarios realizados por los clientes misteriosos coinciden en destacar la profesionalidad de los empleados y el excelente trato recibido. Asimismo, se recogen a continuación otras anotaciones realizadas por los clientes misteriosos :

“La persona que me atendió se mantenía distante pero con educación”.

“La persona que me atendió no me miró a los ojos en ningún momento. Parecía un robot, sin embargo, me atendió muy eficientemente”.

“Me pareció perfecta la atención (tono, modales, amabilidad) creo que incluso excesiva”.

“La persona que me atendió estaba afónica, pero me ha pedido disculpas y me ha comentado que todas las mañana terminaba igual”.

IV. CONCLUSIONES

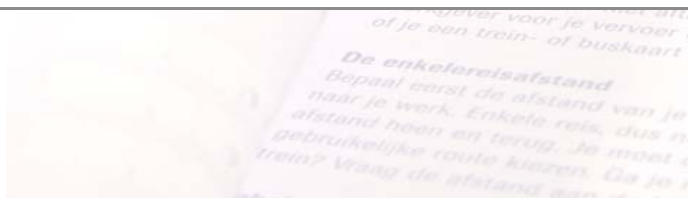
CALIDAD DEL SERVICIO

Sólo en un 15.6% de las visitas realizadas se encontraron colas para ser atendidos. En esos casos, se obtiene un tiempo medio de espera de 10.0 minutos (tiempo superior al obtenido por la investigación de cliente misterioso de 2007, 4.13 minutos, e inferior al recogido en 2006, 13.25 minutos).

El personal de atención al contribuyente conocía en todos los casos el trabajo a desempeñar para llevar a cabo la gestión solicitada, sabiendo solucionar el problema planteado en todas las visitas realizadas, aunque en algunos casos (18.8%) se viera en la necesidad de preguntar a algún compañero.

La atención prestada se ha realizado en casi la totalidad de las visitas siguiendo una exposición con un esquema lógico, con un lenguaje cercano y claro y explicando con claridad las cuestiones planteadas.

La gran mayoría de las consultas fueron resueltas de forma rápida por los empleados de la oficina de atención al público y, sólo en el 6,3% de los casos se señala que la persona se distrajo mientras estaba atendiendo.

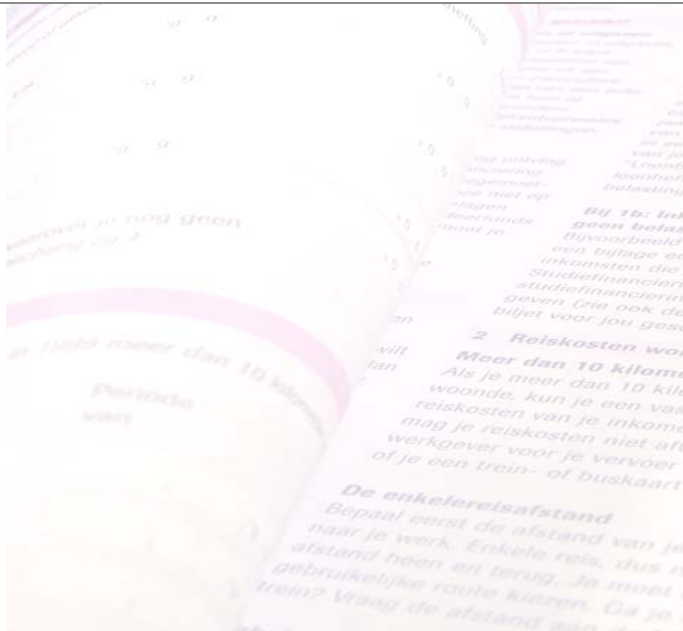


IV. CONCLUSIONES

Sobre este aspecto destacan las siguientes anotaciones de los consultores:

“Me explicó todo: plazos para el pago, porcentajes de recargo me ha dado más información de la que yo he pedido”.

“Mientras me atendía, sonó mi teléfono móvil y esperó pacientemente. Luego sonó su teléfono, y colgó sin ni siquiera ver quién le llamaba”.



IV. CONCLUSIONES

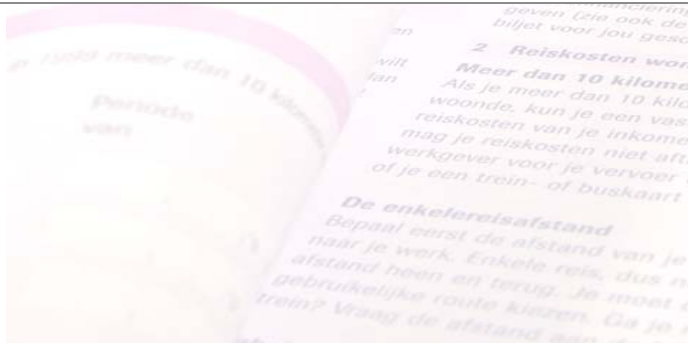
Entre los comentarios destacables de los consultores, atendiendo al tipo de gestión efectuada, destacan los siguientes:

PLUSVALÍAS

“Empezó a sacar datos y me enseñó la pantalla del ordenador; le pedí que me anotara la cantidad y lo escribió sobre mi propio recibo del IBI”.

“Ha metido un papel en la impresora y me ha dado la carta de pago además de darme la información que necesitaba”.

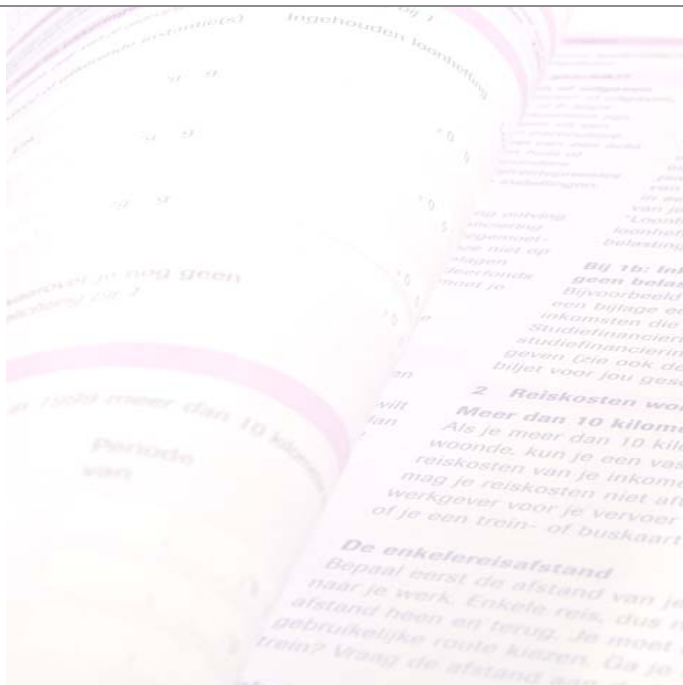
“Me han informado bien. La gestión, tal y como sabía de antemano, no ha podido ser realizada ya que no llevaba ni escritura ni el IBI”.



IV. CONCLUSIONES

IBI/CATASTRO

“He indicado que querían hacer un cambio en el catastro y al decir que venía de parte de una empresa, me han pedido el CIF de la sociedad y si no mi propio DNI. Me han dicho que esperara y se han ido a consultar. Vuelve y me dice que sí me lo hace. Ha tardado 10 minutos y se quejaba de que el programa iba muy lento”.



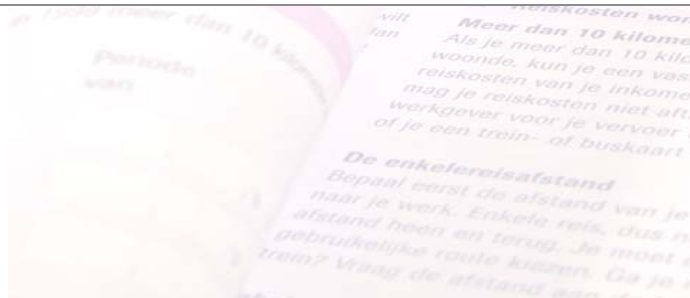
IV. CONCLUSIONES

IVTM

“En el Punto de Información me informaron muy bien de las condiciones que debía cumplir para obtener la exención del IVTM por incapacidad”.

“He comentado que quería un duplicado del IVTM porque no estaba a mi nombre y lo había perdido. Me han pedido la matrícula, pero la que he dado era errónea, así que me ha dicho que sin matrícula y sin el nombre del propietario no podían darme la información”.

“No han podido realizarme la gestión sobre vehículo histórico ya que me han indicado que antes debía realizar unas gestiones en la CAM. Me ha dado un papel impreso de Internet con la dirección a la que tenía que ir para solucionarlo. Una vez resuelto tendría que volver allí para eximirme del pago de IVTM. Me ha explicado todo muy bien a pesar de no ser competencia suya”.

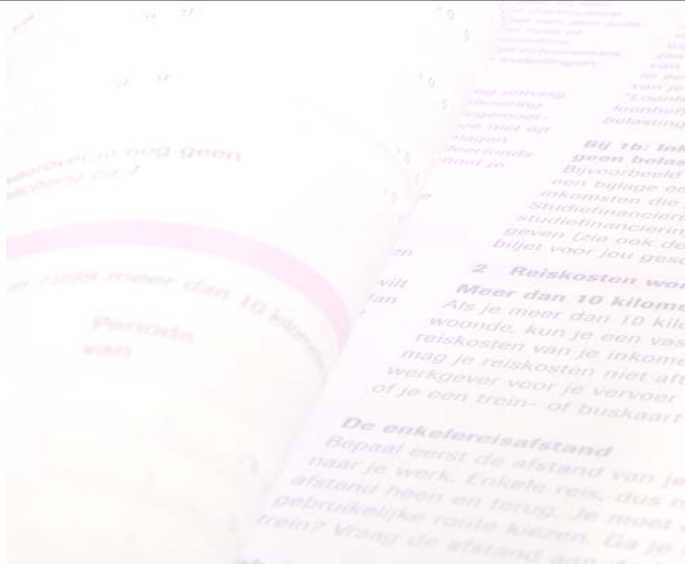


IV. CONCLUSIONES

PIC

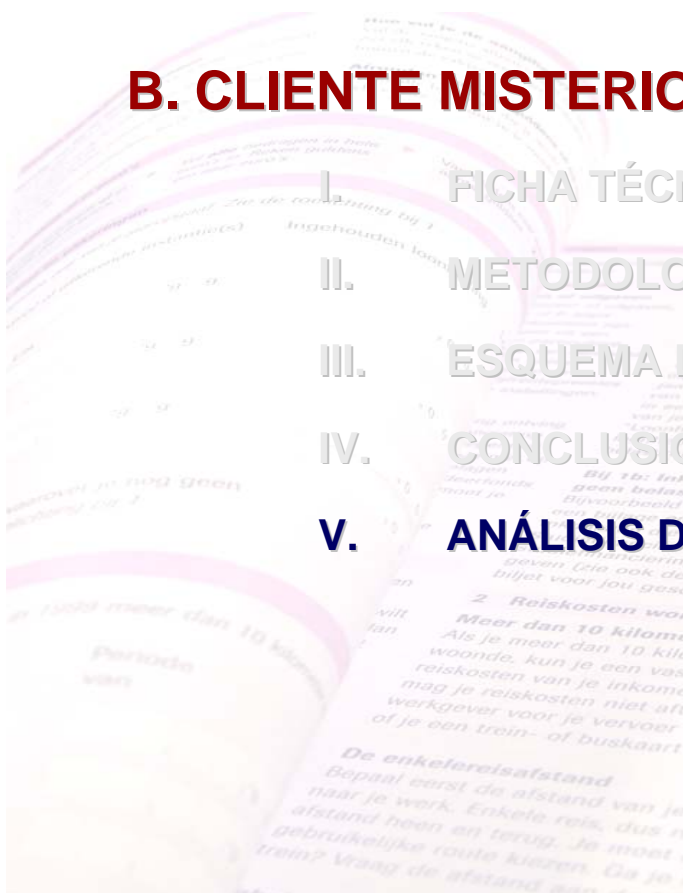
“Me ha pedido el DNI, ha consultado la información y ha dado negativo. No me ha dado papel sobre esto porque no se ha impreso, y yo no he insistido porque al haber dado negativo no me hacia falta”.

“Me indicó como tramitar correctamente el cambio para que apareciera yo y no solo mi marido como titular, ya que el inmueble está en un municipio fuera de Madrid”.



B. CLIENTE MISTERIOSO

- I. FICHA TÉCNICA
- II. METODOLOGÍA
- III. ESQUEMA DEL FORMULARIO EMPLEADO
- IV. CONCLUSIONES
- V. **ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**



V. ANÁLISIS DE RESULTADOS

I. ESTABLECIMIENTO

- 1. ¿Son útiles los paneles informativos dentro de la OAIC? → SI:96.9% NO: 3.1%
- 2. ¿Cuántas personas hay en el Punto General de Información? → MEDIA: 1,56 personas
- 3. ¿El Punto General de Información realiza una eficaz labor de filtrado y orienta correctamente las consultas? → SI:100% NO:0.0%
- 4. ¿El sistema de turno de espera funciona correctamente? → SI: 96.9% NO:3.1%

II. APARIENCIA/TRATO PERSONAL

- 5. ¿El aspecto de la persona que atiende es el adecuado? (aseo, vestimenta) → SI: 100% NO:0.0%

Valoración de 1 a 3 puntos en la que 1 significa "no lo cumple", 2 que "sí lo cumple" y 3 "supera mis expectativas"

- 6. ¿La forma de atenderte es cercana? → SI:84.4% NO:15.6% MEDIA: 2.16
- 7. La forma de atenderte es amable? → SI:81.3% NO:18.8% MEDIA:2.25
- 8. ¿El volumen de su voz es el adecuado? → SI: 90.6% NO:9.4.% MEDIA:2.22
- 9. ¿La actitud corporal de la persona que atiende al público es adecuada? → SI: 87.5% NO:12.5% MEDIA:2.22



V. ANÁLISIS DE RESULTADOS

III. CALIDAD EN EL SERVICIO

10.	¿Hay colas?	→	SI: 15.6%	NO:84.4%	
11.	De haberlas, ¿Cuánto tiempo ha durado la espera?	→	MEDIA:10 minutos		
12.	Una vez que ha llegado tu turno, ¿Cuánto tiempo tardan en atender la gestión o servicio que solicitaste?	→	MEDIA: 5.59 minutos		
13.	La persona que te atendió:				
	▪ ¿Conocía el tema sobre el que le preguntaste?	→	SI:100%	NO:0.0%	
	▪ ¿Tuvo que preguntar a un compañero?	→	SI: 18.8%	NO:81.3%	
	▪ ¿Su exposición siguió un esquema lógico?	→	SI: 93.8%	NO:6.3%	
	▪ ¿Se explicó en un lenguaje claro y cercano?	→	SI: 96.9%	NO:3.1%	
	▪ Explicó con claridad las cuestiones planteadas?	→	SI: 93.8%	NO: 6.3%	
	▪ ¿Supo solucionar el problema?	→	SI: 93.8%	NO: 6.3%	
	▪ ¿Solucionó el problema con rapidez?	→	SI: 84.4%	NO: 15.6%	
	▪ ¿Se distrajo mientras te estaba atendiendo?	→	SI: 6.3%	NO: 93.8%	
14.	La gestión solicitada, ¿requirió ser redireccionada a otro punto de atención?	→	SI: 9.4%	NO: 90.6%	
15.	De ser así, ¿fuiste bien redireccionado?	→	SI:33.3%	NO: 66.7%	

Nota: solo contestan P.15 quienes respondieron SI en P.14

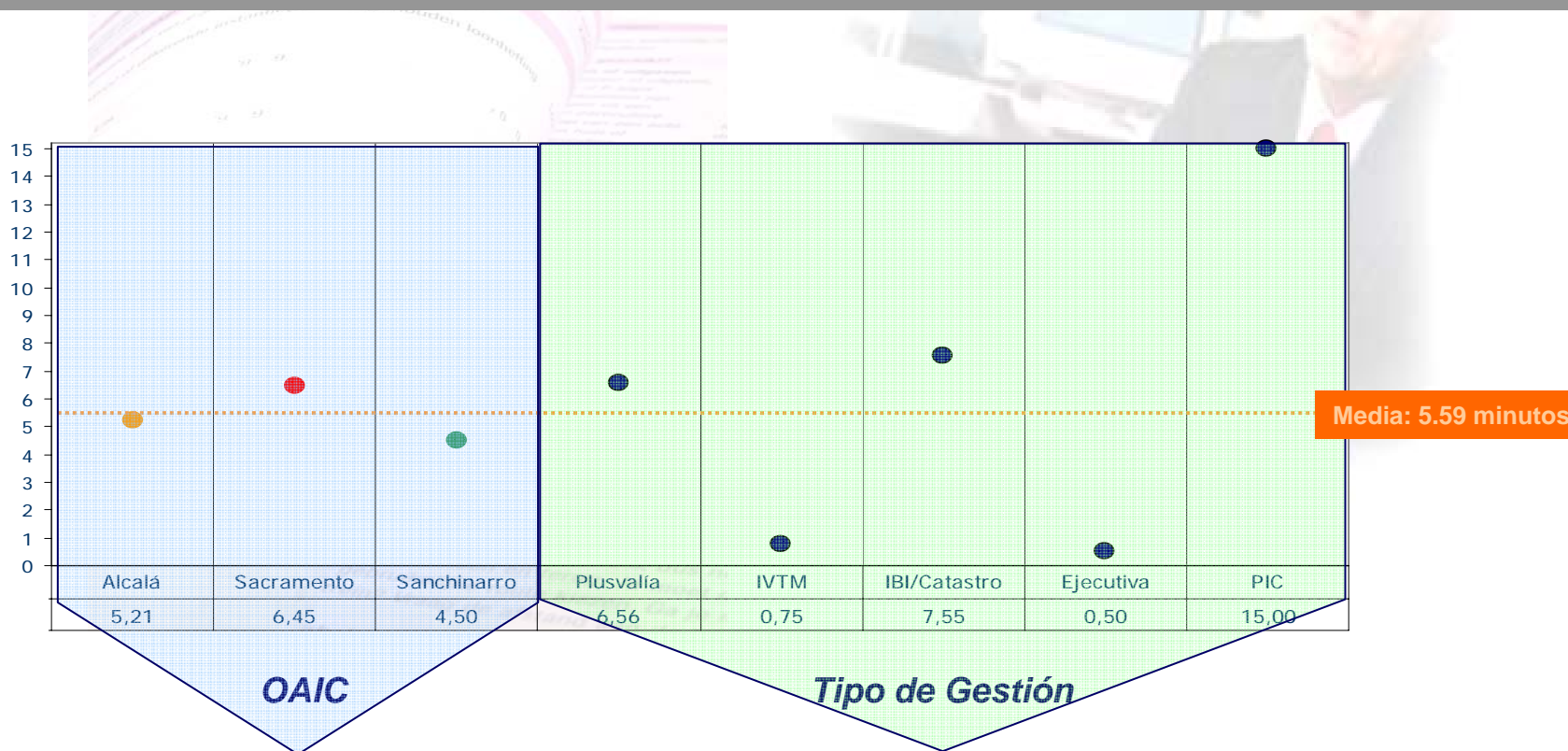


Análisis de los TIEMPOS MEDIOS DE ATENCIÓN (minutos)

De la investigación del Cliente Misterioso realizada, se desprende que la **media de atención empleada** para la resolución de la gestión o problema planteado, desde que ha llegado su turno, es de **5,59 minutos**.

Atendiendo a la diferenciación por Oficina, se observa que el tiempo medio de atención es superior en **Sacramento (6,45 minutos)**.

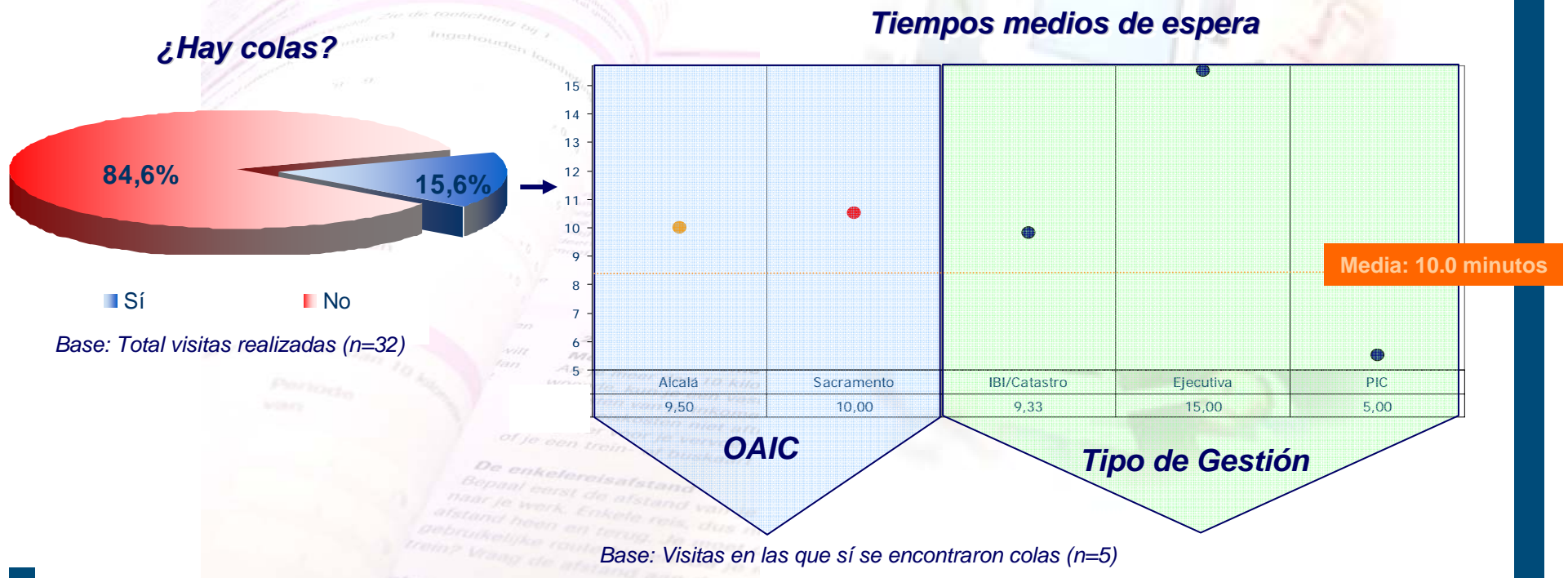
Por tipo de gestión destaca el tiempo dedicado en el **Punto de Información Catastral (15 minutos)**, aunque es necesario matizar que sobre esta gestión se realizaron 2 visitas.



Análisis de los TIEMPOS MEDIOS DE ESPERA (minutos)

Los resultados de la investigación de Cliente Misterioso indican que **en el 84.4% de los casos no se encontraron colas**, siendo atendidos los consultores casi inmediatamente después de haber tomado el número correspondiente en la máquina expendedora.

Por este motivo, el análisis de los tiempos de espera que se recoge a continuación hace referencia al 15.6% de las visitas en las que sí hubo que esperar para ser atendidos.



Nota: No se recogen los tiempos de espera de la OAIC de Sanchinarro ni de Plusvalías e IVTM ya que en ninguna de esas visitas hubo que esperar para ser atendido.