

# ESTUDIO DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EN LAS OFICINAS DE ATENCIÓN INTEGRAL AL CONTRIBUYENTE

Marzo 2010

## INFORME EJECUTIVO DE RESULTADOS



## INFORME DE RESULTADOS

---

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



# 1. SATISFACCIÓN DEL USUARIO

## FICHA TÉCNICA

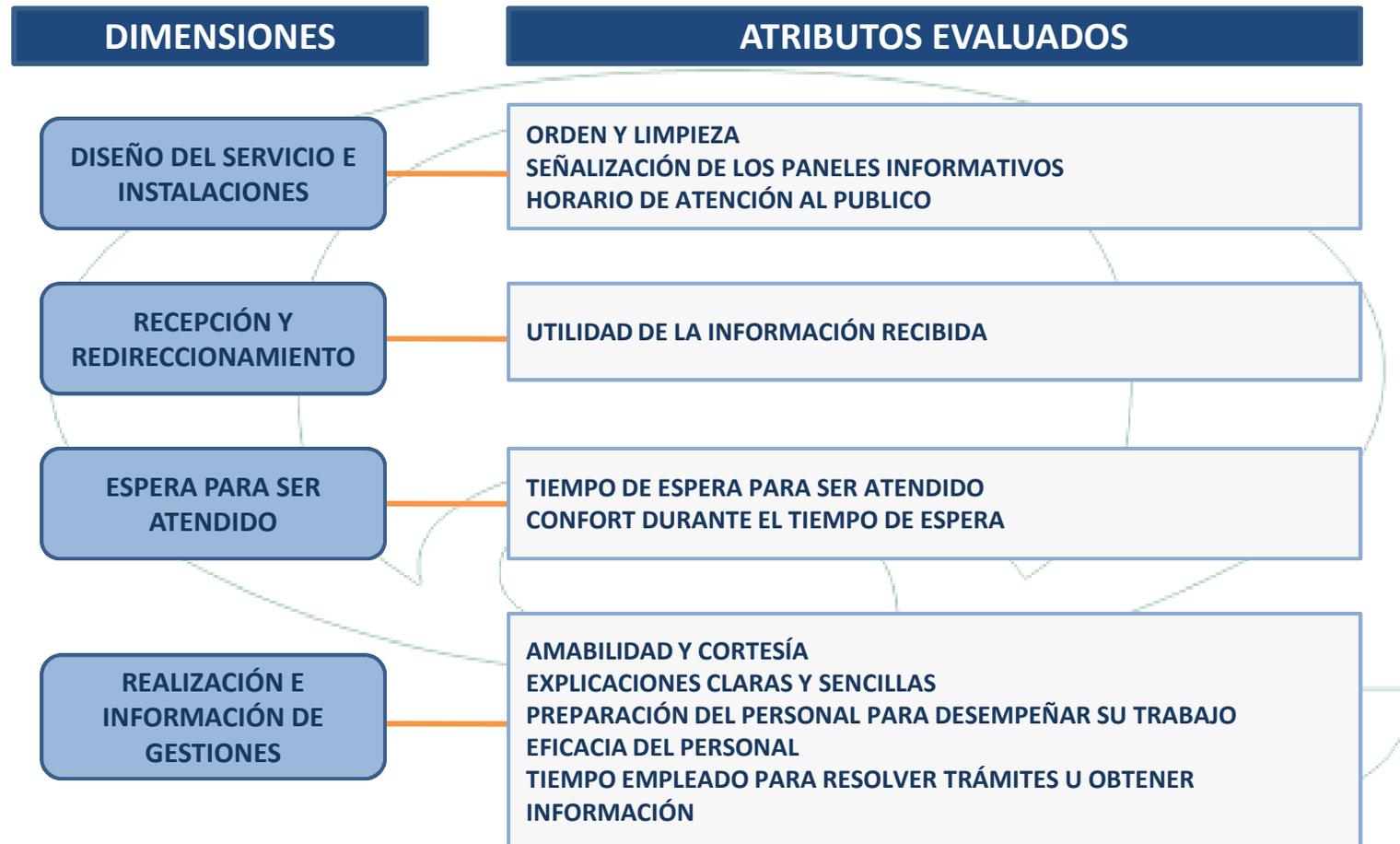


- UNIVERSO: USUARIOS DE LAS OFICINAS DE ATENCIÓN INTEGRAL AL CONTRIBUYENTE (OAIC)
  
- ÁMBITO: MUNICIPIO DE MADRID
  
- MUESTRA: 2.000 ENTREVISTAS, LO QUE OFRECE UNOS RESULTADOS TOTALES CON UN ERROR MÁXIMO POSIBLE DE  $\pm 2.2\%$ , PARA UN NIVEL DE CONFIANZA DEL 95.5% (DOS SIGMA) Y P/Q = 50/50. LAS ENTREVISTAS FUERON REPARTIDAS ENTRE LAS CUATRO OAIC DE LA SIGUIENTE MANERA:
  - OAIC Alcalá, 45: 920 entrevistas, lo que ofrece unos resultados totales con un error máximo posible de  $\pm 3.3\%$ , para un nivel de confianza del 95.5% (dos sigma) y p/q = 50/50.
  - OAIC Sacramento, 3: 600 entrevistas, lo que ofrece unos resultados totales con un error máximo posible de  $\pm 4.1\%$ , para un nivel de confianza del 95.5% (dos sigma) y p/q = 50/50.
  - OAIC Príncipe Carlos, 40 (Sanchinarro): 260 entrevistas, lo que ofrece unos resultados totales con un error máximo posible de  $\pm 6.2\%$ , para un nivel de confianza del 95.5% (dos sigma) y p/q = 50/50.
  - OAIC Hierro, 27: 220 entrevistas, lo que ofrece unos resultados totales con un error máximo posible de  $\pm 6.7\%$ , para un nivel de confianza del 95.5% (dos sigma) y p/q = 50/50.
  
- CUESTIONARIO: ESTRUCTURADO.
  
- SELECCIÓN: ALEATORIA SISTEMÁTICA.
  
- ENTREVISTA: PERSONAL, EN LAS OFICINAS DE ATENCIÓN INTEGRAL AL CONTRIBUYENTE
  
- FECHA DE TRABAJO DE CAMPO: DEL 1 AL 5 DE MARZO DE 2010 EN LAS OAIC DE ALCALÁ, SACRAMENTO E HIERRO Y DEL 1 AL 8 DE MARZO DE 2010 EN LA OAIC DE SANCHINARRO



# 1. SATISFACCIÓN DEL USUARIO

## 1.1 VALORACIÓN DEL SERVICIO RECIBIDO

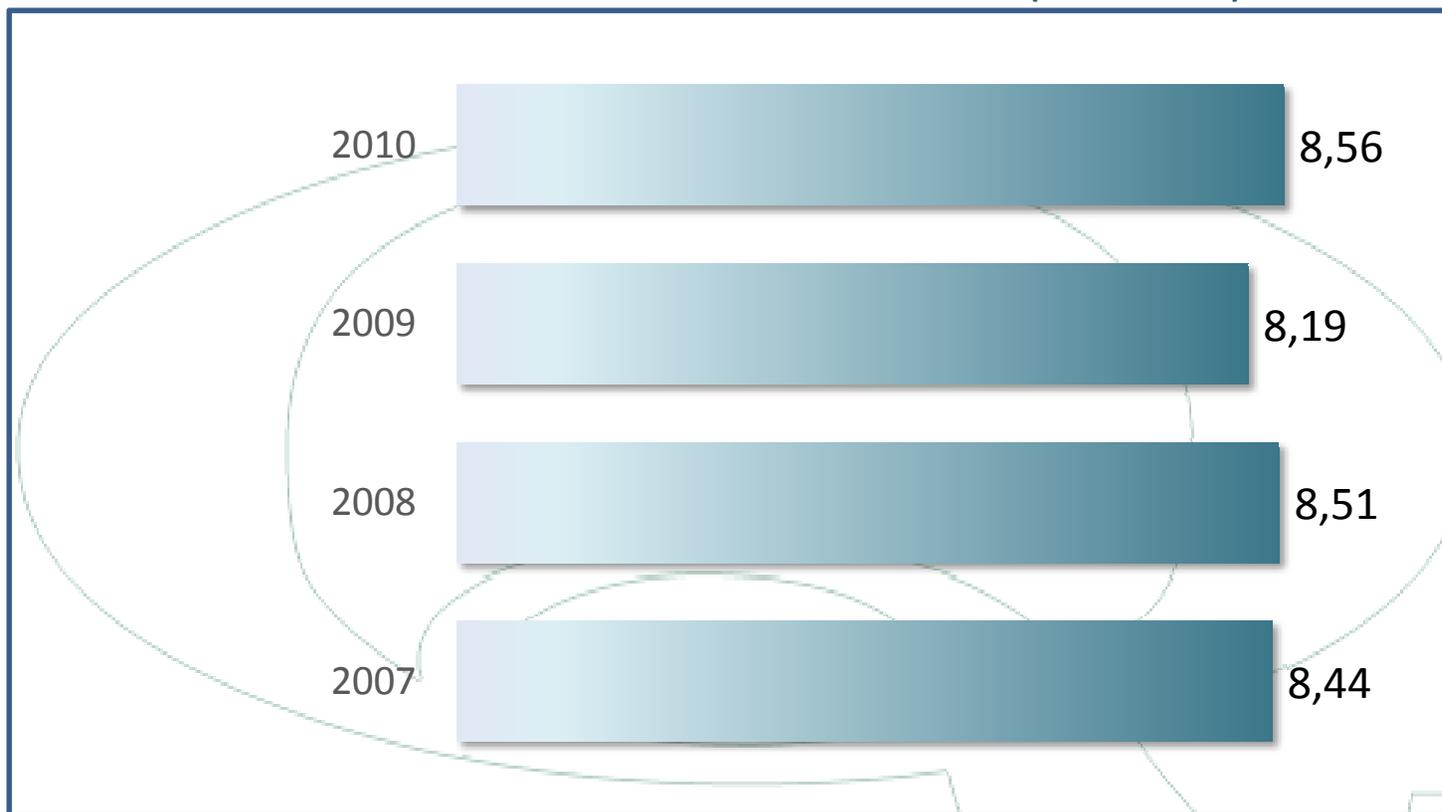




# 1. SATISFACCIÓN DEL USUARIO

## 1.1 VALORACIÓN DEL SERVICIO RECIBIDO

### VALORACIÓN GLOBAL DEL SERVICIO RECIBIDO (ESCALA 0-10)



- El análisis evolutivo de la valoración global muestra que la satisfacción global con el servicio recibido mejora con respecto al año anterior, pasando del 8,19 de 2009 al 8,56 del presente año, manteniéndose en todo caso en un alto nivel.
- Todos los aspectos valorados reciben buenas puntuaciones destacando orden y limpieza de la oficina (8,84) y la amabilidad y cortesía en el trato recibido (8,74).



# 1. SATISFACCIÓN DEL USUARIO



## 1.1 VALORACIÓN DEL SERVICIO RECIBIDO

### VALORACIÓN DEL SERVICIO RECIBIDO (ESCALA 0-10)

ORDEN	ATRIBUTO	VALORACIÓN	DIMENSIÓN
1	ORDEN Y LIMPIEZA	8.84	DISEÑO Y SERVICIO DE INSTALACIONES
2	AMABILIDAD Y CORTESIA EN EL TRATO RECIBIDO	8.74	REALIZACIÓN E INFORMACIÓN DE GESTIONES
3	EFICACIA DEL PERSONAL QUE LE ATENDIÓ	8.73	REALIZACIÓN E INFORMACIÓN DE GESTIONES
4	PREPARACIÓN DEL PERSONAL PARA DESEMPEÑAR SU TRABAJO	8.67	REALIZACIÓN E INFORMACIÓN DE GESTIONES
5	EXPLICACIONES CLARAS Y SENCILLAS	8.67	REALIZACIÓN E INFORMACIÓN DE GESTIONES
6	UTILIDAD DE LA INFORMACIÓN RECIBIDA EN EL MOSTRADOR DE INFORMACIÓN	8.65	RECEPCIÓN Y REDIRECCIONAMIENTO
7	TIEMPO EMPLEADO PARA RESOLVER TRÁMITES U OBTENER INFORMACIÓN	8.57	REALIZACIÓN E INFORMACIÓN DE GESTIONES
8	HORARIO DE ATENCIÓN AL PÚBLICO	8.54	DISEÑO Y SERVICIO DE INSTALACIONES
9	CONFORT DURANTE EL TIEMPO DE ESPERA	8.54	ESPERA PARA SER ATENDIDO
10	TIEMPO DE ESPERA EN SER ATENDIDO	8.49	ESPERA PARA SER ATENDIDO
11	ACCESIBILIDAD A LA OFICINA	8.46	DISEÑO Y SERVICIO DE INSTALACIONES

VALORACIÓN  
GLOBAL  
8.56

Base: total muestra percepción (n=1300)



# 1. SATISFACCIÓN DEL USUARIO

## 1.1 VALORACIÓN DEL SERVICIO RECIBIDO

### VALORACIÓN COMPARATIVA DEL SERVICIO RECIBIDO (ESCALA 0-10) 2007-2010

ORDEN 2007	ORDEN 2008	ORDEN 2009	ORDEN 2010	ATRIBUTO	VALORACIÓN 2010	VALORACIÓN 2009	VALORACIÓN 2008	VALORACIÓN 2007
2	1	1	1	ORDEN Y LIMPIEZA	8,84	8,51	8,9	8,9
4	2	3	2	AMABILIDAD Y CORTESIA EN EL TRATO RECIBIDO	8,74	8,3	8,81	8,79
-	3	2	3	EFICACIA DEL PERSONAL QUE LE ATENDIÓ	8,73	8,31	8,75	-
5	4	5	4	PREPARACIÓN DEL PERSONAL PARA DESEMPEÑAR SU TRABAJO	8,67	8,27	8,74	8,71
6	5	4	5	EXPLICACIONES CLARAS Y SENCILLAS	8,67	8,27	8,71	8,69
3	6	7	6	UTILIDAD DE LA INFORMACIÓN RECIBIDA EN EL MOSTRADOR DE INFORMACIÓN	8,65	8,16	8,67	8,8
1	8	12	7	TIEMPO EMPLEADO PARA RESOLVER TRÁMITES U OBTENER INFORMACIÓN	8,57	8,03	8,58	9,01
7	10	8	8	HORARIO DE ATENCIÓN AL PÚBLICO	8,54	8,14	8,48	8,65
8	9	10	9	CONFORT DURANTE EL TIEMPO DE ESPERA	8,54	8,09	8,51	8,63
10	7	13	10	TIEMPO DE ESPERA EN SER ATENDIDO	8,49	8	8,65	8,55
-	12	6	11	ACCESIBILIDAD A LA OFICINA	8,46	8,16	8,36	-

• Bases muestras percepción: 2007 (n=336), 2008 (n=959), 2009 (n= 1069) y 2010 (n=1300)

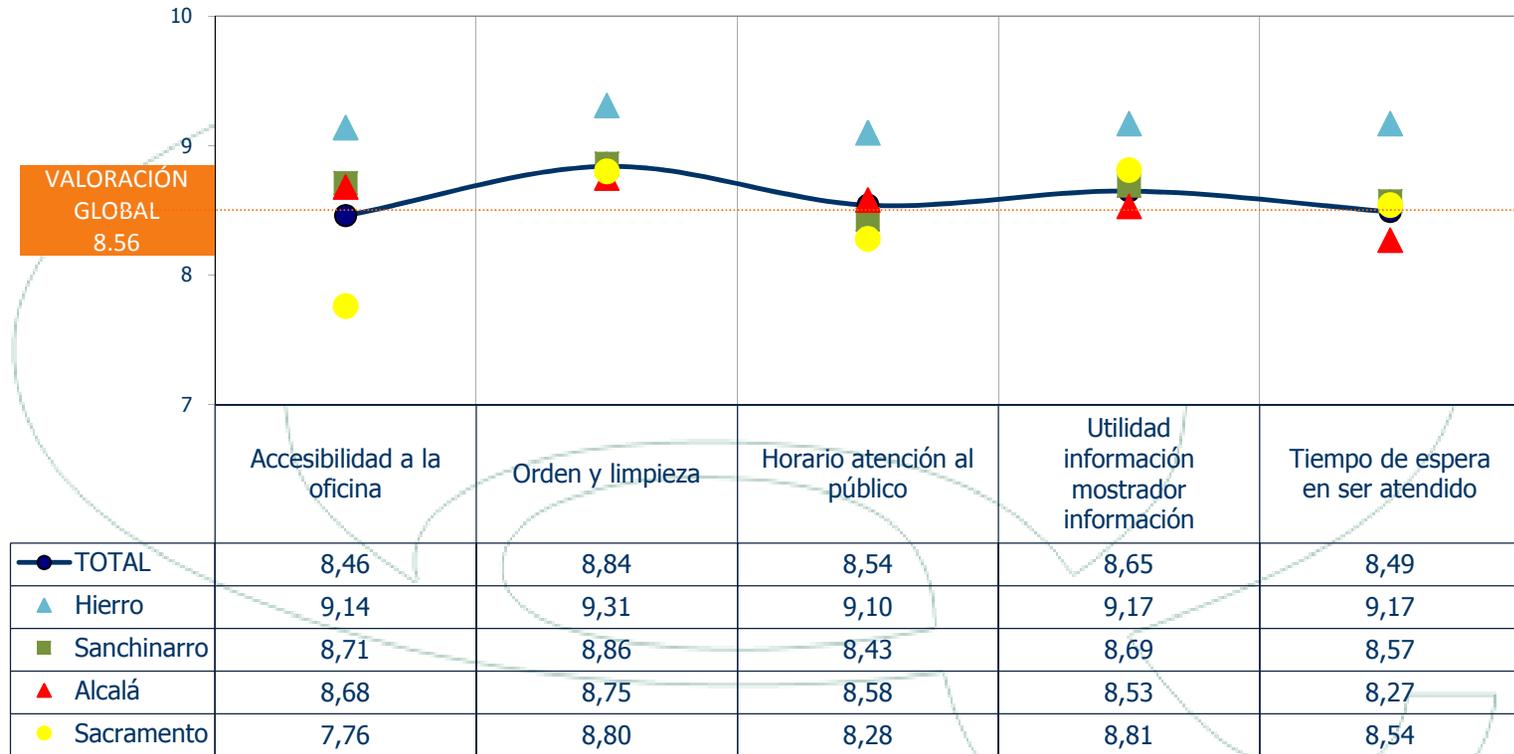


# 1. SATISFACCIÓN DEL USUARIO



## 1.1 VALORACIÓN DEL SERVICIO RECIBIDO

### VALORACIÓN DEL SERVICIO RECIBIDO SEGÚN OFICINA DE ATENCIÓN INTEGRAL AL CONTRIBUYENTE



- Muestra percepción OAIC Hierro(n=143)
- Muestra percepción OAIC Sanchinarro (n=169)
- Muestra percepción OAIC Alcalá (n=598)
- Muestra percepción OAIC Sacramento (n=390)

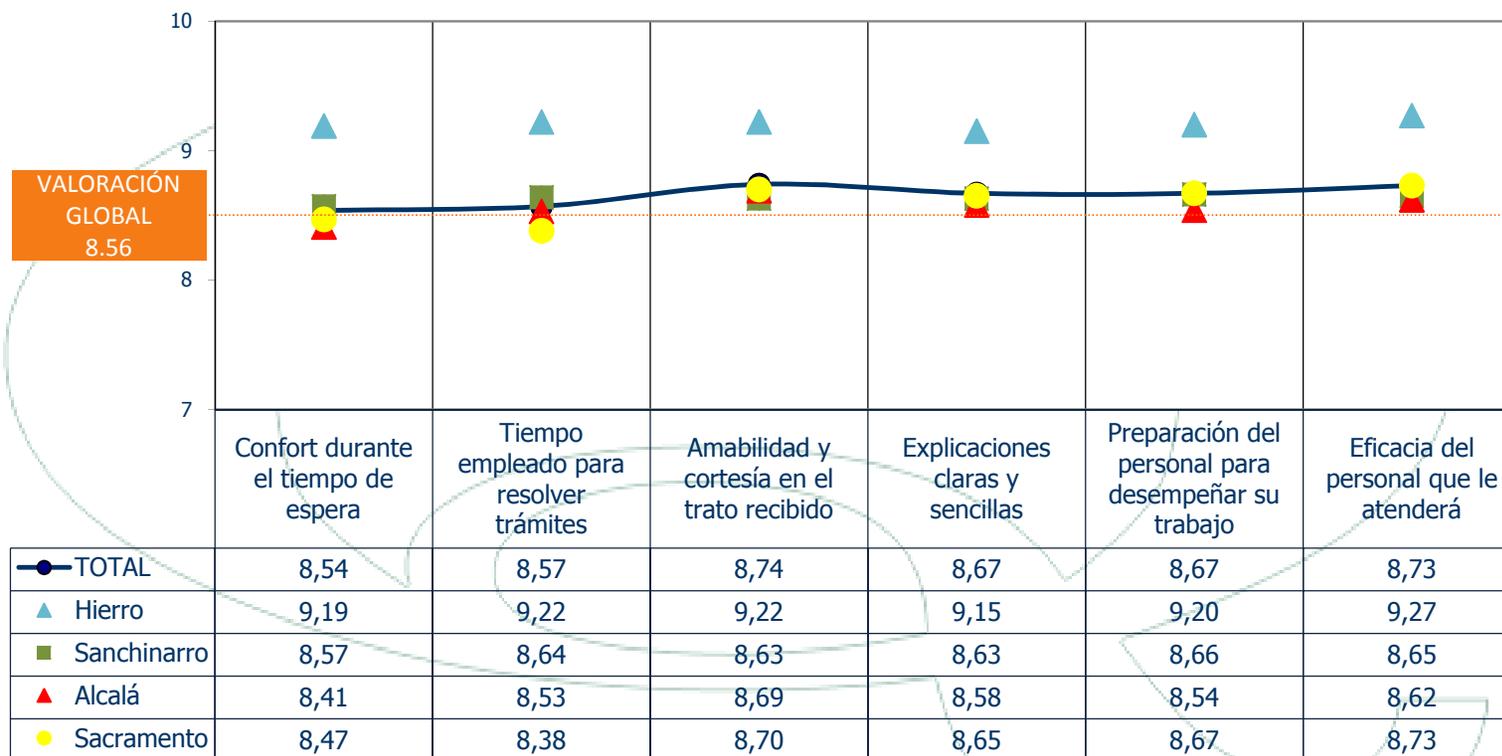
Base total muestra percepción (n = 1300)



# 1. SATISFACCIÓN DEL USUARIO

## 1.1 VALORACIÓN DEL SERVICIO RECIBIDO

### VALORACIÓN DEL SERVICIO RECIBIDO SEGÚN OFICINA DE ATENCIÓN INTEGRAL AL CONTRIBUYENTE



- Muestra percepción OAIC Hierro (n=143)
- Muestra percepción OAIC Sanchinarro (n=169)
- Muestra percepción OAIC Alcalá (n=598)
- Muestra percepción OAIC Sacramento (n=390)

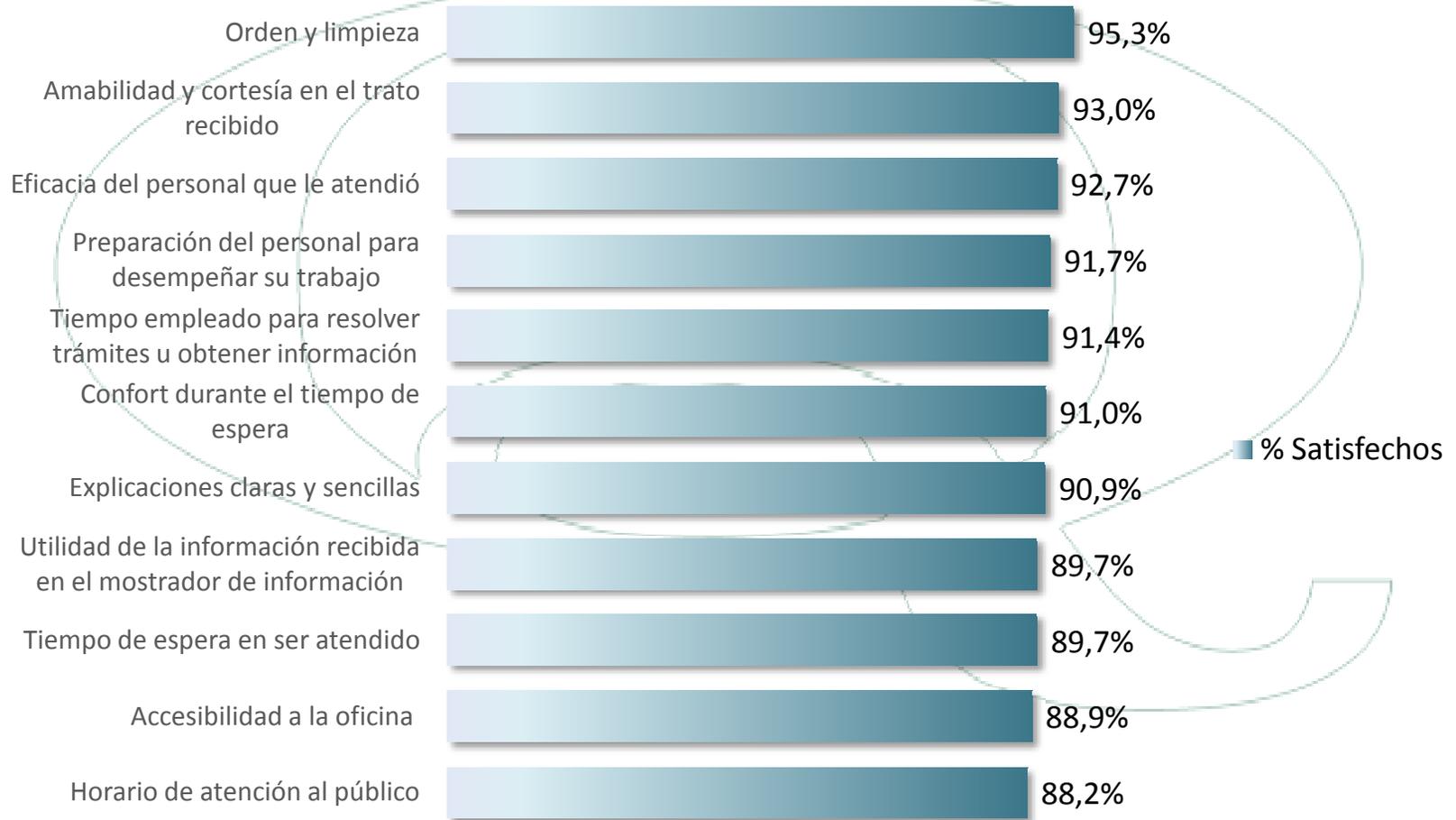
Base total muestra percepción (n = 1300)



# 1. SATISFACCIÓN DEL USUARIO

## 1.1 VALORACIÓN DEL SERVICIO RECIBIDO

### VALORACIÓN DEL SERVICIO RECIBIDO



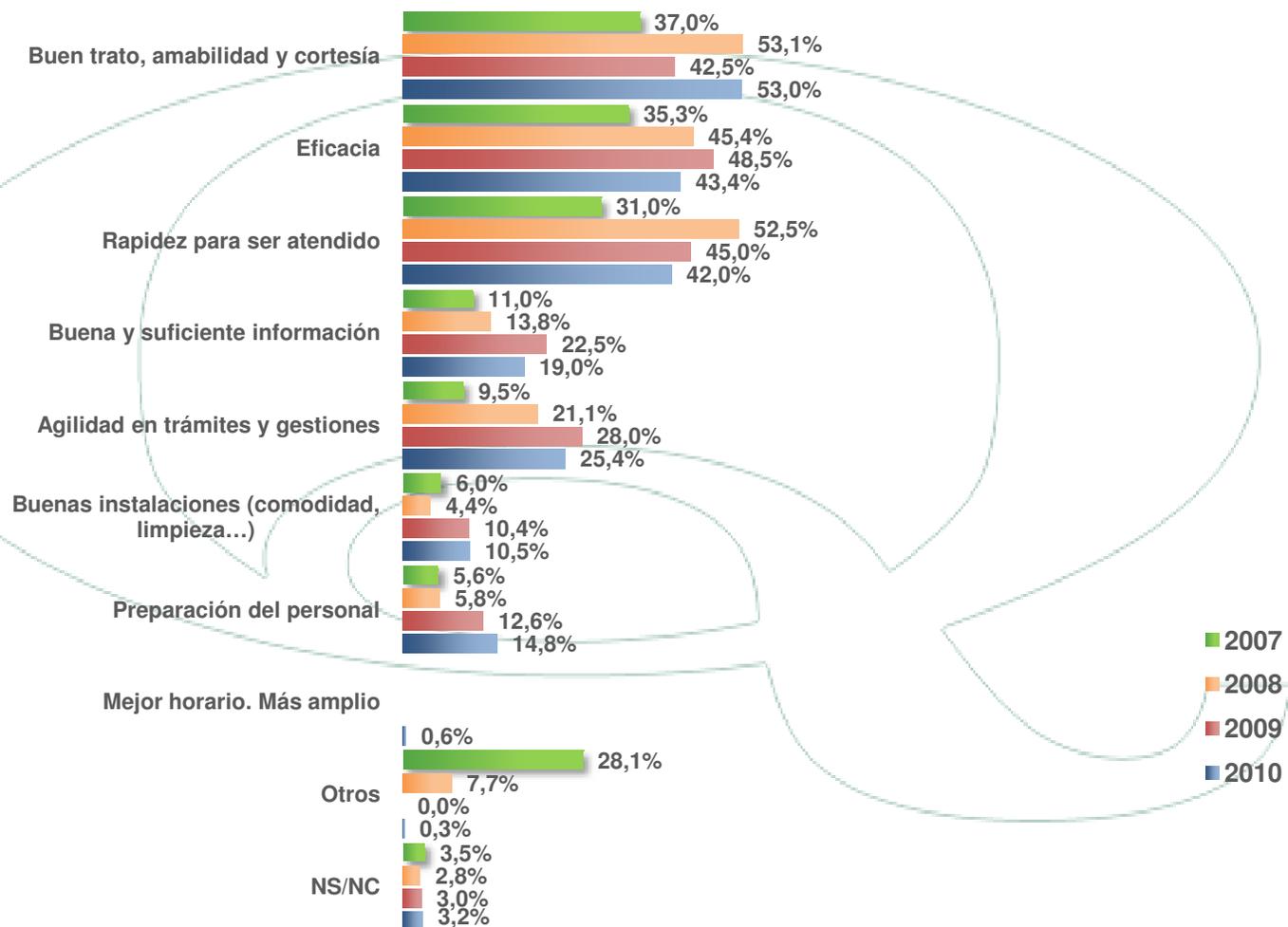
Base total muestra percepción (n = 1300)



# 1. SATISFACCIÓN DEL USUARIO

## 1.2 DEFINICIÓN DE CALIDAD

### DEMANDAS DE CALIDAD: ATRIBUTOS QUE DEFINEN LA CALIDAD DEL SERVICIO



Bases: muestras percepción + expectativas 2007 (n=484), 2008 (n=1224), 2009 (n=1426) y 2010 (n=2000)

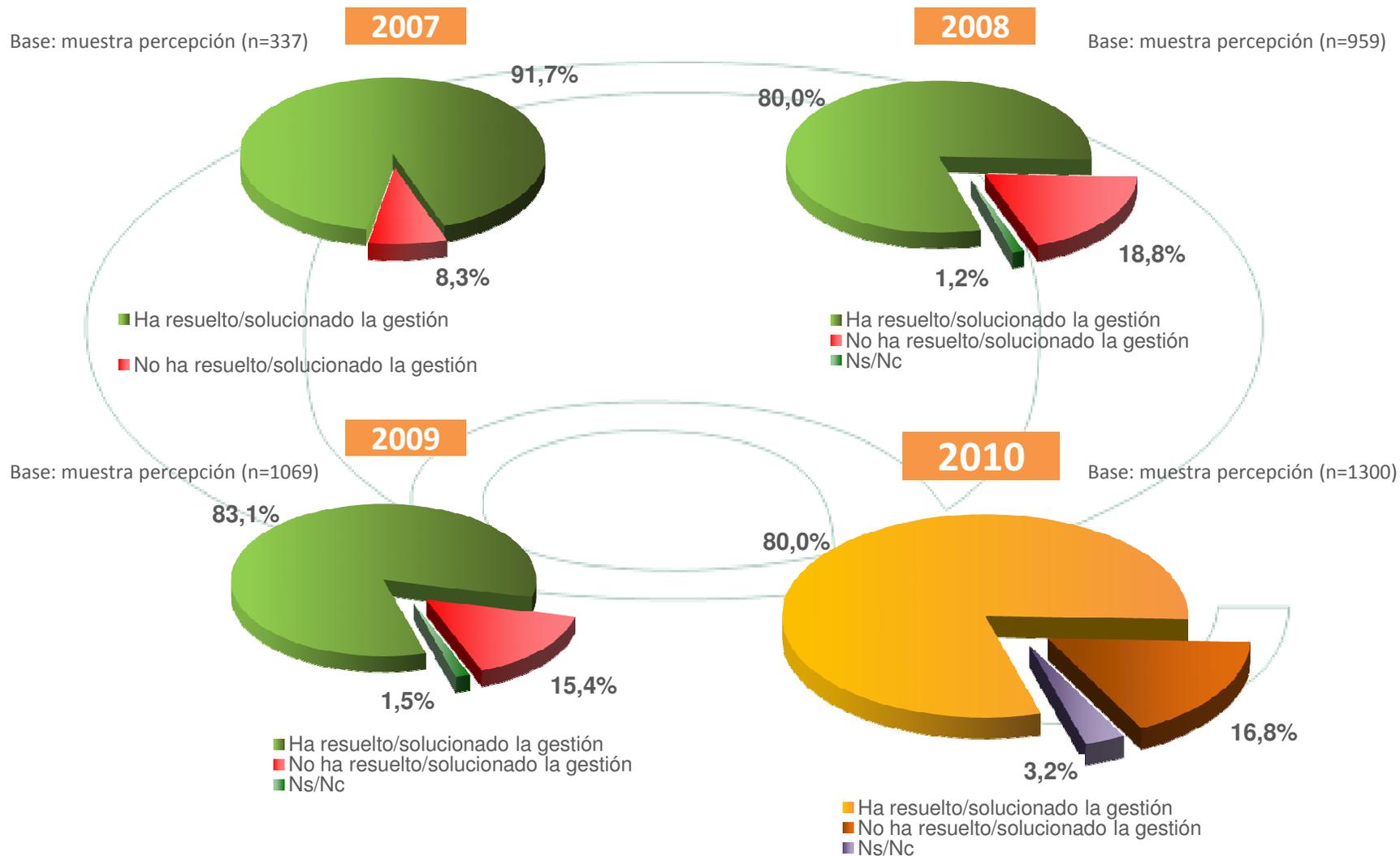


# 1. SATISFACCIÓN DEL USUARIO



## 1.3 EL USUARIO DE LAS OFICINAS DE ATENCIÓN INTEGRAL AL CONTRIBUYENTE

### LA VISITA DEL USUARIO: RESOLUCIÓN DE LA GESTIÓN

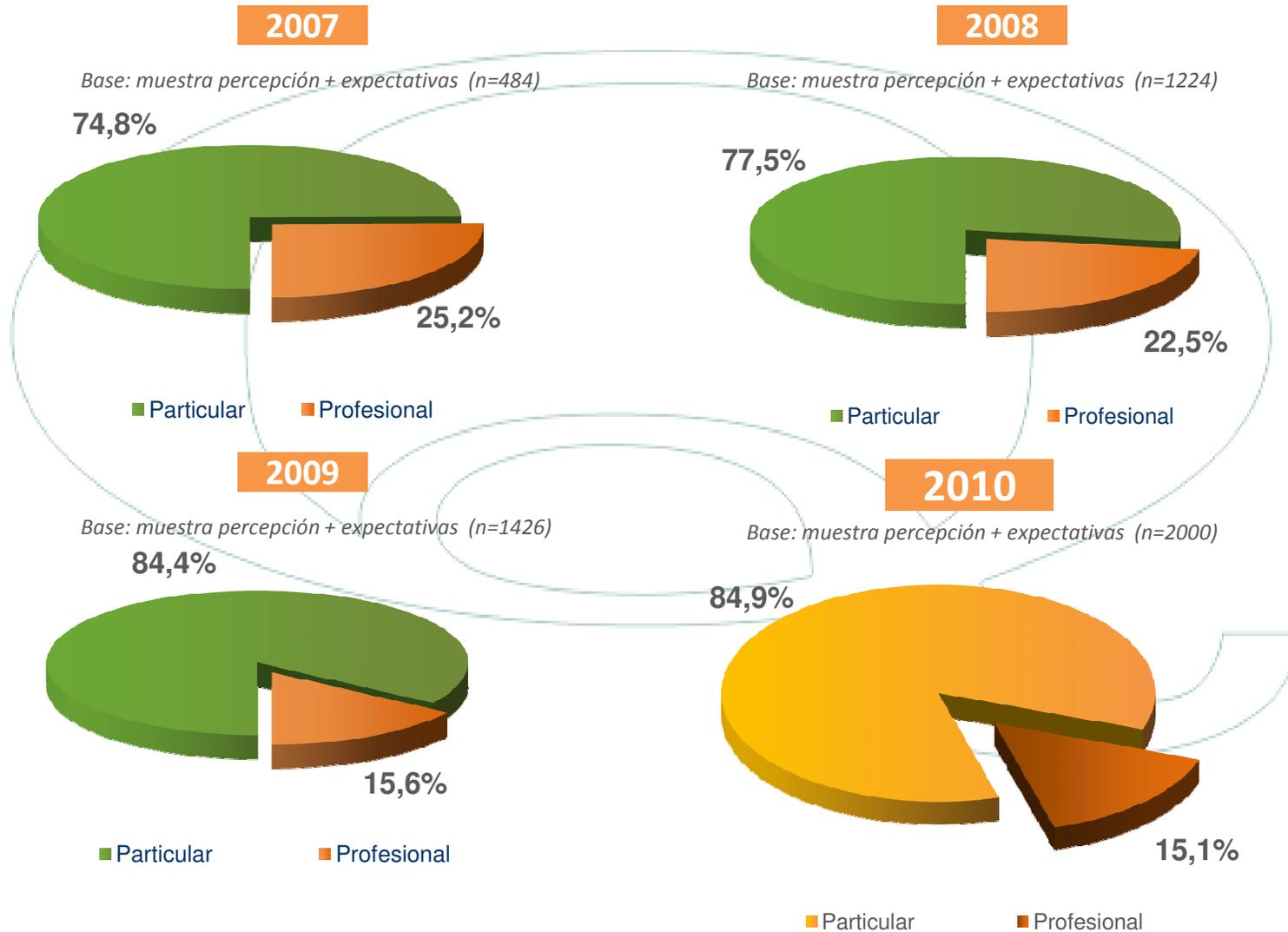




# 1. SATISFACCIÓN DEL USUARIO

## 1.3 EL USUARIO DE LAS OFICINAS DE ATENCIÓN INTEGRAL AL CONTRIBUYENTE

### LA VISITA DEL USUARIO: PARTICULARES VS. PROFESIONALES



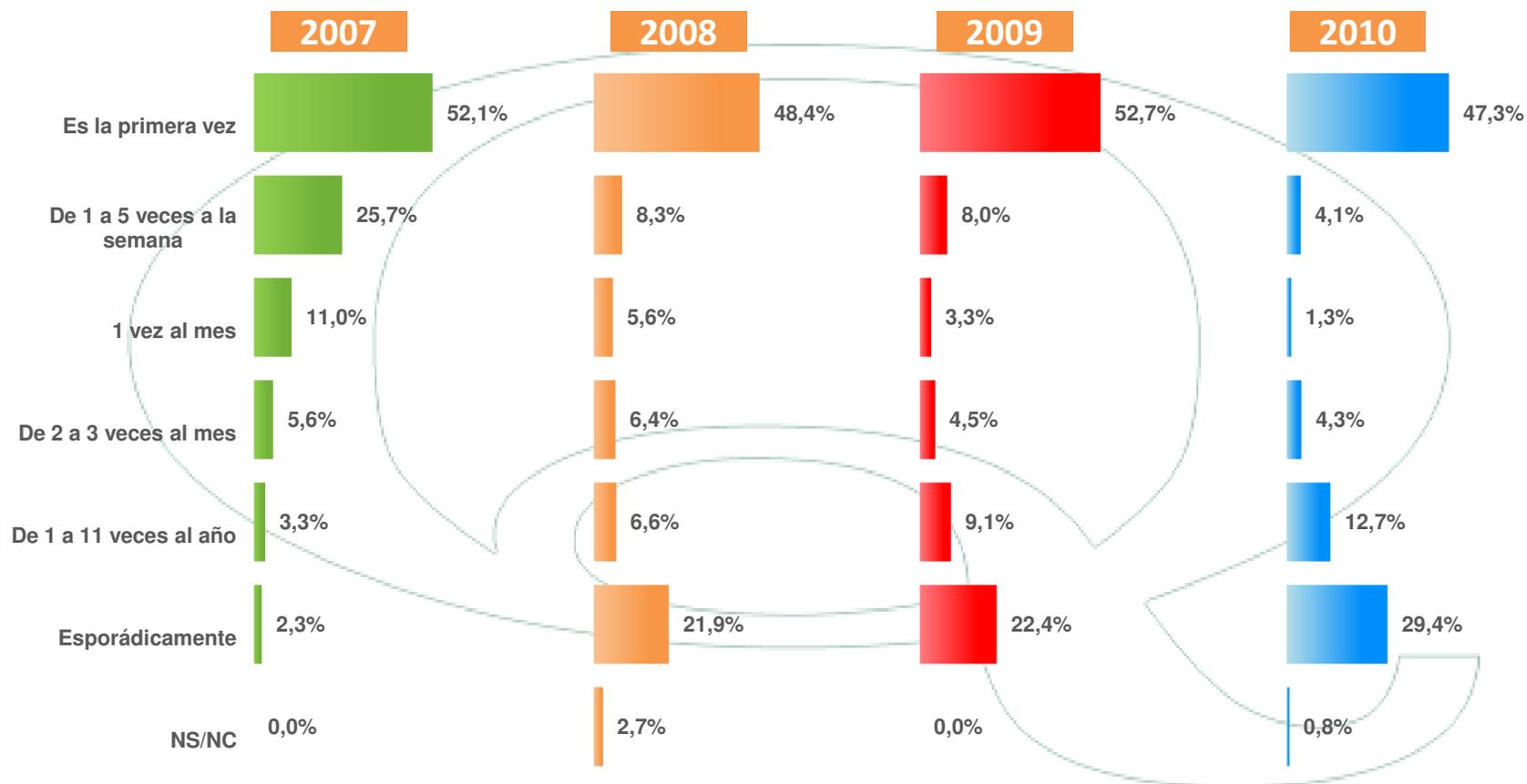


# 1. SATISFACCIÓN DEL USUARIO



## 1.3 EL USUARIO DE LAS OFICINAS DE ATENCIÓN INTEGRAL AL CONTRIBUYENTE

### LA VISITA DEL USUARIO: FRECUENCIA DE VISITA A LA OFICINA



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

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

Base: muestra percepción + expectativas 2009 (n=1426)

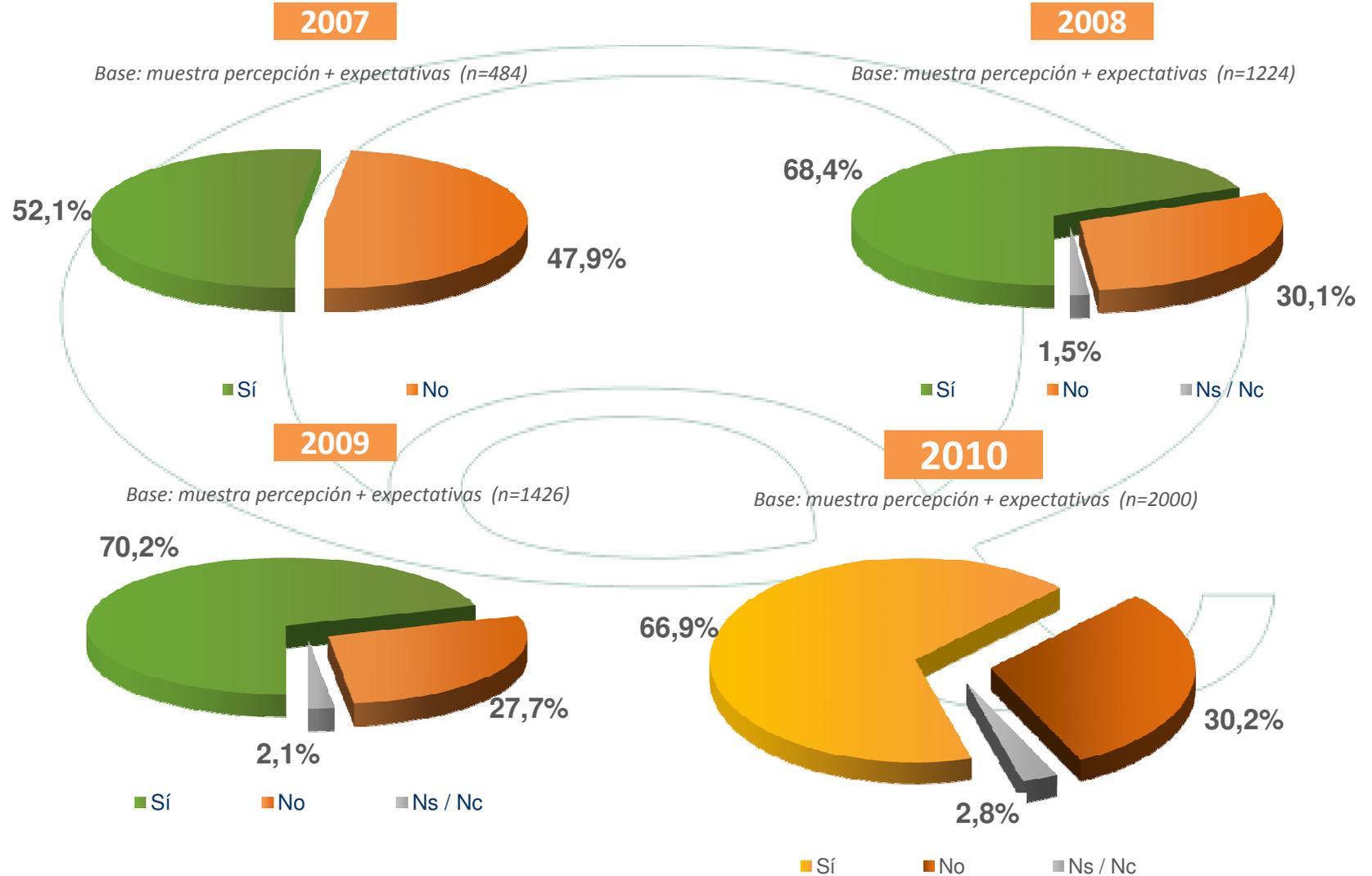
Base: muestra percepción + expectativas 2010 (n=2000)



# 1. SATISFACCIÓN DEL USUARIO

## 1.3 EL USUARIO DE LAS OFICINAS DE ATENCIÓN INTEGRAL AL CONTRIBUYENTE

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

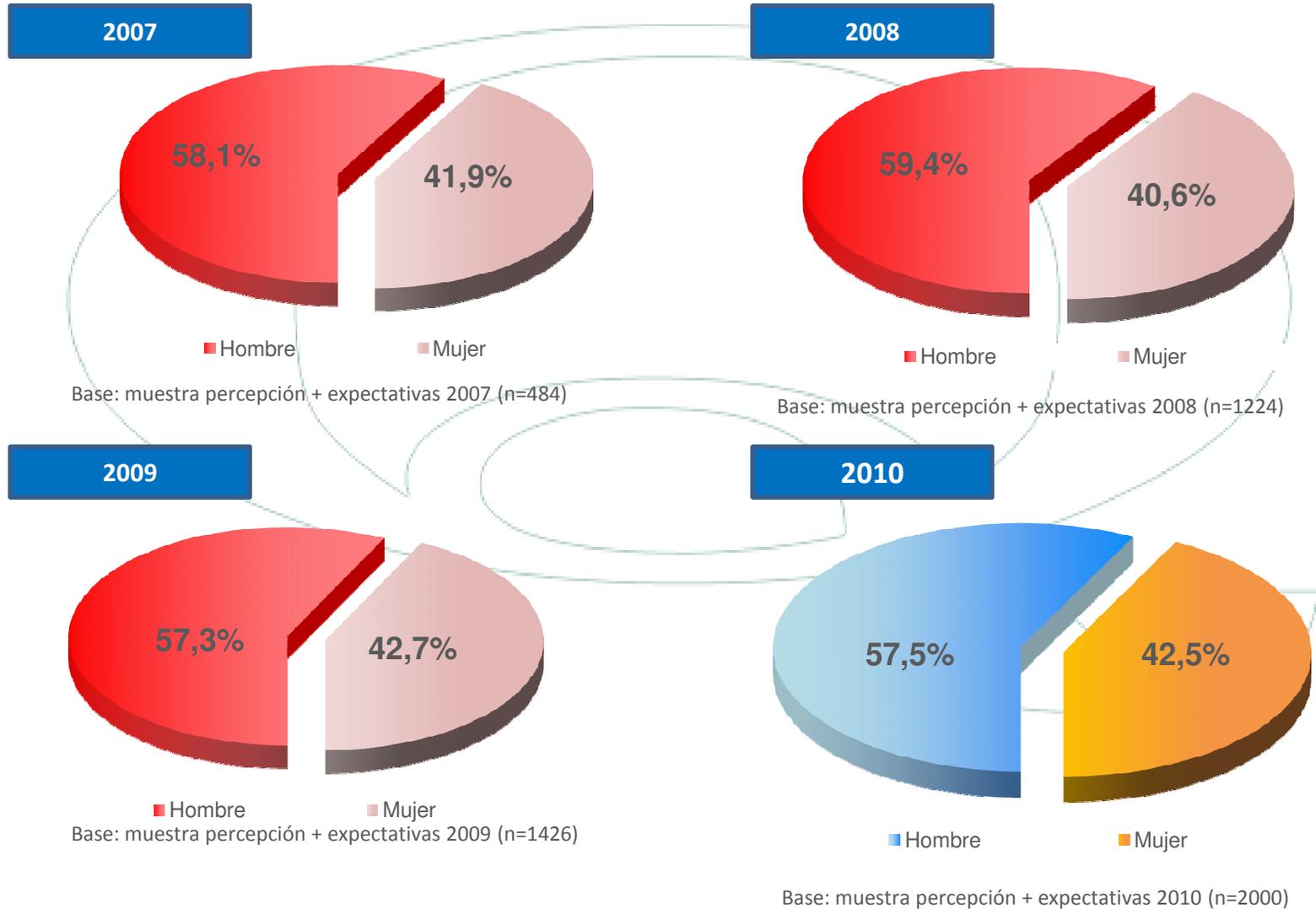




# 1. SATISFACCIÓN DEL USUARIO

## 1.3 EL USUARIO DE LAS OFICINAS DE ATENCIÓN INTEGRAL AL CONTRIBUYENTE

### PERFIL DEL CLIENTE: Sexo (2007-2010)



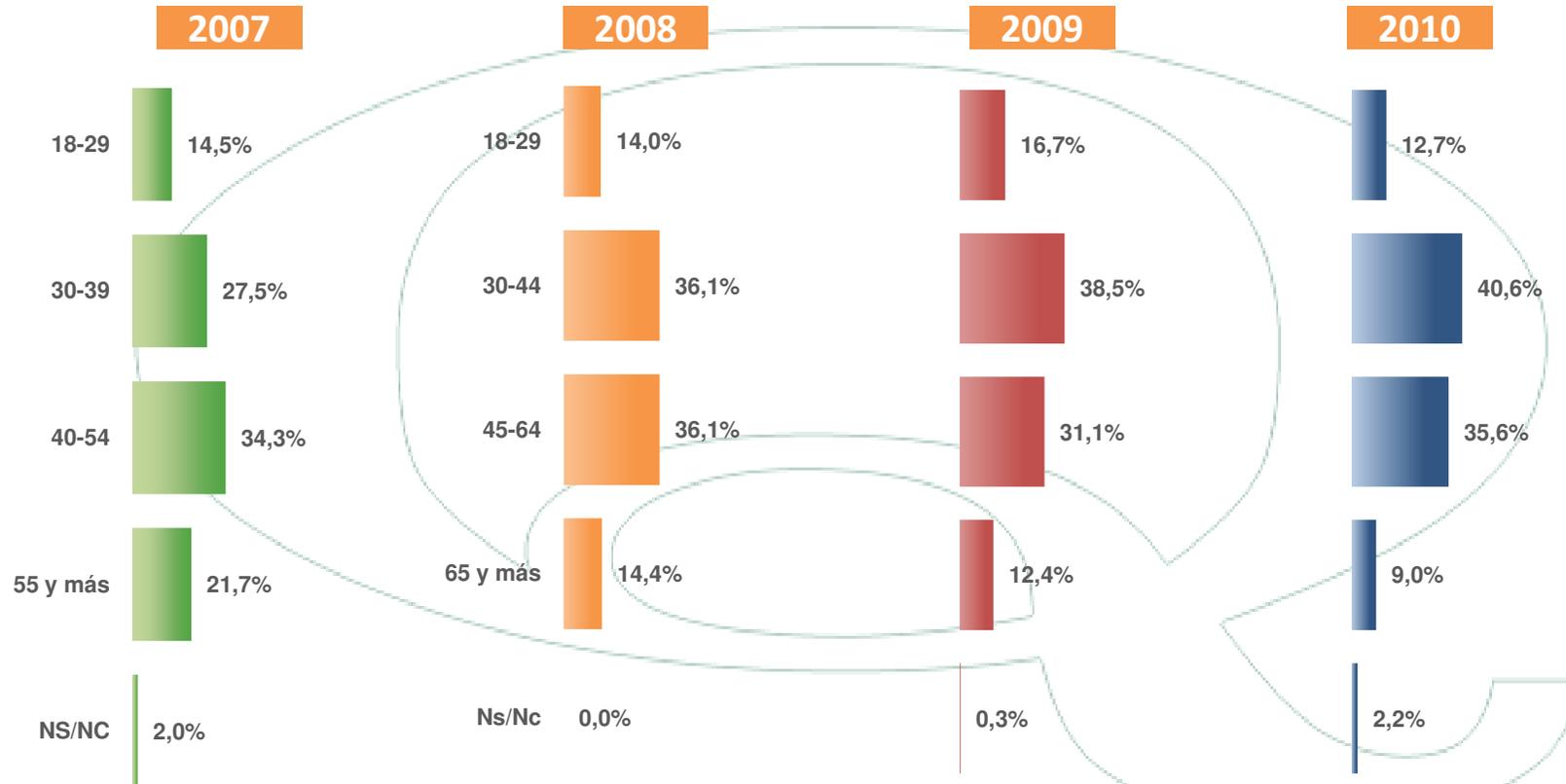


# 1. SATISFACCIÓN DEL USUARIO



## 1.3 EL USUARIO DE LAS OFICINAS DE ATENCIÓN INTEGRAL AL CONTRIBUYENTE

PERFIL DEL CLIENTE: Edad (2007-2010)



Base: muestra percepción + expectativas 2007 (n=484)  
Base: muestra percepción + expectativas 2008 (n=1224)  
Base: muestra percepción + expectativas 2009 (n=1426)  
Base: muestra percepción + expectativas 2010 (n=2000)

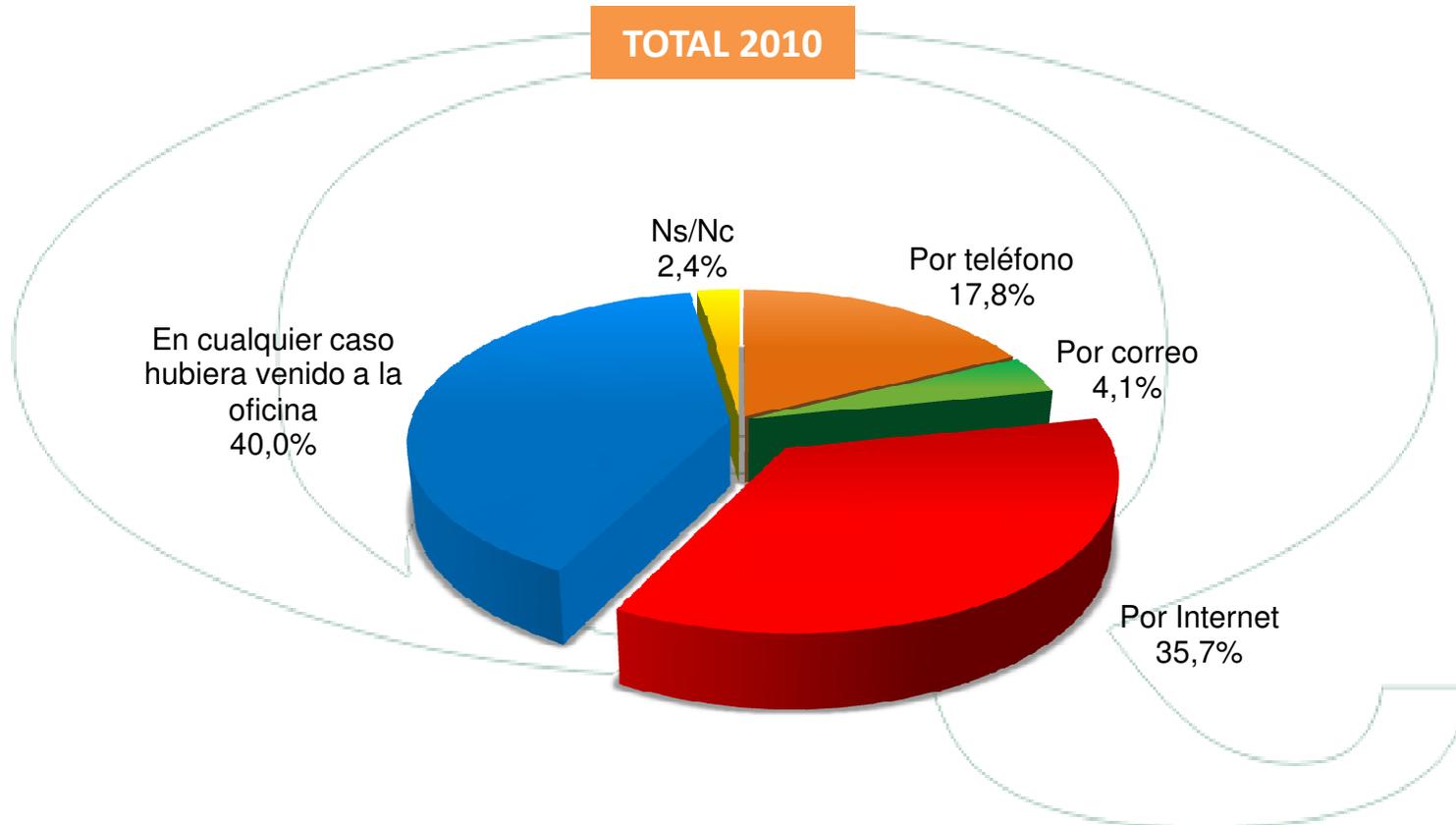


# 1. SATISFACCIÓN DEL USUARIO



## 1.4. 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 (n=2000)

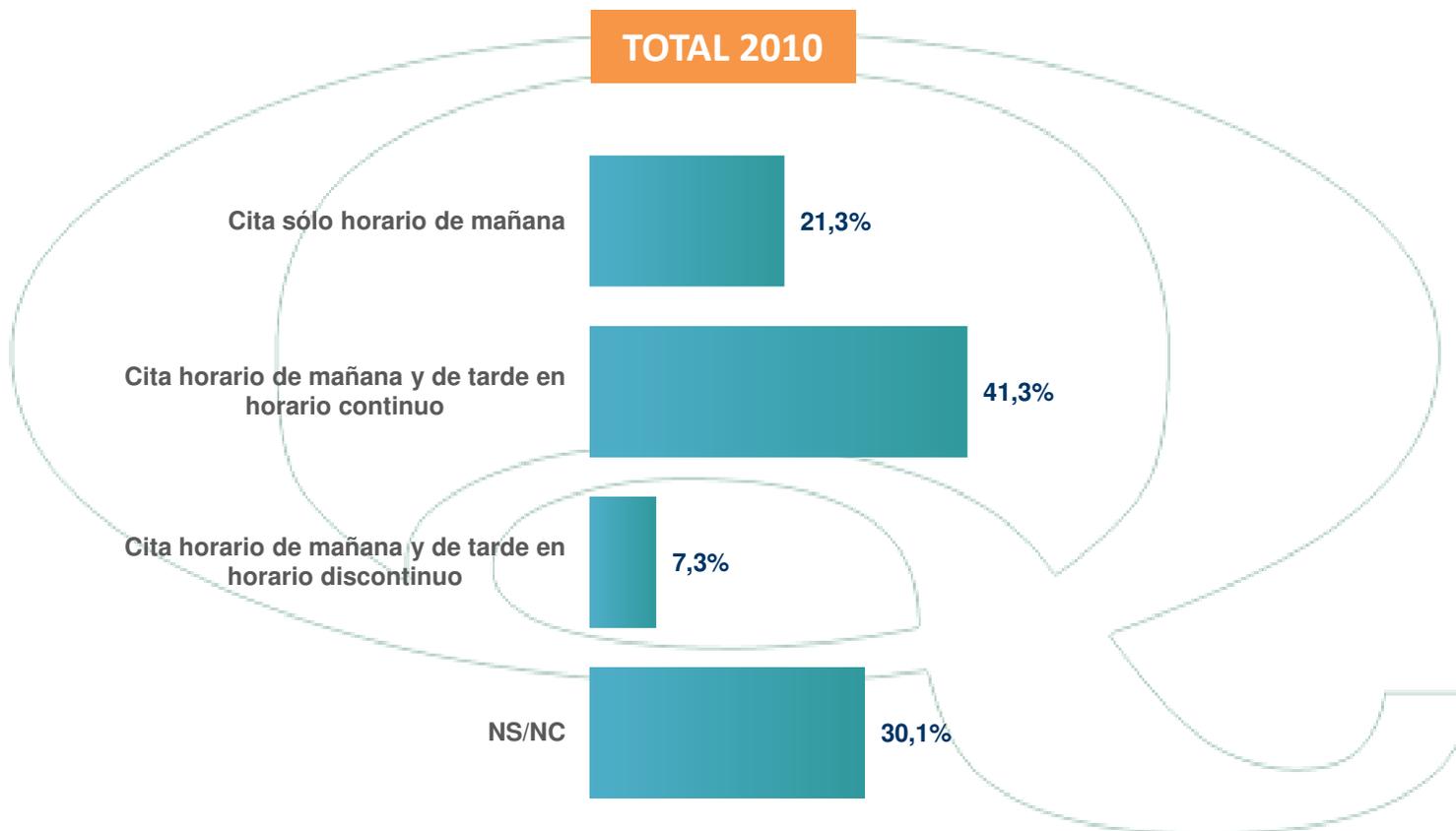


# 1. SATISFACCIÓN DEL USUARIO



## 1.4. LOS SERVICIOS DE LAS OFICINAS DE ATENCIÓN INTEGRAL AL CONTRIBUYENTE

HORARIO DE ATENCIÓN AL PÚBLICO: Notoriedad



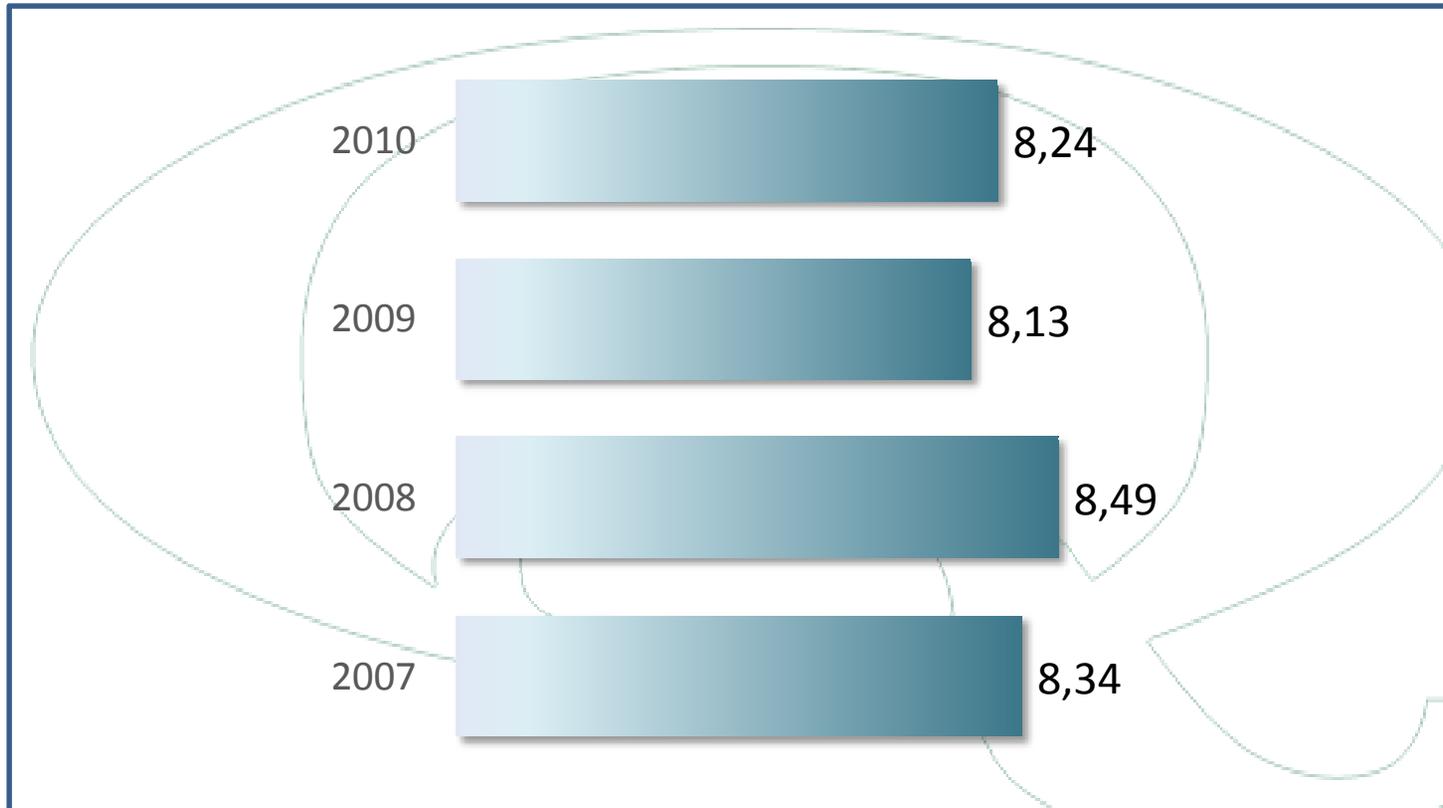
Base: muestra percepción + expectativas 2010 (n=2000)



# 1. SATISFACCIÓN DEL USUARIO

## 1.4. LOS SERVICIOS DE LAS OFICINAS DE ATENCIÓN INTEGRAL AL CONTRIBUYENTE

### SERVICIO DE CITA PREVIA: Satisfacción (2007-2010)



Base: usuarios que acuden para realizar gestiones por IAE, IBI/Catastro, Ejecutiva, Plusvalías e IVTM y han utilizado alguna vez el servicio de cita previa

2007 (n=93)

2008 (n=258)

2009 (n=236)

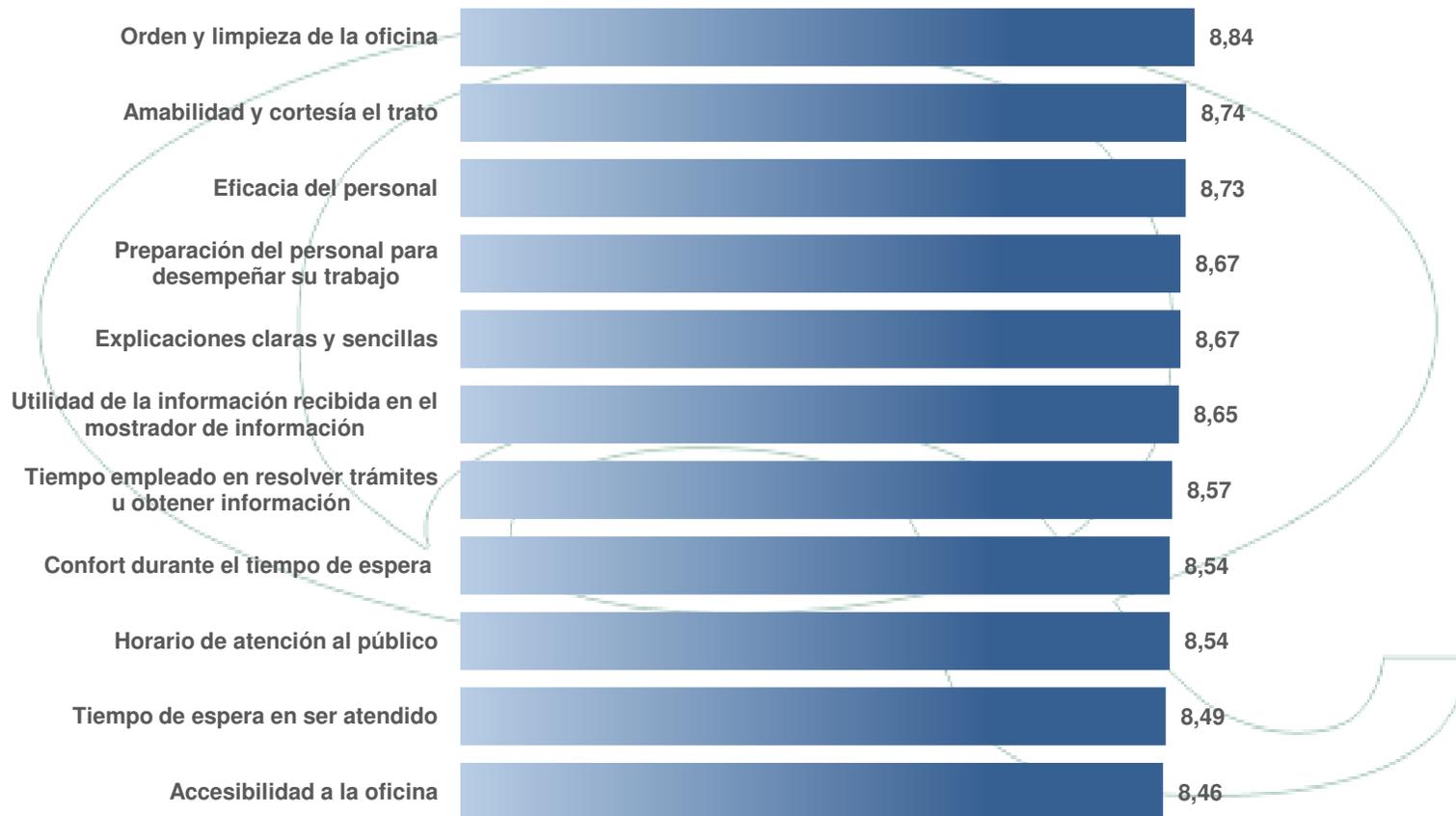
2010 (n=850)



# 1. SATISFACCIÓN DEL USUARIO

## 1.4 GAP (PERCEPCIÓN-EXPECTATIVAS)

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



Base: total muestra percepción (n=1300)

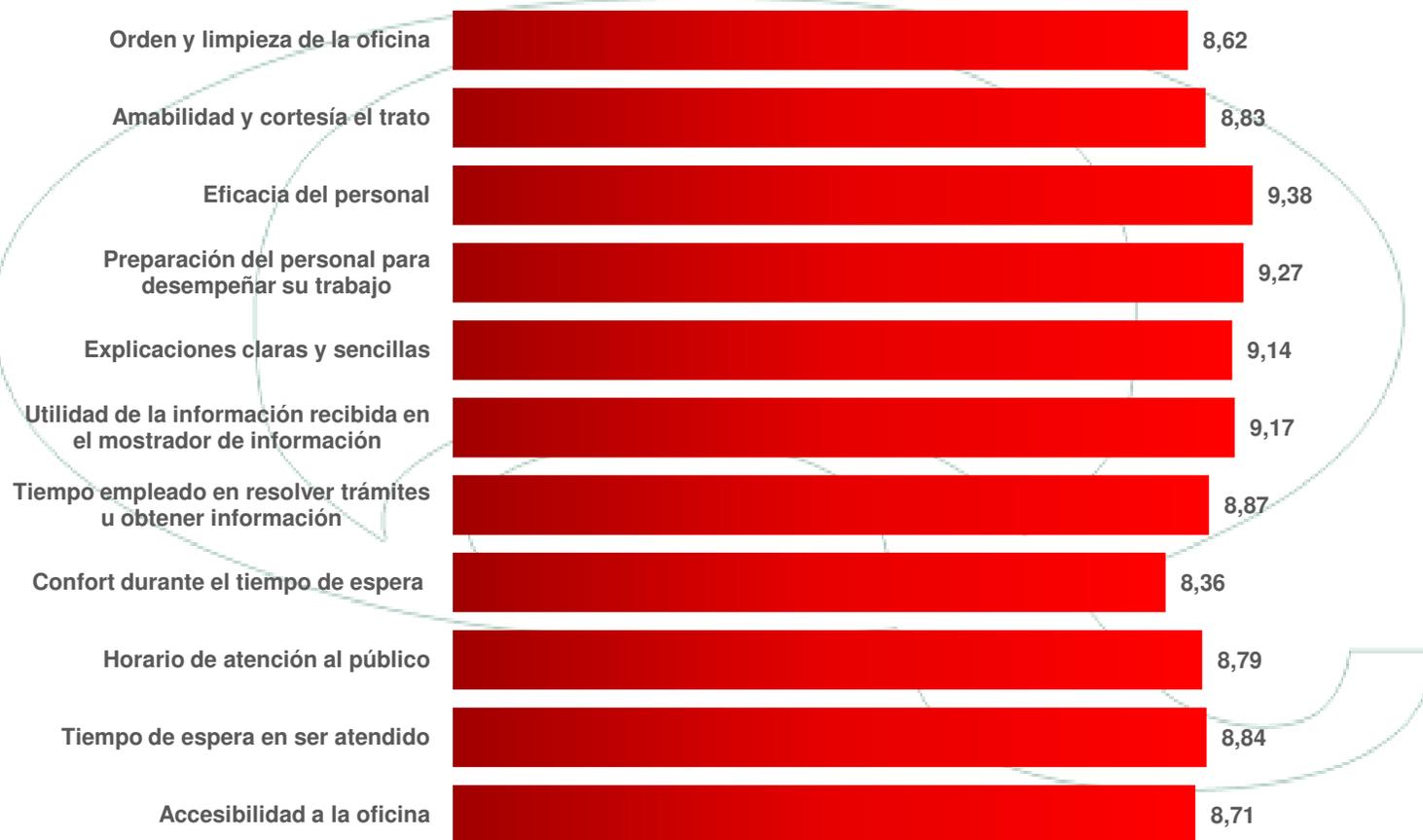


# 1. SATISFACCIÓN DEL USUARIO



## 1.4 GAP (PERCEPCIÓN-EXPECTATIVAS)

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

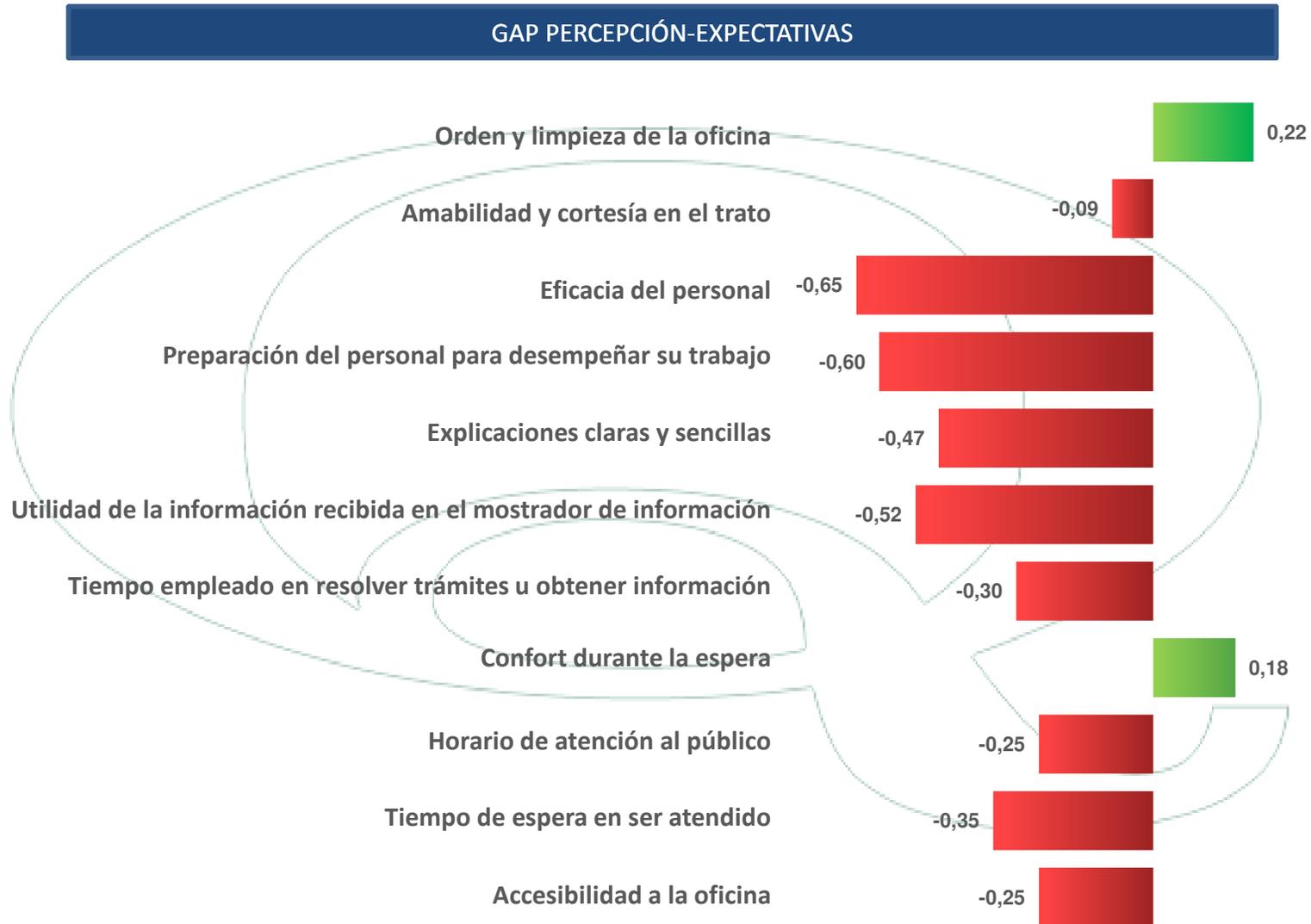


Base: total muestra expectativas (n=700)



# 1. SATISFACCIÓN DEL USUARIO

## 1.4 GAP (PERCEPCIÓN-EXPECTATIVAS)



Datos resultantes de la diferencia entre la satisfacción media y las expectativas medias

Satisfacción < Expectativas Satisfacción > Expectativas



## INFORME DE RESULTADOS

---

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



## 2. CLIENTE MISTERIOSO

### FICHA TÉCNICA

- FECHA DE REALIZACIÓN: del 1 al 5 de Marzo de 2010
- OBJETIVOS ESPECÍFICOS: Evaluar de forma objetiva la calidad ofrecida por las OAIC
- VISITAS REALIZADAS: 24 visitas repartidas de acuerdo con la Oficina y la gestión a realizar

	Alcalá	Sacramento	Hierro	Sanchinarro	TOTAL
IBI/Catastro	2	2	1	1	6
Plusvalía	1	2	1	1	5
Ejecutiva	2	2	1	1	6
IVTM	1	1	1	1	4
PIC	1	-	1	1	3
TOTAL	7	7	5	5	24

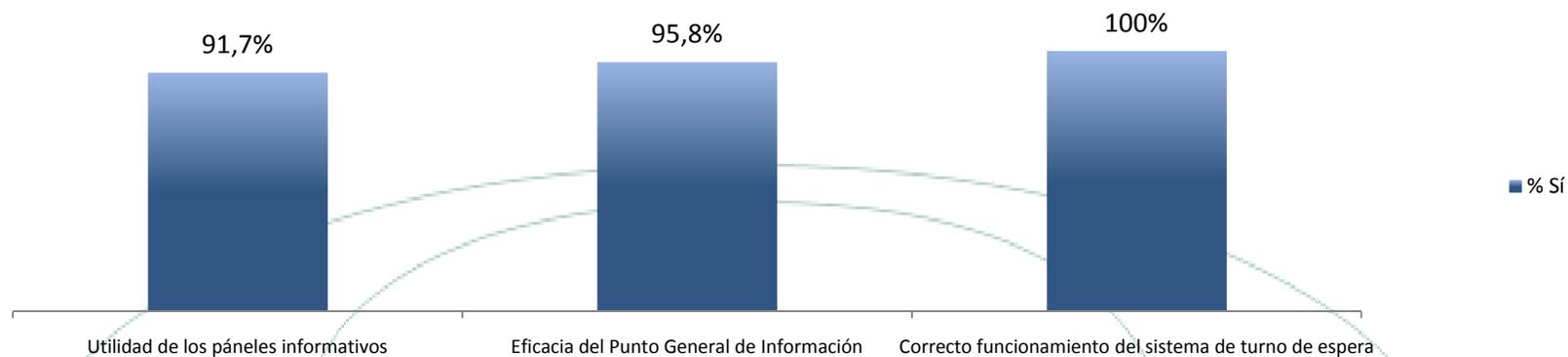
Asimismo, las visitas fueron repartidas en los distintos momentos del día de la siguiente manera:

- \* Primera hora de la mañana: 7 visitas
- \* Media mañana: 12 visitas
- \* Tarde: 5 visitas



## 2. CLIENTE MISTERIOSO

### I. ESTABLECIMIENTO



¿Cuántas personas hay en el Punto General de Información?

MEDIA

• 1,33

### II. APARIENCIA Y TRATO PERSONAL





## 2. CLIENTE MISTERIOSO

### III. CALIDAD EN EL SERVICIO

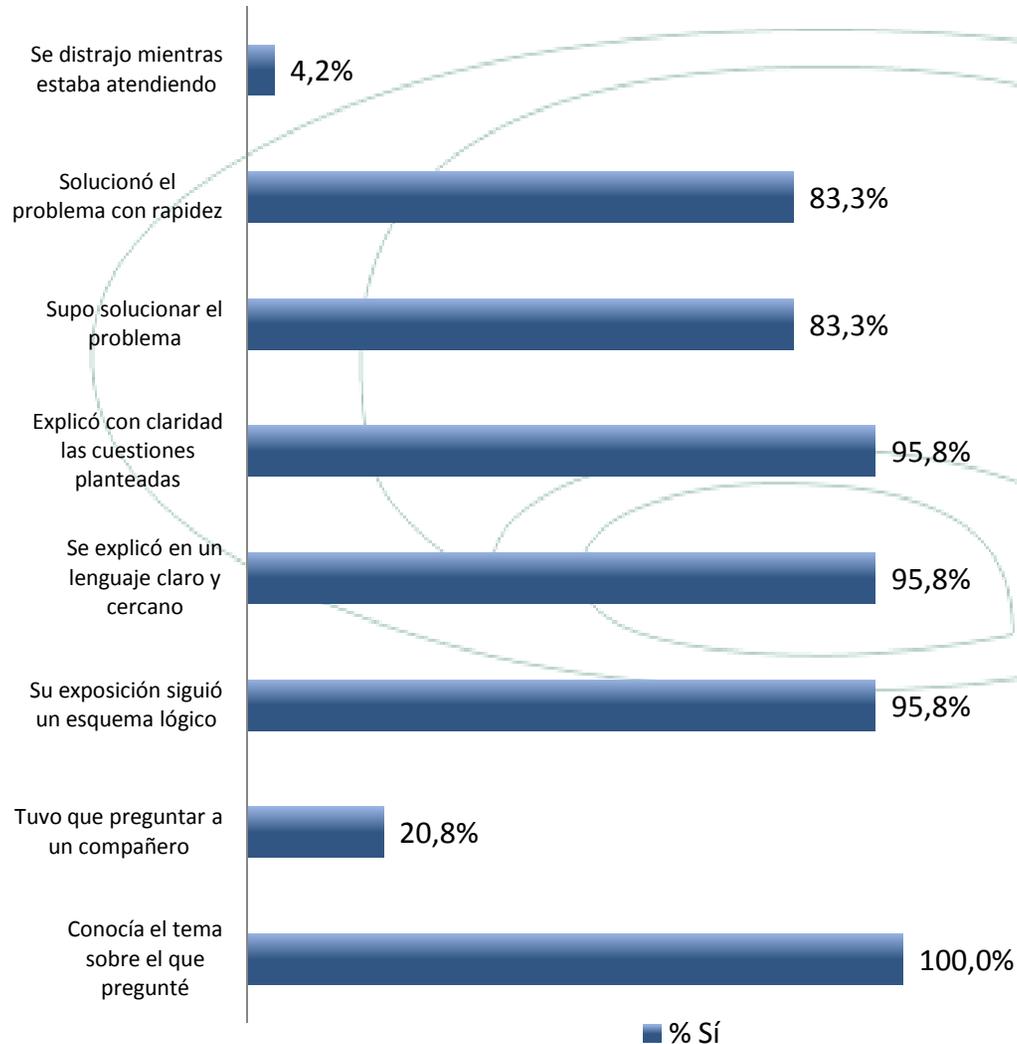




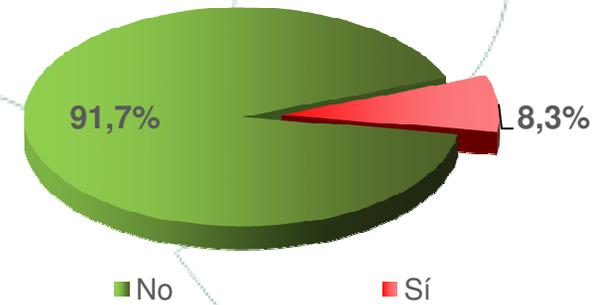
## 2. CLIENTE MISTERIOSO

### III. CALIDAD EN EL SERVICIO

#### La persona que le atendió:



#### ¿Requirió la gestión ser redireccionada a otro punto de atención?





## INFORME DE RESULTADOS

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



### 3. CONCLUSIONES

Los **resultados obtenidos en la edición 2010** del estudio de usuarios de las OAIC **constatan el elevado nivel de satisfacción de los mismos con el servicio ofrecido**. Así, se obtiene la **satisfacción global media más elevada de todas las ediciones del estudio** (8,56)

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

- **Todos los aspectos valorados de las OAIC reciben buenas puntuaciones** (siempre superiores al 8 en una escala de 0 a 10) destacando el **orden y limpieza** (8,84) y la **amabilidad y cortesía en el trato recibido** (8,74).
- Casi la totalidad de los usuarios de la OAIC, el **92%**, **se encuentra satisfecho con el servicio recibido** en la Oficina de Atención Integral al Contribuyente.
- De manera general, los usuarios **destacan como aspecto ligado a la calidad del servicio el buen trato, la amabilidad y la cortesía del personal** (53%). Este aspecto de calidad de servicio es el segundo mejor valorado por los usuarios de las OAIC con una puntuación media de 8,74.
- Se observa que **desde 2007 han ido retrayéndose las visitas de carácter profesional** pasando del 25,2% al 15,1% en 2010.
- El **servicio de cita previa** es un aspecto que ayuda a racionalizar la llegada de usuarios a las OAIC y aumenta la rapidez para ser atendido. Con respecto a este servicio se observa que es **conocido por el 52,7% de los usuarios** habiendo experimentado un incremento en su notoriedad del 3,9% respecto al año anterior, aunque por debajo de la cifra alcanzada en 2007 (58,9%). Por ello, **se recomienda llevar a cabo actuaciones de comunicación tendentes a aumentar la notoriedad de este servicio**, su uso y, por lo tanto, minimizar el tiempo de espera para ser atendido.



### 3. CONCLUSIONES



- Con respecto al **horario de atención al público**, si bien el **41,3% de los usuarios conoce el horario** correcto (mañana y tarde continuo), un 21,3% de los mismos cree que sólo funciona en horario de mañana y un 30,1% ni siquiera se pronuncia al respecto. Atendiendo a las diferentes OAIC, destacan los usuarios de Sanchinarro, dónde el 54,7% de los mismos conoce el horario.
- Por todo ello, **las actuaciones dirigidas a dar a conocer el amplio horario de atención al público pueden permitir descongestionar las OAIC en el horario de mañana** mediante una mayor afluencia en horario de tarde.
- Asimismo, **se recomienda implementar acciones tendentes a informar a los usuarios de las gestiones que se pueden realizar a través de teléfono, correo o Internet** ya que el **81,3% de los mismos manifiesta desconocer si realmente la gestión concreta que han venido a realizar el día de la entrevista** a través del canal presencial se puede realizar a través de otro canal.
- En definitiva, a la vista del elevado nivel de satisfacción de los usuarios con el servicio recibido en las OAIC, **se recomienda trabajar en aspectos relacionados con la comunicación dirigida a los usuarios para aumentar la notoriedad del servicio de cita previa, del horario de atención al público y de la cartera de servicios que pueden realizarse a través del canal telefónico y telemático.** Estas medidas pueden contribuir a racionalizar la llegada de personas a las OAIC, lo que redundará positivamente en la satisfacción de los usuarios al existir menos aglomeraciones.