

**“Estudio de Satisfacción de los Usuarios de  
las Oficinas de Atención Integral al  
Contribuyente”**

telecyl

**Informe de resultados  
Marzo 2009**

## ÍNDICE

### 1. INTRODUCCIÓN

### 2. OBJETIVOS

### 3. METODOLOGÍA

### 4. RESULTADOS DEL ESTUDIO

#### A. SATISFACCION DEL USUARIO

#### B. CLIENTE MISTERIOSO

## **1.INTRODUCCIÓN**

## **2. OBJETIVOS**

## **3. METODOLOGÍA**

## **4. RESULTADOS DEL ESTUDIO**

### **A. SATISFACCION DEL USUARIO**

### **B. CLIENTE MISTERIOSO**

## 1. INTRODUCCIÓN

El **Organismo Autónomo de la Agencia Tributaria Madrid** plantea el presente estudio con la finalidad de medir la **satisfacción de los usuarios y las usuarias de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente**.

La **Agencia Tributaria Madrid** se configura como el Organismo Autónomo local, creado por el Ayuntamiento de Madrid, para la gestión integral del sistema tributario municipal en el ámbito de las competencias que la legislación le atribuye.

Tal y como se indica en la Carta de Servicios de la Atención Integral al Contribuyente de la Agencia Tributaria Madrid (aprobada el 4 de enero de 2007 y actualizada el 23 de diciembre de 2008), uno de los principales ejes de actuación del Organismo se centra en la atención integral del contribuyente, de forma que no sólo se ofrezcan servicios de información y recepción de sugerencias y reclamaciones, sino también la asistencia para el cumplimiento de las obligaciones tributarias y la realización de trámites administrativos.

Actualmente la Agencia Tributaria Madrid presta sus servicios de atención presencial a través de sus **Oficinas de Atención Integral al Contribuyente (OAIC)**.

## 1.INTRODUCCIÓN

## 2. OBJETIVOS

## 3. METODOLOGÍA

## 4. RESULTADOS DEL ESTUDIO

### A. SATISFACCION DEL USUARIO

### B. CLIENTE MISTERIOSO

## OBJETIVO GENERAL

**“Analizar la satisfacción de los usuarios y las usuarias de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente (OAIC), es decir, medir la satisfacción de ciudadanía usuaria de los servicios de las distintas oficinas de la Agencia Tributaria Madrid en función de sus expectativas y percepciones.”**

Este objetivo se desagrega en los siguientes **objetivos específicos**:

- Analizar las expectativas previas respecto a las OAIC y los servicios que ofrece.
- Analizar la importancia y valoración de los atributos que compone el servicio prestado por las OAIC.
- Estudiar el grado de satisfacción de las personas usuarias con el servicio prestado por las OAIC.
- Medir la Calidad del Servicio Objetiva.
- Caracterizar a las personas usuarias de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente.
- Analizar la evolución de todos los atributos respecto a oleadas anteriores.
- Establecer prioridades de intervención para la mejora de la satisfacción de los usuarios y las usuarias de las OAIC.

## 1.INTRODUCCIÓN

## 2. OBJETIVOS

## 3. METODOLOGÍA

## 4. RESULTADOS DEL ESTUDIO

### A. SATISFACCION DEL USUARIO

### B. CLIENTE MISTERIOSO

## MODELO SERVQUAL (I)

El Modelo Integrado de Evaluación llevado a cabo en este estudio tiene como base la aplicación del **Modelo SERVQUAL**, el cual es consistente con las **Cartas de Servicios** y los **Acuerdos de Nivel de Servicio (SLA)** aplicables, así como con los criterios establecidos en el marco del **Observatorio de la Ciudad**.

El Modelo SERVQUAL se utilizó de base para el diseño del modelo de la evaluación de la calidad de servicio diseñado por Parasuraman, Zeithaml, y Berry (1985,1988) en sus estudios realizados para su trabajo Delivering Quality Service.

Este modelo, define la calidad del servicio como una función de la **discrepancia entre las expectativas de las personas consumidoras/usuarios sobre el servicio que van a recibir y sus percepciones sobre el servicio efectivamente prestado** por la empresa u organismo. De esta forma la persona usuaria valorará negativamente o positivamente la calidad de un servicio en el que las percepciones obtenidas sean inferiores o superiores a las expectativas que tenía.

## MODELO SERVQUAL (II)

El Modelo identifica **5 dimensiones básicas** que caracterizan un servicio:

- ❑ **Elementos tangibles:** Representan las características físicas y apariencia de las OAIC, es decir, de las instalaciones, equipos, personal y otros elementos con los que la ciudadanía está en contacto al utilizar el servicio.
- ❑ **Fiabilidad:** Implica la habilidad que tiene la organización para ejecutar el servicio prometido de forma adecuada y constante.
- ❑ **Capacidad de respuesta:** Representa la disposición de ayudar a la ciudadanía y proveerlos de un servicio rápido.
- ❑ **Seguridad (Garantía):** Son los conocimientos y atención mostrados por las personas profesionales respecto al servicio que están brindando, además de la habilidad para inspirar confianza y credibilidad. En ciertos servicios, la seguridad representa el sentimiento de que la ciudadanía está protegido en sus actividades y/o en las transacciones que realiza mediante el servicio.
- ❑ **Empatía:** Es el grado de atención personalizada que ofrecen en las OAIC a la ciudadanía.

## MODELO SERVQUAL (III)

### Brechas o Gaps del Modelo SERVQUAL

Las brechas del modelo SERVQUAL adaptadas al estudio son:

**Brecha 1:** Diferencia entre expectativas de las personas usuarias y percepción del personal sobre sus expectativas.

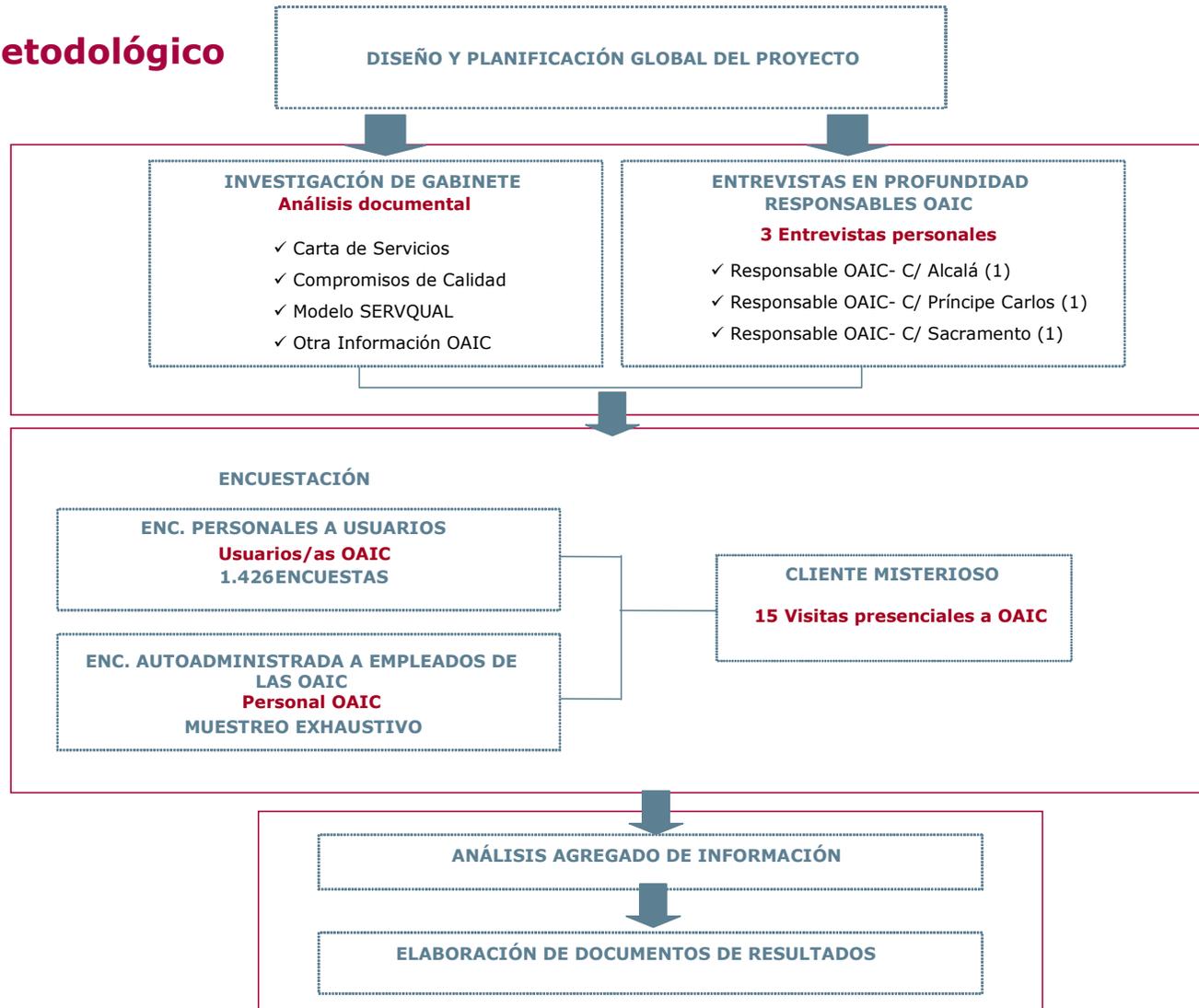
**Brecha 2:** Diferencia entre la percepción del personal sobre las expectativas de los usuarios y las usuarias y las normas y procedimientos relacionados con las OAIC .

**Brecha 3:** Diferencias entre lo especificado en las normas del servicio y el servicio realmente prestado.

**Brecha 4:** Diferencia entre el servicio entregado y lo que se ha comunicado al usuario o la usuaria sobre él.

**Brecha 5:** Diferencia entre las expectativas que tiene el usuario o la usuaria antes de recibir el servicio, y la percepción que obtienen del mismo una vez recibido.

## Esquema metodológico



## ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD A LOS RESPONSABLES DE LAS OAIC

### FICHA TÉCNICA

**Universo:** Responsables de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente (OAIC).

**Ámbito de la investigación:** La Agencia Tributaria Madrid.

**Muestra:** Tres entrevistas.

**Cuestionario:** Semi estructurado.

**Selección:** Exhaustiva.

**Entrevista:** Personal y en profundidad.

**Fecha de trabajo de campo:** 24-25 de febrero.

**Realización:** Telecyl,S.A., Miembro de AEDEMO (Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión), y ANAPES (Asociación Nacional de Profesionales de la Estadística).

**Certificación de calidad:** ISO 9001:2000 acreditada por AENOR.

## ENCUESTA A LOS PROFESIONALES QUE ATIENDEN AL PÚBLICO EN LAS OAIC

### FICHA TÉCNICA

**Universo:** Trabajadores de Atención al Público de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente (OAIC).

**Ámbito de la investigación:** Las tres OAIC de la Agencia Tributaria Madrid.

**Muestra:** Exhaustiva.

**Cuestionario:** Estructurado.

**Entrevista:** Autoadministrada.

**Fecha de trabajo de campo:** del 3-5 de marzo.

**Realización:** Telecyl,S.A., Miembro de AEDEMO (Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión), y ANAPES (Asociación Nacional de Profesionales de la Estadística).

**Certificación de calidad:** ISO 9001:2000 acreditada por AENOR.

## ENCUESTAS PERSONALES A LA POBLACIÓN USUARIA DE LAS OAIC

### **FICHA TÉCNICA**

**Universo:** Usuarios/as de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente (OAIC).

**Ámbito de la investigación:** Municipio de Madrid.

**Muestra:** 1426 entrevistas, lo que ofrece unos resultados totales con un error para los datos globales de +/-2,59% para un nivel de confianza de 95%, 2 sigma y  $p=q=0,5$ . Las entrevistas fueron repartidas entre las tres OAIC de la siguiente manera:

**\*OAIC Alcalá:** 573 entrevistas, lo que ofrece unos resultados totales con un error máximo posible de +/- 4,09% para un nivel de confianza de 95%, 2 sigma y  $p=q=0,5$ .

**\*OAIC Sacramento:** 471 entrevistas, lo que ofrece unos resultados totales con un error máximo posible de +/- 4,51% para un nivel de confianza de 95%, 2 sigma y  $p=q=0,5$ .

**\*OAIC Príncipe Carlos (Sanchinarro):** 382 entrevistas, lo que ofrece unos resultados totales con un error máximo posible de +/-5,00% para un nivel de confianza de 95%, 2 sigma y  $p=q=0,5$ .

**Cuestionario:** Estructurado.

**Selección:** Aleatoria sistemática.

**Entrevista:** Personal, en las OAIC con sistema PAPI (Paper Assisted Personal Interview).

**Fecha de trabajo de campo:** del 2 al 6 de marzo.

**Nota Metodológica:** Aquellas tablas cuyos porcentajes sumen más de 100%, corresponde a preguntas con opción de respuesta múltiple donde una persona puede dar más de una respuesta.

**Realizado:** Telecyl,S.A., Miembro de AEDEMO (Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión), y ANAPES (Asociación Nacional de Profesionales de la Estadística).

**Certificación de calidad:** ISO 9001:2000 acreditada por AENOR.

## CLIENTE MISTERIOSO

### FICHA TÉCNICA

**FECHA DE REALIZACIÓN:** del 2 al 6 de marzo.

**OBJETIVOS ESPECÍFICOS:** evaluar de forma objetiva la calidad del servicio ofrecido por las OAIC.

**VISITAS REALIZADAS:** 15 visitas repartidas por oficinas y gestión a realizar.

TIPO GESTIÓN	ALCALÁ	SACRAMENTO	SANCHINARRO	TOTAL
Plusvalía	2	1	—	3
IVTM	1	1	1	3
IBI/Catastro	1	1	1	3
Ejecutiva	2	2	1	5
PIC	1	—	—	1
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>15</b>

Asimismo, las visitas fueron repartidas entre las distintas franjas horarias de afluencia:

\*De 9:00 a 11:00 h: 5 visitas

\*De 11:00 a 13:00 h: 7 visitas

\*De 13:00 a 17:00 h: 3 visitas

**Realización:** Telecyl,S.A., Miembro de AEDEMO (Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión), y ANAPES (Asociación Nacional de Profesionales de la Estadística).

**Certificación de calidad:** ISO 9001:2000 acreditada por AENOR.

## **A. SATISFACCION DEL USUARIO**

### **I. Conclusiones y recomendaciones**

#### II. Resultados Obtenidos

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

#### III. Brecha (Percepción-Expectativas)

## CONCLUSIONES

Los **resultados obtenidos** en el estudio de satisfacción del usuario de las OAIC confirman por un lado, la excelente imagen que la Oficina de Atención Integral al Contribuyente del Ayuntamiento de Madrid posee entre sus usuarios/as y por otro, que los **compromisos de calidad adquiridos en la Carta de Servicios** aprobada el 4 de enero de 2007 y actualizada el 23 de diciembre de 2008 se **cumplen de manera satisfactoria**.

Entre los datos más destacados del estudio, pueden extraerse los siguientes:

- ❑ El **91,4%** de los usuarios/as están **satisfechos con el funcionamiento general** de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente y su valoración alcanza **8,19** puntos en una escala de 0-10.
- ❑ Entre las oficinas, **Alcalá supera** dicha valoración en 0,05 puntos (**8,24**). **Sacramento y Sanchinarro** obtienen (**8,17 y 8,06 respectivamente**).
- ❑ Los distintos **atributos de calidad del servicio** ofrecido por la OAIC reciben **excelentes puntuaciones**, todas superiores a ocho puntos. Entre ellas **destacan**:

-Orden y limpieza.....	<b>8,51</b>
-Eficacia del personal que le atendió.....	<b>8,31</b>
-Amabilidad y cortesía en el trato recibido.....	<b>8,30</b>

## CONCLUSIONES

- ❑ Las valoraciones obtenidas en el **trato y amabilidad del personal (8,30)** y la **cualificación de las personas trabajadoras (8,27)** en las OAIC para **prestar un servicio eficaz y de calidad**, responde e incluso supera la puntuación adquirida en la Carta de Servicios (8,25 puntos).
- ❑ Trasladando estos índices a porcentajes, los resultados confirman la eficacia y calidad del servicio ofrecido en la atención presencial de la OAIC: el **90,4%** de las personas usuarias se encuentran **satisfechas con las explicaciones claras y sencillas del personal que le atendió** y el **91,0%** con la **amabilidad y cortesía en el trato recibido**.
- ❑ Los tiempos, tanto de espera como de atención, se perciben como muy satisfactorios: **tiempo medio de espera para ser atendido: 8,00 puntos** y el **tiempo de atención efectiva para facilitar la información o resolver el trámite** requerido por el contribuyente: **8,03 puntos**.
- ❑ El **tiempo medio de espera en las OAIC** presenta un resultado muy satisfactorio con una media de **6,55 minutos** en las visitas realizadas del cliente misterioso.

## CONCLUSIONES

- ❑ En cuanto a los datos relacionados con las instalaciones físicas de las OAIC responden a los compromisos adquiridos en calidad:
  - ✓ El **94,4%** de las personas usuarias están **satisfechas** con el **orden y limpieza** y su **valoración media** es de **8,51**.
  - ✓ El **89,4%** de los contribuyentes están **satisfechos con la accesibilidad a la oficina** y es valorada en una escala de 0-10 de **8,16 puntos**.
  - ✓ El **comfort de la sala durante el tiempo de espera** es **satisfactorio** para el **88,3%** de las personas usuarias y **se valora** con una media de **8,09**.
  - ✓ La **señalización de los paneles informativos** es **adecuado** para el **88,6%** y al igual que el anterior tributo, es valorado con **8,09 puntos**.

## CONCLUSIONES

- ❑ De manera general, los usuarios destacan como aspectos ligados a la calidad: **la eficacia (48,5%), la rapidez para ser atendido (45,0%) y el buen trato, amabilidad y cortesía por parte del personal que atiende (42,5%)**. Las puntuaciones que otorgan por su parte a la eficacia es de 8,31 y a la amabilidad y cortesía del personal de 8,30.
- ❑ **El sistema de cita previa**, que en caso de petición, se hará en un plazo máximo de 4 días laborales y con un tiempo medio de espera para ser atendido inferior a 4:30 minutos, **es conocido por el 46,8%** y es valorado con **8,13 puntos**.
- ❑ Cada vez **son más las personas que conocen el horario de atención al público** en relación al año pasado (**46,5%** frente al 40,2%), y sobre todo entre los **usuarios profesionales (57,5%)**.
- ❑ El **teléfono 010 es el medio de conocimiento más mencionado para conocer los servicios de las OAIC como**: el horario de atención (21,7%), la ubicación de la oficina (28,0%) y la solicitud de cita previa (46,8%).
- ❑ Más de la mitad de los usuarios/as **no dudan en recomendar los servicios de la OAIC (56,6%)**, sobre todo quienes visitan la oficina de Alcalá (66,4%).

## CONCLUSIONES

□ Los resultados que aporta el estudio están condicionados en cierta medida por la nueva incorporación en este año, de manera exclusiva, de la gestión relacionada con la atención presencial de ejecutiva, en concreto, de multas y tributos. El **número de personas atendidas** se ha visto **incrementado en un 40,0%** (de 275.826 en el año 2007 a 385.689 personas en el 2008\*) y en concreto, **las personas atendidas por gestiones de ejecutiva** ha sufrido una **variación del 262% entre 2007 y 2008** (De 21.421 a 77.606 casos de ejecutiva atendidos en las oficinas respectivamente\*). El 1 de septiembre de 2008 se cierra la oficina de Raimundo Fernández Villaverde que prestaba el servicio de ejecutiva pasando a ser atendido en las distintas OAIC.

## CONCLUSIONES

Este hecho puede explicar en parte los **siguientes resultados**:

- ❑ Los principales motivos de insatisfacción con el servicio recibido son: “que no le soluciona el problema” (0,9%) y “que es mucho tiempo de espera” (0,8%).
- ❑ La resolución de la gestión/información que recibe una valoración de 8,10 puntos, registra una puntuación inferior de 7,77 puntos entre quienes han hecho una gestión relacionada con ejecutiva, ya sea de multas o de tributos.
- ❑ El tiempo medio empleado para resolver trámites u obtener información ha registrado un descenso en la valoración de 0,98 puntos en relación al año 2007: de 9,01 valorado en el 2007 al 8,03 en el 2009.
- ❑ Los atributos: “rapidez para ser atendido” y “el buen trato, amabilidad y cortesía”, con los que el usuario/a relaciona la calidad aparecen en mayor proporción entre las expectativas que entre las percepciones: 47,2% frente al 44,3% en “la rapidez para ser atendido” y 43,3% frente al 42,3% “el buen trato, amabilidad y cortesía”.
- ❑ Por otro lado y en concreto, para quienes han realizado una gestión ejecutiva, el principal atributo que define la calidad del servicio es la eficacia (50,5%).

## CONCLUSIONES

□ Tanto los resultados obtenidos de las brechas como del análisis multivariante en relación a la valoración del servicio, ayudan a conocer los atributos que por un lado, favorecen la buena imagen que posee entre los usuarios/as la Oficina de Atención Integral al Contribuyente y por otro lado, los que serían interesantes potenciar para mejorar la satisfacción general con el funcionamiento de la OAIC .

### Brecha-GAP

Brecha de Expectativa y Percepción del usuario/a en valoración del servicio	
ATRIBUTOS	GAP-Brecha
Señalización de los paneles informativos	0,19
Horario de atención al público	0,16
Preparación del personal para desempeñar su trabajo	0,14
Tiempo empleado para resolver trámites u obtener información	0,13
Confort durante el tiempo de espera	-0,09
Accesibilidad a la oficina	-0,02

Brecha de Expectativa del usuario/a según los profesionales de la OAIC y Percepción del usuario/a en valoración del servicio	
ATRIBUTOS	GAP-Brecha
Eficacia del personal que le atendió	0,51
Explicaciones claras y sencillas por el personal que le atendió	0,49
Horario de atención al público	0,42
Confort durante el tiempo de espera	-1,83
Señalización de los paneles informativos	-1,65
Tiempo empleado para resolver trámites/información	-0,21
Orden y limpieza de la oficina	-0,07

## CONCLUSIONES

□ En las distintas brechas, producto de la resta de puntuaciones obtenidas en expectativa y percepción, los atributos que obtienen valoraciones positivas (satisfacción) están relacionados, en su mayoría, con las dimensiones de fiabilidad, seguridad y garantía del servicio como: las explicaciones claras y sencillas, la preparación y la eficacia del personal. Por el contrario, los atributos que han obtenido mayores puntuaciones en las expectativas que en las percepciones, están más relacionadas con la dimensión de elementos tangibles como: el confort de la sala, la señalización de los paneles informativos y la accesibilidad de la oficina, entre otros.

### Análisis multivariante de la valoración del servicio

FACTORES	ATRIBUTOS
Servicio	Preparación del personal para desempeñar su trabajo
	Eficacia del personal que le atendió
	Explicaciones claras y sencillas por parte del personal que le atendió
	Amabilidad y cortesía en el trato recibido
	Tiempo empleado para resolver trámites u obtener información
Espera	Confort de las instalaciones
	Tiempo de espera para ser atendido

## CONCLUSIONES

- ❑ La valoración del servicio recibido a través de la matriz de impacto-satisfacción revela que el factor estrella ó que explica en gran proporción (59,7%) la satisfacción general con el funcionamiento de la OAIC es el denominado “servicio”, compuesto por los atributos que intervienen en el proceso de la gestión: preparación, eficacia y amabilidad del personal, explicaciones claras y sencillas y tiempo empleado en la resolución.
- ❑ Así mismo, hay que destacar un segundo factor, que se encuentra en el área de atención, pero que explica un 12,2% la satisfacción global, denominado “espera”, que agrupa los atributos presentes desde el momento que se tiene número y se es atendido, es decir, el confort de la sala y el tiempo de espera hasta ser atendido.

## RECOMENDACIONES

Las pautas de actuación que requiere la OAIC están orientadas a mantener la excelente imagen que posee entre los usuarios/as, así como mejorar los resultados de determinados aspectos tratados con la finalidad de aumentar la calidad y eficacia del servicio integral que ofrece la Agencia Tributaria Madrid.

Entre **las actuaciones particulares** se menciona:

- Para dar mayor cobertura entre la población usuaria, abrir nuevas OAIC si bien dicho proceso está en marcha.
- Fomentar la coordinación con el servicio competente de multas del Ayuntamiento de Madrid.
- Reiterar más campañas informativas y publicitarias para:
  - ✓ Atender más visitas en los tramos horarios de menor afluencia, teniendo en cuenta el tipo de usuario y el tipo de gestión a realizar.
  - ✓ Dar a conocer el horario y ubicación de las OAIC
- Por otro lado, y aunque ya se está trabajando en ello, sería bueno implantar programas o bases informáticas únicas, que junto a otras actuaciones como la dotación a las OAIC de nuevos impresos estándar y nuevas impresoras, ayudasen a agilizar los procedimientos y resolver la gestión.

De esta forma, podría registrarse una mejora tanto en el tiempo de atención como en la eficacia y rapidez de la atención, dentro de las percepciones de los usuarios/as.

## **A. SATISFACCION DEL USUARIO**

I. Conclusiones y recomendaciones

### **II. Resultados Obtenidos**

#### **1. Valoración del servicio recibido**

2. Definición de calidad

3. El usuario/a de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

4. Los servicios de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

III. Brechas (Percepción-Expectativas)

## Principales resultados: Valoración del servicio recibido

- ❑ El **91,4%** de las personas **usuarias se encuentran satisfechas con el funcionamiento general de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente**, alcanzando una **valoración de 8,19 puntos** en una escala de 0-10.
- ❑ La oficina de **Alcalá** alcanza una valoración superior a la total en 0,05 puntos (**8,24**), mientras que las oficinas de **Sacramento y de Sanchinarro**, 0,02 y 0,13 puntos por debajo de la media total (**8,17 y 8,06 respectivamente**).
- ❑ La valoración media de la **preparación del personal para desempeñar su trabajo es de 8,27** y el del **trato y amabilidad del personal de atención al público de 8,3 puntos**.
- ❑ En cuanto a los tiempos tanto de espera como de atención, el **tiempo medio de espera para ser atendido** se valora en una media de **8,00 puntos** y el **tiempo de atención efectiva para facilitar la información o resolver el trámite** requerido por el contribuyente con **8,03 puntos**.
- ❑ La **valoración media del servicio cita previa es de 8,13**.

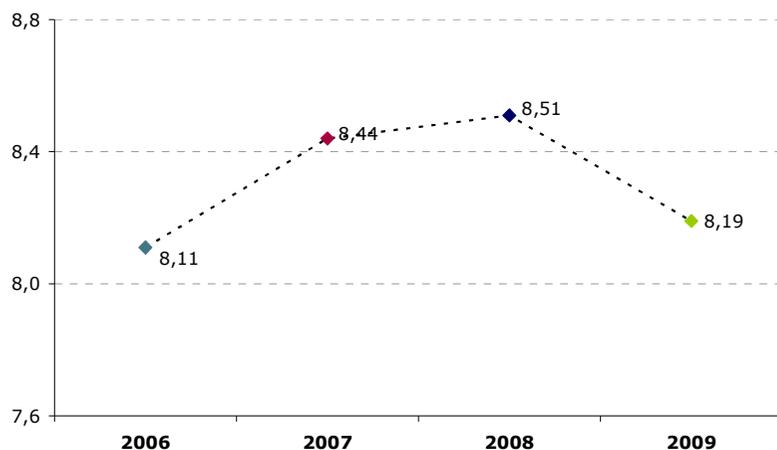
## Valoración del servicio recibido

DIMENSION	ATRIBUTOS EVALUADOS
<b>ELEMENTOS TANGIBLES</b>	ACCESIBILIDAD A LA OFICINA
	ORDEN Y LIMPIEZA DE LA OFICINA
	SEÑALIZACIÓN DE LOS PANELES INFORMATIVOS
	CONFORT DURANTE EL TIEMPO DE ESPERA
<b>FIABILIDAD, SEGURIDAD Y GARANTÍA</b>	PREPARACIÓN DEL PERSONAL PARA DESEMPEÑAR SU TRABAJO
	EFICACIA DEL PERSONAL QUE LE ATENDIÓ
	UTILIDAD DE LA INFORMACION RECIBIDA EN EL MOSTRADOR DE INFORMACIÓN
	RESOLUCIÓN DE LA GESTIÓN
<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>	EXPLICACIONES CLARAS Y SENCILLAS POR EL PERSONAL QUE LE ATENDIO
	TIEMPO EMPLEADO PARA RESOLVER TRÁMITES U OBTENER INFORMACIÓN
	TIEMPO DE ESPERA PARA SER ATENDIDO
<b>EMPATÍA</b>	HORARIO DE ATENCION AL PUBLICO
	AMABILIDAD Y CORTESIA EN EL TRATO RECIBIDO

## Valoración del servicio recibido (escala de 0 a 10) según los usuarios

ORDEN	ATRIBUTOS	VALORACION	DIMENSIÓN
1	ORDEN Y LIMPIEZA	8,51	ELEMENTOS TANGIBLES
2	EFICACIA DEL PERSONAL QUE LE ATENDIÓ	8,31	FIABILIDAD, SEGURIDAD Y GARANTÍA
3	AMABILIDAD Y CORTESIA EN EL TRATO RECIBIDO	8,30	EMPATÍA
4	EXPLICACIONES CLARAS Y SENCILLAS	8,27	FIABILIDAD, SEGURIDAD Y GARANTÍA
5	PREPARACIÓN DEL PERSONAL PARA DESEMPEÑAR SU TRABAJO	8,27	FIABILIDAD, SEGURIDAD Y GARANTÍA
6	ACCESIBILIDAD A LA OFICINA	8,16	ELEMENTOS TANGIBLES
7	UTILIDAD DE LA INFORMACIÓN RECIBIDA EN EL MOSTRADOR DE INFORMACIÓN	8,16	FIABILIDAD, SEGURIDAD Y GARANTÍA
8	HORARIO DE ATENCIÓN AL PÚBLICO	8,14	CAPACIDAD DE RESPUESTA
9	RESOLUCIÓN DE LA GESTIÓN	8,10	FIABILIDAD, SEGURIDAD Y GARANTÍA
10	CONFORT DURANTE EL TIEMPO DE ESPERA	8,09	ELEMENTOS TANGIBLES
11	SEÑALIZACIÓN DE LOS PANELES INFORMATIVOS	8,09	ELEMENTOS TANGIBLES
12	TIEMPO EMPLEADO PARA RESOLVER TRÁMITES / INFORMACIÓN	8,03	CAPACIDAD DE RESPUESTA
13	TIEMPO DE ESPERA A SER ATENDIDO	8,00	CAPACIDAD DE RESPUESTA

**VALORACIÓN GLOBAL**  
8,19



### Análisis evolutivo:

Las valoraciones de cada uno de los atributos evaluados se sitúan por encima de los 8 puntos, siendo la valoración global de 8,19 puntos.

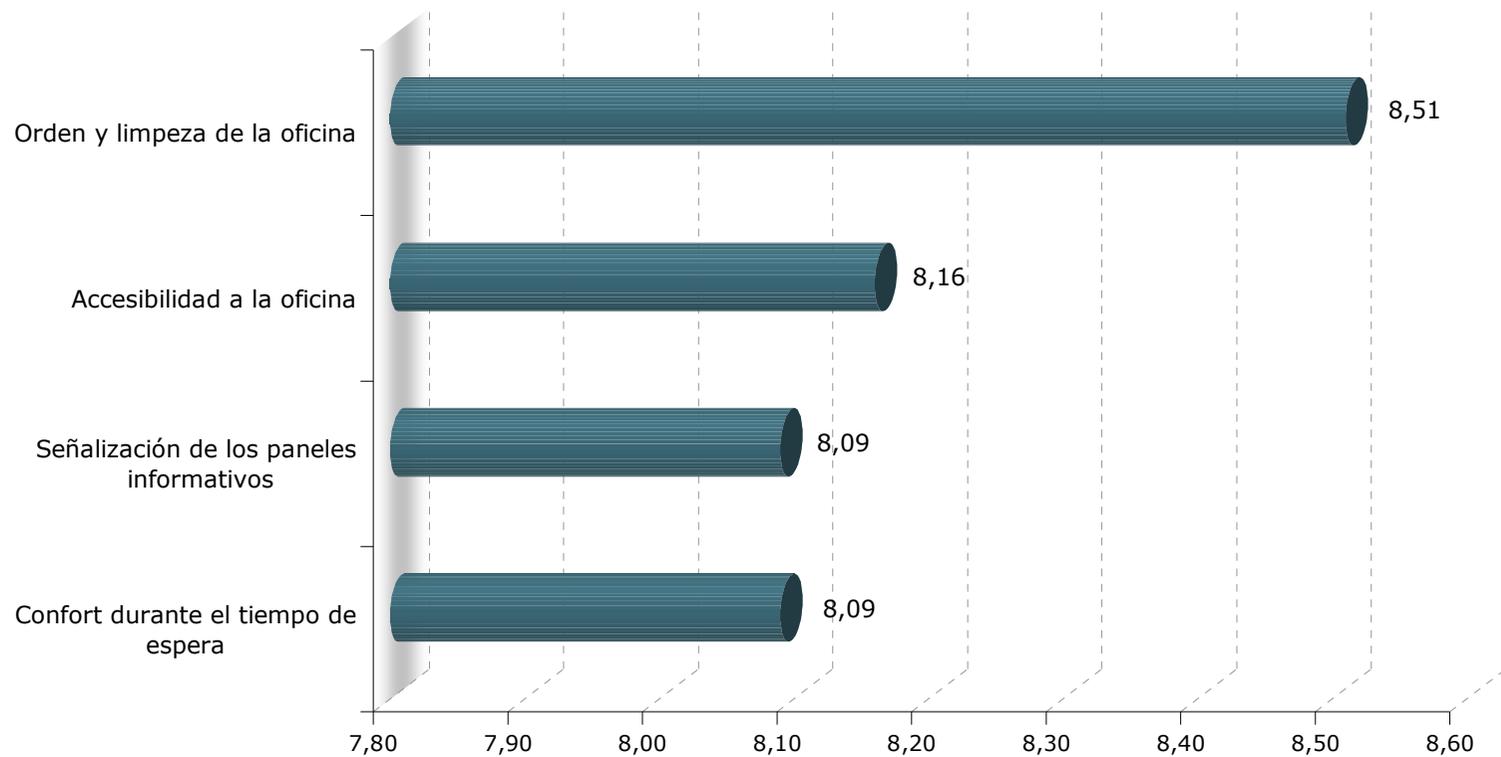
La evolución registrada en la **valoración general** ha aumentado en 0,08 puntos respecto a 2006. Si se compara con la obtenida en los dos últimos años, ha descendido en 0,25 puntos con respecto a 2007 y 0,32 puntos respecto a 2008.

Base:

Muestra TOTAL percepción 2009 (n=1069)

## Valoración del servicio recibido (escala de 0 a 10)

### ELEMENTOS TANGIBLES

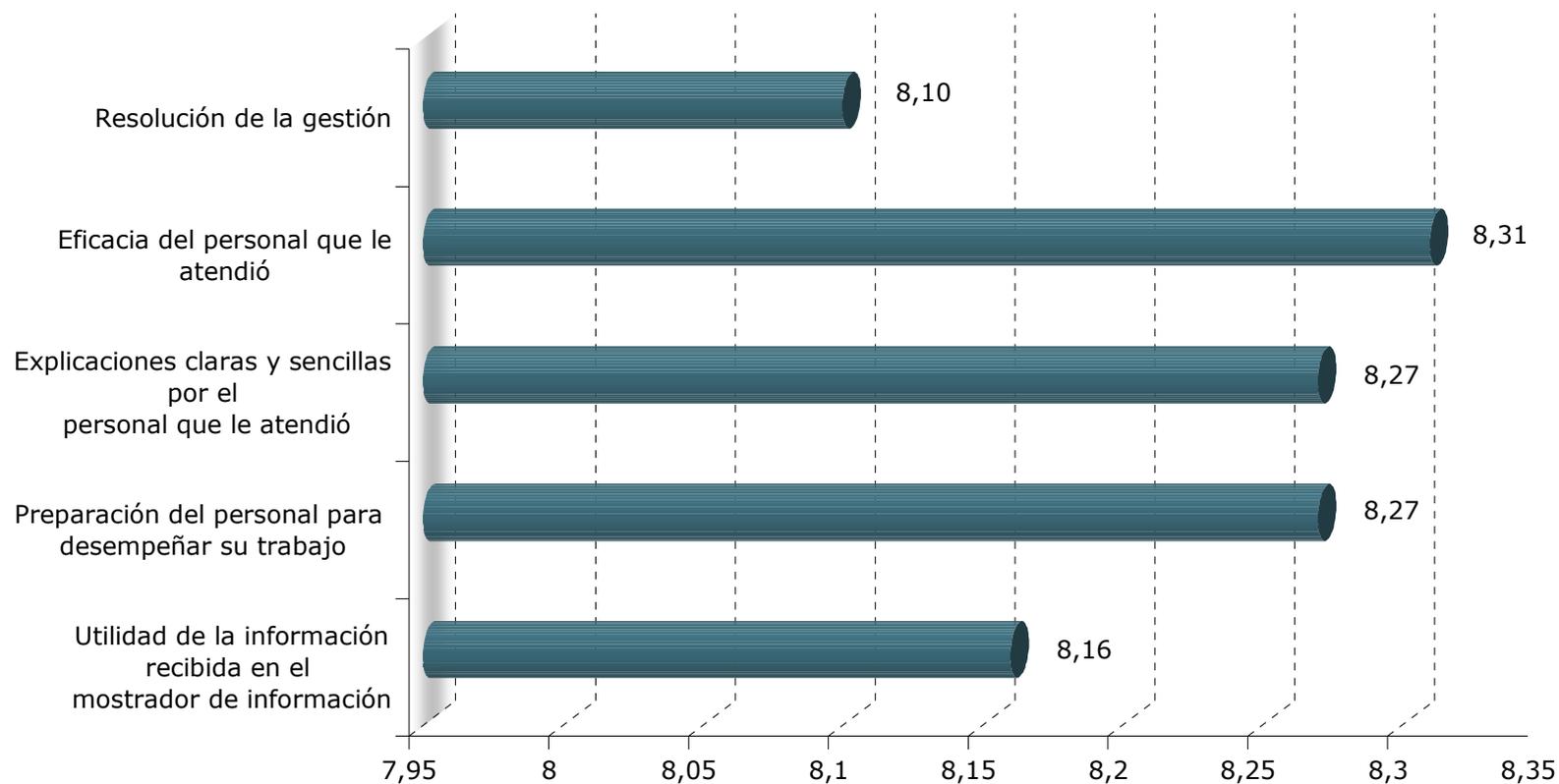


Base:

Muestra TOTAL percepción 2009 (n=1069)

## Valoración del servicio recibido (escala de 0 a 10)

### FIABILIDAD, SEGURIDAD Y GARANTÍA

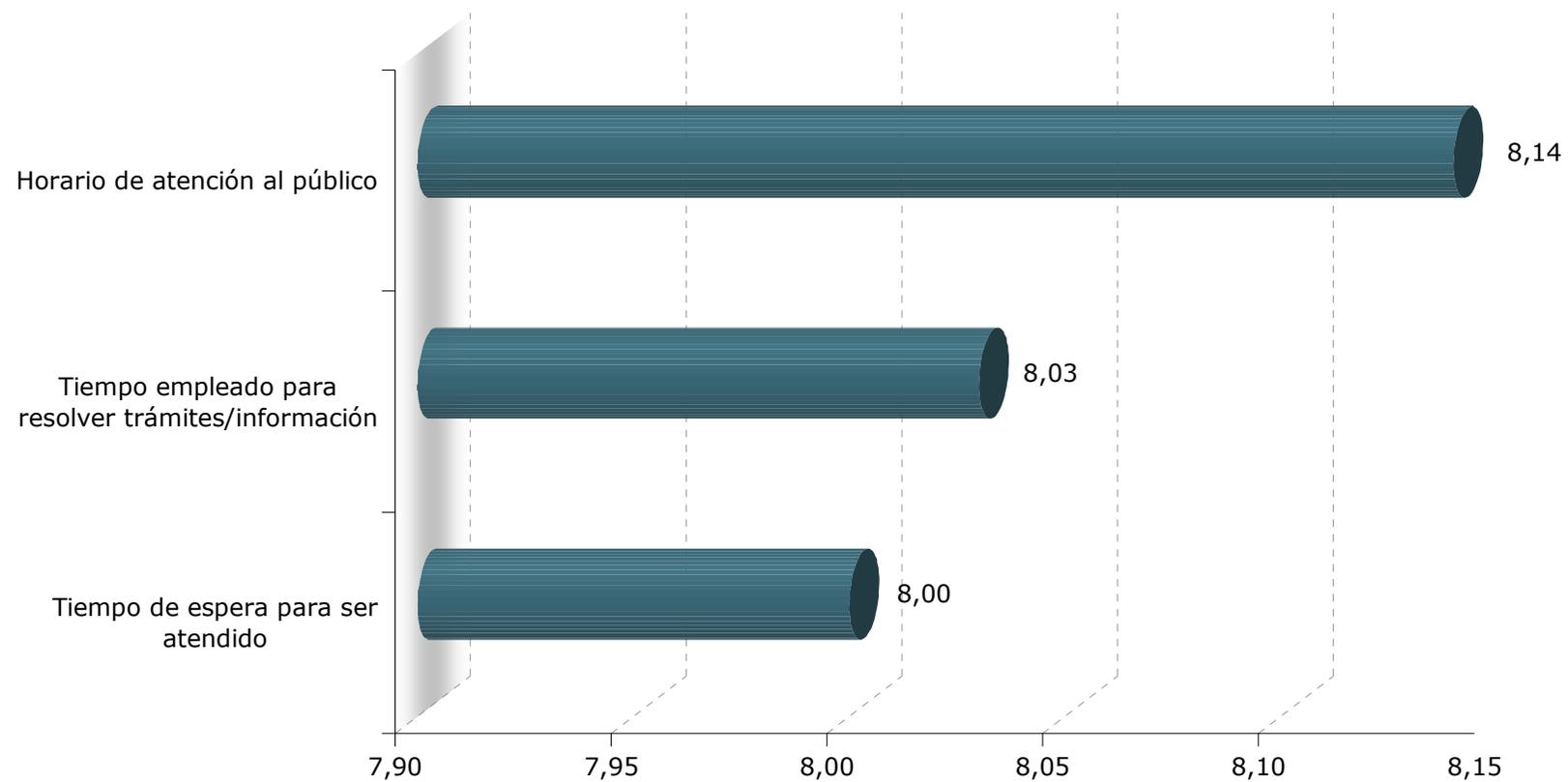


Base:

Muestra TOTAL percepción 2009 (n=1069)

## Valoración del servicio recibido (escala de 0 a 10)

### CAPACIDAD DE RESPUESTA

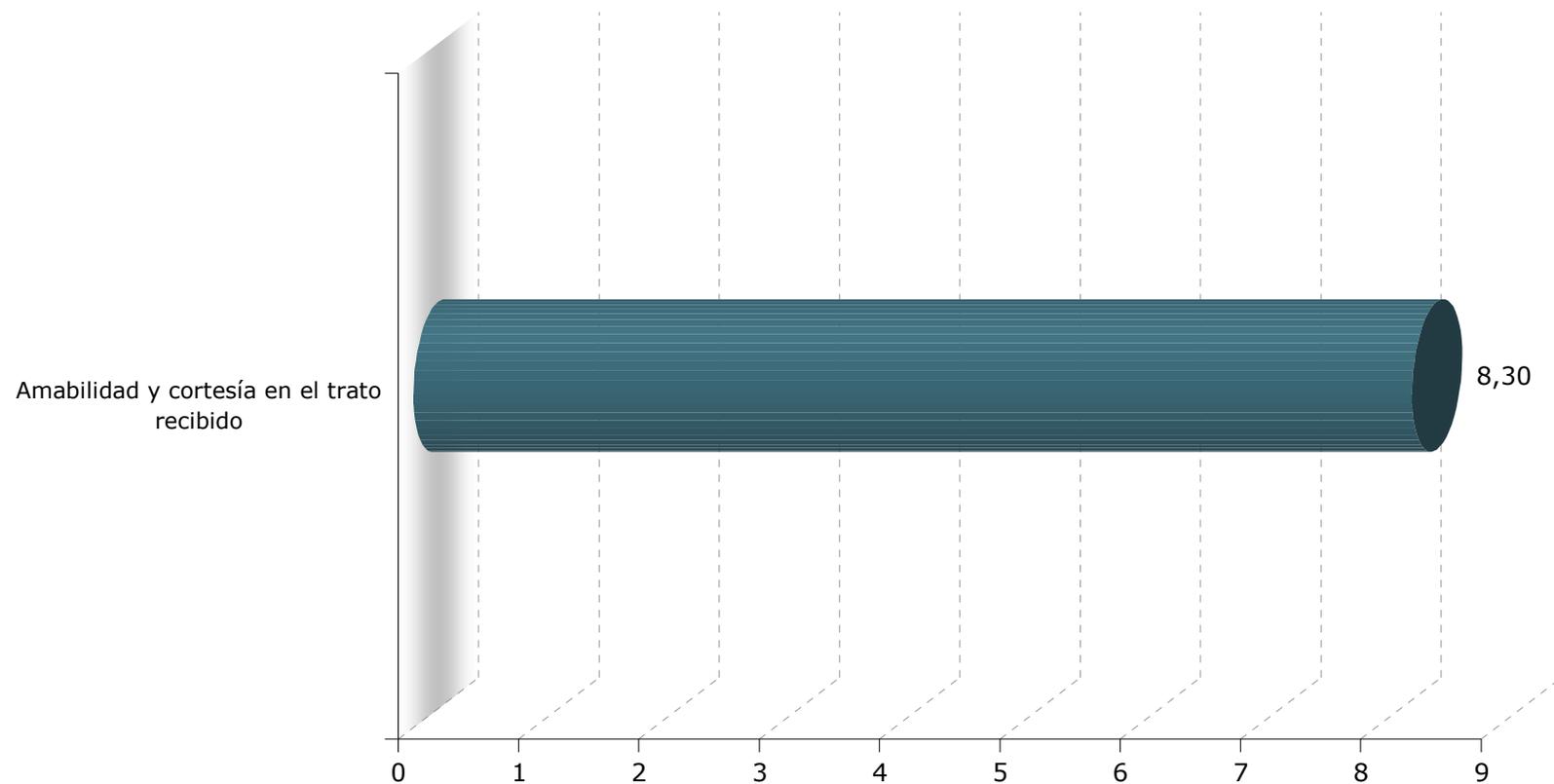


Base:

Muestra TOTAL percepción 2009 (n=1069)

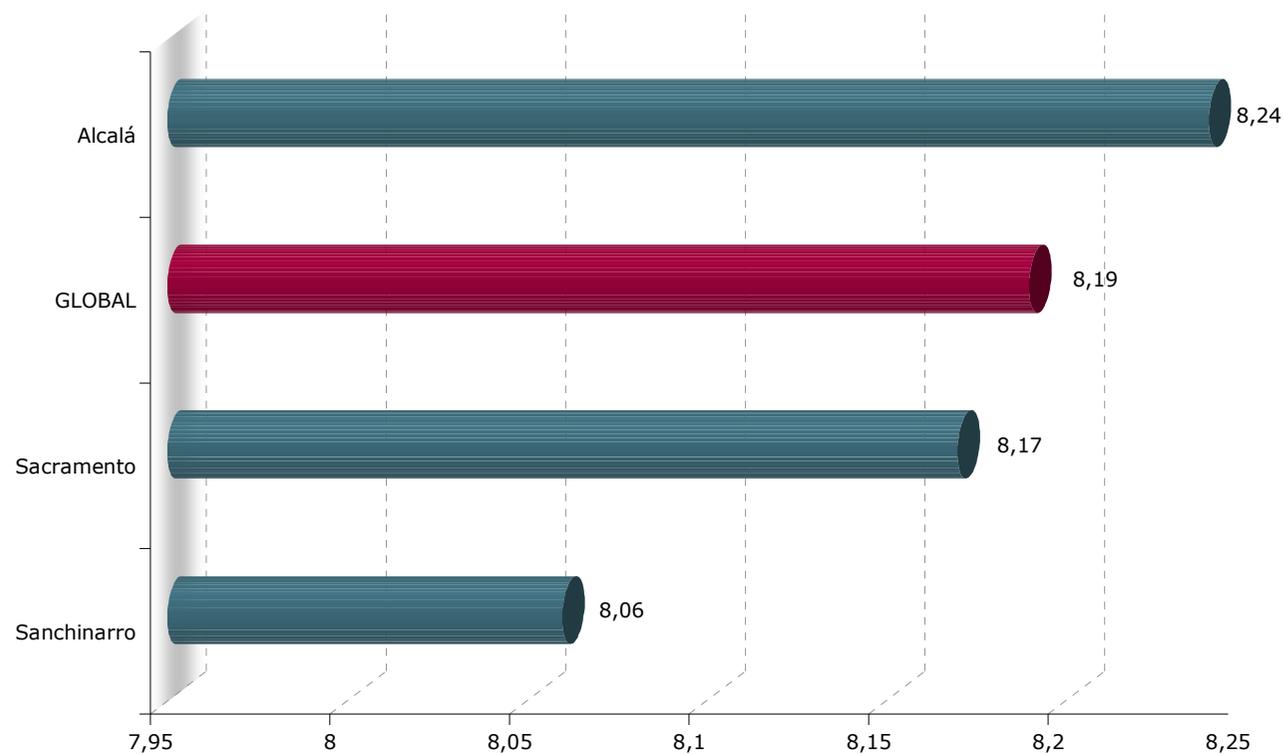
## Valoración del servicio recibido (escala de 0 a 10)

### EMPATÍA



## Valoración del servicio recibido (escala de 0 a 10)

### VALORACION GLOBAL: TOTAL Y POR OAIC



Base:

Muestra TOTAL percepción 2009 (n=1069)

Muestra percepción OAIC Alcalá 2009 (n= 429)

Muestra percepción OAIC Sacramento 2009 (n=354)

Muestra percepción OAIC Sanchinarro 2009 (n=286)

## Valoración del servicio recibido (escala de 0 a 10)

### VALORACIÓN GLOBAL (2007-2009)

ORDEN 2007	ORDEN 2008	ORDEN 2009	ATRIBUTOS	VALORACION 2007	VALORACION 2008	VALORACION 2009
2	1	1	ORDEN Y LIMPIEZA	8,90	8,90	8,51
*	3	2	EFICACIA DEL PERSONAL QUE LE ATENDIÓ	*	8,75	8,31
4	2	3	AMABILIDAD Y CORTESIA EN EL TRATO RECIBIDO	8,79	8,81	8,30
6	5	4	EXPLICACIONES CLARAS Y SENCILLAS	8,69	8,71	8,27
5	4	5	PREPARACIÓN DEL PERSONAL PARA DESEMPEÑAR SU TRABAJO	8,71	8,74	8,27
*	12	6	ACCESIBILIDAD A LA OFICINA	*	8,36	8,16
3	6	7	UTILIDAD DE LA INFORMACIÓN RECIBIDA EN EL MOSTRADOR DE INFORMACIÓN	8,80	8,67	8,16
7	10	8	HORARIO DE ATENCIÓN AL PÚBLICO	8,65	8,48	8,14
*	*	9	RESOLUCIÓN DE LA GESTIÓN	*	*	8,10
8	9	10	CONFORT DURANTE EL TIEMPO DE ESPERA	8,63	8,51	8,09
9	11	11	SEÑALIZACIÓN DE LOS PANELES INFORMATIVOS	8,60	8,47	8,09
1	8	12	TIEMPO EMPLEADO PARA RESOLVER TRÁMITES / INFORMACIÓN	9,01	8,58	8,03
10	7	13	TIEMPO DE ESPERA A SER ATENDIDO	8,55	8,65	8,00

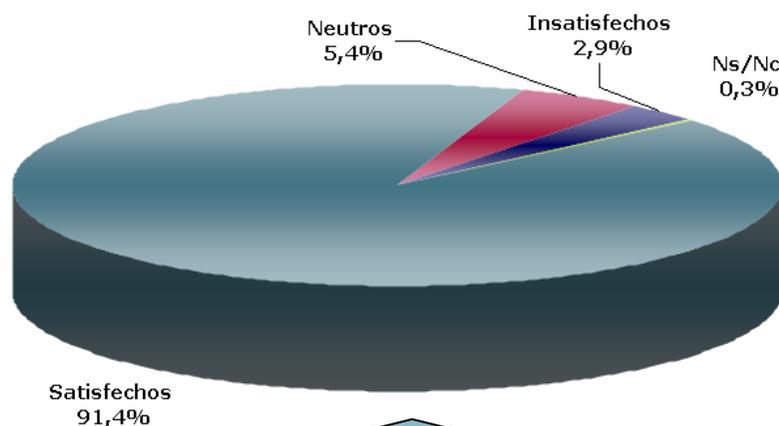
Base:

Muestra TOTAL percepción 2007 (n=336)

Muestra TOTAL percepción 2008 (n=959)

Muestra TOTAL percepción 2009 (n=1069)

## Valoración del servicio recibido (escala de 0 a 10)



Satisfechos  
91,4%

Neutros  
5,4%

Insatisfechos  
2,9%

Ns/Nc  
0,3%

**Satisfechos:** valoran con puntuaciones de 7, 8, 9 y 10 puntos

**Neutros:** valoran con puntuaciones de 4, 5 y 6 puntos

**Insatisfechos:** valoran con puntuaciones de 0, 1, 2 y 3 puntos

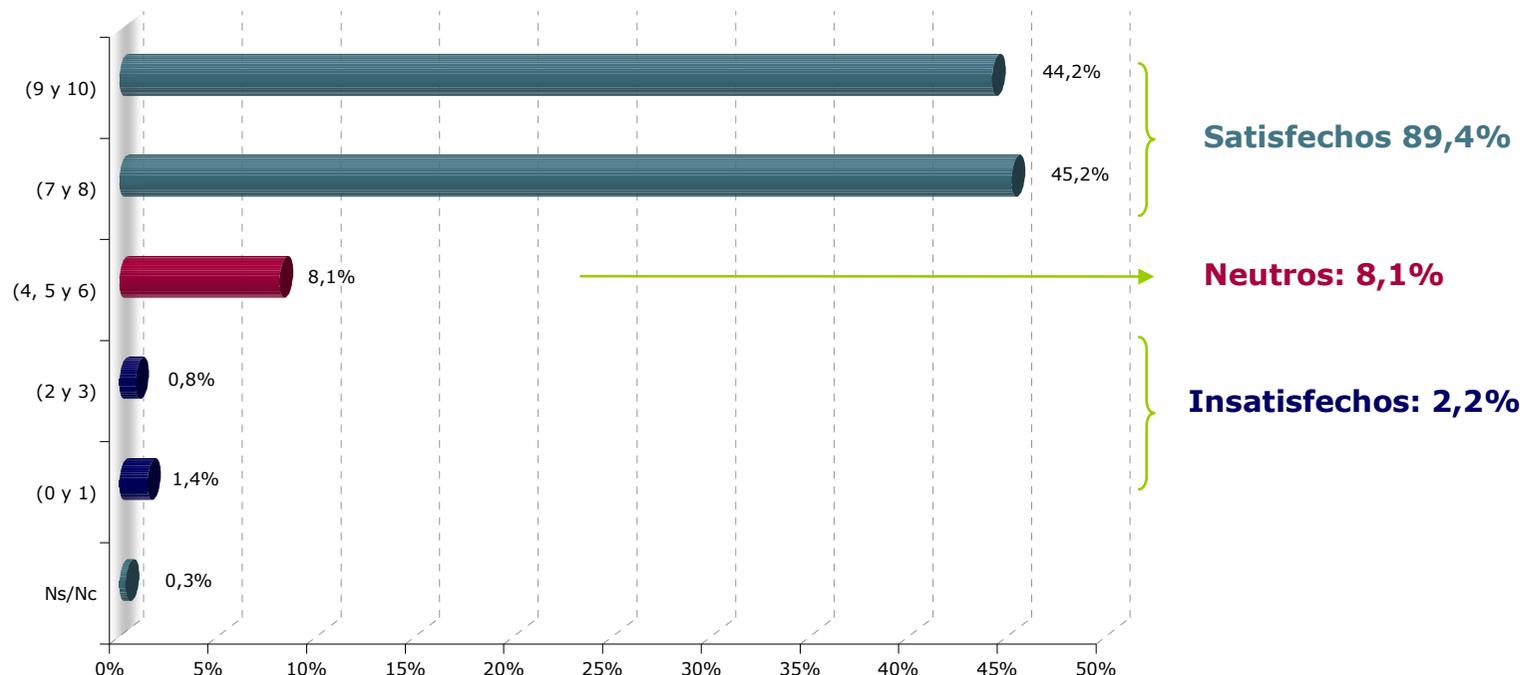
### Motivos por los que no están satisfechos n=33 (2,9%)

Motivos de insatisfacción	% (Base 33)	% (Base Total)
El personal está mal preparado, informa mal	24,6%	0,7%
No soluciona el problema	31,5%	0,9%
Poca amabilidad y cortesía en el trato	7,7%	0,2%
Errores de la Administración	12,8%	0,4%
Mucho tiempo de espera	27,6%	0,8%
Muchos trámites	11,2%	0,3%
Ns/Nc	31,9%	0,9%

## Valoración del servicio recibido (escala de 0 a 10)

### Accesibilidad a la oficina

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.



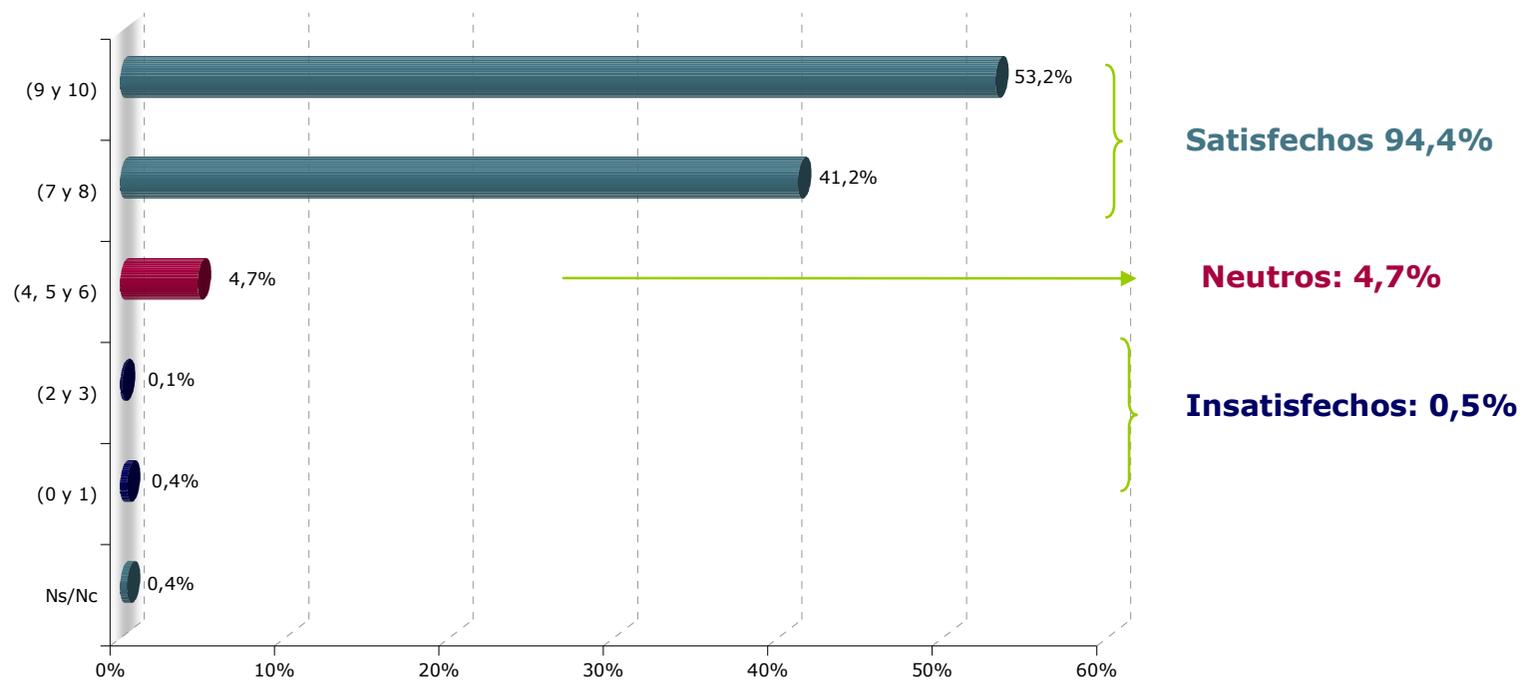
La valoración media otorgada por los usuarios en relación a la accesibilidad a las OAIC es de **8,16**

Base:

Muestra TOTAL percepción 2009 (n=1069)

## Valoración del servicio recibido (escala de 0 a 10)

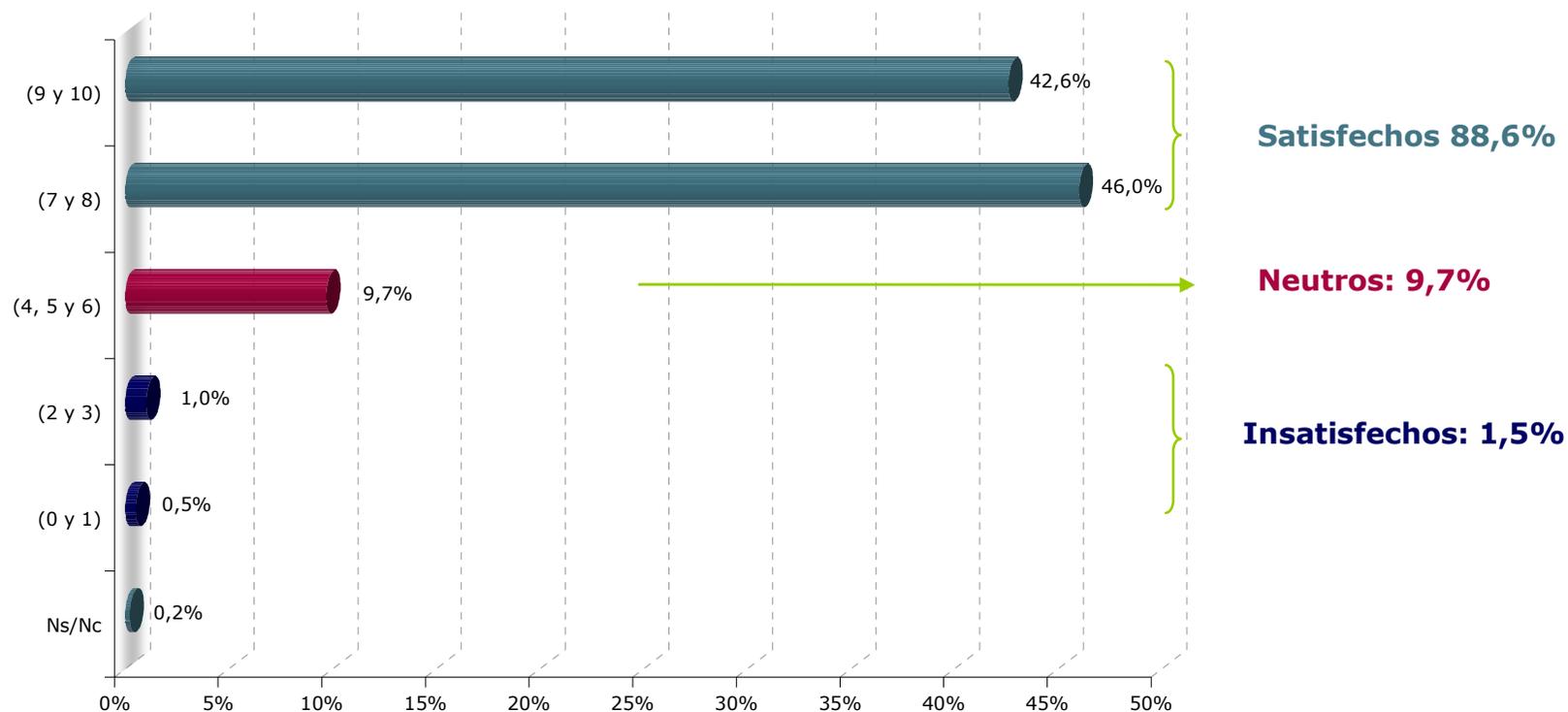
### Orden y Limpieza



*La valoración media otorgada por los usuarios en relación al orden y la limpieza de las OAIC es de 8,51*

## Valoración del servicio recibido (escala de 0 a 10)

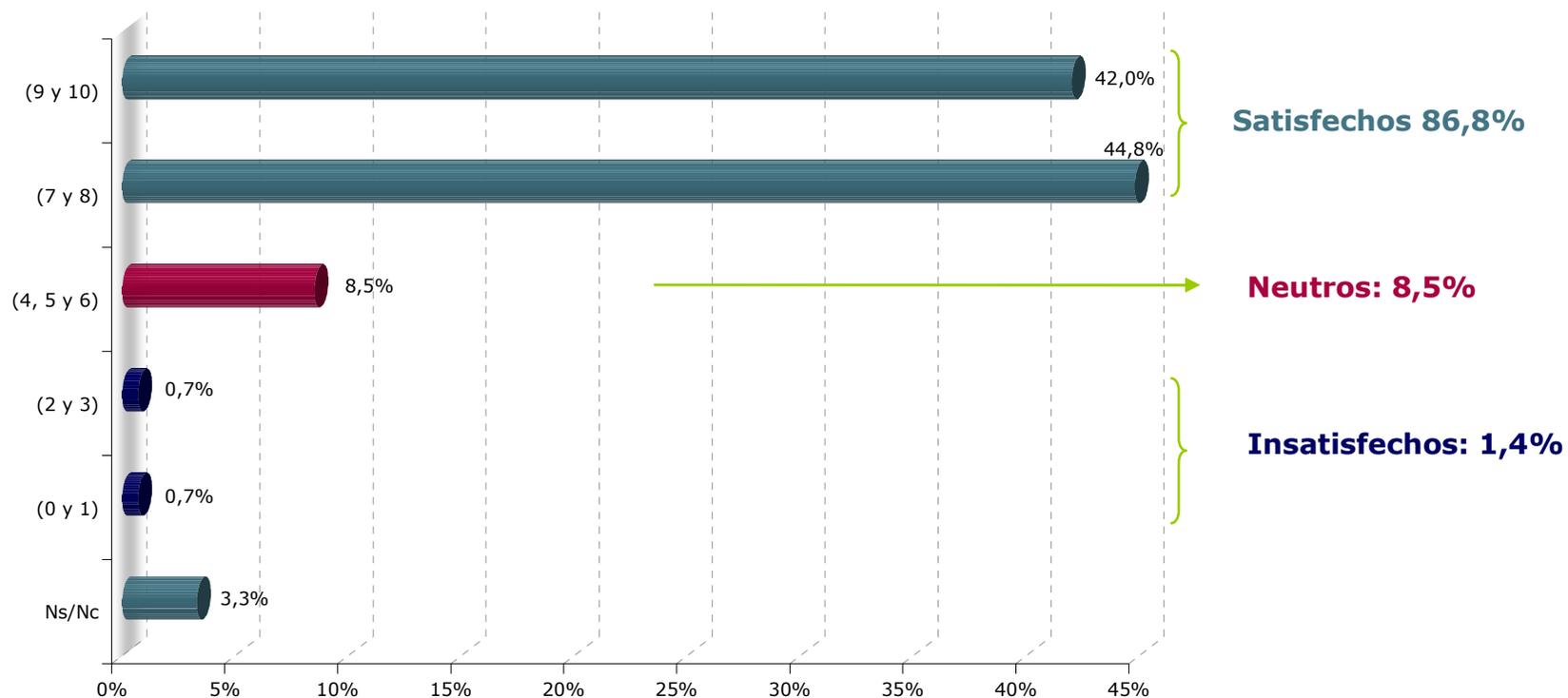
### Señalización de los paneles informativos



La valoración media otorgada por los usuarios en relación a la señalización de los paneles informativos en las OAIC es de 8,09

## Valoración del servicio recibido (escala de 0 a 10)

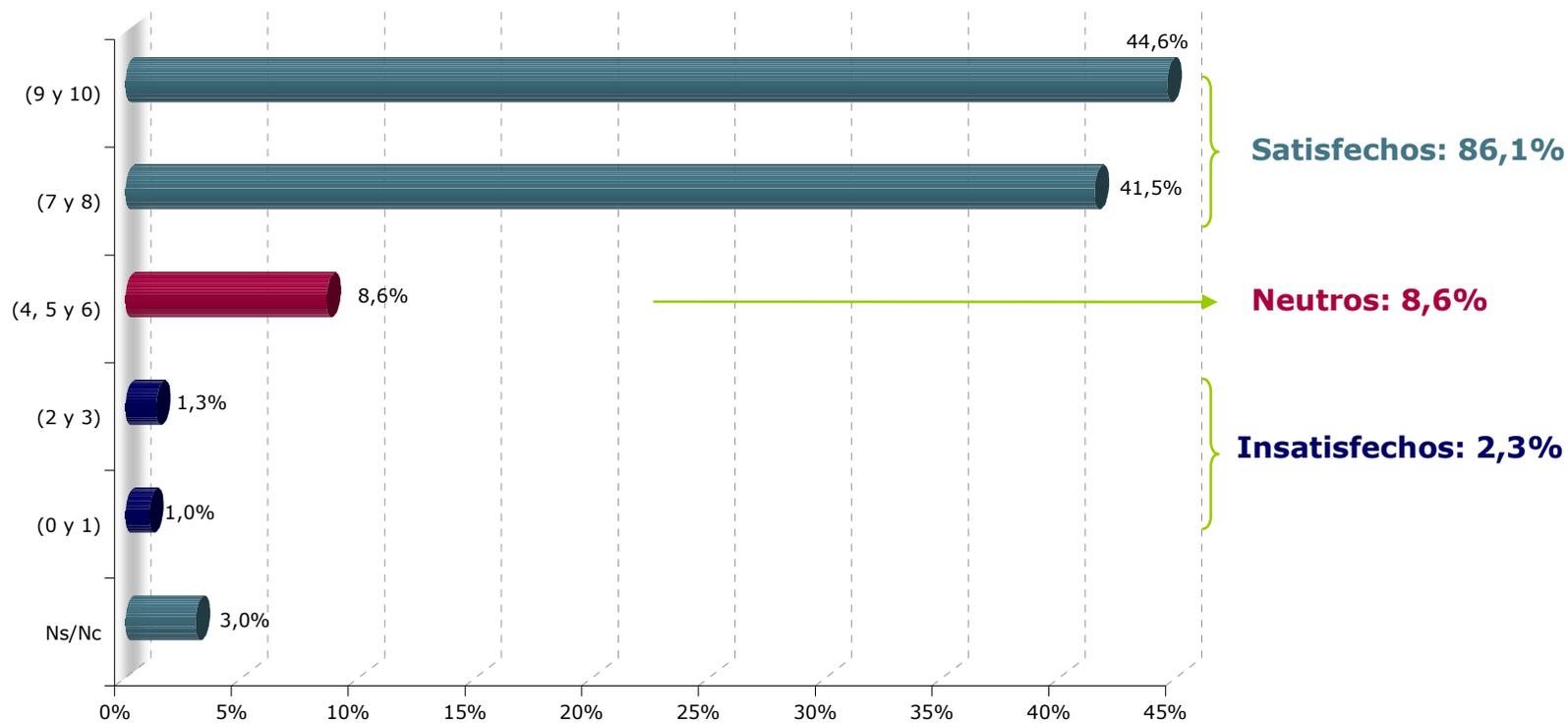
### Horario de Atención al Público



La valoración media otorgada por los usuarios en relación al horario de las OAIC es de 8,14

## Valoración del servicio recibido (escala de 0 a 10)

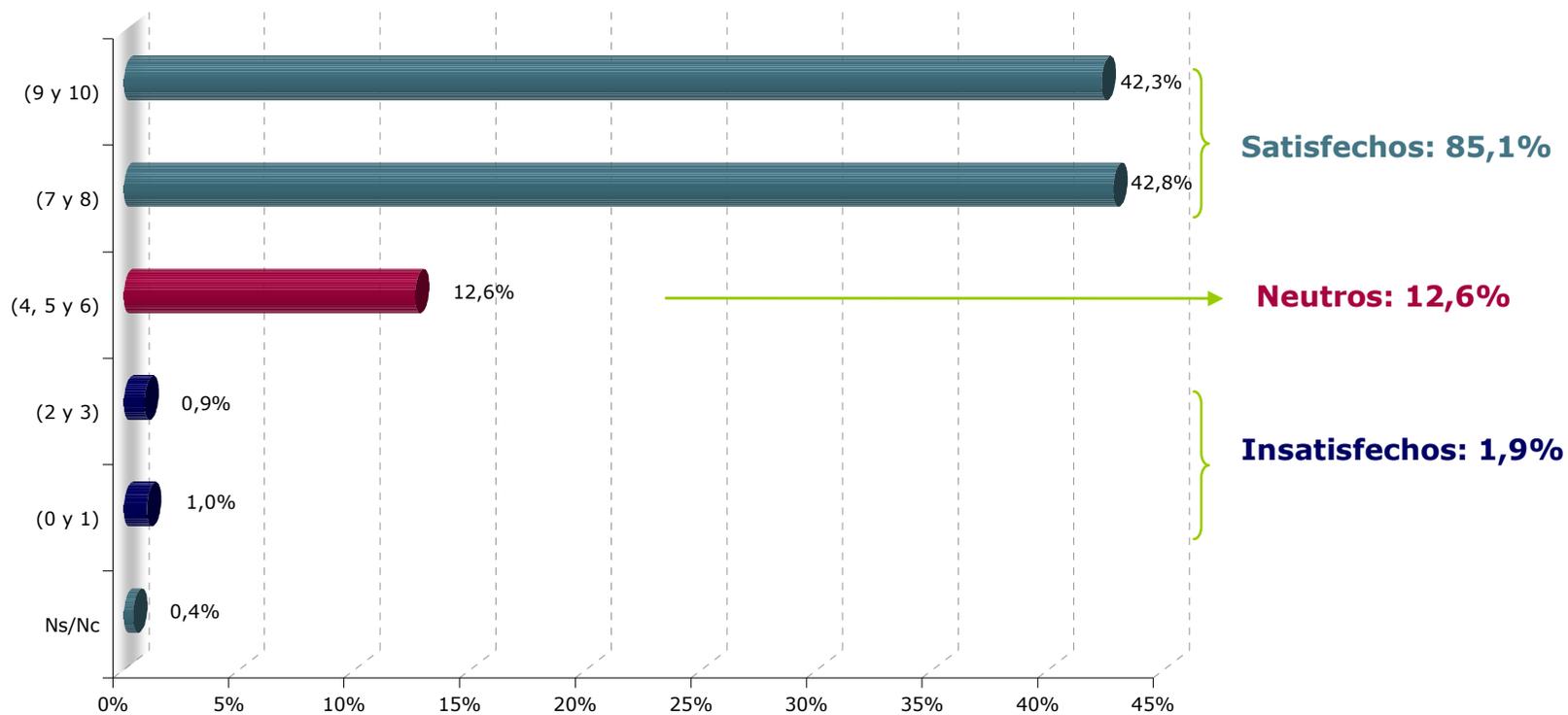
### Información recibida en el mostrador de información



*La valoración media otorgada por los usuarios en relación a la información recibida en el mostrador de información de las OAIC es de 8,16*

## Valoración del servicio recibido (escala de 0 a 10)

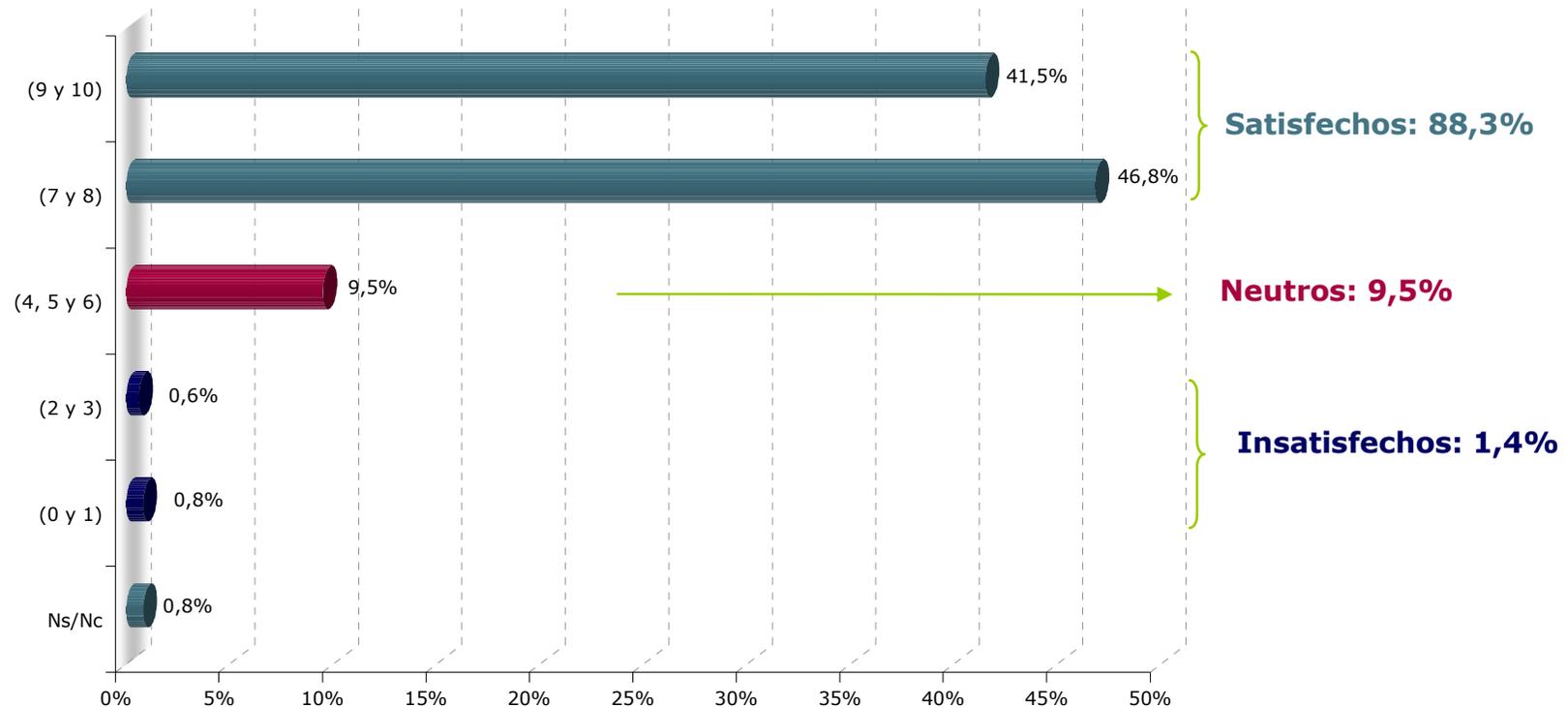
### Tiempo de espera en ser atendido



*La valoración media otorgada por los usuarios en relación al tiempo de espera en ser atendido en las OAIC es de 8,00*

## Valoración del servicio recibido (escala de 0 a 10)

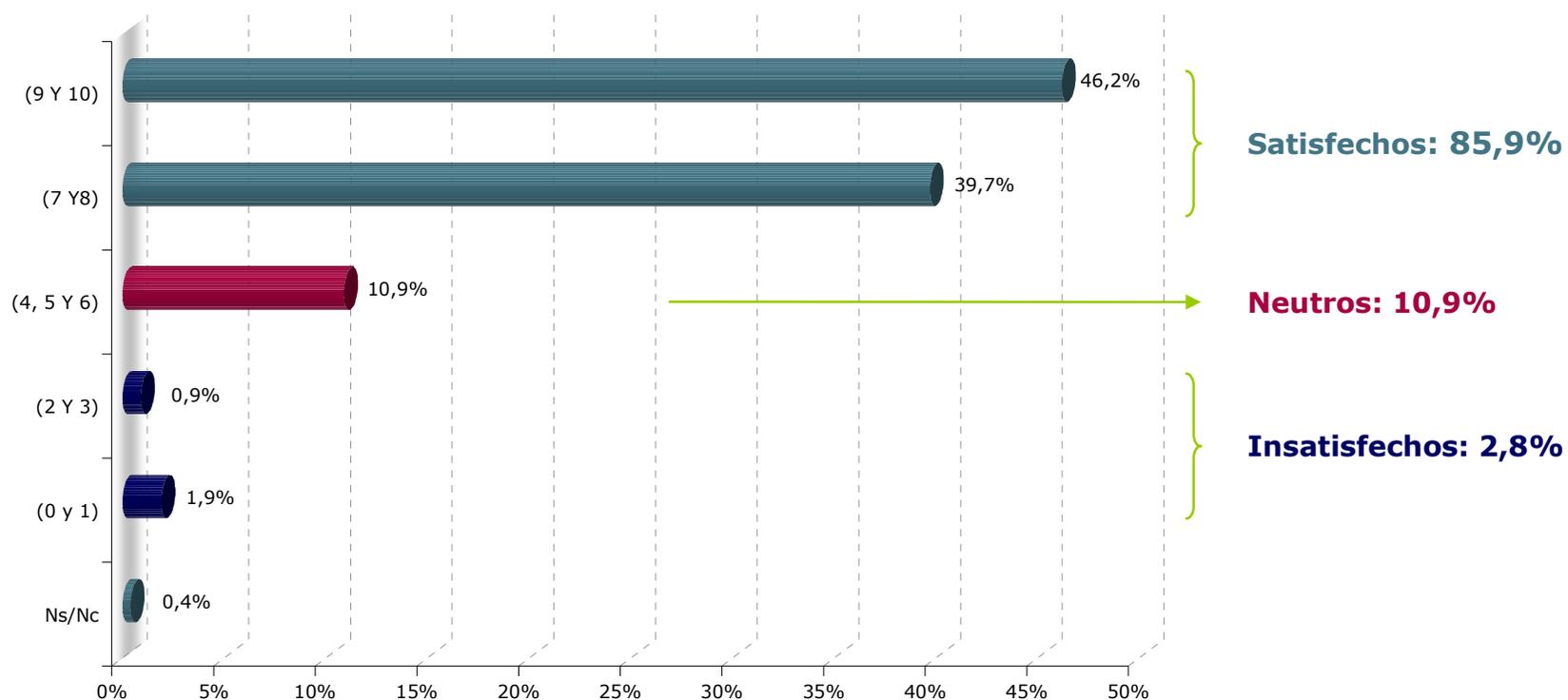
### Confort durante el tiempo de espera



La valoración media otorgada por los usuarios en relación al confort durante el tiempo de espera en las OAIC es de 8,09

## Valoración del servicio recibido (escala de 0 a 10)

### Tiempo de espera empleado para resolver trámites u obtener información



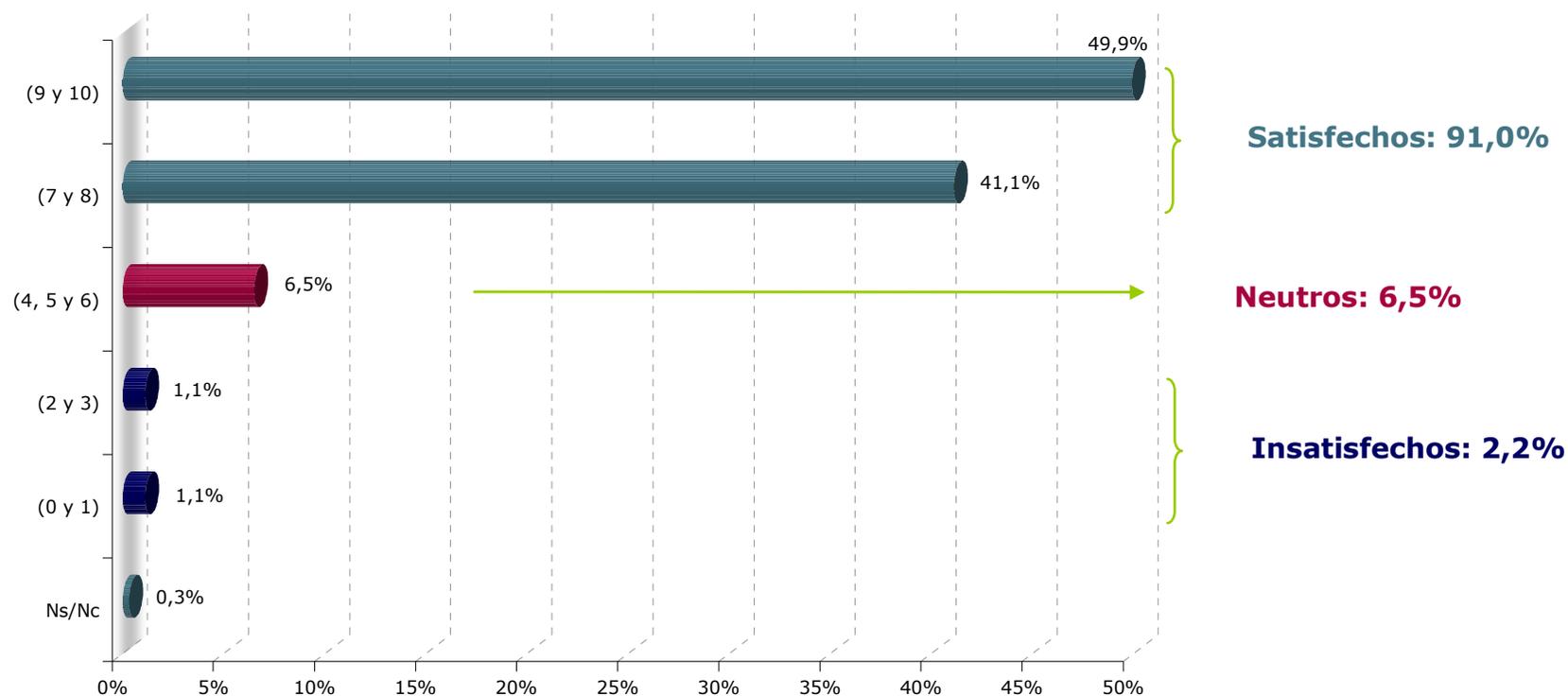
La valoración media otorgada por los usuarios en relación al tiempo de espera empleado para resolver trámites u obtener información es de 8,03

Base:

Muestra TOTAL percepción 2009 (n=1069)

## Valoración del servicio recibido (escala de 0 a 10)

### Amabilidad y Cortesía en el trato recibido



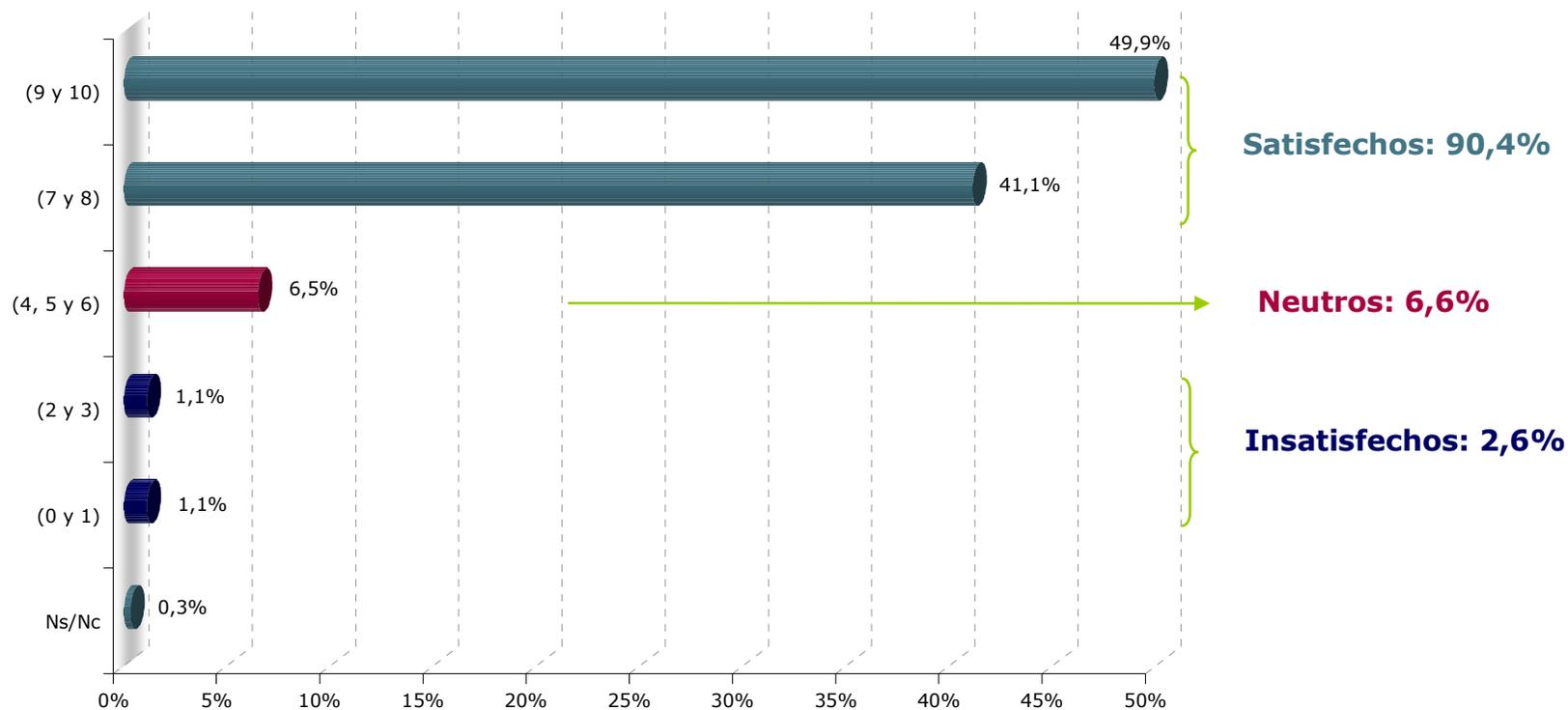
La valoración media otorgada por los usuarios en relación a la amabilidad y cortesía en el trato recibido en las OAIC es de 8,30

Base:

Muestra TOTAL percepción 2009 (n=1069)

## Valoración del servicio recibido (escala de 0 a 10)

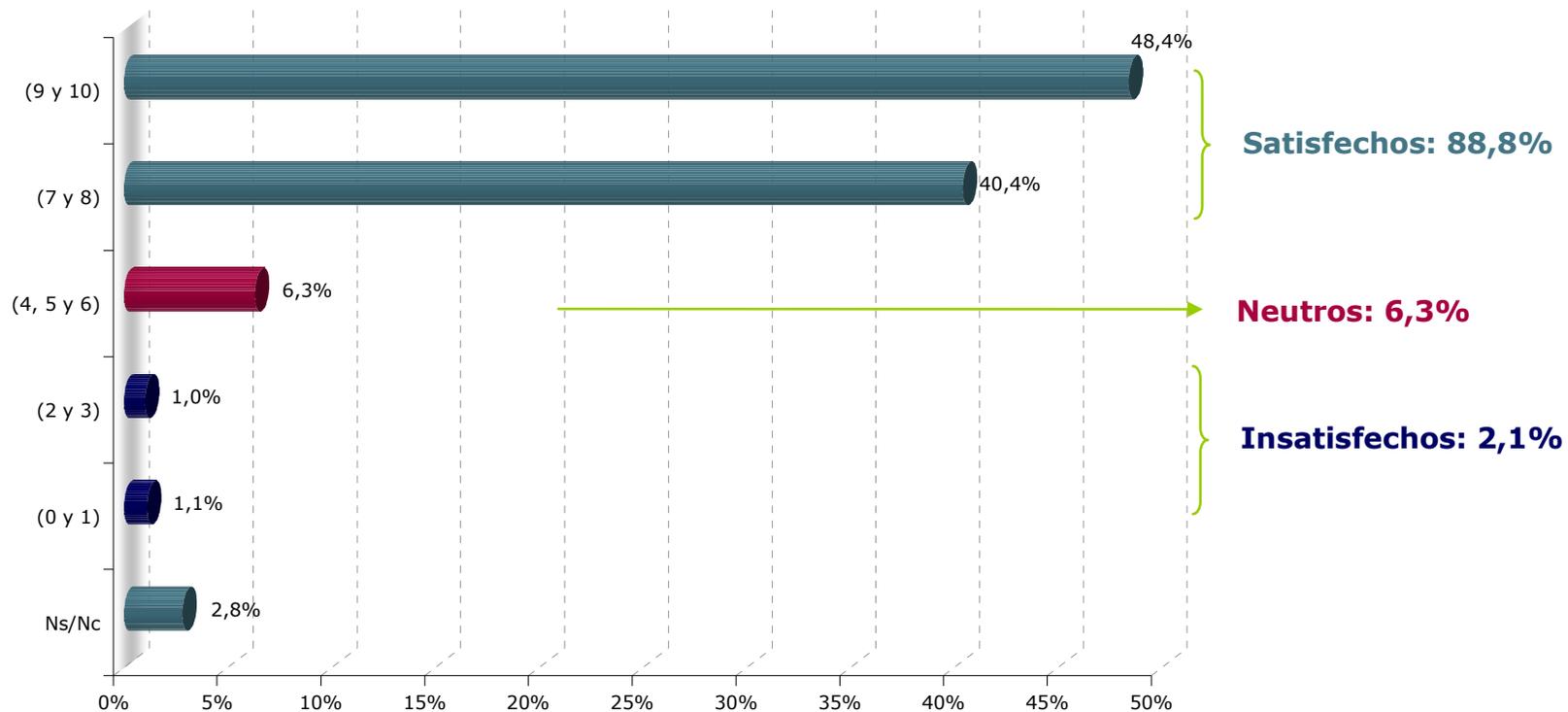
### Explicaciones recibidas por parte del personal que le atendió



*La valoración media otorgada por los usuarios en relación a las explicaciones recibidas por parte del personal que le atendió en las OAIC es de 8,27*

## Valoración del servicio recibido (escala de 0 a 10)

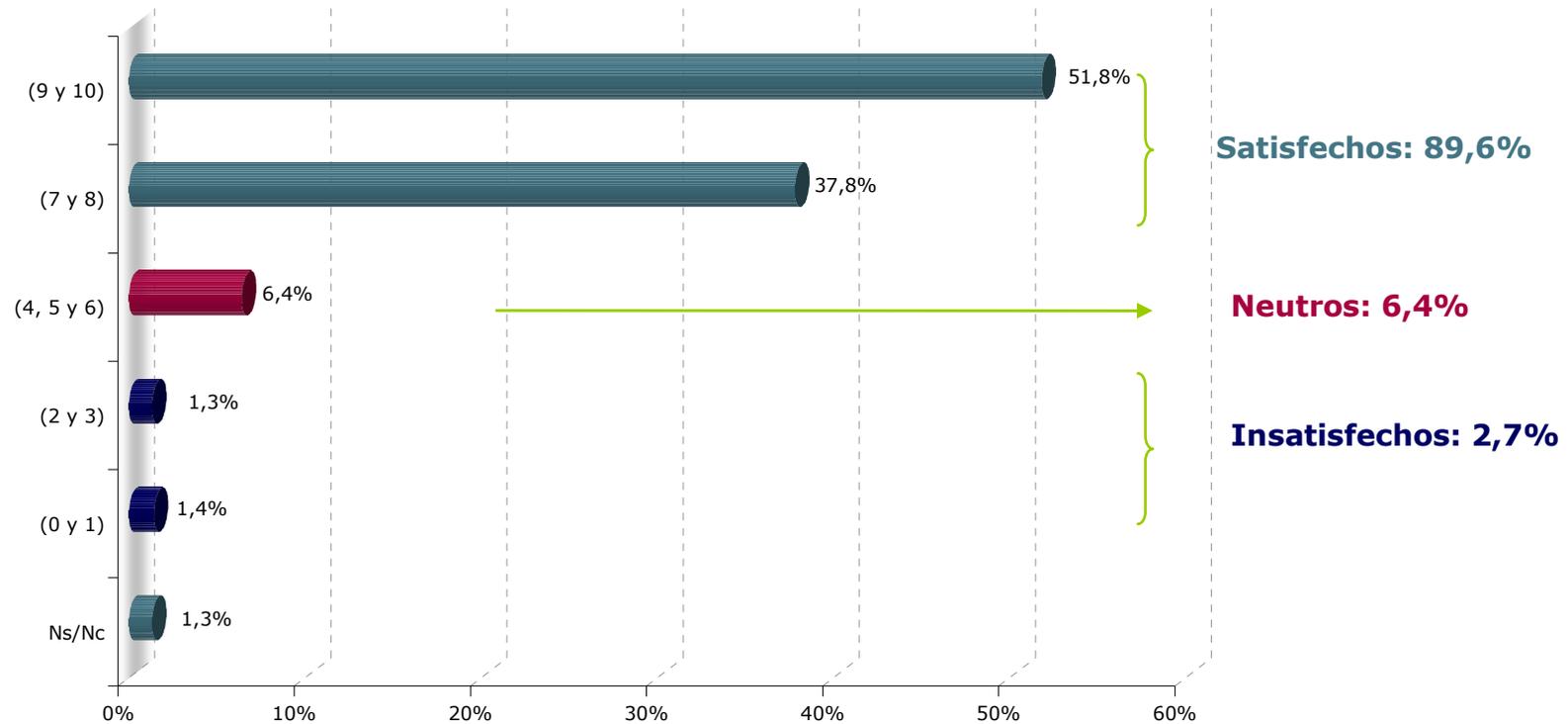
### Preparación del personal para desempeñar su trabajo



*La valoración media otorgada por los usuarios en relación a la preparación del personal para desempeñar su trabajo es de 8,27*

## Valoración del servicio recibido (escala de 0 a 10)

### Valoración de la eficacia del personal que le atendió



La valoración media otorgada por los usuarios en relación a la eficacia del personal que le atendió en las OAIC es de 8,31

Base:

Muestra TOTAL percepción 2009 (n=1069)

## Valoración del servicio recibido (escala de 0 a 10)

### Valoración del servicio recibido según OFICINA DE ATENCIÓN AL CONTRIBUYENTE (I)

ATRIBUTOS	TOTAL	ALCALÁ	SACRAMENTO	SANCHINARRO
<b>VALORACIÓN GLOBAL</b>	<b>8,19</b>	<b>8,24</b>	<b>8,17</b>	<b>8,06</b>
Accesibilidad a la oficina	<b>8,16</b>	8,27	8,02	8,10
Orden y limpieza de la oficina	<b>8,51</b>	8,43	8,51	8,77
Señalización de los paneles informativos	<b>8,09</b>	8,09	8,03	8,24
Horario de atención al público	<b>8,14</b>	8,24	8,15	7,80
Utilidad de la información recibida en el mostrador de información	<b>8,16</b>	8,25	8,07	8,04
Resolución de la gestión	<b>8,10</b>	8,11	8,11	8,00
Tiempo de espera para ser atendido	<b>8,00</b>	8,03	8,10	7,61

Base:

Muestra TOTAL percepción 2009 (n=1069)

Muestra percepción OAIC Alcalá 2009 (n= 429)

Muestra percepción OAIC Sacramento 2009 (n=354)

Muestra percepción OAIC Sanchinarro 2009 (n=286)

## Valoración del servicio recibido (escala de 0 a 10)

### Valoración del servicio recibido según OFICINA DE ATENCIÓN AL CONTRIBUYENTE (II)

ATRIBUTOS	TOTAL	ALCALÁ	SACRAMENTO	SANCHINARRO
<b>VALORACIÓN GLOBAL</b>	<b>8,19</b>	<b>8,24</b>	<b>8,17</b>	<b>8,06</b>
Confort durante el tiempo de espera	<b>8,09</b>	8,11	8,15	7,90
Tiempo empleado para resolver trámites u obtener información	<b>8,03</b>	8,15	7,92	7,91
Amabilidad y cortesía en el trato recibido	<b>8,30</b>	8,26	8,37	8,30
Explicaciones claras y sencillas por el personal que le atendió	<b>8,27</b>	8,26	8,31	8,18
Preparación del personal para desempeñar su trabajo	<b>8,27</b>	8,19	8,41	8,18
Eficacia del personal que le atendió	<b>8,31</b>	8,24	8,43	8,26

Base:

Muestra TOTAL percepción 2009 (n=1069)

Muestra percepción OAIC Alcalá 2009 (n= 429)

Muestra percepción OAIC Sacramento 2009 (n=354)

Muestra percepción OAIC Sanchinarro 2009 (n=286)

## Valoración del servicio recibido (escala de 0 a 10)

### Valoración del servicio recibido según GESTIÓN REALIZADA

El atributo mejor valorado entre los usuarios, independientemente del tipo de gestión, es el “orden y limpieza”. A partir del segundo atributo mejor valorado es donde puede haber diferencias. Por un lado, quienes acuden por PIC y/o Vehículos, es la “eficacia del personal que le atendió” (8,36 y 8,47 respectivamente); por otro lado, los usuarios/as que solicitan una gestión de ejecutiva y/o IBI/Catastro y/o Plusvalía es “la amabilidad y cortesía en el trato” (8,28 en los dos primeros casos y 8,44 en Plusvalía). En cambio, quienes acuden por otro tipo de gestión, es “la accesibilidad de la oficina” (8,23).

ATRIBUTOS	P.I.C.	EJECUTIVA	IBI/CATASTRO	PLUSVALIA	VEHÍCULOS	RESTO DE GESTIONES	NS/NC	TOTAL
<b>VALORACIÓN GLOBAL</b>	<b>8,39</b>	<b>8,07</b>	<b>8,29</b>	<b>8,11</b>	<b>8,40</b>	<b>8,05</b>	<b>8,15</b>	<b>8,19</b>
Accesibilidad a la oficina	8,33	8,08	8,24	8,12	8,19	8,23	8,53	<b>8,16</b>
Orden y limpieza de la oficina	8,37	8,51	8,54	8,55	8,54	8,48	8,59	<b>8,51</b>
Señalización de los paneles informativos	8,16	8,15	8,13	8,09	8,01	8,03	8,25	<b>8,09</b>
Horario de atención al público	7,93	8,09	8,20	8,18	8,16	8,18	8,48	<b>8,14</b>
Utilidad de la información recibida en el mostrador de información	8,33	8,08	8,20	8,15	8,12	8,18	7,97	<b>8,16</b>
Tiempo de espera para ser atendido	8,01	7,96	8,19	7,88	7,93	7,94	7,59	<b>8,00</b>
Confort durante el tiempo de espera	7,93	8,05	8,11	8,01	8,16	8,08	8,47	<b>8,09</b>
Tiempo empleado para resolver trámites/información	8,18	7,98	8,04	7,88	8,16	8,01	7,45	<b>8,03</b>
Amabilidad y cortesía en el trato recibido	8,17	8,28	8,28	8,44	8,43	8,12	8,57	<b>8,30</b>
Explicaciones claras y sencillas por el personal que le atendió	8,16	8,24	8,26	8,20	8,31	8,20	8,33	<b>8,27</b>
Preparación del personal para desempeñar su trabajo	8,19	8,20	8,16	8,25	8,42	8,19	8,30	<b>8,27</b>
Resolución de la gestión	8,29	7,77	8,09	8,18	8,42	8,22	8,19	<b>8,10</b>
Eficacia del personal que le atendió	8,36	8,27	8,25	8,31	8,47	8,18	8,41	<b>8,31</b>

## Valoración del servicio recibido (escala de 0 a 10)

### Valoración del servicio recibido según CARÁCTER DE LA VISITA REALIZADA

El atributo mejor valorado en el 2009 entre los usuarios, individual y profesional, es el “orden y limpieza”, que en ambos casos alcanza 8,51 puntos. En cambio, el segundo mejor valorado para el usuario que acude a título individual es la “eficacia del personal que le atendió” (8,35) y para el profesional, “la amabilidad y cortesía en el trato” (8,29).

ATRIBUTOS	TOTAL			A título individual			Profesional		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
<b>VALORACIÓN GLOBAL</b>	<b>8,44</b>	<b>8,51</b>	<b>8,19</b>	8,52	8,54	8,21	8,21	8,40	8,05
Accesibilidad a la oficina	–	<b>8,36</b>	<b>8,16</b>	–	8,39	8,16	–	8,27	8,15
Orden y limpieza de la oficina	<b>8,90</b>	<b>8,90</b>	<b>8,51</b>	8,90	8,92	8,51	8,89	8,81	8,51
Señalización de los paneles informativos	<b>8,60</b>	<b>8,47</b>	<b>8,09</b>	8,60	8,47	8,08	8,60	8,43	8,12
Horario de atención al público	<b>8,65</b>	<b>8,48</b>	<b>8,14</b>	8,69	8,52	8,14	8,51	8,33	8,18
Utilidad de la información recibida en el mostrador de información	<b>8,80</b>	<b>8,67</b>	<b>8,16</b>	8,77	8,70	8,17	8,92	8,56	8,09
Tiempo de espera para ser atendido	<b>8,55</b>	<b>8,65</b>	<b>8,00</b>	8,64	8,74	8,05	8,27	8,29	7,72
Confort durante el tiempo de espera	<b>8,63</b>	<b>8,51</b>	<b>8,09</b>	8,69	8,57	8,11	8,46	8,29	8,03
Tiempo empleado para resolver trámites u obtener información	<b>9,01</b>	<b>8,58</b>	<b>8,03</b>	8,79	8,62	8,09	9,68	8,43	7,70
Amabilidad y cortesía en el trato recibido	<b>8,79</b>	<b>8,81</b>	<b>8,30</b>	8,82	8,85	8,31	8,71	8,67	8,29
Explicaciones claras y sencillas por el personal que le atendió	<b>8,69</b>	<b>8,71</b>	<b>8,27</b>	8,74	8,73	8,31	8,55	8,61	8,03
Preparación del personal para desempeñar su trabajo	<b>8,71</b>	<b>8,74</b>	<b>8,27</b>	8,85	8,80	8,32	8,31	8,51	7,99
Resolución de la gestión	–	–	<b>8,10</b>	–	–	8,08	–	–	8,16
Eficacia del personal que le atendió	–	<b>8,75</b>	<b>8,31</b>	–	8,76	8,35	–	8,71	8,10

Base:

Muestra TOTAL percepción 2007 (n=336)

Muestra TOTAL percepción 2008 (n=959)

Muestra TOTAL percepción 2009 (n=1069)

## Valoración del servicio recibido (escala de 0 a 10)

### Valoración del servicio recibido según el PERFIL DEL CLIENTE- SEXO

Las mujeres valoran más por encima que los hombres los distintos atributos. El atributo mejor valorado en el 2009 en ambos casos es el "orden y limpieza", (hombre: 8,41 y mujer: 8,51). El segundo mejor valorado para el hombre es la "eficacia del personal que le atendió" (8,28) mientras que para la mujer es "la amabilidad y cortesía en el trato" (8,41).

ATRIBUTOS	TOTAL			SEXO					
				HOMBRES			MUJERES		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
<b>VALORACIÓN GLOBAL</b>	<b>8,44</b>	<b>8,51</b>	<b>8,19</b>	<b>8,39</b>	<b>8,42</b>	<b>8,07</b>	<b>8,51</b>	<b>8,63</b>	<b>8,35</b>
Accesibilidad a la oficina	–	<b>8,36</b>	<b>8,16</b>	–	8,28	8,05	–	8,47	8,30
Orden y limpieza de la oficina	<b>8,90</b>	<b>8,90</b>	<b>8,51</b>	8,84	8,83	8,41	8,98	8,99	8,64
Señalización de los paneles informativos	<b>8,60</b>	<b>8,47</b>	<b>8,09</b>	8,54	8,40	8,05	8,69	8,55	8,14
Horario de atención al público	<b>8,65</b>	<b>8,48</b>	<b>8,14</b>	8,64	8,46	8,06	8,66	8,51	8,26
Utilidad de la información recibida en el mostrador de información	<b>8,80</b>	<b>8,67</b>	<b>8,16</b>	8,75	8,64	8,04	8,88	8,72	8,31
Tiempo de espera para ser atendido	<b>8,55</b>	<b>8,65</b>	<b>8,00</b>	8,50	8,60	7,88	8,61	8,72	8,15
Confort durante el tiempo de espera	<b>8,63</b>	<b>8,51</b>	<b>8,09</b>	8,60	8,41	8,01	8,66	8,63	8,20
Tiempo empleado para resolver trámites u obtener información	<b>9,01</b>	<b>8,58</b>	<b>8,03</b>	9,23	8,52	7,96	8,70	8,66	8,12
Amabilidad y cortesía en el trato recibido	<b>8,79</b>	<b>8,81</b>	<b>8,30</b>	8,60	8,75	8,23	8,78	8,89	8,41
Explicaciones claras y sencillas por el personal que le atendió	<b>8,69</b>	<b>8,71</b>	<b>8,27</b>	8,69	8,65	8,21	8,69	8,78	8,35
Preparación del personal para desempeñar su trabajo	<b>8,71</b>	<b>8,74</b>	<b>8,27</b>	8,73	8,67	8,26	8,69	8,83	8,27
Resolución de la gestión	–	–	<b>8,10</b>	–	–	7,96	–	–	8,27
Eficacia del personal que le atendió	–	<b>8,75</b>	<b>8,31</b>	–	8,67	8,28	–	8,85	8,34

Base:

Muestra TOTAL percepción 2007 (n=336)

Muestra TOTAL percepción 2008 (n=959)

Muestra TOTAL percepción 2009 (n=1069)

## Valoración del servicio recibido (escala de 0 a 10)

### Valoración del servicio recibido según PERFIL DEL CLIENTE- EDAD

El atributo mejor valorado en el 2009 en todos los tramos de edad es el "orden y limpieza". En cambio, el segundo mejor valorado difiere según los tramos: de 18-29 años es la "eficacia del personal que le atendió" (8,44), de 30-44 años "las explicaciones claras y sencillas por el personal" (8,31), de 45-64 años tanto "la preparación para desempeñar su trabajo y la eficacia del personal" que en ambos casos puntúan con 8,24 puntos, y entre los usuarios/as de 65 y más años, "el orden y limpieza de la oficina" (8,56).

ATRIBUTOS	TOTAL		EDAD							
			18-29 años		30-44 años		45-64 años		65 y más	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009
<b>VALORACIÓN GLOBAL</b>	<b>8,51</b>	<b>8,19</b>	8,40	8,28	8,43	8,10	8,61	8,14	8,57	8,41
Accesibilidad a la oficina	<b>8,36</b>	<b>8,16</b>	8,22	8,18	8,40	8,20	8,36	7,93	8,39	8,56
Orden y limpieza de la oficina	<b>8,90</b>	<b>8,51</b>	8,85	8,55	8,94	8,48	8,82	8,40	9,04	8,78
Señalización de los paneles informativos	<b>8,47</b>	<b>8,09</b>	8,54	7,96	8,52	8,09	8,41	8,05	8,40	8,29
Horario de atención al público	<b>8,48</b>	<b>8,14</b>	8,41	8,21	8,28	7,97	8,61	8,18	8,67	8,42
Utilidad de la información recibida en el mostrador de información	<b>8,67</b>	<b>8,16</b>	8,71	8,17	8,59	8,08	8,67	8,07	8,85	8,50
Tiempo de espera para ser atendido	<b>8,65</b>	<b>8,00</b>	8,46	7,97	8,67	7,94	8,63	7,94	8,79	8,29
Confort durante el tiempo de espera	<b>8,51</b>	<b>8,09</b>	8,43	8,16	8,51	8,05	8,45	8,03	8,71	8,29
Tiempo empleado para resolver trámites u obtener información	<b>8,58</b>	<b>8,03</b>	8,62	8,04	8,51	7,93	8,57	8,04	8,75	8,24
Amabilidad y cortesía en el trato recibido	<b>8,81</b>	<b>8,30</b>	8,67	8,41	8,82	8,31	8,80	8,22	8,92	8,34
Explicaciones claras y sencillas por el personal que le atendió	<b>8,71</b>	<b>8,27</b>	8,62	8,30	8,63	8,26	8,77	8,23	8,81	8,33
Preparación del personal para desempeñar su trabajo	<b>8,74</b>	<b>8,27</b>	8,75	8,32	8,62	8,23	8,83	8,24	8,81	8,33
Resolución de la gestión	–	<b>8,10</b>	–	8,27	–	8,00	–	8,11	–	8,08
Eficacia del personal que le atendió	<b>8,75</b>	<b>8,31</b>	8,75	8,44	8,68	8,26	8,78	8,24	8,82	8,41

Base:

Muestra TOTAL percepción 2008 (n=959)

Muestra TOTAL percepción 2009 (n=1069)

## Valoración del servicio recibido

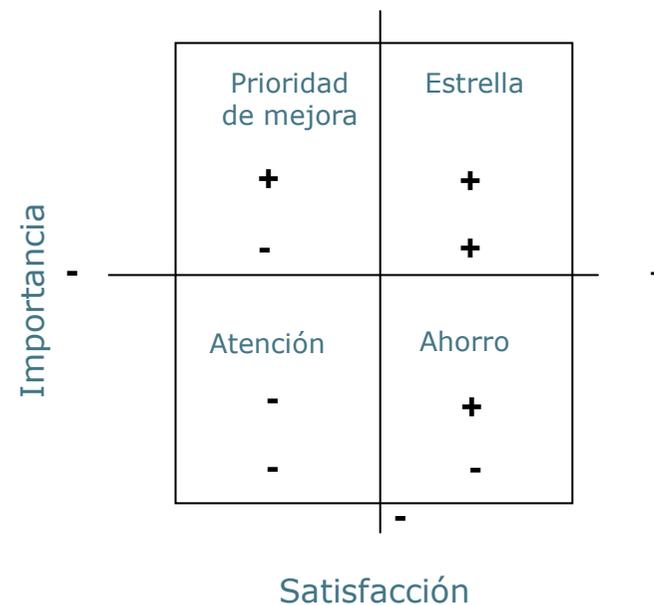
### Análisis multidimensional

**Objetivo 1:** resumir las variables de los distintos atributos relacionados con la valoración del servicio que presta la OAIC en factores, con la mínima pérdida de información.

**Objetivo 2:** explicar la valoración de la satisfacción general del funcionamiento de la OAIC en función de estos nuevos factores e identificar que importancia tiene cada uno.

A continuación, se posicionan los *factores de prestación de servicio* en torno a dos ejes conceptuales.

- El nivel de satisfacción de los usuarios con los distintos factores valorados del servicio, a partir de las valoraciones obtenidas para cada atributo en el cuestionario.
- La importancia de los factores en cuanto a la capacidad explicativa de la satisfacción global con el funcionamiento general de las OAIC.



## Valoración del servicio recibido

### Análisis multidimensional

FACTORES	ATRIBUTOS
Servicio	Preparación del personal para desempeñar su trabajo
	Eficacia del personal que le atendió
	Explicaciones claras y sencillas por parte del personal que le atendió
	Amabilidad y cortesía en el trato recibido
	Tiempo empleado para resolver trámites u obtener información
Espera	Confort de las instalaciones (cómoda, funcional y garantiza la intimidad)
	Tiempo de espera para ser atendido en la gestión
Identificación	Señalización de los paneles informativos
	Identificación del logotipo con la OAIC
Decoración	Paneles decorativos de las paredes
Bienestar	Temperatura
	Orden y limpieza de la oficina
Acceso	Accesibilidad a la oficina
	Utilidad de la información recibida en el mostrador de información
Horario	Horario de atención al público
Resolución	Satisfacción con la resolución

## Valoración del servicio recibido

### Análisis multidimensional

Cálculo de las puntuaciones de los factores y su importancia sobre la satisfacción global

Fiabilidad del análisis:

- R: 0,845
- R-Ajustado: 0,713

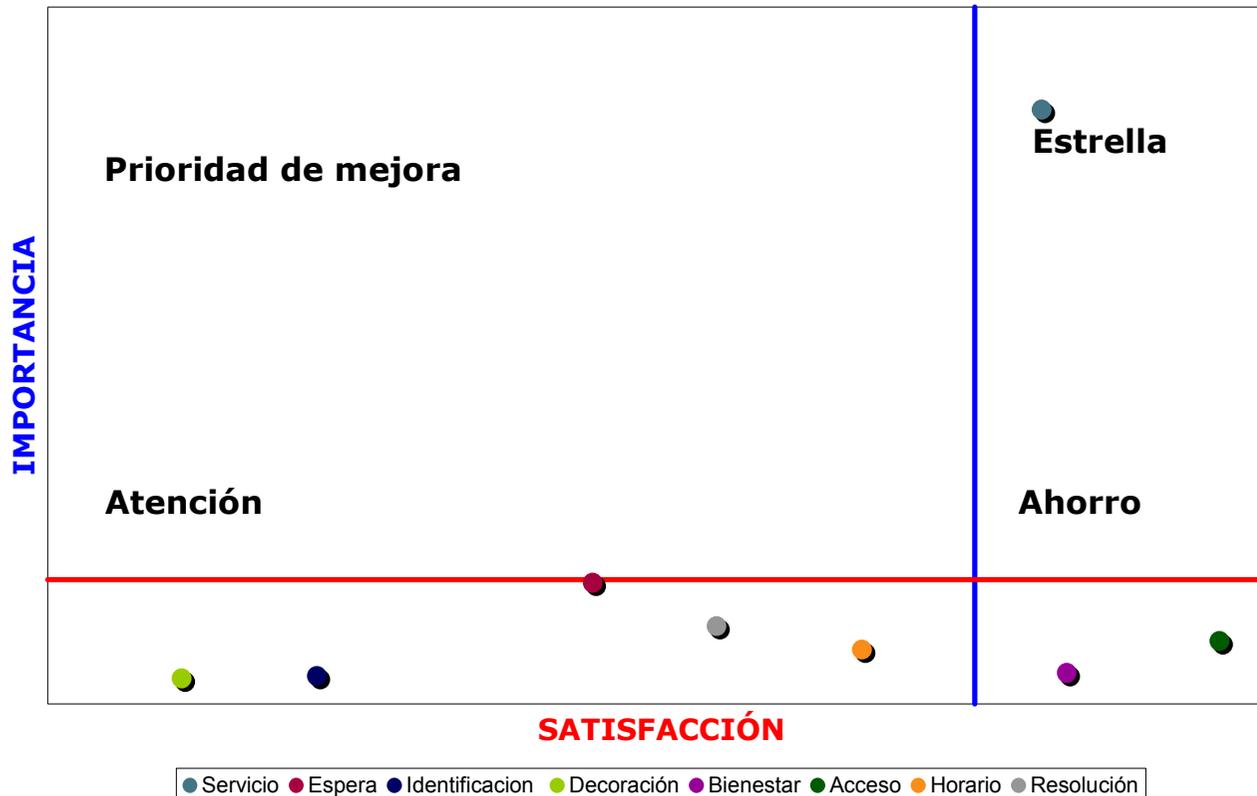
	SATISFACCIÓN MEDIA CON EL FUNCIONAMIENTO DE LA OAIC	IMPORTANCIA EN LA SATISFACCIÓN GLOBAL CON EL FUNCIONAMIENTO DE LA OAIC
Servicio	8,21	59,7%
Espera	8,05	12,2%
Resolución	8,10	7,8%
Acceso	8,28	6,3%
Horario	8,15	5,5%
Bienestar	8,22	3,1%
Identificación	7,95	2,8%
Decoración	7,90	2,6%

## Valoración del servicio recibido

### MATRIZ IMPACTO-SATISFACCIÓN

La valoración del servicio recibido a través de la matriz de impacto-satisfacción revela que el **factor “servicio” explica en gran proporción (59,7%) la satisfacción general con el funcionamiento de la OAIC**, compuesto por los atributos que intervienen en el proceso de la gestión: preparación, eficacia y amabilidad del personal, explicaciones claras y sencillas y tiempo empleado en la resolución.

Así mismo, hay que destacar un **segundo factor**, que se encuentra en el área de atención, pero que **explica un 12,2%** la satisfacción global, denominado **“espera”**, que agrupa los atributos presentes desde el momento que se tiene número y se es atendido, es decir, el confort de la sala y el tiempo de espera hasta ser atendido.



#### Prioridad de mejora:

No se detecta ningún factor que tenga una alta importancia y que influya directamente sobre la satisfacción general con el funcionamiento de la OAIC.

#### Atención:

Estos factores, a excepción de la “espera”, explican o aportan menos significativamente a la satisfacción global. No obstante, sería conveniente vigilar sus puntuaciones puesto que si aumentase su peso o importancia, la satisfacción global disminuiría.

Y en relación a la “espera” es el segundo factor mas importante para explicar el buen funcionamiento general de las OAIC pero está valorado por debajo de la media, por lo que sería conveniente potenciarlo para aumentar su valoración.

#### Ahorro:

Estos factores están valoradas por encima de la satisfacción media general pero no afecta en gran medida sobre ella.

#### Estrella:

El factor “servicio” es la que más importancia tiene o ayuda a explicar la satisfacción general con el funcionamiento de la OAIC. Es el punto fuerte de la OAIC.

## **A. SATISFACCION DEL USUARIO**

I. Conclusiones y recomendaciones

### **II. Resultados Obtenidos**

1. Valoración del servicio recibido

#### **2. Definición de calidad**

3. El usuario/a de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

4. Los servicios de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

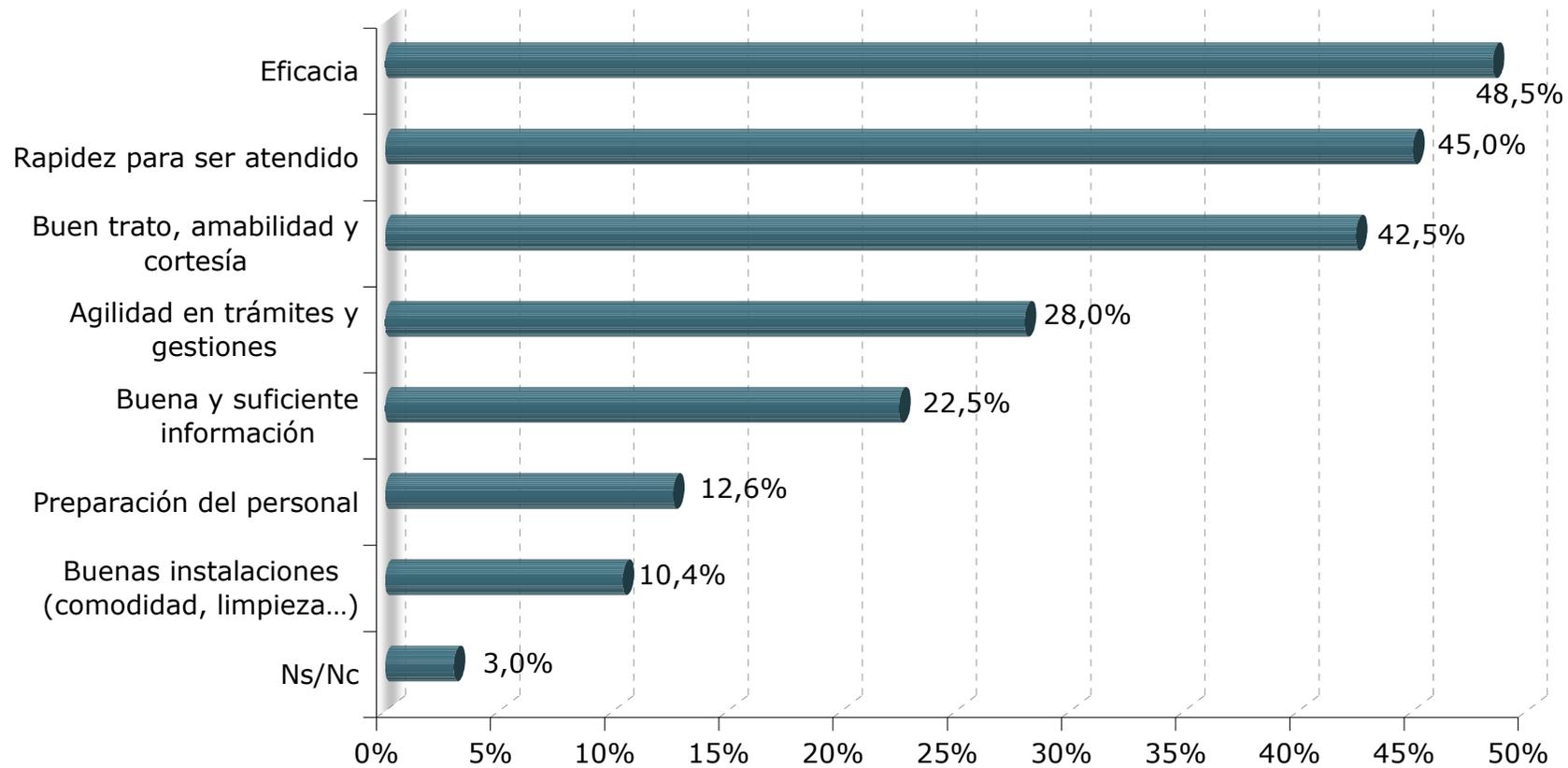
III. Brecha (Percepción-Expectativas)

## Principales resultados: Definición de calidad

- ❑ El bloque correspondiente a la **definición de calidad**, las personas encuestadas identifican los aspectos que definen la calidad del servicio recibido en las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente. En este caso, los tres aspectos más mencionados son: **la eficacia (48,5%), la rapidez para ser atendido (45,0%) y el buen trato, amabilidad y cortesía por parte del personal que atiende (42,5%)**. Este orden cambia según las oficinas: **Alcalá**: "rapidez" (54,6%), "eficacia" (53,1%) y "buen trato" (49,6%); **Sanchinarro**: "rapidez" (41,4%), "buen trato" (35,6%) y "eficacia" (31,2%) y **Sacramento**: "eficacia" (49,5%), "buen trato" (35,5%) y "rapidez" (32,9%).
- ❑ Dentro de la **evolución de los atributos** que **definen la calidad** del servicio, en los últimos años ha experimentado un **aumento la eficacia** (del 35,3% en el año 2007 al 48,5% en el año 2009) y en cambio **una disminución la rapidez para ser atendido y el trato y amabilidad** (de 52,5% y 53,1% en el año 2008 respectivamente al 45,0 % y 42,5% en el año 2009 respectivamente).
- ❑ Las personas que van a recibir el servicio, mencionan más los atributos de rapidez para ser atendido y el buen trato, amabilidad y cortesía, que las personas que han recibido el servicio (47,2% frente al 44,3% en **la rapidez para ser atendido y** 43,3% frente al 42,3% **el buen trato, amabilidad y cortesía**), por lo tanto son los **atributos que no han sido satisfactorios o de calidad**.
- ❑ **La eficacia** ha sido destacada por quienes han realizado una gestión ejecutiva (50,5%) como el **principal atributo** que **define la calidad del servicio**.

## Definición de calidad

### DEMANDAS DE CALIDAD: Atributos que definen la calidad del servicio según usuarios

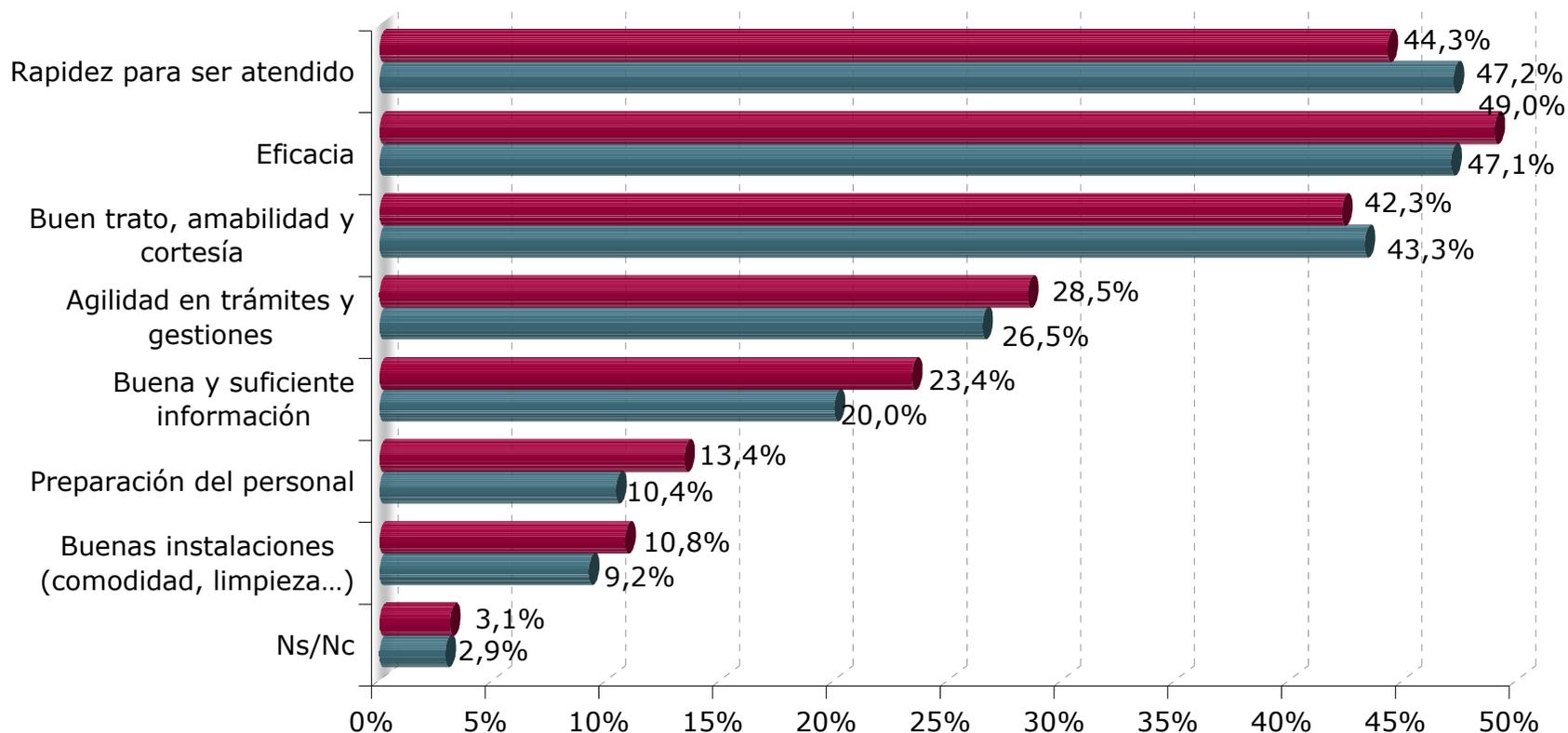


Base:

Muestra percepción + expectativas TOTAL 2009 (n=1426)

## Definición de calidad

### DEMANDAS DE CALIDAD: Atributos que definen la calidad del servicio según los usuarios



Base:

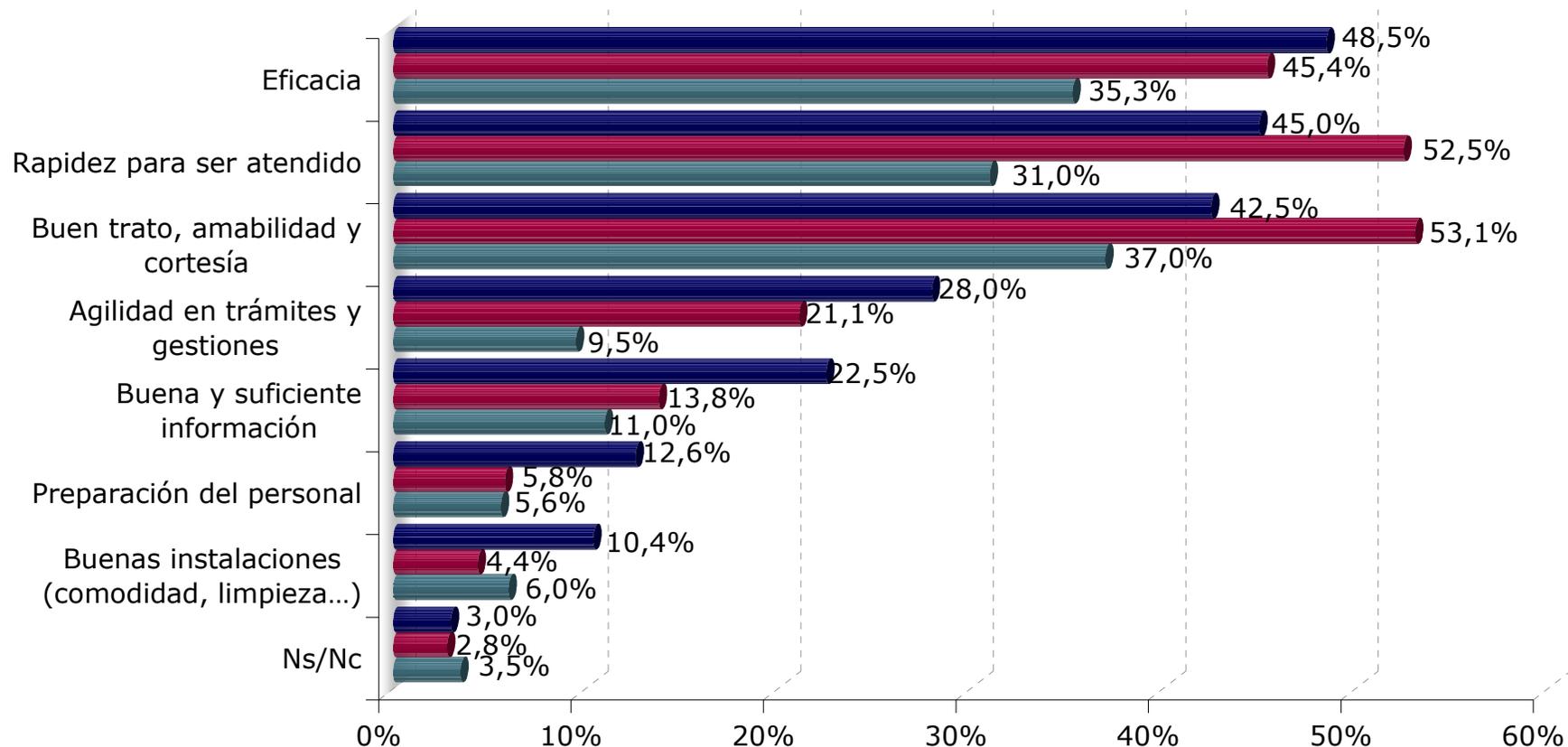
Muestra percepción TOTAL 2009 (n=1069)

Muestra expectativas TOTAL 2009 (n=357)

■ Entrada ■ Salida

## Definición de calidad

### DEMANDAS DE CALIDAD: Atributos que definen la calidad del servicio según los usuarios



Base:

Muestra percepción + expectativas 2007 (n=484)

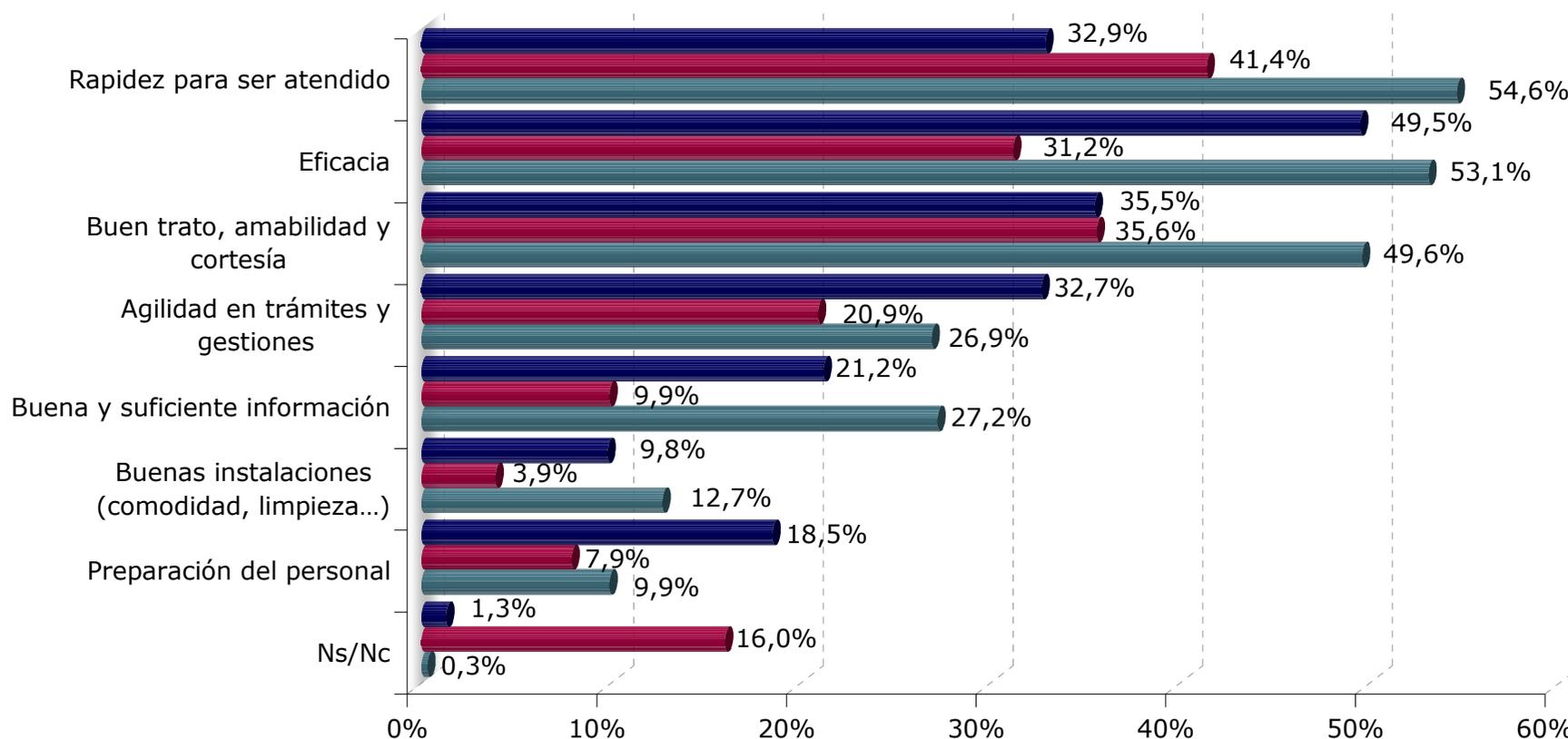
Muestra percepción + expectativas 2008 (n=1224)

Muestra percepción + expectativas 2009 (n=1426)

■ 2007 ■ 2008 ■ 2009

## Definición de calidad

### DEMANDAS DE CALIDAD: Atributos que definen la calidad del servicio según los usuarios



Base:

Muestra percepción + expectativas OAIC Alcalá 2009 (n=573)

Muestra percepción + expectativas OAIC Sacramento 2009 (n=471)

Muestra percepción + expectativas OAIC Sanchinarro 2009 (n=382)

■ Alcalá ■ Sanchinarro ■ Sacramento

## Definición de calidad

### DEMANDAS DE CALIDAD: Atributos que definen la calidad del servicio

	TOTAL	P.I.C.	Ejecutiva	IBI/Catastro	Plusvalía	Vehículos	Resto de gestiones	Ns/Nc
Buen trato, amabilidad y cortesía	<b>42,5%</b>	58,0%	39,8%	39,4%	40,7%	39,5%	49,6%	60,9%
Eficacia	<b>48,5%</b>	47,0%	50,5%	49,2%	45,5%	44,3%	48,7%	37,3%
Rapidez para ser atendido	<b>45,0%</b>	48,9%	43,0%	42,5%	45,3%	47,9%	48,9%	32,1%
Buena y suficiente información	<b>22,5%</b>	35,9%	19,9%	26,2%	27,6%	15,4%	25,3%	18,2%
Agilidad en trámites y gestiones	<b>28,0%</b>	17,9%	29,7%	25,8%	27,6%	28,5%	30,2%	29,4%
Buenas instalaciones (comodidad, limpieza...)	<b>10,4%</b>	2,7%	8,9%	12,8%	9,4%	8,6%	15,7%	6,1%
Preparación del personal	<b>12,6%</b>	10,3%	13,2%	14,7%	17,8%	8,2%	11,1%	6,1%
Ns/Nc	<b>3,0%</b>	0,0%	3,5%	3,1%	1,2%	5,6%	1,5%	2,7%

Base:

Muestra percepción + expectativas TOTAL 2009 (n=1426)

Muestra percepción + expectativas PIC 2009 (n=36)

Muestra percepción + expectativas Ejecutiva 2009 (n=502)

Muestra percepción + expectativas IBI/Catastro 2009 (n=272)

Muestra percepción + expectativas Plusvalía 2009 (n=175)

Muestra percepción + expectativas Vehículos 2009 (n=247)

Muestra percepción + expectativas Resto de gestiones 2009 (n=233)

Muestra percepción + expectativas Ns/Nc 2009 (n=20)

## Definición de calidad

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

	Total	A título individual	Profesional
Buen trato, amabilidad y cortesía	<b>42,5%</b>	43,2%	38,7%
Eficacia	<b>48,5%</b>	48,2%	50,4%
Rapidez para ser atendido	<b>45,0%</b>	44,7%	46,8%
Buena y suficiente información	<b>22,5%</b>	22,8%	21,2%
Agilidad en trámites y gestiones	<b>28,0%</b>	27,2%	32,5%
Buenas instalaciones (comodidad, limpieza...)	<b>10,4%</b>	10,3%	10,7%
Preparación del personal	<b>12,6%</b>	12,6%	12,9%
Ns/Nc	<b>3,0%</b>	3,3%	1,5%

Base:

Muestra percepción + expectativas TOTAL 2009 (n=1426)

Muestra percepción + expectativas a título individual 2009 (n=1214)

Muestra percepción + expectativas profesional 2009 (n=212)

## **A. SATISFACCION DEL USUARIO**

I. Conclusiones y recomendaciones

### **II. Resultados Obtenidos**

1. Valoración del servicio recibido

2. Definición de calidad

**3. El usuario/a de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente**

4. Los servicios de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

III. Brecha (Percepción-Expectativas)

## Principales resultados: El usuario/a de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

- ❑ La **gestión más atendida es la ejecutiva en un 33,7%**, seguida a distancia, de **IBI/Catastro** e Impuesto de vehículos (**IVTM**) (19,3% y 16,2% respectivamente).
- ❑ En relación a las **gestiones relacionadas con ejecutiva ha aumentado respecto al año 2008** (de 2,3% en el año 2008 al 33,7% en el año 2009). Este cambio, tiene que ver con el cierre el 1 de septiembre de 2008 de la oficina de Raimundo Fernández Villaverde que prestaba dicho servicio y ha sido incorporado de manera exclusiva en las distintas OAIC.
- ❑ Dentro de ejecutiva se desglosa por un lado, **multas (27,1%)** y por otro **tributos (6,6%)**. En concreto, el de multas que es el que registra un alto porcentaje, que es superado en las oficinas de Sanchinarro y Sacramento (33,0% y 35,5% respectivamente).
- ❑ Entre las gestiones atendidas, **el 83,1% de los casos se resuelve**, aumentando el porcentaje obtenido en el 2008 (80,0%). **Alcalá** es la oficina que **supera el porcentaje total (88,1%)**.

## Principales resultados: El usuario/a de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

- ❑ **Los motivos** por los que **no ha sido resuelta la gestión** son: **la falta de documentación, papeles, impresos y fotocopias (5,2%)**, que **la tramitación es en otro organismo (5,1%)** y que es una **tramitación/gestión larga en el tiempo (2,4%)**.
- ❑ Entre quienes acuden a la oficina de Alcalá mencionan más la falta de documentación papeles, impresos y fotocopias (5,6%) y en cambio, quienes visitan las de Sanchinarro y Sacramento, la tramitación es en otro organismo (7,4% y 7,9% respectivamente).
- ❑ En cuanto al **tipo de usuario, el particular sigue aumentando frente al profesional (84,4% frente al 15,6% respectivamente)** en relación a los últimos años.
- ❑ Para más de la mitad de las personas contribuyentes, **es la primera vez que visita la OAIC (52,7%)**. **Alcalá** es la oficina que más frecuencia de visitas recibe **(7,0% varias veces a la semana)** frente al 3,1% en Sanchinarro ó el 2,3% de Sacramento.

## Principales resultados: El usuario/a de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

### El perfil del cliente responde a las siguientes características según los marginales:

- ❑ El **57,3% de los usuarios son hombres**, siendo en Sanchinarro mayor la proporción (64,7%).
- ❑ El **38,5% tiene entre 30-44 años y el 32,1% entre 45 y 64 años**. Las oficinas de Alcalá y Sacramento destacan entre la población usuaria mayor de 65 años (15,9% y 11,0% respectivamente) y en cambio Sanchinarro, más de la mitad de sus usuarios, tienen entre 30-44 años (50,2%).
- ❑ Destaca el usuario/a con un **nivel de estudios superiores** (diplomados, universitarios) (**43,3%**), superándolo las oficinas de Sanchinarro y Alcalá (53,4% y 47,6% respectivamente).
- ❑ Aunque el contribuyente sigue siendo principalmente de **nacionalidad española (87,4%)**, se duplica las visitas a la OAIC de personas de otra nacionalidad en relación al año 2008 (12,6% frente a 5,2%). La oficina de Sacramento es la que más personas de otra nacionalidad recibe (16,3%) junto a la de Alcalá (11,0%).
- ❑ En cuanto a la ocupación actual de la persona, el **69,1% se encuentra trabajando**, aunque Sanchinarro alcanza 74,6%. En cambio, los contribuyentes jubilados, acuden más a la oficina de Alcalá (14,5%).

## El usuario/a de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

### LA VISITA DEL USUARIO/A: Finalidad de la gestión (2008-2009)

	2008	2009
IBI/Catastro	24,6%	19,3%
Plusvalía compra-venta	23,4%	7,0%
Plusvalías herencias	11,7%	6,8%
Impuesto de vehículos (IVTM)	15,4%	16,2%
Registro	5,9%	7,1%
Punto de información Catastral (PIC)	5,6%	2,8%
Información tributaria general	4,1%	4,2%
Impuesto de Actividades Económicas (IAE)	3,0%	2,4%
Recaudación ejecutiva	2,3%	33,7%
Domiciliaciones	1,8%	2,5%
Tasa de residuos	—	1,7%
Otros	7,7%	1,1%
Ns/Nc	0,1%	1,4%

Base:

Muestra percepción + expectativas 2008 (n=1224)

Muestra percepción + expectativas 2009 (n=1426)

## El usuario/a de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

### LA VISITA DEL USUARIO/A: Finalidad de la gestión por OAIC

	TOTAL	ALCALÁ	SACRAMENTO	SANCHINARRO
Información tributaria general	4,2%	4,9%	4,5%	1,3%
Domiciliaciones	2,5%	3,7%	1,5%	0,8%
Registro	7,1%	9,8%	5,5%	1,6%
Punto de Información Catastral (PIC)	2,8%	3,8%	0,0%	1,3%
Impuesto de Actividades Económicas (IAE)	2,4%	2,6%	2,5%	1,0%
Impuesto sobre Bienes Inmuebles (IBI)/Catastro	19,3%	22,2%	17,2%	19,1%
Recaudación ejecutiva (multas)	27,1%	19,5%	35,5%	33,0%
Recaudación ejecutiva (tributos)	6,6%	7,0%	4,9%	9,4%
Plusvalía compra-venta	7,0%	7,5%	6,6%	6,0%
Plusvalía herencias	6,8%	9,1%	4,9%	3,9%
Impuesto de vehículos (IVTM)	16,2%	13,1%	17,6%	23,3%
Tasa de residuos	1,7%	1,7%	2,1%	0,5%
Otros	1,1%	0,7%	1,7%	1,0%
Ns/Nc	1,4%	1,7%	1,1%	1,3%

Base:

Muestra percepción + expectativas OAIC Alcalá 2009 (n=573)

Muestra percepción + expectativas OAIC Sacramento 2009 (n=471)

Muestra percepción + expectativas OAIC Sanchinarro 2009 (n=382)

## El usuario/a de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

### LA VISITA DEL USUARIO/A: Finalidad de la gestión por Perfil sociodemográfico (I)

TIPO DE GESTIÓN	NIVEL ESTUDIOS				NACIONALIDAD		TOTAL
	Sin estudios y primarios	EGB, Bachiller Elemental, ESO y F.P.1	BUP, Bachiller Superior, Bachillerato y F.P.2	Estudios Superiores (diplomados, licenciados)	Española	Otra nacionalidad	
Ejecutiva (multas)	32,8%	32,1%	26,9%	21,2%	23,9%	37,9%	25,6%
Ejecutiva (tributos)	4,8%	5,5%	8,4%	5,1%	6,3%	6,1%	6,2%
IBI/Catastro	27,3%	15,4%	14,8%	21,6%	18,8%	15,9%	18,5%
Plusvalía	0,0%	9,0%	13,5%	14,2%	13,4%	4,8%	12,4%
Vehículos	11,3%	18,7%	17,0%	13,5%	14,9%	19,9%	15,5%

TIPO DE GESTIÓN	SITUACIÓN ACTUAL						TIPO USUARIO		TOTAL
	Trabajando	Parado	Estudiante	Ama de casa	Jubilado	Otra situación	Particular	Profesional	
Ejecutiva (multas)	25,5%	37,6%	45,1%	20,6%	16,5%	16,9%	28,0%	13,7%	25,6%
Ejecutiva (tributos)	6,6%	5,1%	4,6%	2,3%	7,1%	6,9%	6,4%	5,3%	6,2%
IBI/Catastro	17,6%	17,6%	5,2%	25,2%	21,9%	28,0%	19,5%	13,2%	18,5%
Plusvalía	12,9%	8,7%	0,0%	14,3%	11,8%	21,1%	10,1%	23,8%	12,4%
Vehículos	16,1%	16,2%	29,6%	11,5%	12,0%	12,9%	15,7%	14,7%	15,5%

TIPO DE GESTIÓN	SEXO		EDAD				TOTAL
	Hombre	Mujer	18-29	30-44	45-64	65 y más	
Ejecutiva (multas)	26,8%	23,7%	37,4%	27,6%	20,2%	17,6%	25,6%
Ejecutiva (tributos)	6,3%	6,2%	4,6%	6,7%	7,4%	4,1%	6,2%
IBI/Catastro	16,3%	21,4%	13,0%	19,4%	19,5%	20,4%	18,5%
Plusvalía	11,9%	12,9%	10,8%	10,5%	15,5%	12,5%	12,4%
Vehículos	17,2%	13,3%	17,3%	17,5%	14,2%	10,8%	15,5%

Base:

Muestra percepción + expectativas 2009 (n=1426)

## El usuario/a de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

### LA VISITA DEL USUARIO/A: Finalidad de la gestión por Perfil sociodemográfico (II)

El **perfil del usuario/a** según el tipo de gestión se caracteriza por:

- ❑ Aquellos que acuden a la OAIC para una **gestión de ejecutiva multas** son más hombres (26,8%) que mujeres (23,7%), jóvenes de 18-29 años (37,4%), con nivel de estudios, sin estudios primarios o primarios (32,8%), EGB, Bachiller Elemental, ESO y FP1 (32,1%). Además son personas de otra nacionalidad (37,9%) y según su situación actual, se encuentran paradas (37,6%) ó son estudiantes (45,1%). Predomina el usuario particular(28,0%) frente al profesional (13,7%).
- ❑ Quienes realizan una **gestión de ejecutiva (tributos)** lo hace en una proporción similar los hombres y mujeres (6,3% y 6,2% respectivamente), entre 45-64 años (7,4%), con nivel de estudios, BUP, Bachiller Superior, Bachillerato y FP.2 (8,4%), tanto españoles (6,3%) como de otra nacionalidad (6,1%) y según su situación actual, destaca los jubilados (7,1%), se encuentran en otra situación (6,9%) y trabajando (6,6%). No hay diferencias a destacar entre quienes van por particular o profesional.

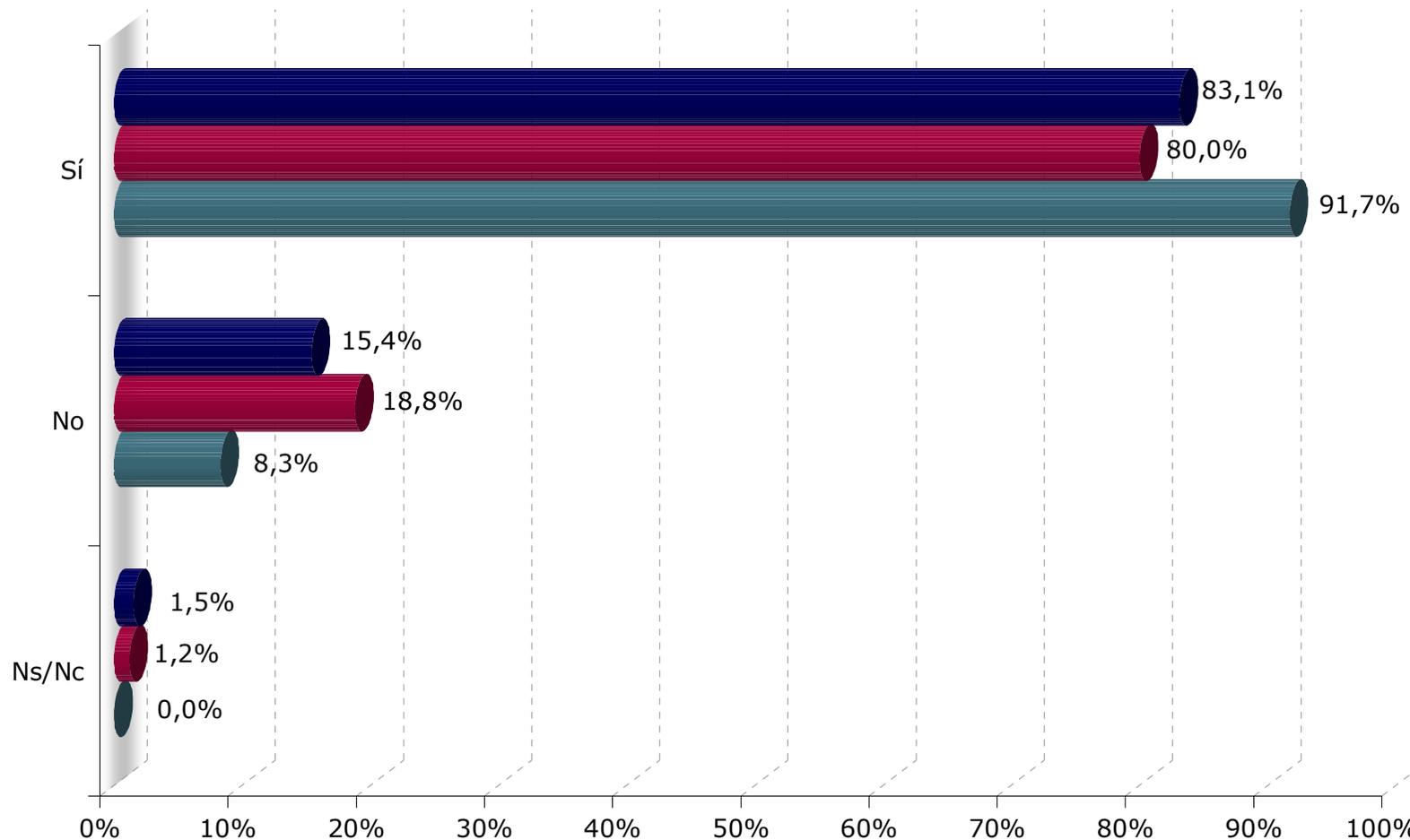
## El usuario/a de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

### LA VISITA DEL USUARIO/A: Finalidad de la gestión por Perfil sociodemográfico (III)

- ❑ Los usuarios que acuden por **gestiones de IBI/catastro** lo hace en mayor proporción las mujeres (21,4%) frente a los hombres (16,3%), personas a partir de los 30 años, con un nivel de estudios, sin estudios primarios o primarios (27,3%), más españoles (18,8%) que de otra nacionalidad (15,9%) y según su situación actual, destaca las personas que son amas de casa (25,2%) y quienes se encuentran en otra situación (28,0%). Acude en mayor medida el usuario particular (19,5%).
- ❑ Aquellos que acuden a la OAIC para gestionar una **plusvalía** lo hace en similar proporción los hombres y mujeres (11,9% y 12,9% respectivamente), entre 45-64 años (15,5%), con nivel de estudios superiores (diplomados y licenciados) (14,2%), mayoritariamente españoles (13,4%) en relación a los de otra nacionalidad (4,8%) y según su situación actual, destaca quienes están en otra situación (21,1%). Son en mayor proporción profesionales (23,8%).
- ❑ Quienes vienen a la OAIC para una gestión relacionada con **vehículos**, son más hombres que mujeres (17,2% y 13,3% respectivamente), entre 18-29 años (17,3%) y 30-44 años (17,5%), con nivel de estudios EGB, Bachiller Elemental, ESO y FP1 (18,7%) y BUP, Bachiller Superior, Bachillerato y FP.2 (17,0%), de otra nacionalidad (19,9%) en relación a los de nacionalidad española (14,9%) y según su situación actual, destaca los estudiantes (29,6%) e indistintamente lo hace particulares y profesionales (15,7% y 14,7% respectivamente).

## El usuario/a de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

### LA VISITA DEL USUARIO/A: Resolución de la gestión (2007-2009)



Base:

Muestra percepción 2007 (n=337)

Muestra percepción 2008 (n=959)

Muestra percepción 2009 (n=1069)

■ 2007 ■ 2008 ■ 2009

## El usuario/a de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

### LA VISITA DEL USUARIO/A: Por qué MOTIVO no lo ha podido solucionar (2007-2009)

	2007 % (Base 28)	2007 % (Base Total)	2008 % (Base 180)	2008 % (Base Total)	2009 % (Base 169 )	2009 % (Base Total)
Exceso de público/mucha gente	–	–	–	–	5,1%	0,8%
Le falta documentación/papeles/impresos/fotocopias	43,3%	3,6%	31,8%	5,9%	33,7%	5,2%
La documentación a entregar debe estar firmada o autorizada por un tercero	3,3%	0,3%	1,6%	0,3%	2,5%	0,4%
Es una tramitación/gestión larga en el tiempo	13,3%	1,1%	19,0%	3,5%	15,3%	2,4%
La tramitación es en otro organismo	6,7%	0,6%	11,6%	2,2%	32,8%	5,1%
No funcionan los ordenadores	3,3%	0,3%	12,0%	2,3%	6,4%	1,0%
Otros	–	–	21,8%	4,0%	3,5%	0,5%
Ns/Nc	–	–	5,2%	1,0%	9,9%	1,5%

Base:

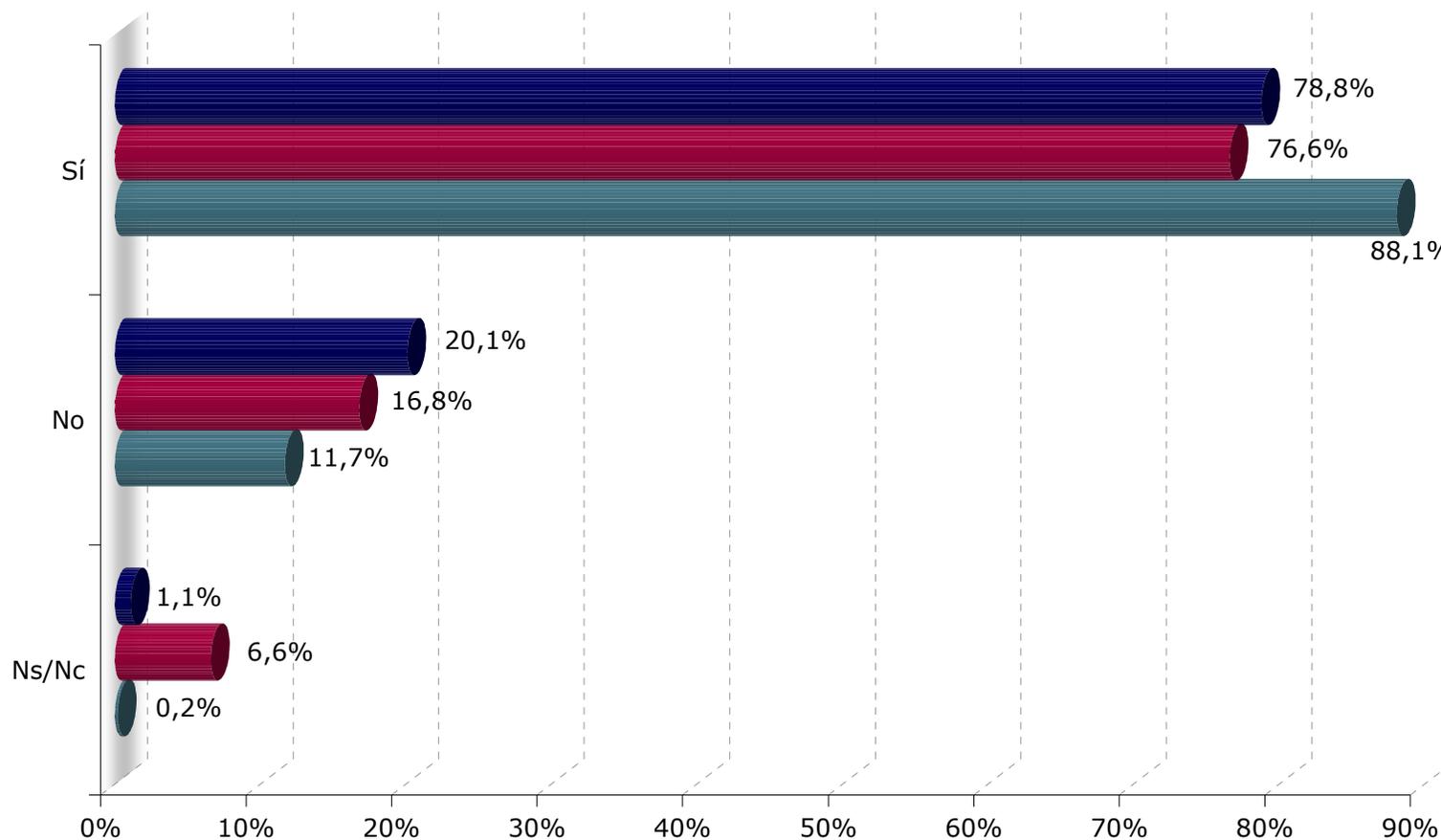
El 15,4% de los usuarios de percepción que no han resuelto/solucionado la gestión en 2009 (n=169)

El 18,8% de los usuarios de percepción que no han resuelto/solucionado la gestión en 2008 (n=180)

El 8,3% de los usuarios de percepción que no han resuelto/solucionado la gestión 2007 (n=28)

## El usuario/a de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

### LA VISITA DEL USUARIO/A: Resolución de la gestión según OAIC



Base:

Muestra percepción OAIC Alcalá 2009 (n=429)

Muestra percepción OAIC Sacramento 2009 (n=354)

Muestra percepción OAIC Sanchinarro 2009 (n=286)

■ Alcalá ■ Sanchinarro ■ Sacramento

## El usuario/a de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

### LA VISITA DEL USUARIO/A: Por qué MOTIVO no lo ha podido solucionar por OAIC

	ALCALÁ % (Base 50)	ALCALÁ % (Base Total)	SACRAMENTO % (Base 71)	SACRAMENTO % (Base Total)	SANCHINARRO % (Base 48)	SANCHINARRO % (Base Total)
Exceso de público/mucha gente	4,0%	0,5%	5,6%	1,1%	6,3%	1,1%
Le falta documentación/papeles/impresos/fotocopias	48,0%	5,6%	31,0%	6,2%	8,3%	1,4%
La documentación a entregar debe estar firmada o autorizada por un tercero	4,0%	0,5%	0,0%	0,0%	6,3%	1,1%
Es una tramitación/gestión larga en el tiempo	18,0%	2,1%	12,7%	2,6%	16,7%	2,8%
La tramitación es en otro organismo	20,0%	2,3%	39,4%	7,9%	43,8%	7,4%
No funcionan los ordenadores	10,0%	1,2%	4,2%	0,8%	4,2%	0,7%
Otros	4,0%	0,5%	2,8%	0,6%	4,2%	0,7%
Ns/Nc	8,0%	0,9%	9,9%	2,0%	14,6%	2,5%

Base:

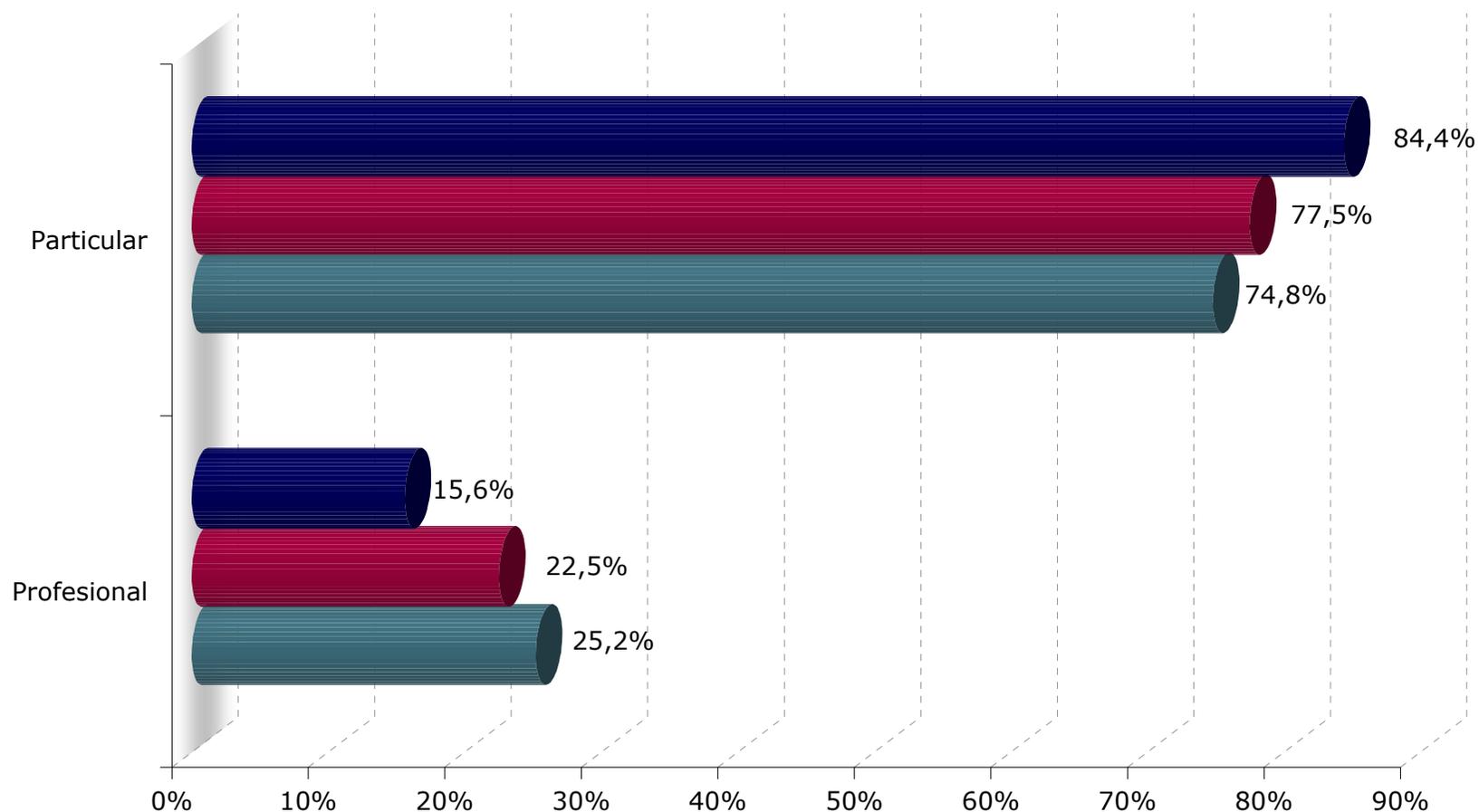
El 11,7% de los usuarios de percepción que no han resuelto/solucionado la gestión en OAIC Alcalá 2009(n=50)

El 20,1% de los usuarios de percepción que no han resuelto/solucionado la gestión en OAIC Sacramento 2009 (n=71)

El 16,8% de los usuarios de percepción que no han resuelto/solucionado la gestión en OAIC Sanchinarro 2009 (n=48)

## El usuario/a de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

### LA VISITA DEL USUARIO/A: Particulares vs Profesionales (2007-2009)



Base:

Muestra percepción + expectativas 2007 (n=484)

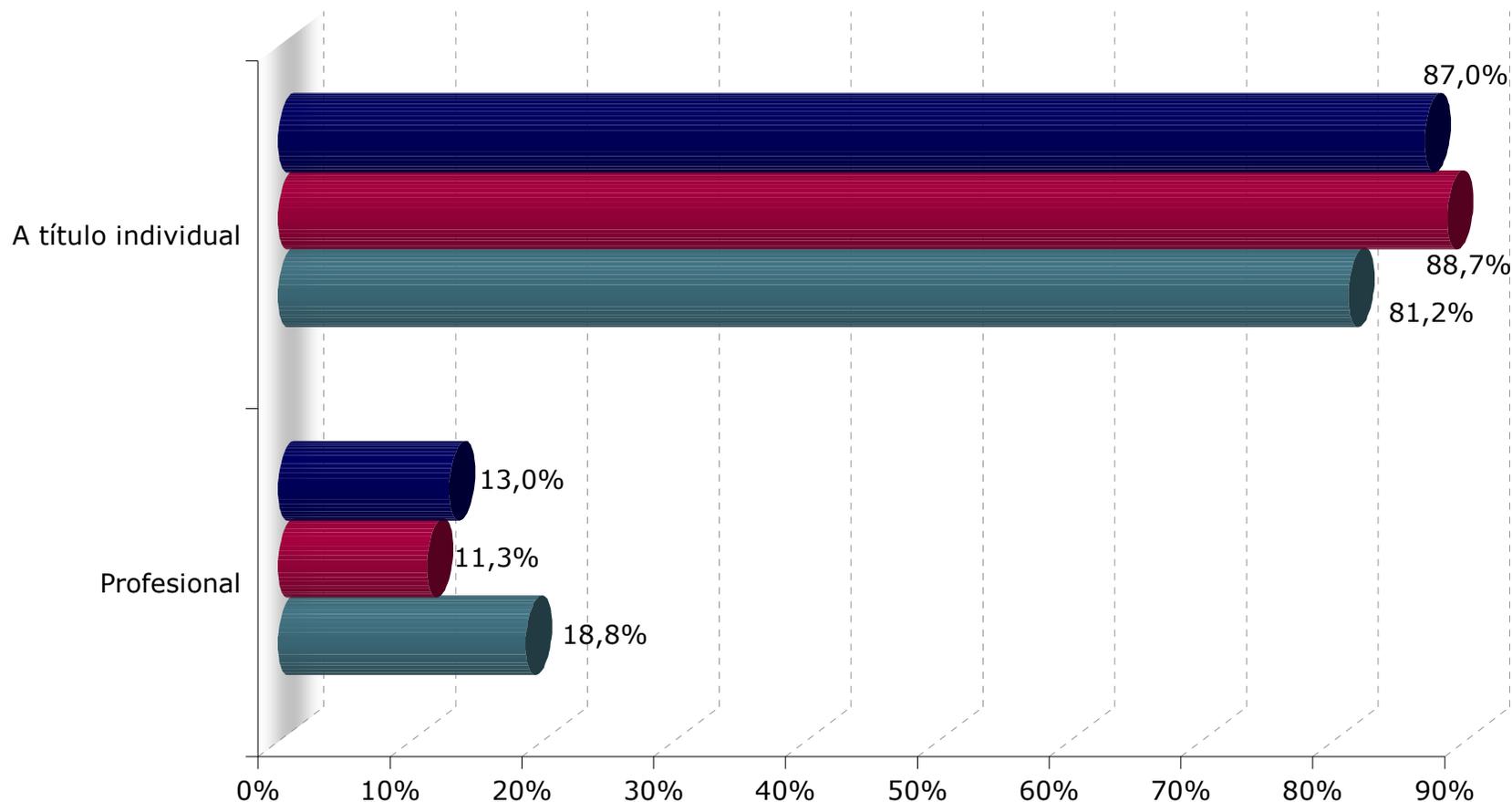
Muestra percepción + expectativas 2008 (n=1224)

Muestra percepción + expectativas 2009 (n=1426)

■ 2007 ■ 2008 ■ 2009

## El usuario/a de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

### LA VISITA DEL USUARIO/A: Particulares vs Profesionales por OAIC



Base:

Muestra percepción + expectativas OAIC Alcalá 2009 (n=573)

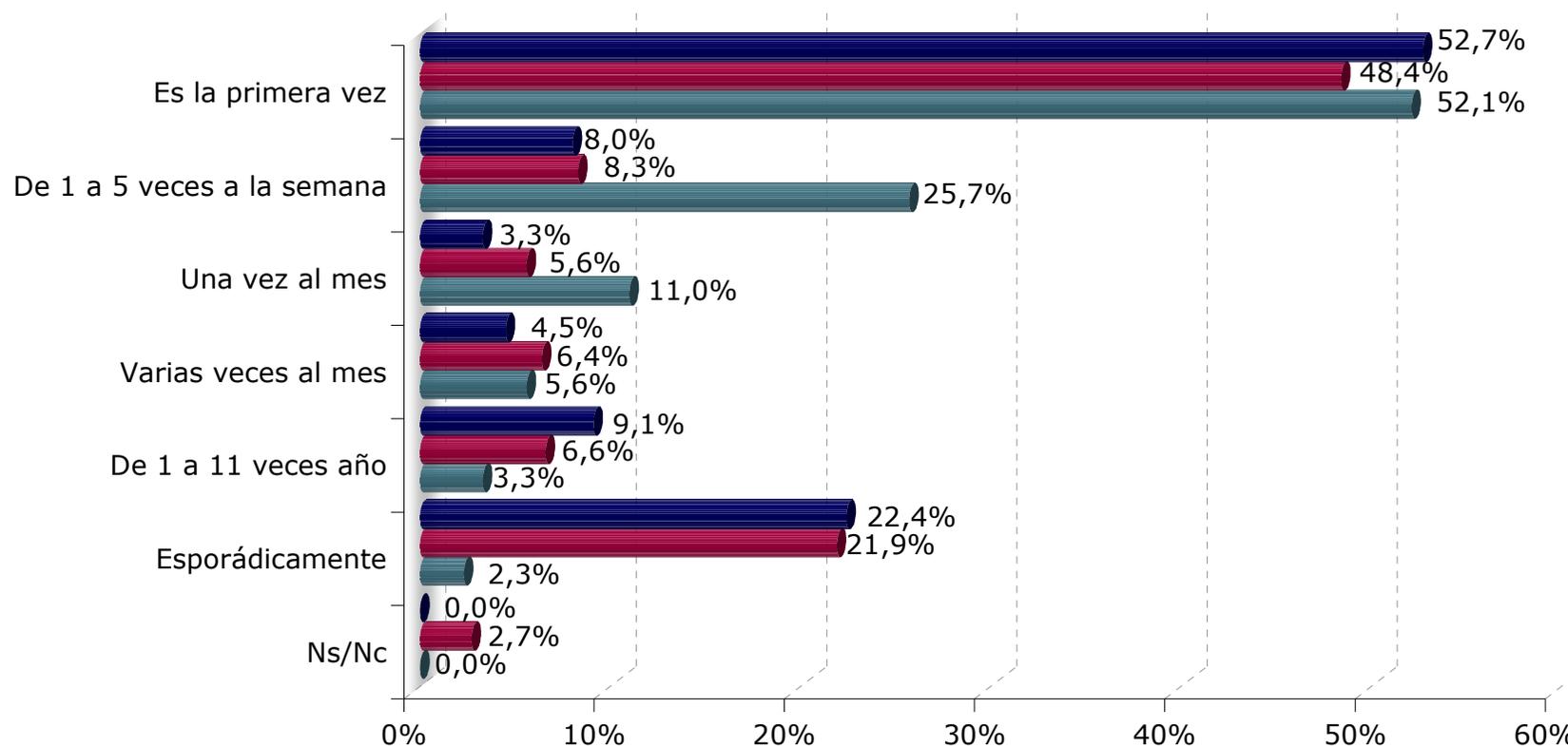
Muestra percepción + expectativas OAIC Sacramento 2009 (n=471)

Muestra percepción + expectativas OAIC Sanchinarro 2009 (n=382)

■ Alcalá ■ Sanchinarro ■ Sacramento

## El usuario/a de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

### LA VISITA DEL USUARIO/A: Frecuencia de visita a la oficina (2007-2009)



Base:

Muestra percepción + expectativas 2007 (n=484)

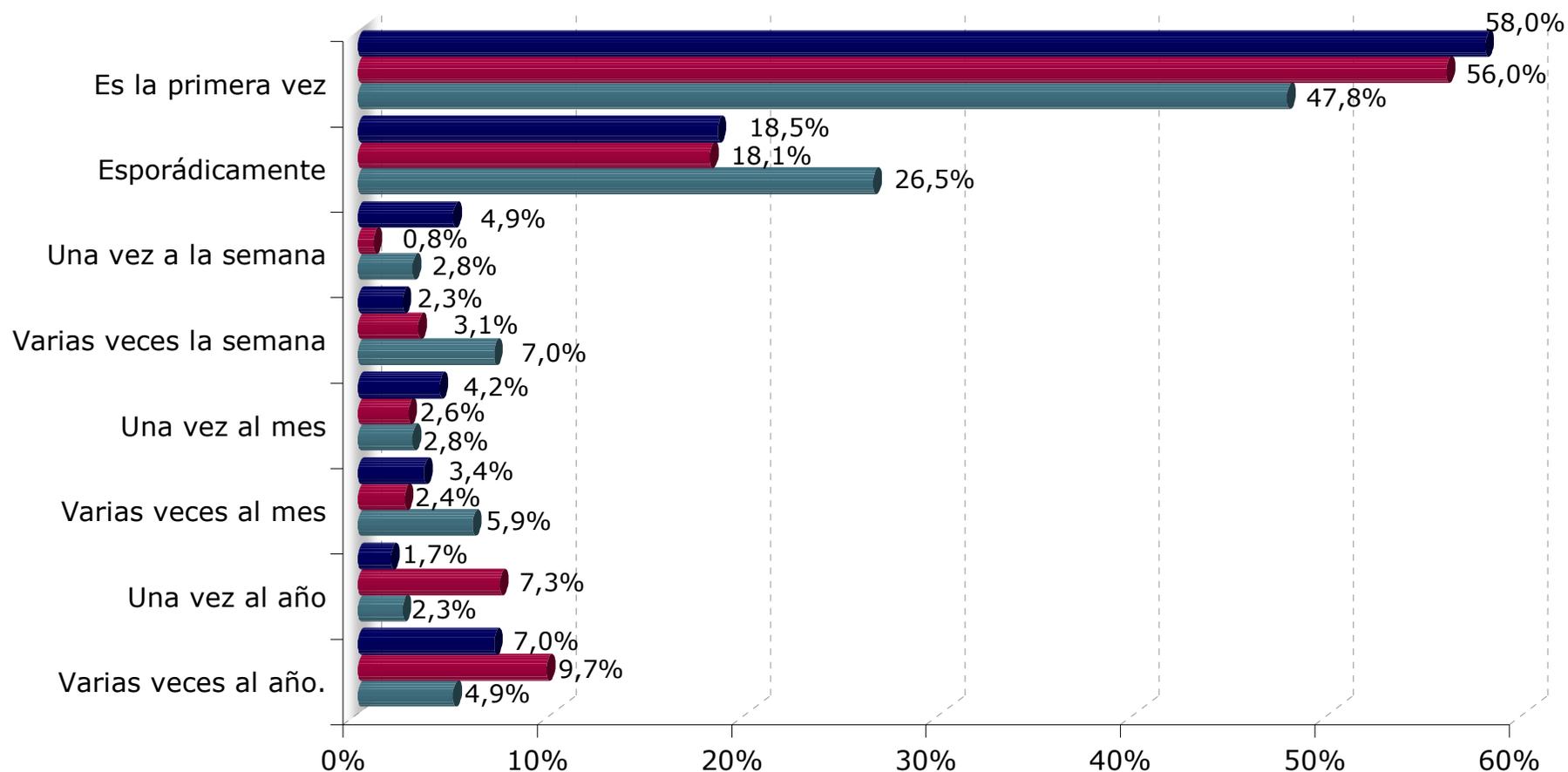
Muestra percepción + expectativas 2008 (n=1224)

Muestra percepción + expectativas 2009 (n=1426)

■ 2007 ■ 2008 ■ 2009

## El usuario/a de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

### LA VISITA DEL USUARIO/A: Frecuencia de visita a la oficina por OAIC



Base:

Muestra percepción + expectativas OAIC Alcalá 2009 (n=573)

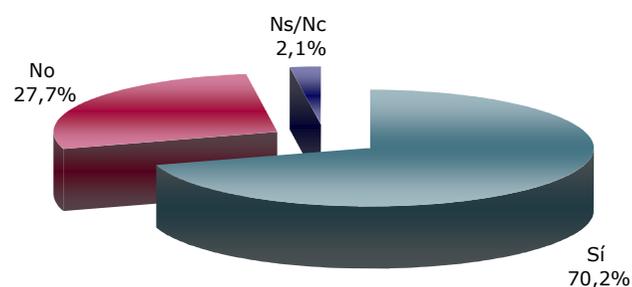
Muestra percepción + expectativas OAIC Sacramento 2009 (n=471)

Muestra percepción + expectativas OAIC Sanchinarro 2009 (n=382)

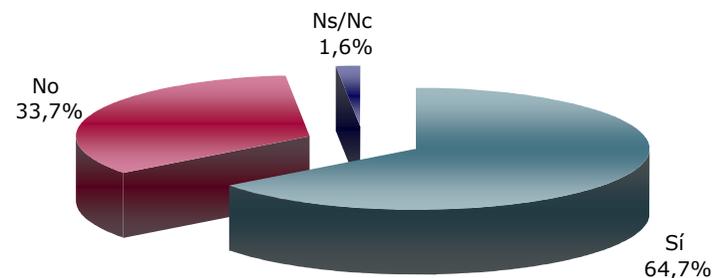
■ Alcalá ■ Sanchinarro ■ Sacramento

## El usuario/a de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

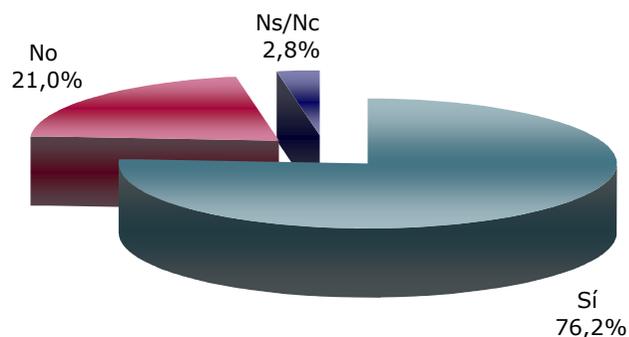
LA VISITA DEL USUARIO/a: ¿ES LA PRIMERA VEZ QUE HA VENIDO POR MOTIVO DE ESTA GESTIÓN? Por OAIC



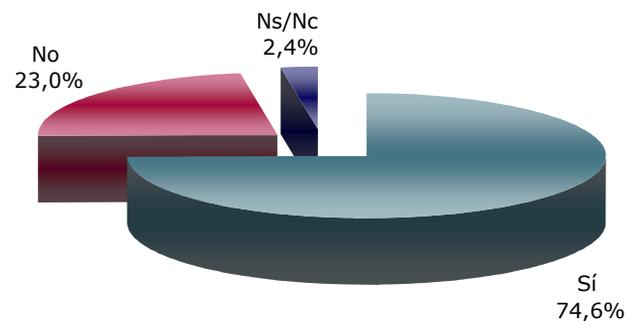
**TOTAL**



**ALCALÁ**



**SACRAMENTO**



**SANCHINARRO**

Base:

Muestra percepción + expectativas TOTAL 2009 (n=1426)

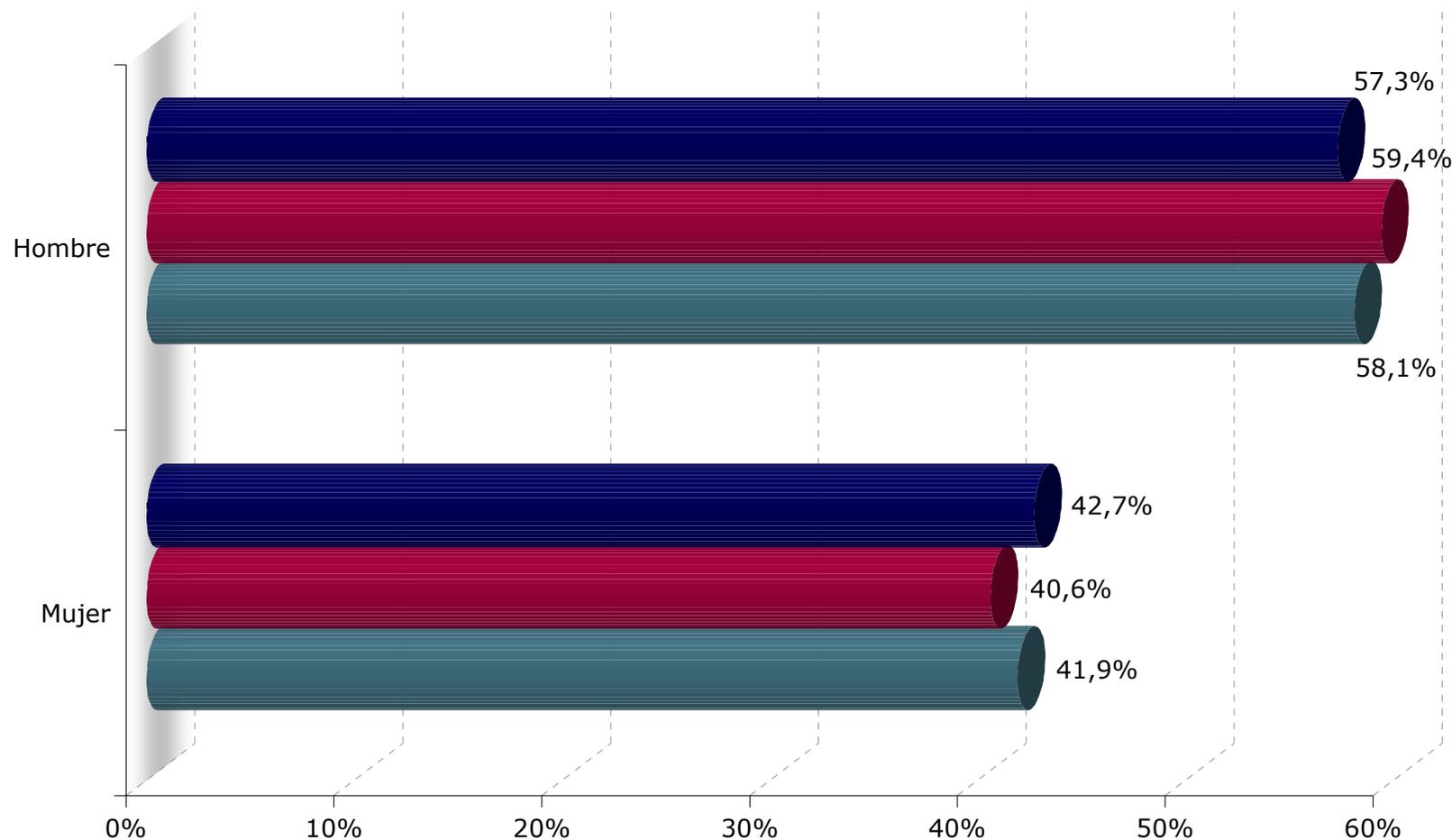
Muestra percepción + expectativas OAIC Alcalá 2009 (n=573)

Muestra percepción + expectativas OAIC Sacramento 2009 (n=471)

Muestra percepción + expectativas OAIC Sanchinarro 2009 (n=382)

## El usuario/a de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

### PERFIL DEL USUARIO/A: Sexo (2007-2009)



Base:

Muestra percepción + expectativas 2007 (n=484)

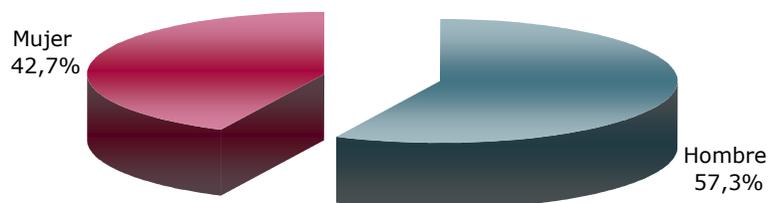
Muestra percepción + expectativas 2008 (n=1224)

Muestra percepción + expectativas 2009 (n=1426)

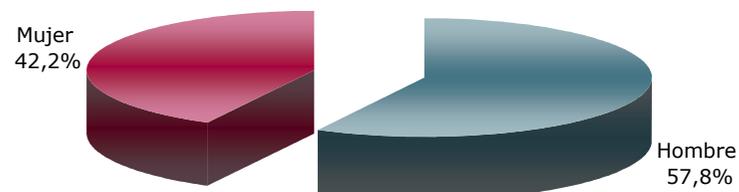
■ 2007 ■ 2008 ■ 2009

## El usuario/a de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

### PERFIL DEL USUARIO/A: SEXO POR OAIC



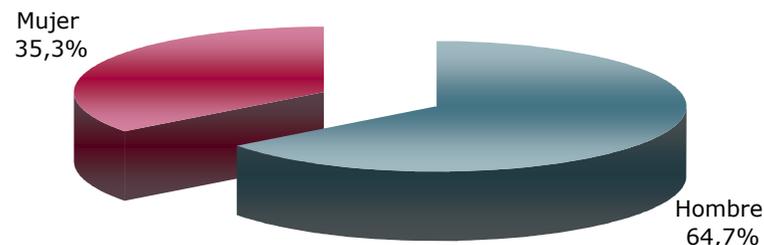
**TOTAL**



**ALCALÁ**



**SACRAMENTO**



**SANCHINARRO**

Base:

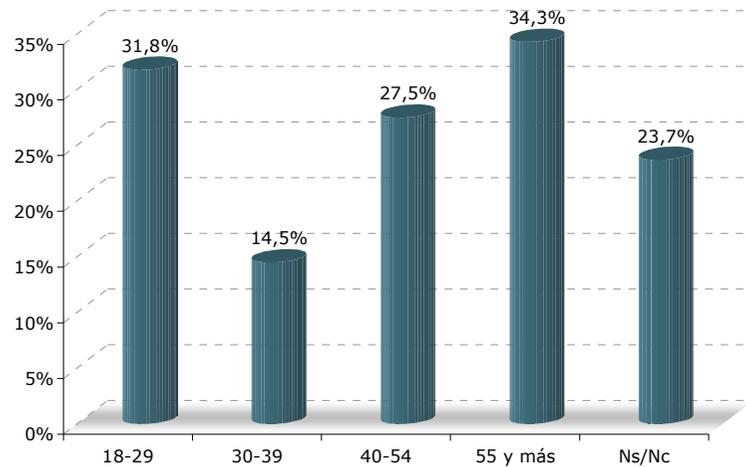
Muestra percepción + expectativas OAIC Alcalá 2009 (n=573)

Muestra percepción + expectativas OAIC Sacramento 2009 (n=471)

Muestra percepción + expectativas OAIC Sanchinarro 2009 (n=382)

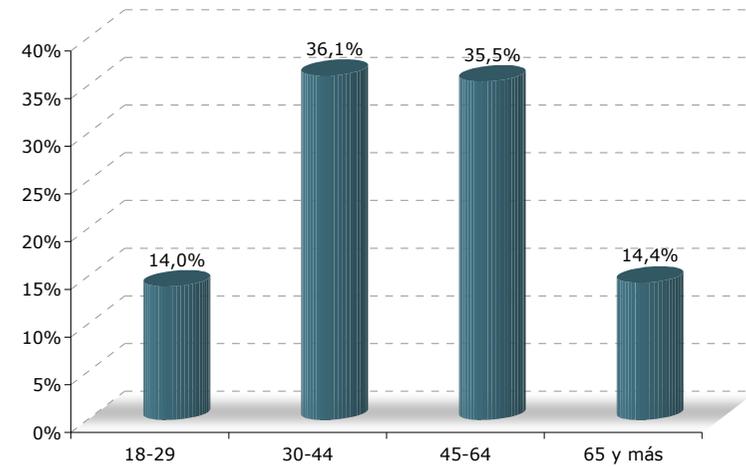
## El usuario/a de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

### PERFIL DEL USUARIO/A: Edad (2007-2009)

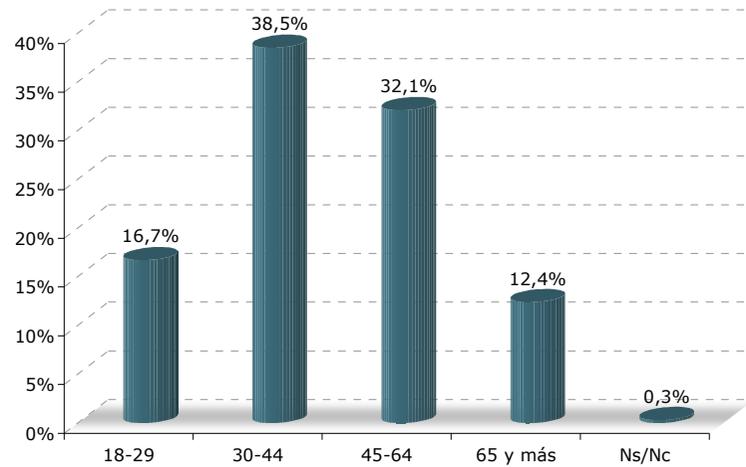


**2007**

**2009**



**2008**



Base:

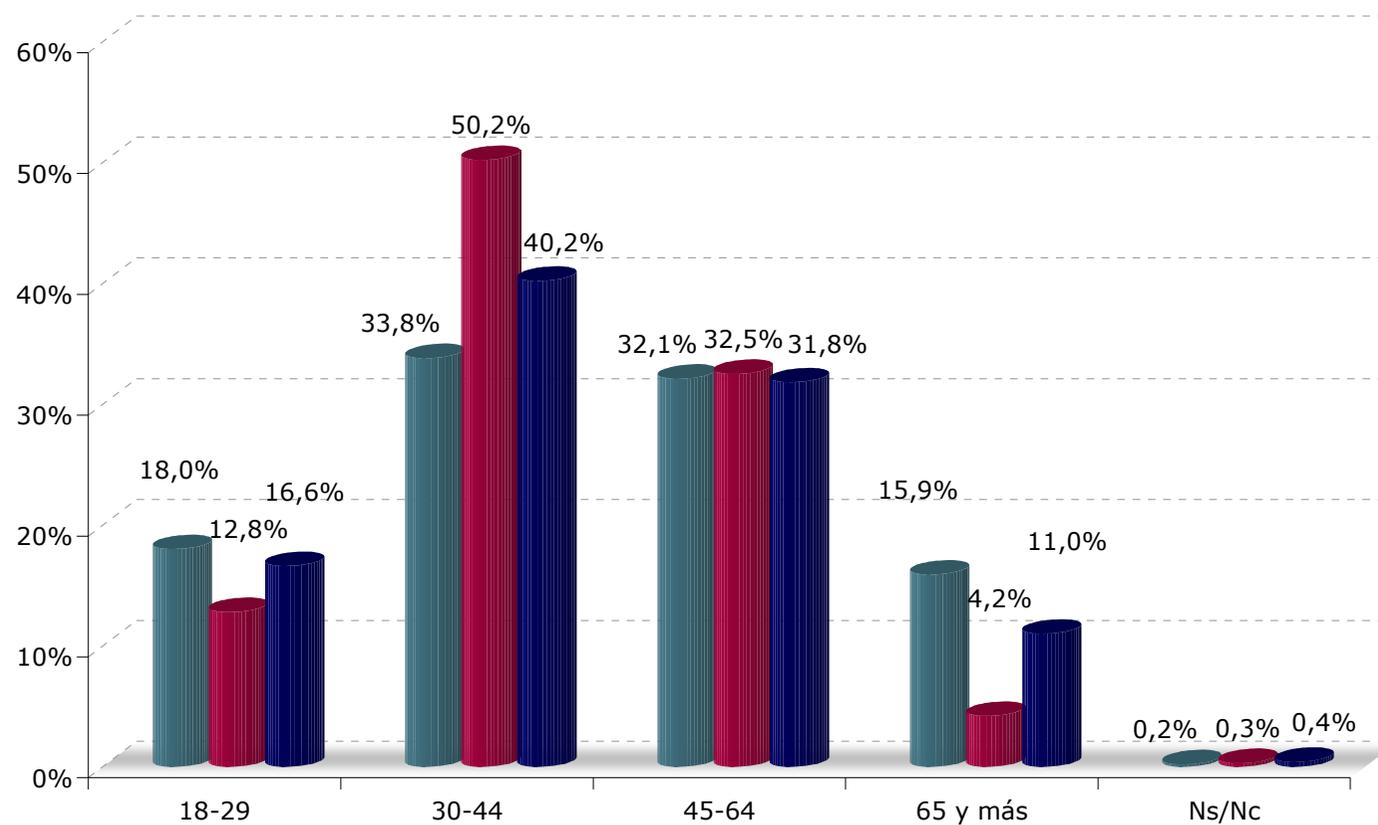
Muestra percepción + expectativas 2007 (n=484)

Muestra percepción + expectativas 2008 (n=1224)

Muestra percepción + expectativas 2009 (n=1426)

## El usuario/a de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

### PERFIL DEL USUARIO/A: EDAD POR OAIC



Base:

Muestra percepción + expectativas OAIC Alcalá 2009 (n=573)

Muestra percepción + expectativas OAIC Sacramento 2009 (n=471)

Muestra percepción + expectativas OAIC Sanchinarro 2009 (n=382)

■ Alcalá ■ Sanchinarro ■ Sacramento

## El usuario/a de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

### PERFIL DEL USUARIO/A: NIVEL EDUCATIVO POR OAIC (%)

AÑO	NIVEL DE ESTUDIOS	TOTAL	ALCALÁ	SACRAMENTO	SANCHINARRO
2008	Sin estudios y primarios	<b>8,4%</b>	7,7%	12,1%	3,5%
	EGB, Bachiller Elemental y FP1	<b>12,1%</b>	13,7%	9,3%	10,7%
	BUP, Bachiller Superior y FP2	<b>19,3%</b>	20,8%	18,8%	12,8%
	Estudios medios	<b>9,9%</b>	9,0%	10,1%	13,7%
	Estudios superiores	<b>49,5%</b>	48,1%	49,6%	56,3%
	Ns/Nc	<b>0,8%</b>	0,7%	0,2%	2,9%
2009	Sin estudios y primarios	<b>3,2%</b>	2,1%	4,7%	3,4%
	EGB, Bachiller Elemental, ESO y FP1	<b>20,1%</b>	15,0%	28,5%	17,3%
	BUP, Bachiller Superior, Bachillerato y FP2	<b>32,2%</b>	33,9%	32,9%	24,9%
	Estudios superiores (diplomados/licenciados)	<b>43,3%</b>	47,6%	33,1%	53,4%
	Ns/Nc	<b>1,2%</b>	1,4%	0,8%	1,0%

Base:

Muestra percepción + expectativas TOTAL 2008 (n=1224)

Muestra percepción + expectativas OAIC Alcalá 2008 (n=555)

Muestra percepción + expectativas OAIC Sacramento 2008 (n=409)

Muestra percepción + expectativas OAIC Sanchinarro 2008 (n=260)

Muestra percepción + expectativas TOTAL 2009 (n=1426)

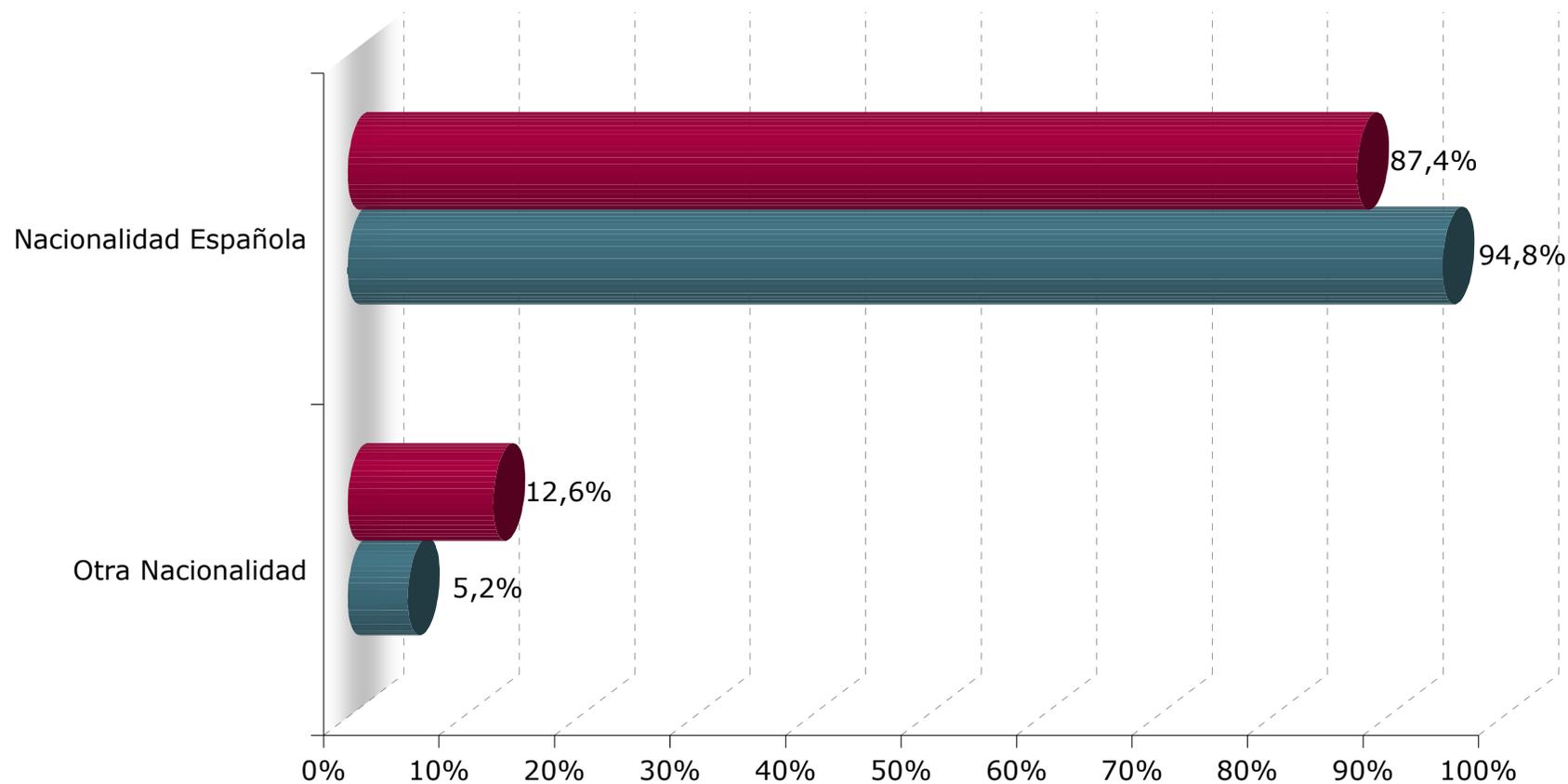
Muestra percepción + expectativas OAIC Alcalá 2009 (n=573)

Muestra percepción + expectativas OAIC Sacramento 2009 (n=471)

Muestra percepción + expectativas OAIC Sanchinarro 2009 (n=382)

## El usuario/a de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

### PERFIL DEL USUARIO/A: Nacionalidad (2008-2009)



Base:

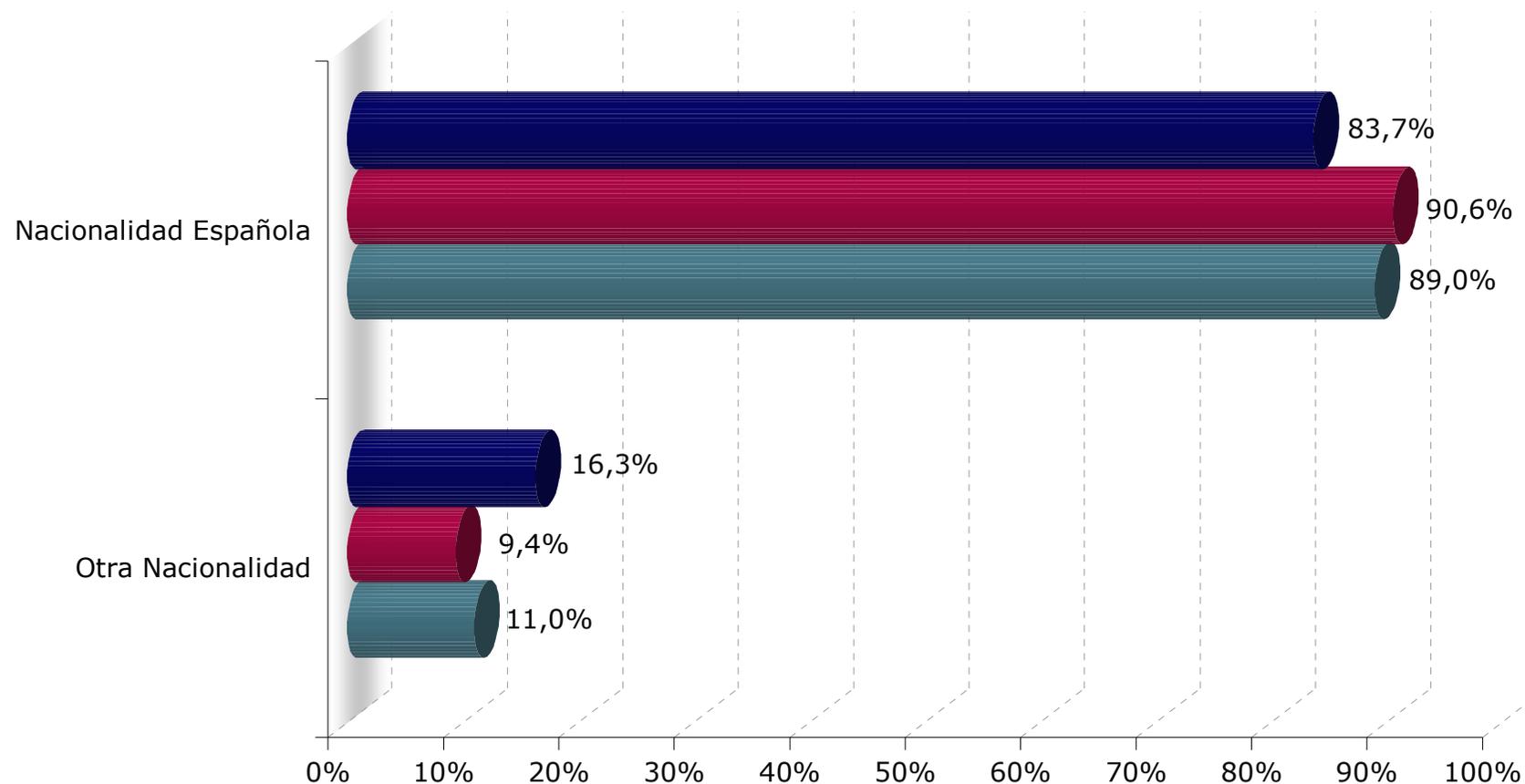
Muestra percepción + expectativas 2008 (n=1224)

Muestra percepción + expectativas 2009 (n=1426)

■ 2008 ■ 2009

## El usuario/a de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

### PERFIL DEL USUARIO/A: Nacionalidad por OAIC



Base:

Muestra percepción + expectativas OAIC Alcalá 2009 (n=573)

Muestra percepción + expectativas OAIC Sacramento 2009 (n=471)

Muestra percepción + expectativas OAIC Sanchinarro 2009 (n=382)

■ Alcalá ■ Sanchinarro ■ Sacramento

## El usuario/a de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

### PERFIL DEL USUARIO/A: OCUPACIÓN POR OAIC

AÑO	OCUPACIÓN	TOTAL	ALCALÁ	SACRAMENTO	SANCHINARRO
2008	Trabajando	<b>71,1%</b>	73,1%	64,2%	77,0%
	Parado	<b>5,0%</b>	5,9%	3,8%	3,3%
	Ama de Casa	<b>5,2%</b>	4,3%	6,3%	6,7%
	Jubilado	<b>16,7%</b>	15,2%	23,2%	9,2%
	Otras	<b>2,0%</b>	1,5%	2,5%	3,8%
2009	Trabajando	<b>69,1%</b>	70,0%	65,5%	74,6%
	Parado	<b>10,1%</b>	7,5%	13,4%	11,0%
	Estudiante	<b>1,6%</b>	1,9%	1,1%	1,8%
	Ama de Casa	<b>4,7%</b>	4,2%	6,4%	2,4%
	Jubilado	<b>12,5%</b>	14,5%	11,7%	7,9%
	Otras	<b>1,7%</b>	1,6%	1,7%	1,8%
	Ns/Nc	<b>0,3%</b>	0,3%	0,2%	0,5%

Base:

Muestra percepción + expectativas TOTAL 2008 (n=1224)

Muestra percepción + expectativas OAIC Alcalá 2009 (n=555)

Muestra percepción + expectativas OAIC Sacramento 2009 (n=409)

Muestra percepción + expectativas OAIC Sanchinarro 2009 (n=260)

Muestra percepción + expectativas TOTAL 2009 (n=1426)

Muestra percepción + expectativas OAIC Alcalá 2009 (n=573)

Muestra percepción + expectativas OAIC Sacramento 2009 (n=471)

Muestra percepción + expectativas OAIC Sanchinarro 2009 (n=382)

## **A. SATISFACCION DEL USUARIO**

I. Conclusiones y recomendaciones

### **II. Resultados Obtenidos**

1. Valoración del servicio recibido

2. Definición de calidad

3. El usuario/a de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

**4. Los servicios de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente**

III. Brecha (Percepción-Expectativas)

## Principales resultados: Los servicios de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

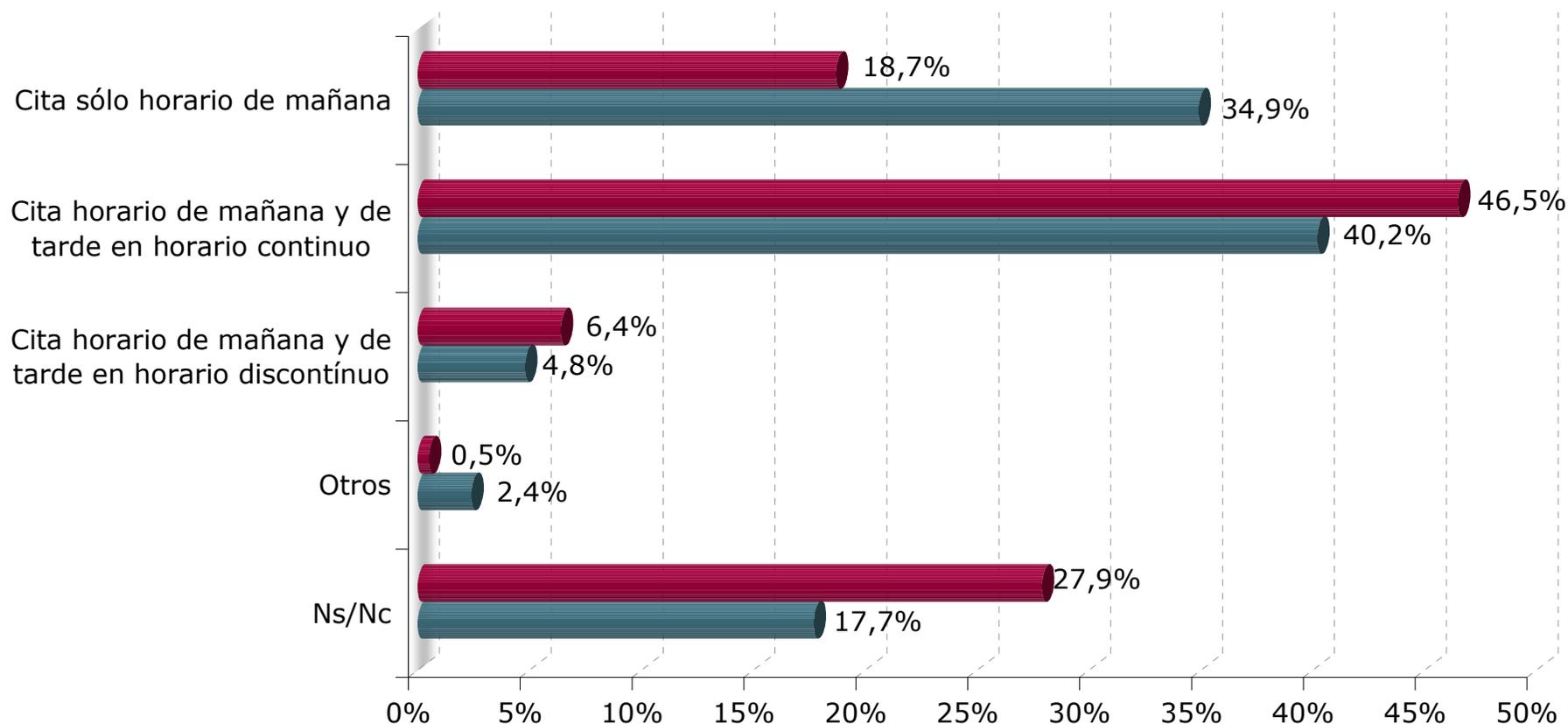
- ❑ Las personas usuarias de las OAIC **no dudan en recomendar sus servicios (56,6%)**, sobre todo quienes visitan la oficina de Alcalá (66,4%).
- ❑ El **horario de atención al público cada vez lo conoce más personas (46,5%)**, sobre todo entre los **usuarios profesionales (57,5%)**.
- ❑ El **teléfono 010 es el medio de conocimiento más mencionado para conocer los servicios de las OAIC: horario de atención de la OAIC (21,7%), ubicación de la oficina (28,0%), solicitud de cita previa (46,8%)**.
- ❑ El horario de atención, también se consulta través de la página web del Ayuntamiento/Internet (11,7%). Entre quienes lo hacen a través de terceras personas destaca los usuarios/as de Sacramento (10,8%) y entre quienes prefieren hacerlo en la propia Agencia Tributaria Madrid son los de la oficina de Sanchinarro (12,0%).

## Principales resultados: Los servicios de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

- ❑ Los contribuyentes están **a favor de emplear cada vez más el teléfono, correo o Internet para llevar a cabo su gestión**. La oficina de Sanchinarro destaca por este tipo de medios en relación al total (72,5% en relación al 53,6%).
- ❑ En cambio, es importante aún la proporción de personas que visitan la oficina de Sanchinarro que no conocen que pueden llevarla a cabo a través de los medios mencionados (52,6% frente al 45,0% del total de usuarios). Estos datos indica que es necesario actuar en la comunicación e información a través de campañas publicitarias.
- ❑ Aunque **el servicio de cita previa es conocido por el 46,8%**, hay un 58,6% de usuarios que no lo ha utilizado.
- ❑ No obstante, **entre quienes sí lo utilizan**, mencionan en **un 79,2%** que lo han hecho **a través del teléfono 010**.

## Los servicios de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

### HORARIO DE ATENCIÓN AL PÚBLICO: NOTORIEDAD (2008-2009)



Base:

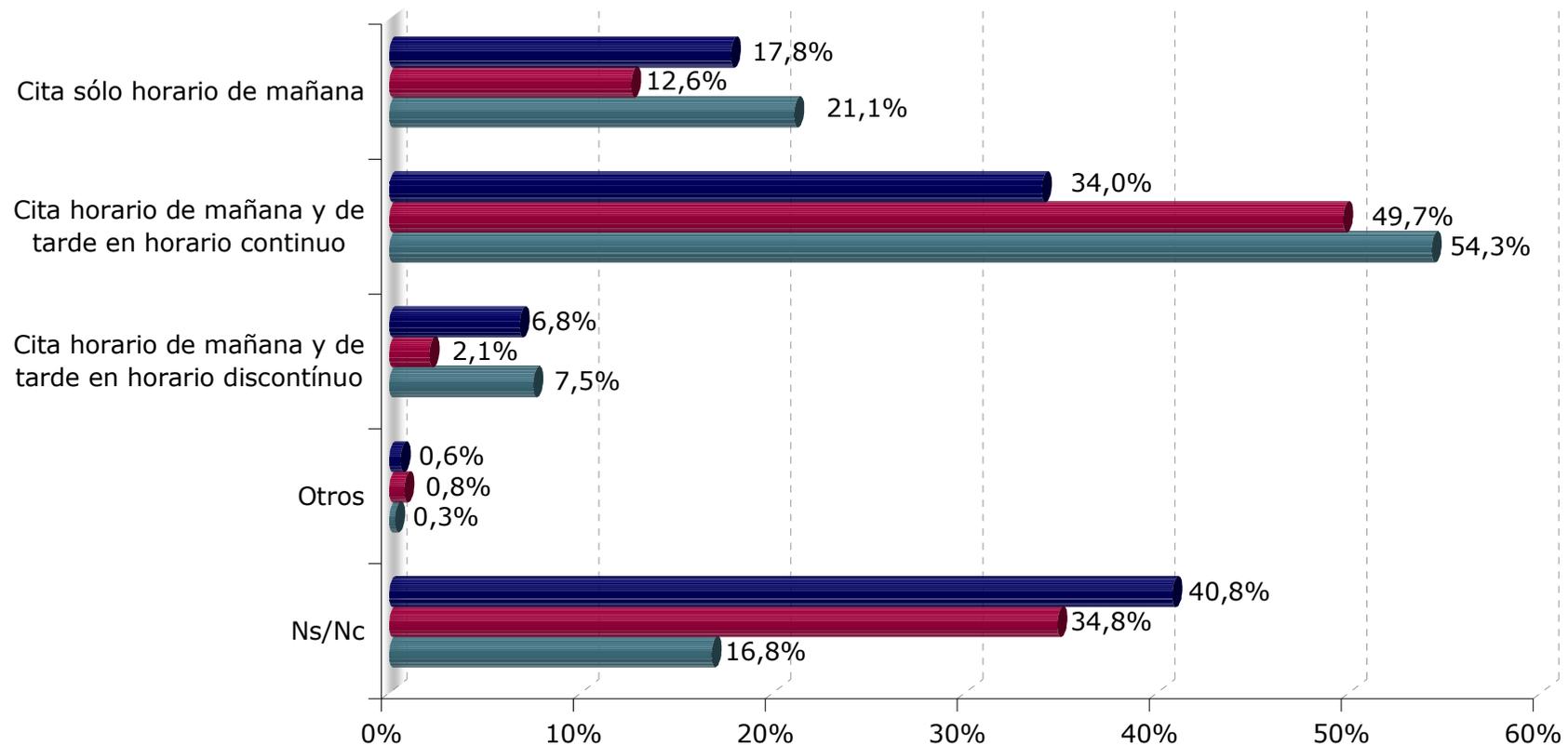
Muestra percepción + expectativas 2008 (n=1224)

Muestra percepción + expectativas 2009 (n=1426)

■ 2008 ■ 2009

## Los servicios de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

### HORARIO DE ATENCIÓN AL PÚBLICO: NOTORIEDAD POR OAIC



Bases:

Muestra percepción + expectativas OAIC Alcalá 2009 (n=573)

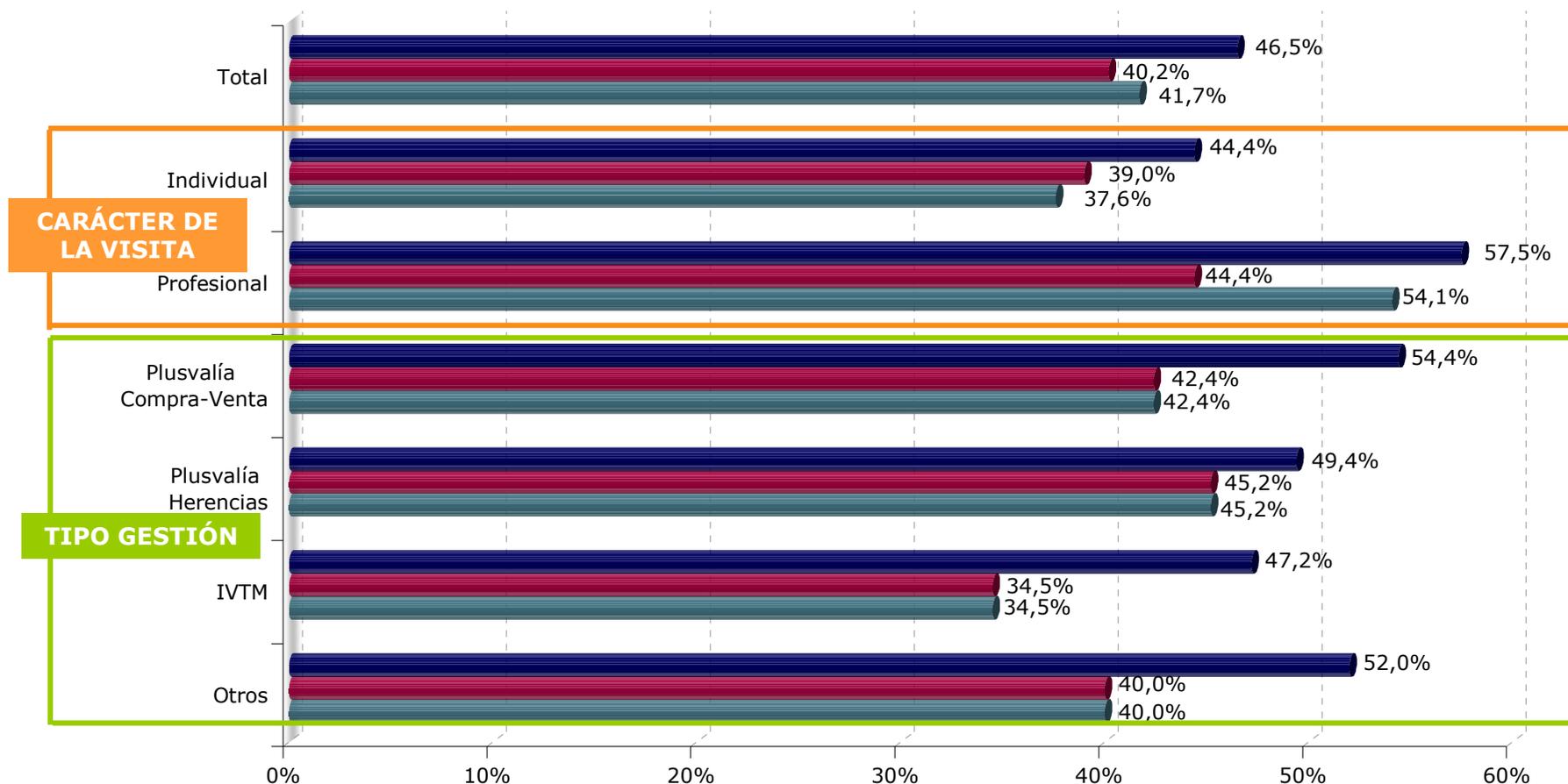
Muestra percepción + expectativas OAIC Sacramento 2009 (n=471)

Muestra percepción + expectativas OAIC Sanchinarro 2009 (n=382)

■ Alcalá ■ Sanchinarro ■ Sacramento

## Los servicios de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

**HORARIO DE ATENCIÓN AL PÚBLICO:** Citan horario de mañana y de tarde en horario continuo (2007-2009)



Base:

Muestra percepción + expectativas 2007 (n=484)

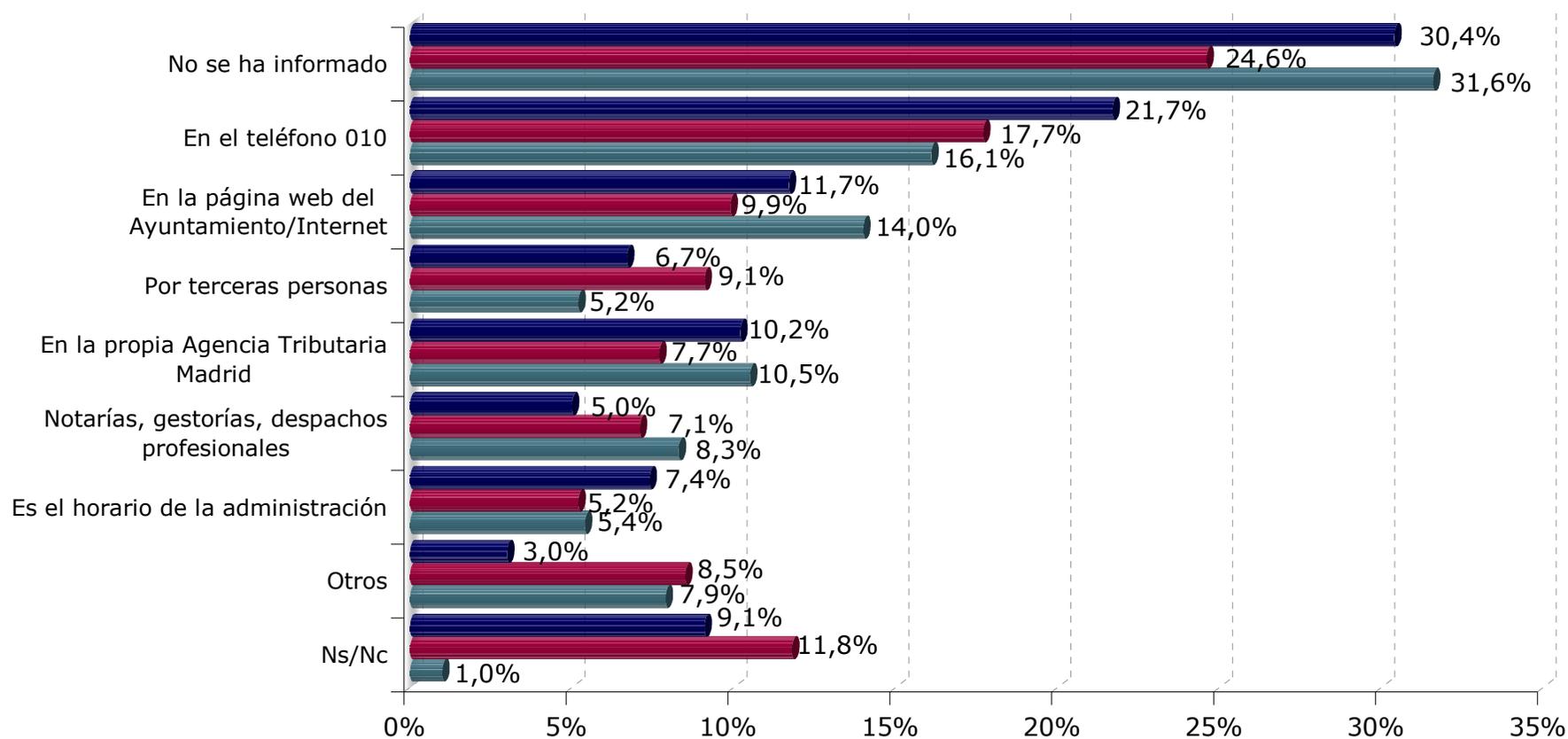
Muestra percepción + expectativas 2008 (n=1224)

Muestra percepción + expectativas 2009 (n=1426)

■ 2007 ■ 2008 ■ 2009

## Los servicios de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

### HORARIO DE ATENCIÓN AL PÚBLICO: Medios de conocimiento (2007-2009)



Base:

Muestra percepción + expectativas 2007 (n=484)

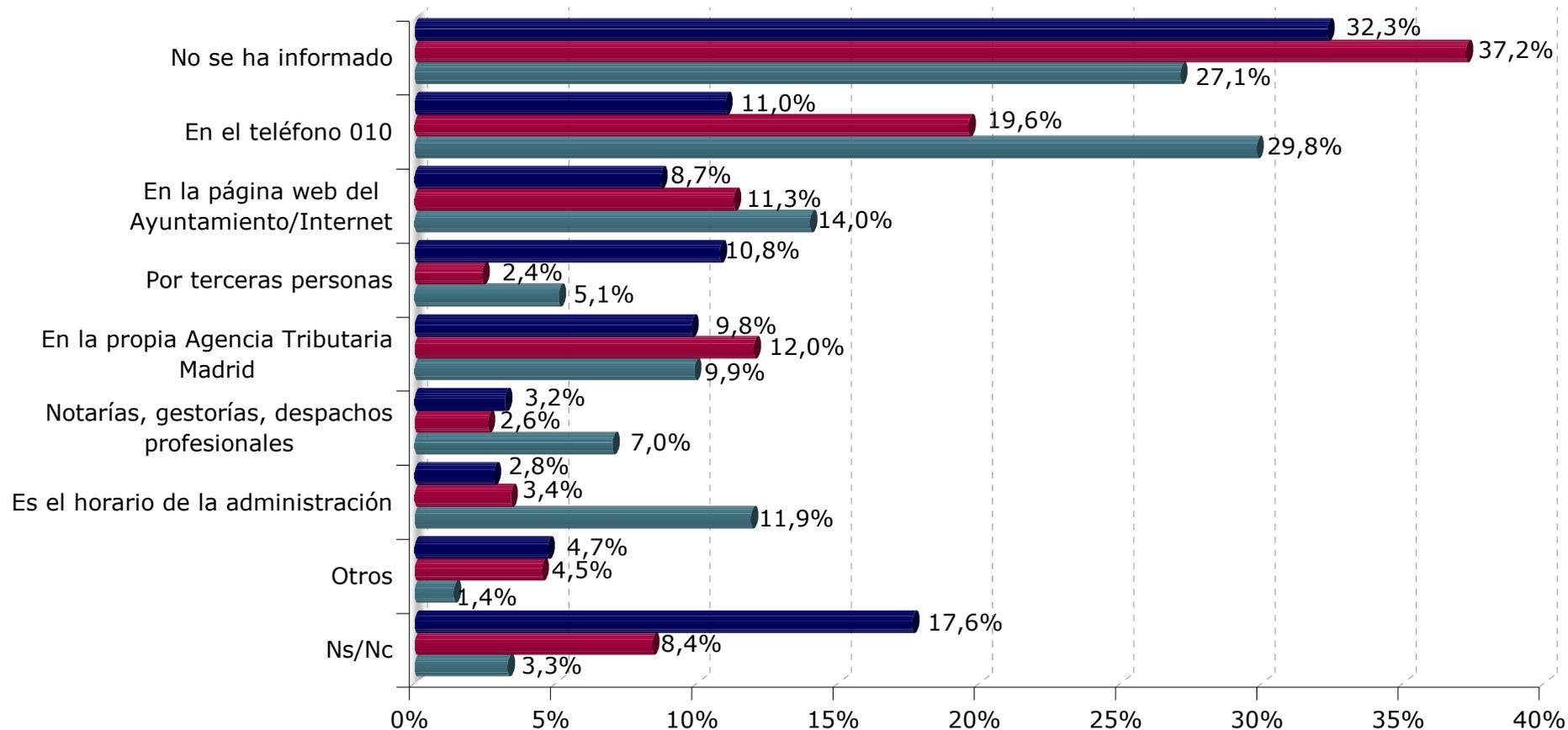
Muestra percepción + expectativas 2008 (n=1224)

Muestra percepción + expectativas 2009 (n=1426)

■ 2007 ■ 2008 ■ 2009

## Los servicios de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

### HORARIO DE ATENCIÓN AL PÚBLICO: Medios de conocimiento por OAIC



Bases:

Muestra percepción + expectativas OAIC Alcalá 2009 (n=573)

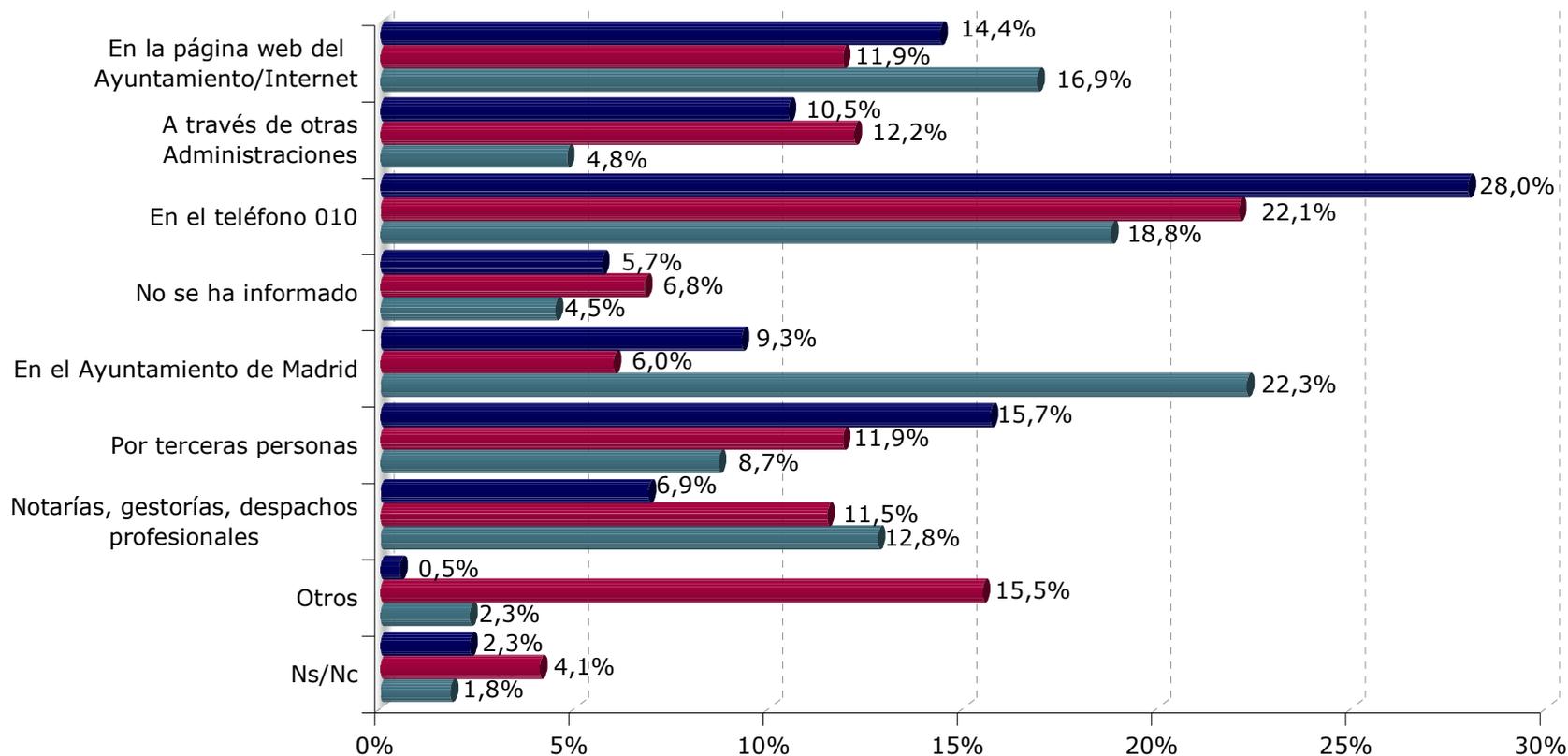
Muestra percepción + expectativas OAIC Sanchinarro 2009 (n=471)

Muestra percepción + expectativas OAIC Sanchinarro 2009 (n=382)

■ Alcalá ■ Sanchinarro ■ Sacramento

## Los servicios de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

### UBICACIÓN DE LA OFICINA: Medios de conocimiento (2007-2009)



Base:

Muestra percepción + expectativas 2007 (n=484)

Muestra percepción + expectativas 2008 (n=1224)

Muestra percepción + expectativas 2009 (n=1426)

■ 2007 ■ 2008 ■ 2009

## Los servicios de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

### UBICACIÓN DE LA OFICINA: Medios de conocimiento por OAIC

	TOTAL	ALCALÁ	SACRAMENTO	SANCHINARRO
No se ha informado	5,7%	5,8%	6,2%	4,7%
En el Ayuntamiento de Madrid	9,3%	9,2%	8,7%	10,7%
A través de otras Administraciones	10,5%	14,3%	5,3%	9,7%
En el teléfono 010	28,0%	35,8%	17,2%	27,2%
En la página web del Ayuntamiento/Internet	14,4%	14,7%	12,5%	17,8%
Notarías, gestorías, despachos profesionales	6,9%	9,2%	4,7%	4,2%
Por terceras personas	15,7%	11,5%	24,8%	8,4%
Ya la conocía de antes	4,1%	2,1%	5,3%	8,1%
Carta, recibo, notificación, multa...	7,8%	5,1%	12,3%	6,5%
Otros	0,5%	0,5%	0,2%	0,8%
Ns/Nc	2,3%	0,2%	4,9%	3,4%

Bases:

Muestra percepción + expectativas TOTAL 2009 (n=1426)

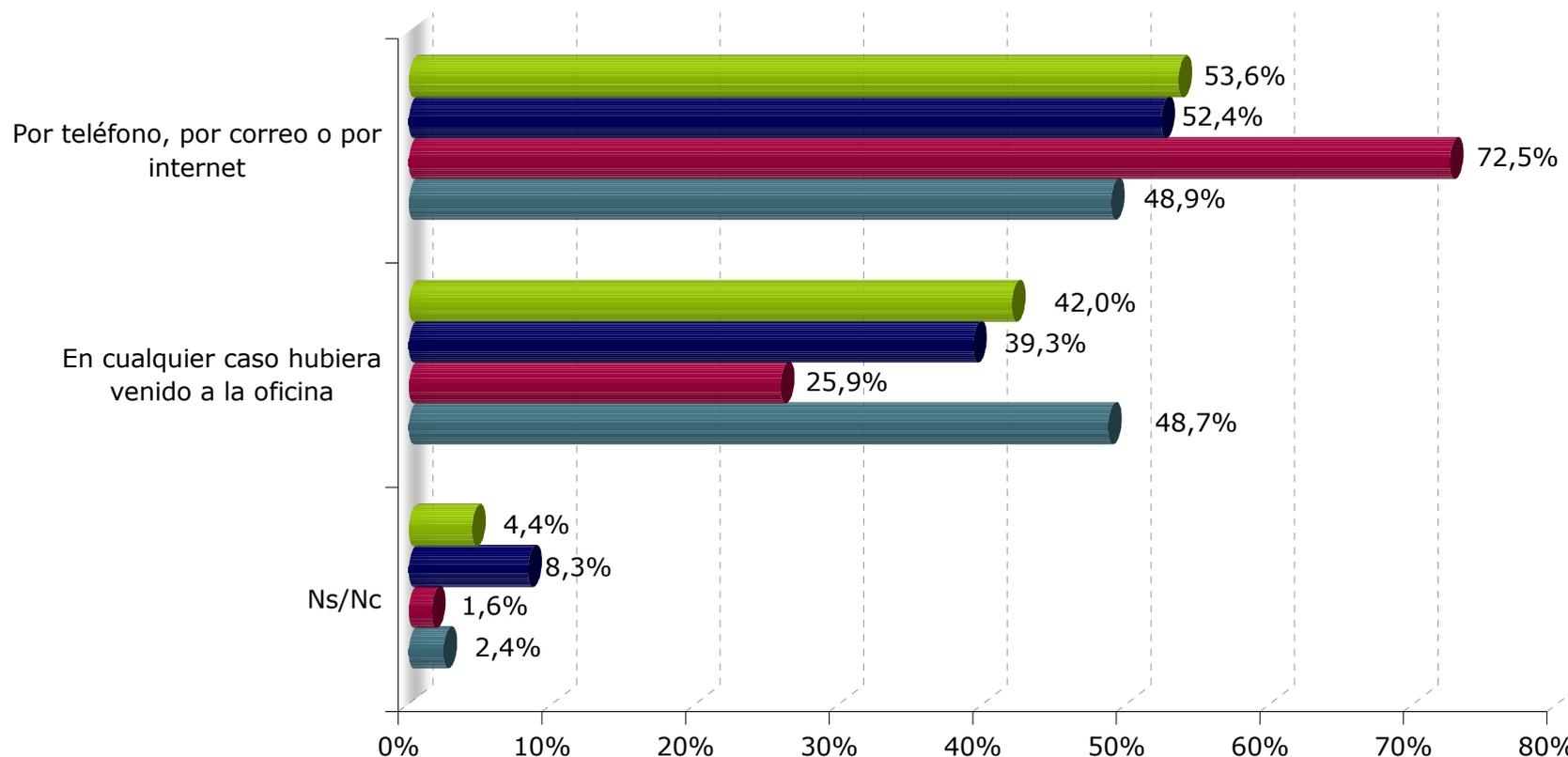
Muestra percepción + expectativas OAIC Alcalá 2009 (n=573)

Muestra percepción + expectativas OAIC Sacramento 2009 (n=471)

Muestra percepción + expectativas OAIC Sanchinarro 2009 (n=382)

## Los servicios de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

Si hubiera podido realizar la gestión por TELÉFONO, CORREO O POR INTERNET, ¿Cómo la habría llevado a cabo?



Bases:

Muestra percepción + expectativas TOTAL 2009 (n=1426)

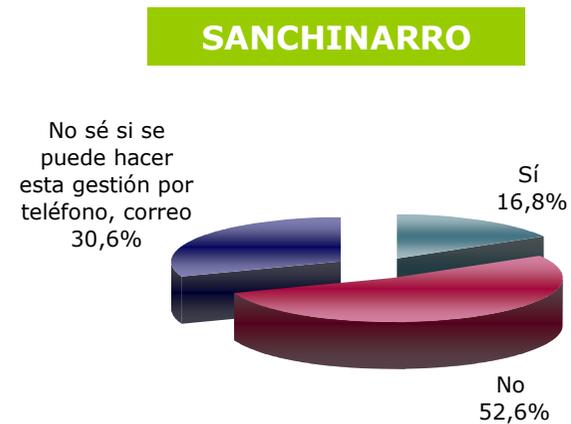
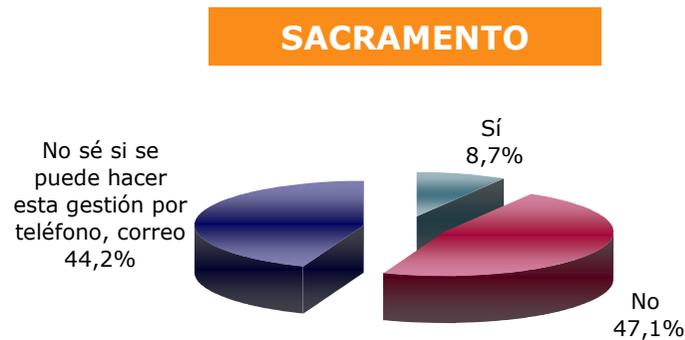
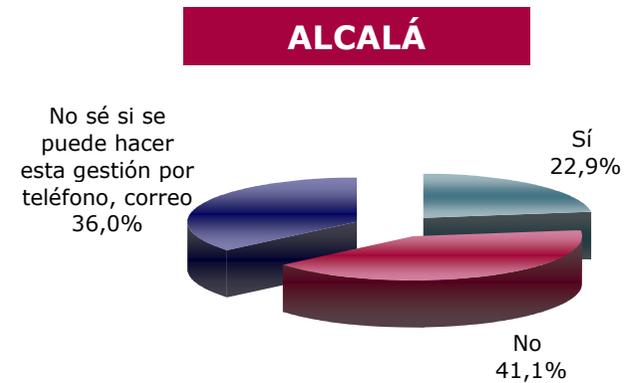
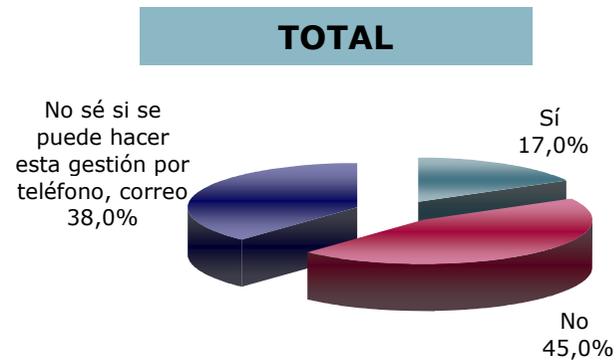
Muestra percepción + expectativas OAIC Alcalá 2009 (n=573)

Muestra percepción + expectativas OAIC Sacramento 2009 (n=471)

Muestra percepción + expectativas OAIC Sanchinarro 2009 (n=382)

## Los servicios de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

¿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 2009 (n=1426)

Muestra percepción + expectativas OAIC Alcalá 2009 (n=573)

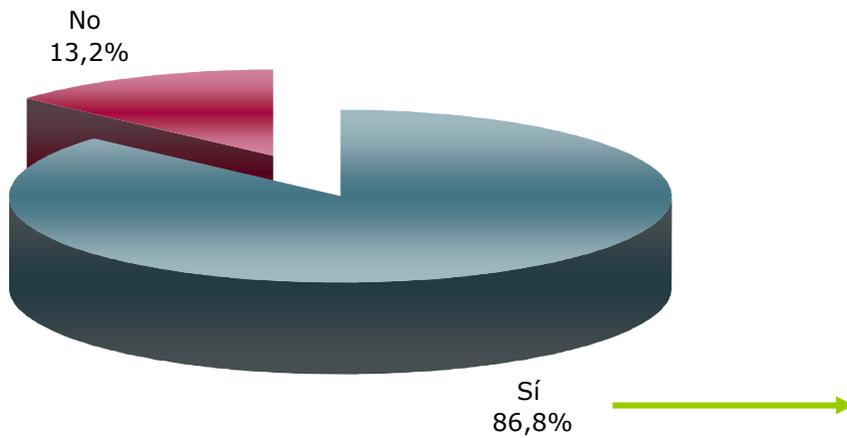
Muestra percepción + expectativas OAIC Sacramento 2009 (n=471)

Muestra percepción + expectativas OAIC Sanchinarro 2009 (n=382)

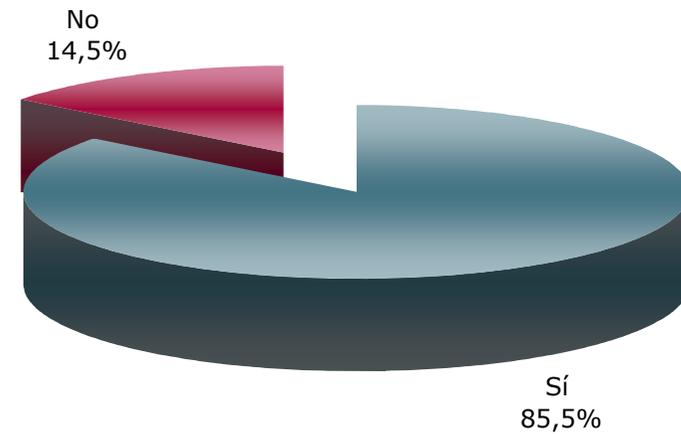
## Los servicios de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

¿Ha recibido usted en su domicilio una carta informativa en relación a la nueva TASA DE GESTIÓN DE RESIDUOS?

Usuarios que han realizado una gestión de tasa de residuos



El contenido de la carta se entiende

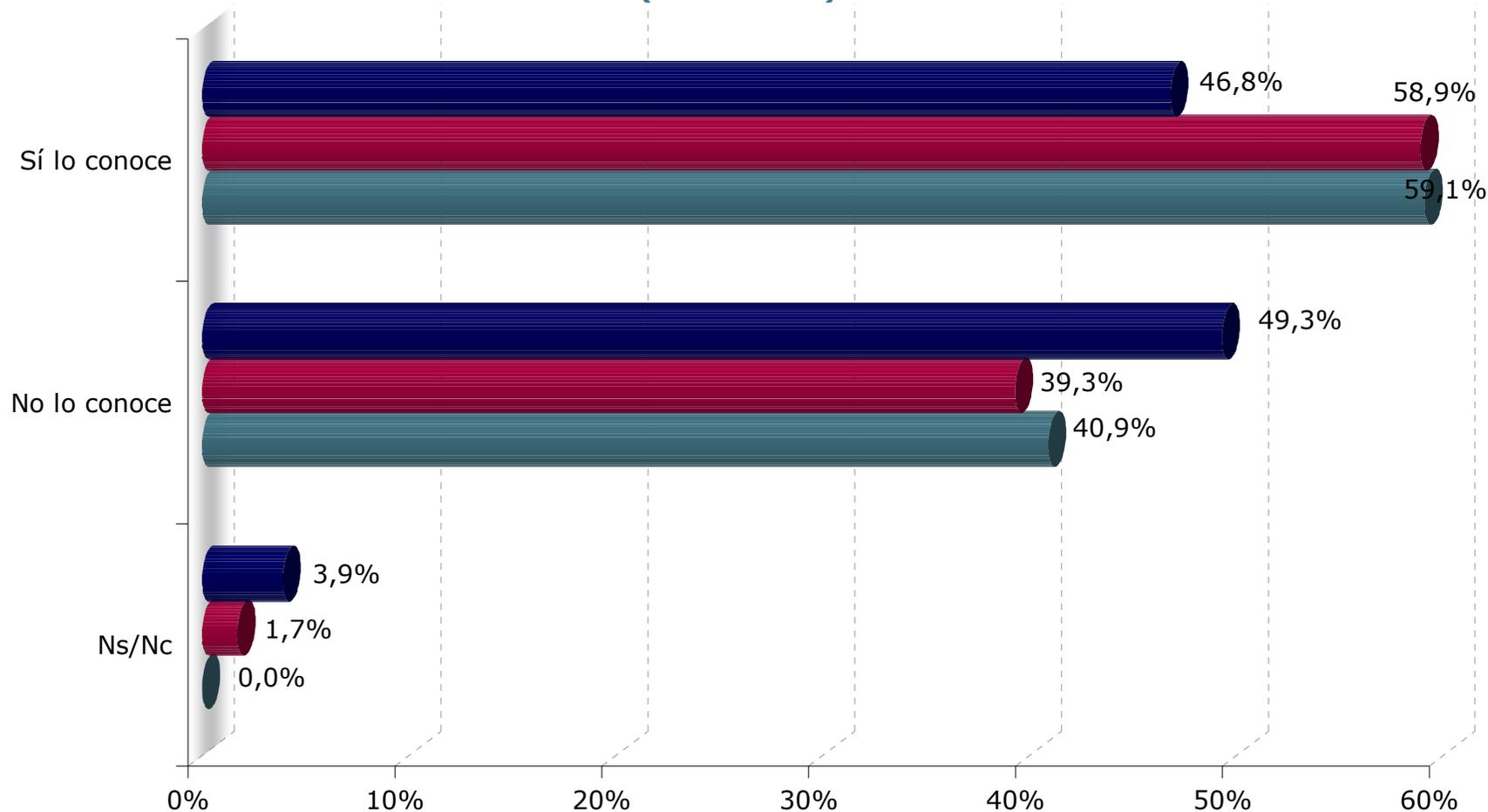


Bases:

Usuarios que han realizado una gestión de tasas de residuos de la muestra percepción + expectativas TOTAL 2009 (n=22)

## Los servicios de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

### SERVICIO DE CITA PREVIA: Notoriedad (2007-2009)



Base:

Usuarios que acuden para realizar gestiones por Plusvalías e IVTM 2007 (n=367)

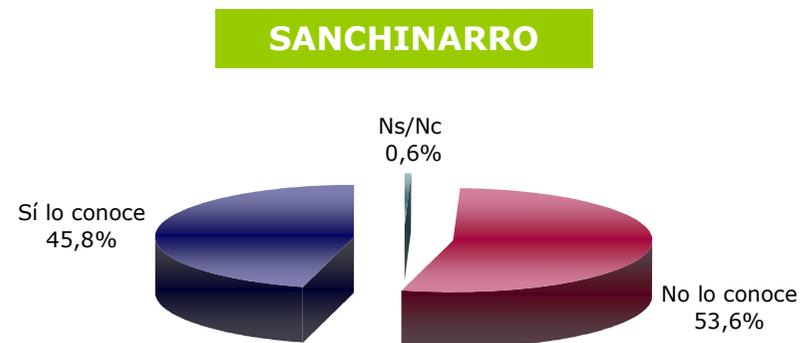
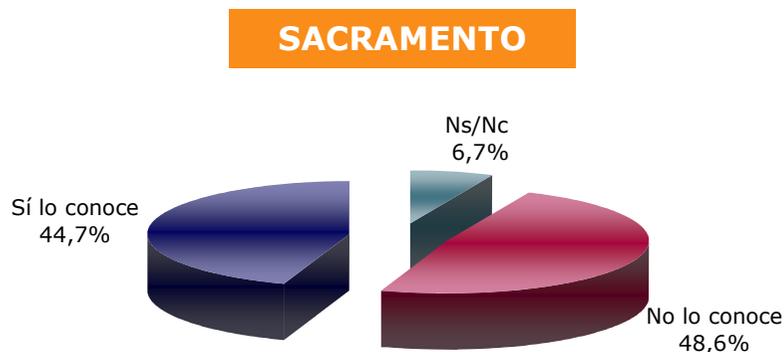
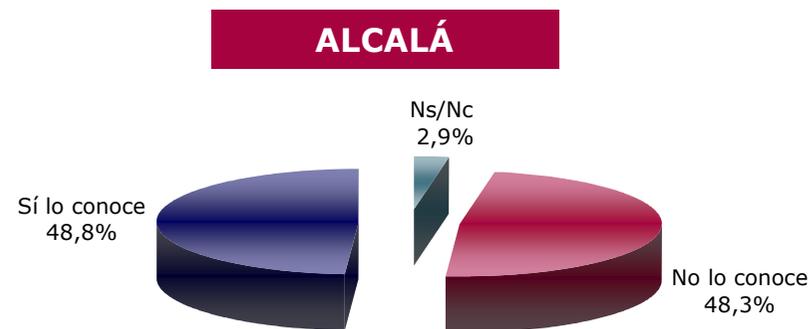
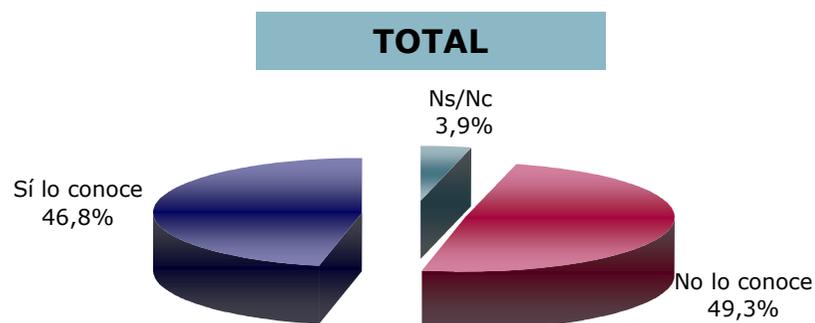
Usuarios que acuden para realizar gestiones por IAE, IBI/Catastro, Plusvalías e IVTM 2008 (n=969)

Usuarios que acuden para realizar gestiones por IAE, IBI/Catastro, Plusvalías, IVTM y Ejecutiva 2009 (n=1212)

■ 2007 ■ 2008 ■ 2009

## Los servicios de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

### SERVICIO DE CITA PREVIA: Notoriedad por OAIC



Base:

Usuarios que acuden a la OAIC Alcalá para realizar gestiones por IAE, IBI/Catastro, Plusvalías, IVTM y Ejecutiva 2009 (n=451)

Usuarios que acuden a la OAIC Sacramento para realizar gestiones por IAE, IBI/Catastro, Plusvalías, IVTM y Ejecutiva 2009 (n=403)

Usuarios que acuden a la OAIC Sanchinarro para realizar gestiones por IAE, IBI/Catastro, Plusvalías, IVTM y Ejecutiva 2009 (n=358)

## Los servicios de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

### SERVICIO DE CITA PREVIA: Medios de conocimiento (2007-2009)

	2007	2008	2009
Teléfono 010	36,4%	35,0%	47,9%
Página web del Ayuntamiento/Internet	21,7%	16,3%	14,1%
En la propia oficina	13,8%	10,9%	11,0%
Ayuntamiento de Madrid	6,5%	9,4%	7,2%
Por terceras personas	2,3%	4,3%	6,0%
Notarías, gestorías, despachos	6,9%	2,6%	5,3%
Otras Administraciones	10,6%	1,3%	3,3%
Comunicaciones o escritos del Ayuntamiento	1,4%	6,1%	2,0%
Línea directa del Catastro (902373635)	—	2,3%	0,6%
Otros	2,3%	5,4%	2,1%
Ns/Nc	—	8,0%	6,2%

Base:

Usuarios que acuden para realizar gestiones por Plusvalías e IVTM y conocen el servicio de cita previa 2007 (n=217)

Usuarios que acuden para realizar gestiones por IAE, IBI/Catastro, Plusvalías e IVTM y conocen el servicio de cita previa 2008 (n=559)

Usuarios que acuden para realizar gestiones por IAE, IBI/Catastro, Plusvalías, IVTM y Ejecutiva y conocen el servicio de cita previa 2009 (n=564)

## Los servicios de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

### SERVICIO DE CITA PREVIA: Medios de conocimiento por OAIC

	ALCALÁ	SACRAMENTO	SANCHINARRO
Teléfono 010	50,2%	43,9%	48,8%
Página web del Ayuntamiento/Internet	10,9%	15,0%	22,0%
En la propia oficina	18,2%	3,3%	5,5%
Ayuntamiento de Madrid	7,3%	6,1%	9,1%
Por terceras personas	6,4%	5,0%	6,7%
Notarías, gestorías, despachos	9,1%	1,7%	1,8%
Otras Administraciones	5,0%	1,1%	3,0%
Comunicaciones o escritos del Ayuntamiento	1,4%	3,9%	0,0%
Línea directa del Catastro (902373635)	0,9%	0,6%	0,0%
Otros	0,5%	3,9%	3,0%
Ns/Nc	0,0%	16,7%	3,0%

Base:

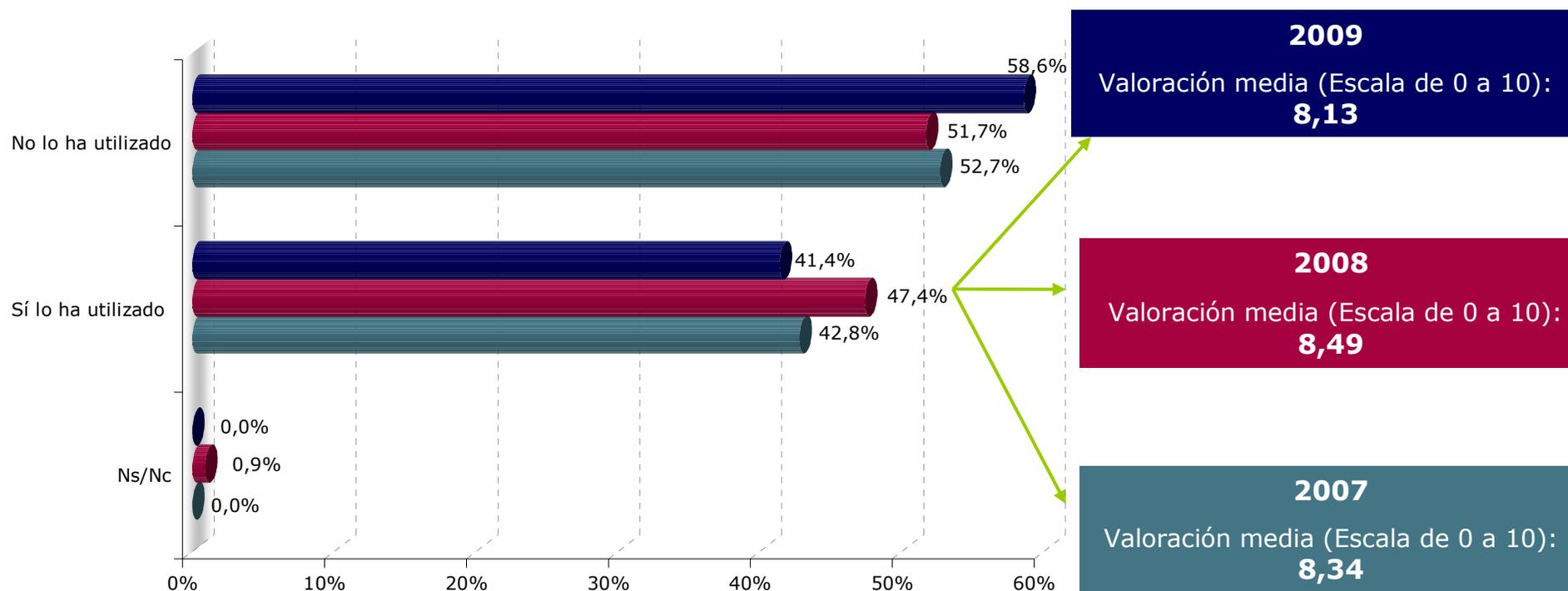
Usuarios que acuden a la OAIC Alcalá para realizar gestiones por IAE, IBI/Catastro, Plusvalías, IVTM y Ejecutiva y conocen el servicio de cita previa 2009 (n=220)

Usuarios que acuden a la OAIC Sacramento para realizar gestiones por IAE, IBI/Catastro, Plusvalías, IVTM y Ejecutiva y conocen el servicio de cita previa 2009 (n=180)

Usuarios que acuden a la OAIC Sanchinarro para realizar gestiones por IAE, IBI/Catastro, Plusvalías, IVTM y Ejecutiva y conocen el servicio de cita previa 2009 (n=164)

## Los servicios de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

### SERVICIO DE CITA PREVIA: Utilización y Satisfacción (2007-2009)



Base Utilización:

■ 2007 ■ 2008 ■ 2009

Usuarios que acuden para realizar gestiones por Plusvalías e IVTM y conocen el servicio de cita previa 2007 (n=217)

Usuarios que acuden para realizar gestiones por IAE, IBI/Catastro, Plusvalías e IVTM y conocen el servicio de cita previa 2008 (n=559)

Usuarios que acuden para realizar gestiones por IAE, IBI/Catastro, Plusvalías, IVTM y Ejecutiva y conocen el servicio de cita previa 2009 (n=564)

Base Satisfacción:

Usuarios que acuden para realizar gestiones por Plusvalías e IVTM y han utilizado alguna vez el servicio de cita previa 2007 (n=217)

Usuarios que acuden para realizar gestiones por IAE, IBI/Catastro, Plusvalías e IVTM y han utilizado alguna vez el servicio de cita previa 2008 (n=258)

Usuarios que acuden para realizar gestiones por IAE, IBI/Catastro, Plusvalías, IVTM y Ejecutiva y han utilizado alguna vez el servicio de cita previa 2009 (n=236)

## Los servicios de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

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

	TOTAL	ALCALÁ	SACRAMENTO	SANCHINARRO
A través del teléfono 010	<b>79,2%</b>	82,4%	75,7%	78,0%
A través del teléfono Línea Directa del Catastro (902373635)	<b>5,8%</b>	10,6%	0,0%	4,9%
A través de internet	<b>12,0%</b>	8,2%	17,6%	11,0%
En persona, en alguna oficina de atención municipal	<b>4,9%</b>	3,5%	6,8%	4,9%
Ns/Nc	<b>1,9%</b>	1,2%	2,7%	2,4%

#### Base Satisfacción:

Usuarios que acuden para realizar gestiones por IAE, IBI/Catastro, Plusvalías, IVTM y Ejecutiva y han utilizado alguna vez el servicio de cita previa TOTAL 2009 (n=241)

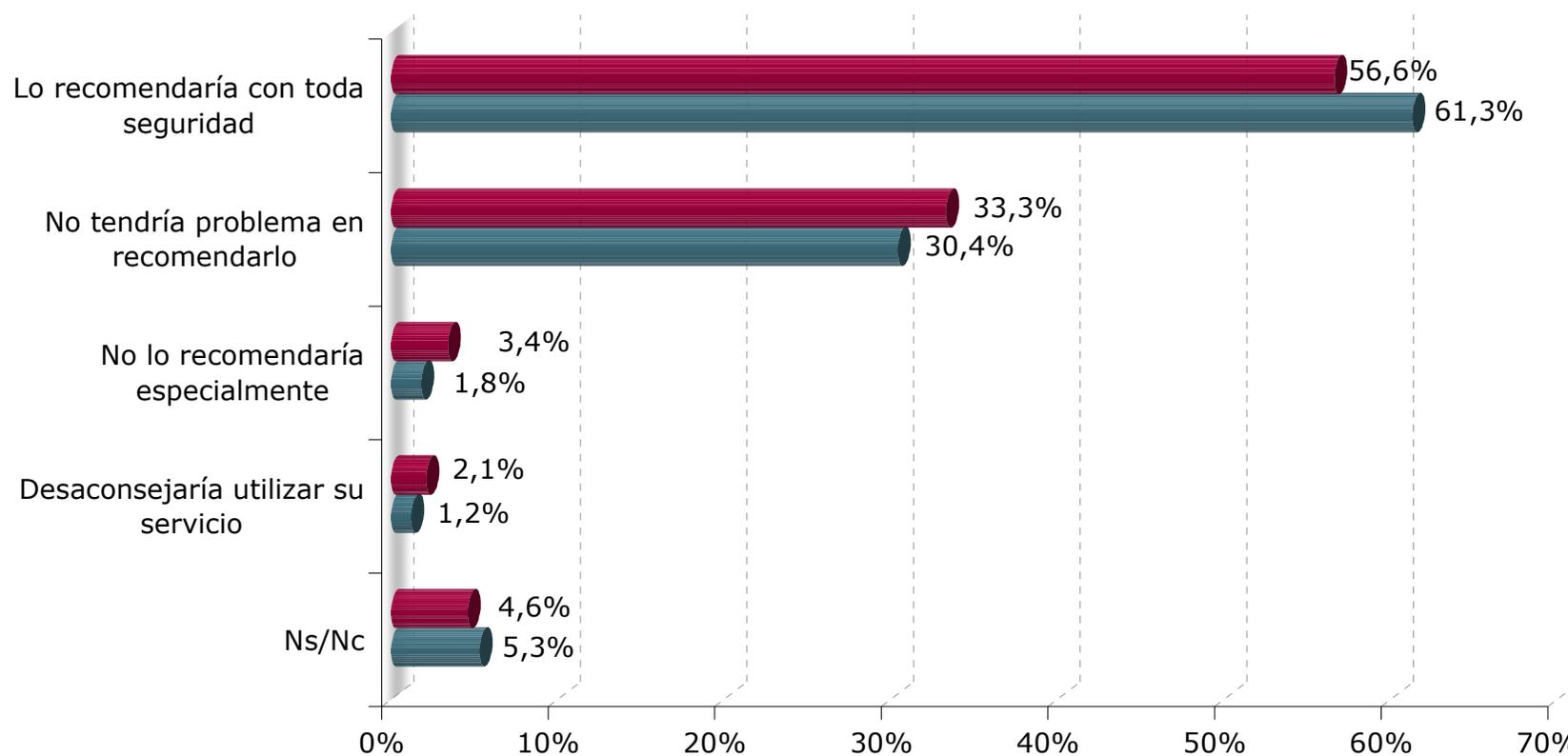
Usuarios que acuden para realizar gestiones por IAE, IBI/Catastro, Plusvalías, IVTM y Ejecutiva y han utilizado alguna vez el servicio de cita previa Alcalá 2009 (n=85)

Usuarios que acuden para realizar gestiones por IAE, IBI/Catastro, Plusvalías, IVTM y Ejecutiva y han utilizado alguna vez el servicio de cita previa Sacramento 2009 (n=74)

Usuarios que acuden para realizar gestiones por IAE, IBI/Catastro, Plusvalías, IVTM y Ejecutiva y han utilizado alguna vez el servicio de cita previa Sanchinarro 2009 (n=82)

## Los servicios de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

### RECOMENDACIÓN DE LOS SERVICIOS QUE OFRECE LA OAIC (2008-2009)



Base:

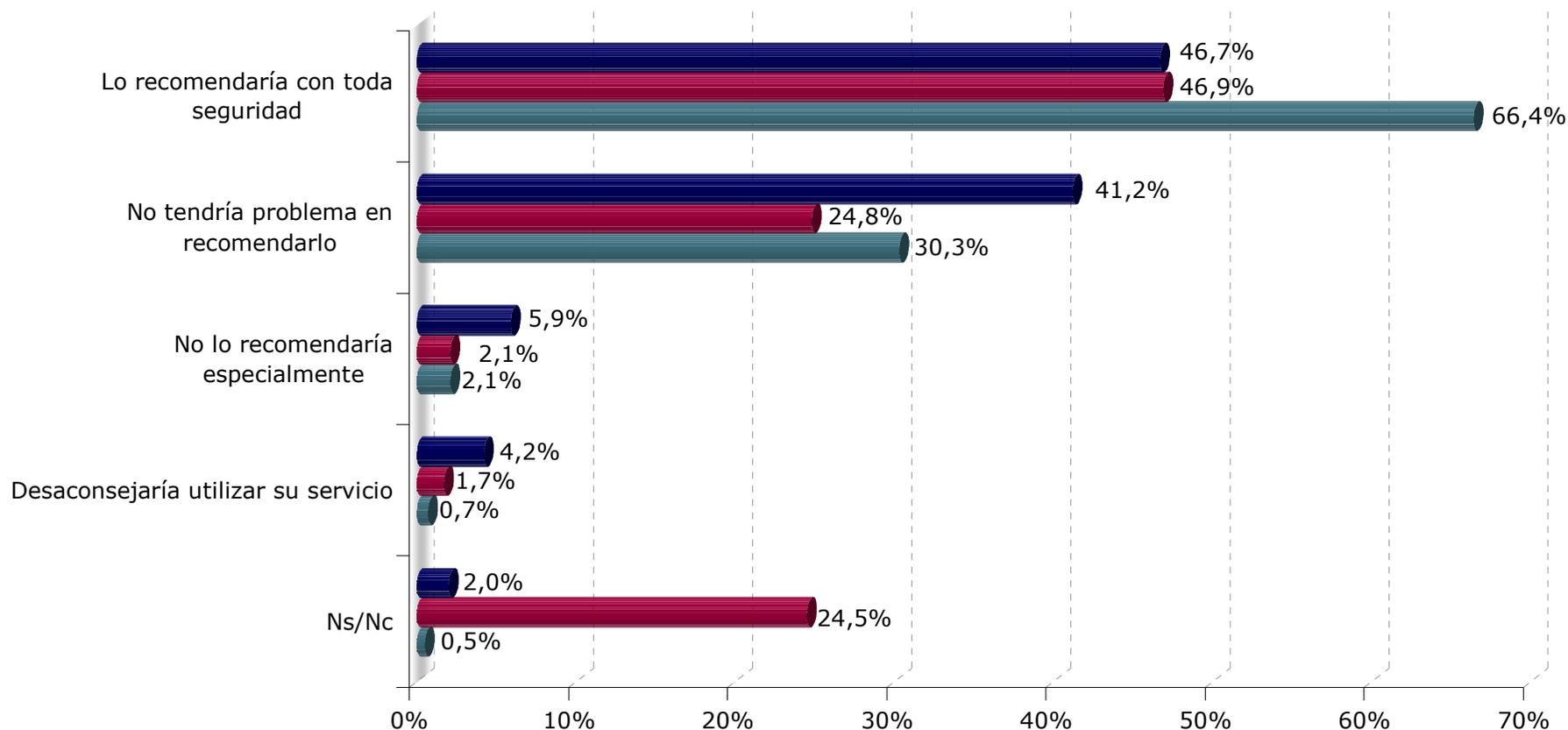
Muestra TOTAL percepción 2008 (n=959)

Muestra TOTAL percepción 2009 (n=1069)

■ 2008 ■ 2009

## Los servicios de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

### RECOMENDACIÓN DE LOS SERVICIOS QUE OFRECE POR OAIC



Base:

Muestra percepción OAIC Alcalá 2009 (n=429)

Muestra percepción OAIC Sacramento 2009 (n=354)

Muestra percepción OAIC Sanchinarro 2009 (n=286)

■ Alcalá ■ Sanchinarro ■ Sacramento

## **A. SATISFACCION DEL USUARIO**

I. Conclusiones y recomendaciones

II. Resultados Obtenidos

1. Valoración del servicio recibido

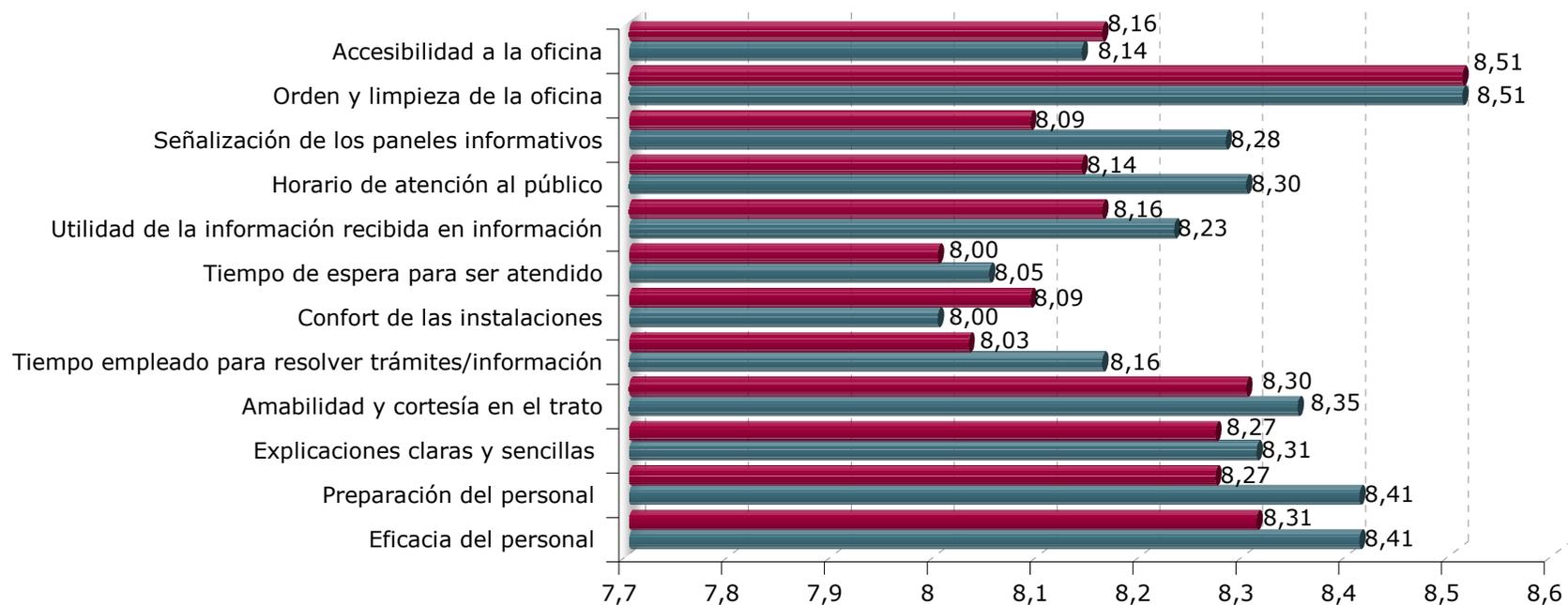
2. Definición de calidad

3. El usuario/a de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

4. Los servicios de las Oficinas de Atención Integral al Contribuyente

**III. Brecha (Percepción-Expectativas)**

## BRECHA: EXPECTATIVA Y PERCEPCIÓN del funcionamiento general de la OAIC según USUARIO/A. Valoraciones medias (escala de 0 a 10)



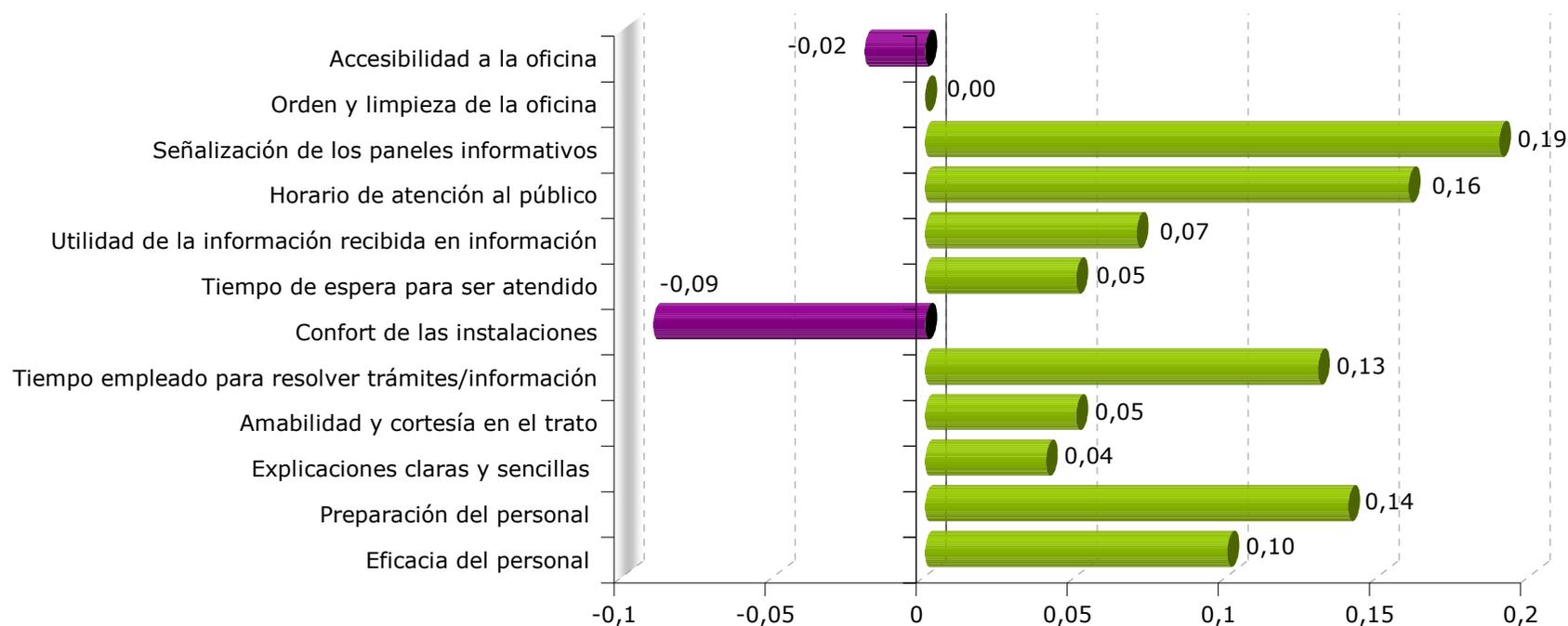
Bases:

Muestra percepción 2009 (n=1069)

Muestra expectativas 2009 (n=357)

■ Expectativas ■ Percepción

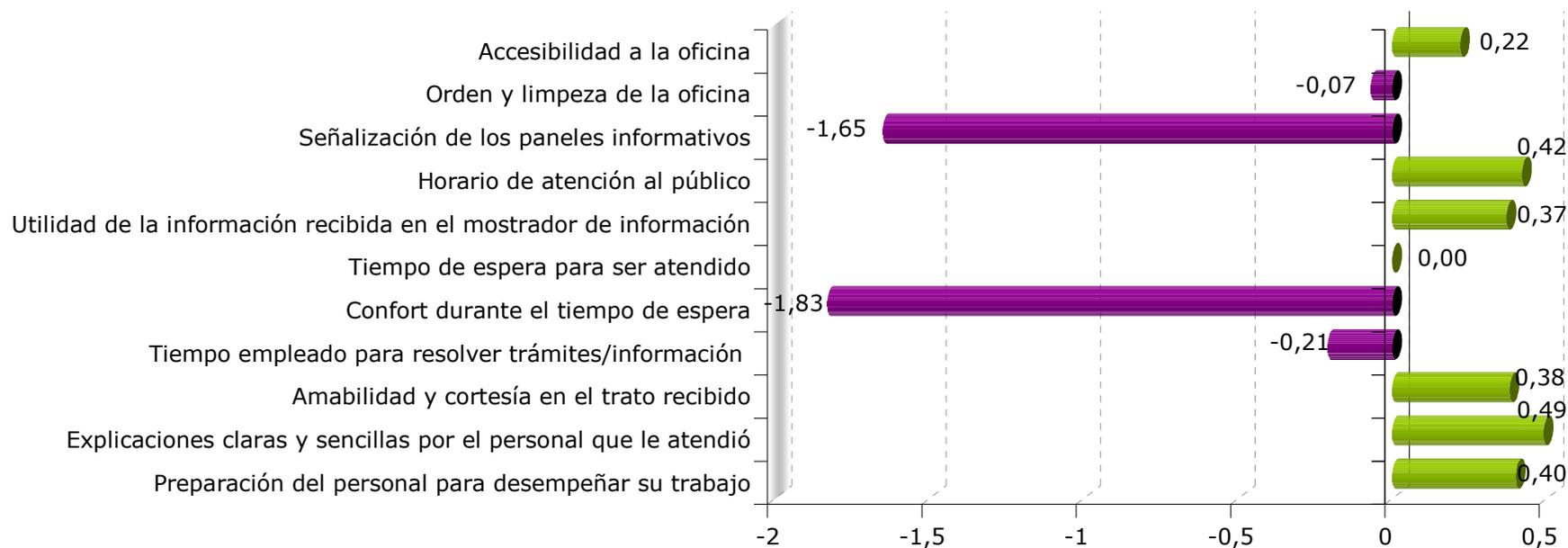
**BRECHA: DIFERENCIA DE EXPECTATIVA Y PERCEPCIÓN del funcionamiento general de la OAIC según USUARIO/A. Valoraciones medias (escala de 0 a 10)**



Base:

Muestra TOTAL Usuarios percepción 2009 (n=1069)

**BRECHA: DIFERENCIA DE EXPECTATIVA del usuario/a según los profesionales de la OAIC Y PERCEPCIÓN del usuario/a en el funcionamiento general de la OAIC según USUARIO/A. Valoraciones medias (escala de 0 a 10)**



## Comparativa de valoración de las EXPECTATIVAS: expectativas del usuario/a según los profesionales de la OAIC y expectativa del usuario/a en el funcionamiento general de la OAIC.

Las valoraciones de los atributos desde las expectativas presenta diferencias en cómo se percibe los servicios de la OAIC. Desde la perspectiva **del profesional**, piensa que el cliente valora más los atributos relacionados con las dimensiones de empatía y fiabilidad, seguridad y garantía, (**eficacia**) mientras que **el usuario/a** valora más los atributos relacionados con los elementos tangibles como el (**aspecto y confort de las instalaciones**).

ATRIBUTOS	Expectativa del usuario/a según profesionales de OAIC	Expectativa del usuario/a
Accesibilidad a la oficina	8,38	8,14
Orden y limpieza de la oficina	8,44	8,51
Señalización de los paneles informativos	6,44	8,28
Horario de atención al público	8,56	8,30
Utilidad de la información recibida en el mostrador de información	8,53	8,23
Tiempo de espera para ser atendido	8,00	8,05
Confort durante el tiempo de espera	6,26	8,00
Tiempo empleado para resolver trámites/información	7,82	8,16
Amabilidad y cortesía en el trato recibido	8,68	8,35
Explicaciones claras y sencillas por el personal que le atendió	8,76	8,31
Preparación del personal para desempeñar su trabajo	8,67	8,41
Eficacia del personal que le atendió	8,82	8,41

Base:

Muestra TOTAL Usuarios percepción 2009 (n=1069)

Muestra TOTAL trabajadores 2009 (n=34)

## B. CLIENTE MISTERIOSO

### I. Conclusiones

#### II. Análisis de los resultados

1. Establecimiento
2. Apariencia/trato personal
3. Calidad en el servicio
4. Tiempos medios de atención
5. Tiempos medios de espera

## CONCLUSIONES: CLIENTE MISTERIOSO

### Establecimiento

- ❑ En la totalidad de las visitas realizadas indican que los paneles informativos han resultado de utilidad.
- ❑ El Punto General de Información cumple una eficaz labor de filtrado y orientación de las consultas en el 100,0% de los casos.
- ❑ Se indica, igualmente en todas las visitas, que el sistema de Turnos de Espera funciona correctamente dirigiendo al usuario/a hacia el puesto de atención correspondiente una vez llegado su turno.

## CONCLUSIONES: CLIENTE MISTERIOSO

### Apariencia/trato personal

- ❑ El aspecto de las personas que atienden al público en las OAIC se considera adecuado en el 93,4% de los casos. Por otro lado, la amabilidad en el trato y la forma de atender, son vistas como adecuadas en la mayoría de las visitas realizadas (93,4% y 86,7% respectivamente).
- ❑ En todas las visitas se han valorado de forma adecuada 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 aspectos superan las expectativas de los consultores.
- ❑ Con respecto a la apariencia y trato personal, los comentarios realizados por las visitas de cliente misterioso coinciden en destacar su cualificación como empleados y el correcto trato recibido.

## CONCLUSIONES: CLIENTE MISTERIOSO

### Calidad en el servicio

- ❑ En los casos en los que se ha tenido que hacer cola hasta ser atendido, el tiempo medio de espera no ha superado los 6,55 minutos.
- ❑ El personal de atención al contribuyente conocía en la mayoría de los casos el trabajo a desempeñar para llevar a cabo la gestión solicitada, siguiendo un esquema lógico en la explicación de la solución al problema planteado, aunque en algunos casos se viera en la necesidad de preguntar a algún compañero (20,0%).
- ❑ El lenguaje empleado en la gestión ha sido claro y cercano en todas las visitas realizadas, incluso detallando las cuestiones planteadas en la mayoría de los casos.
- ❑ La solución y rapidez para resolver la gestión ha sido favorable en el 86,7% de los casos y no se ha producido ninguna distracción por parte del profesional mientras atendía al cliente.
- ❑ Aquellas visitas que necesitaron ser redireccionadas a otro punto (13,3%), se hizo de manera adecuada en la totalidad de los casos.

## B. CLIENTE MISTERIOSO

### I. Conclusiones

### II. Análisis de los resultados

1. Establecimiento
2. Apariencia/trato personal
3. Calidad en el servicio
4. Tiempos medios de atención
5. Tiempos medios de espera

## Análisis de los resultados: CLIENTE MISTERIOSO

### Establecimiento

I. CARACTERÍSTICAS DEL ESTABLECIMIENTO		
	SI	NO
1. ¿Son útiles los paneles informativos dentro de la OAIC?	100,0%	0,0%
3. ¿El Punto General de Información realiza una eficaz labor de filtrado y orienta correctamente las consultas?	100,0%	0,0%
4. ¿El sistema de turno de espera funciona correctamente?	100,0%	0,0%
2. ¿Cuántas personas hay en el Punto General de Información?	<b>MEDIA</b>	
ALCALÁ	2	
SANCHINARRO	1	
SACRAMENTO	1	

## Análisis de los resultados: CLIENTE MISTERIOSO

### Apariencia/trato personal

II. CARACTERÍSTICAS DE LA APARIENCIA/TRATO PERSONAL			
	SI	NO	
5. ¿El aspecto de la persona que atiende es el adecuado? (aseo, vestimenta)	93,4%	6,6%	
			(Escala de 1 a 3) 1 "No lo cumple", 2 "Sí lo cumple" y 3 "Supera mis expectativas" MEDIA
6. ¿La forma de atenderte es cercana?	86,7%	13,3%	1,93
7. ¿La forma de atenderte es amable?	93,4%	6,6%	1,93
8. ¿El volumen de su voz es el adecuado?	100,0%	0,0%	2,07
9. ¿La actitud corporal de la persona que atiende al público es adecuada?	100,0%	0,0%	2,07

## Análisis de los resultados: CLIENTE MISTERIOSO

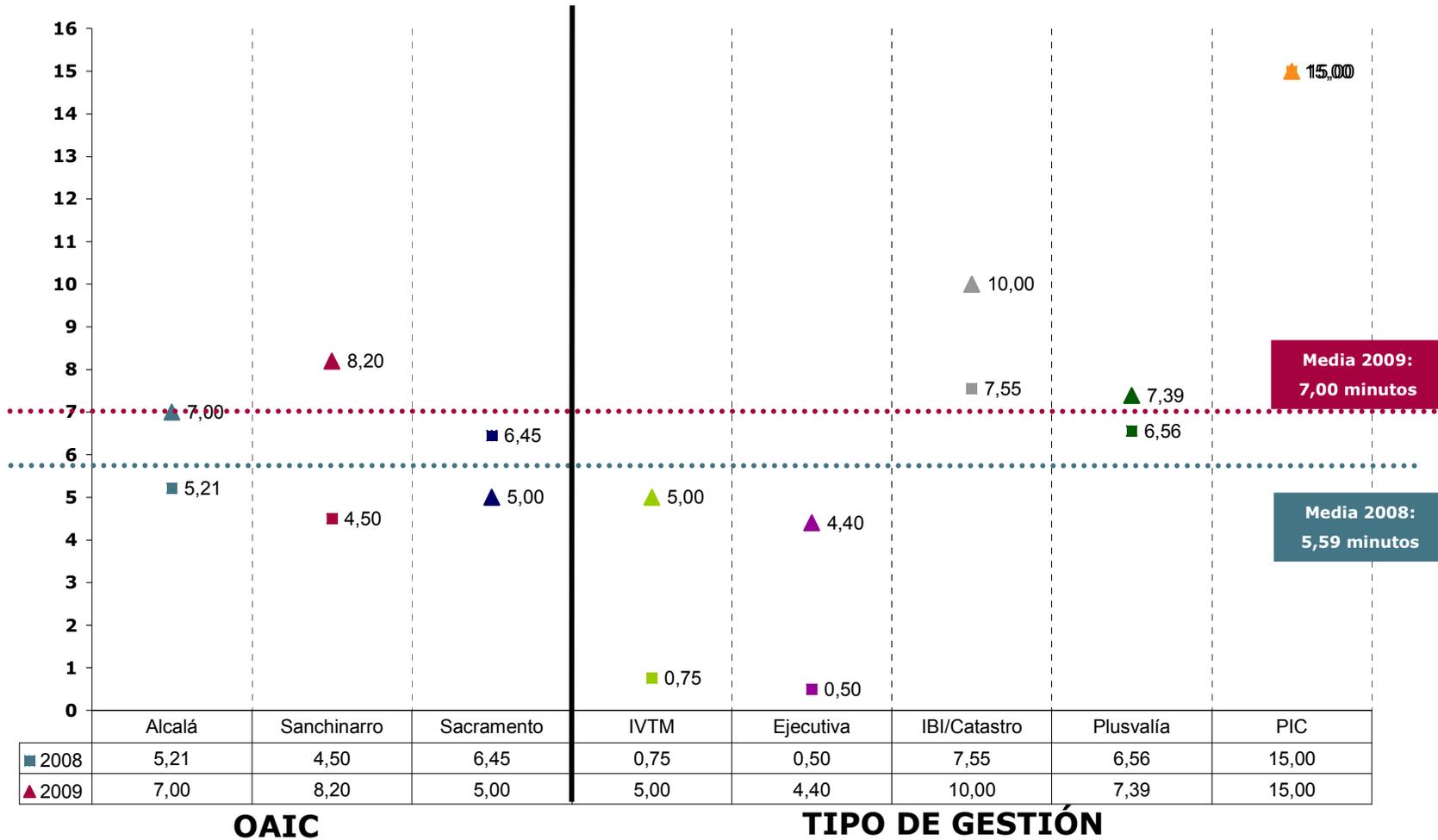
### Calidad del servicio

III. CARACTERÍSTICAS DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO		
	TIEMPO MEDIO	
10. ¿Cuánto tiempo ha durado la espera para ser atendido? (Minutos)	6,55 minutos	
11. Una vez que ha llegado tu turno, ¿cuánto tiempo tardan en atender la gestión servicio que solicitaste? (Minutos)	7,00 minutos	
12. La persona que te atendió:	SI	NO
a) ¿Conocía el tema sobre el que le preguntaste?	93,4%	6,6%
b) ¿Tuvo que preguntar a un compañero?	20,0%	80,0%
c) ¿Su exposición siguió un esquema lógico?	93,4%	6,6%
d) ¿Se explicó en un lenguaje claro y cercano?	100,0%	0,0%
e) ¿Explicó con claridad las cuestiones planteadas?	86,7%	13,3%
f) ¿Supo solucionar el problema?	86,7%	13,3%
g) ¿Solucionó el problema con rapidez?	86,7%	13,3%
h) ¿Se distrajo mientras te estaba atendiendo?	0,0%	100,0%
13. La gestión solicitada, ¿requirió ser redireccionada a otro punto de atención?	13,3%	86,7%
14. De ser así, ¿fui bien redireccionado?	100,0%	0,0%

Responden sólo los que en P.13 dijeron "Sí"

## Análisis de los resultados: CLIENTE MISTERIOSO

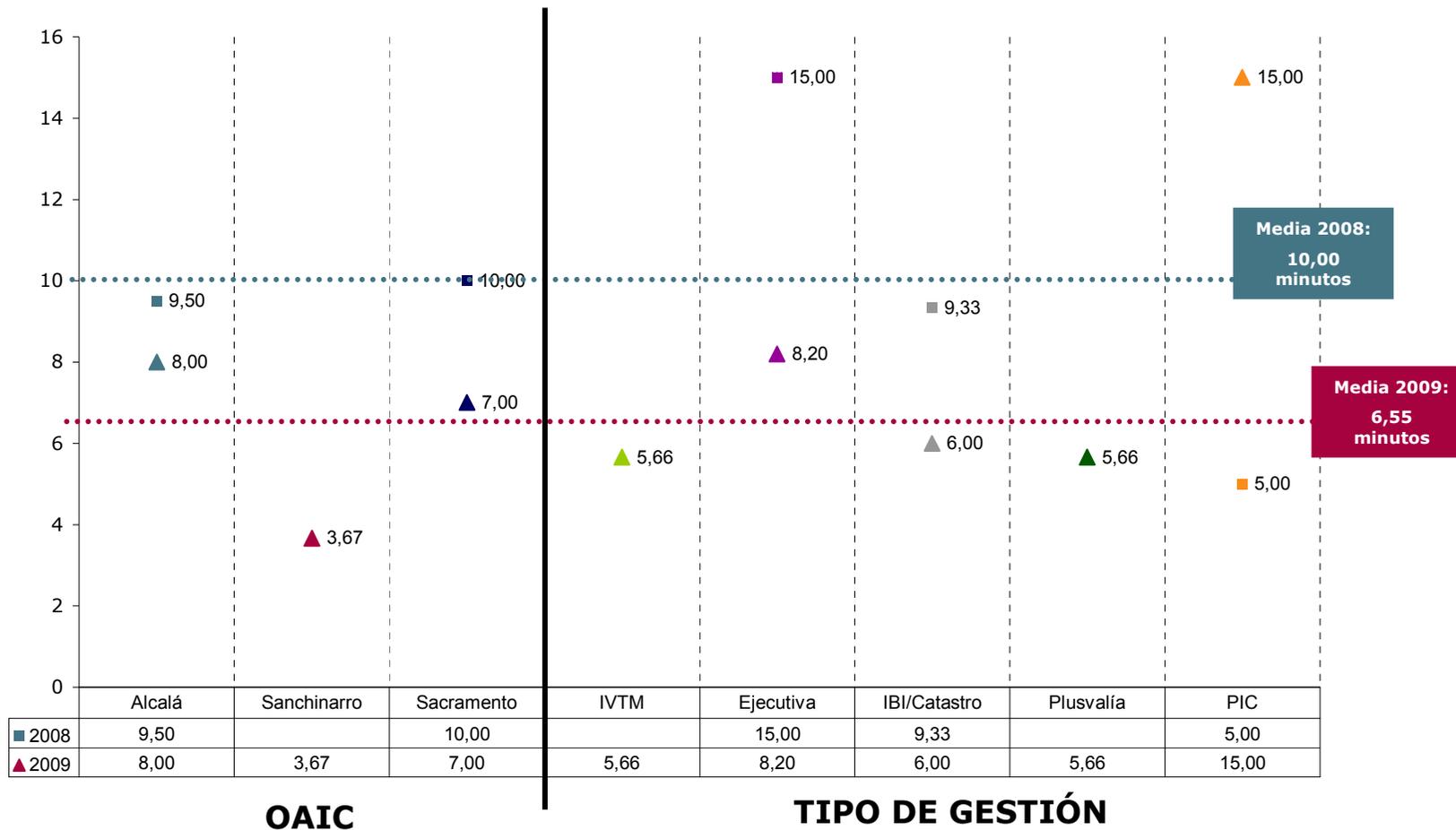
### Tiempos medios de atención (minutos) 2008-2009



De las 15 visitas realizadas, la media de atención empleada para la resolución de la gestión o problema planteado, desde que la persona es atendida, es de 7,00 minutos. En la oficina de Sanchinarro el tiempo empleado es superior a la media (8,20), y según el tipo de gestión el Punto de Información Catastral (PIC) es de 15,00 minutos, aunque sólo se ha realizado una única visita.

## Análisis de los resultados: CLIENTE MISTERIOSO

### Tiempos medios de espera (minutos) 2008-2009



El análisis de los tiempos de espera que se recoge a continuación hace referencia a las visitas que tuvieron que esperar cola para ser atendidos.