



# SERVICIOS DE CONSULTORÍA INVESTIGACIONES CUALITATIVAS

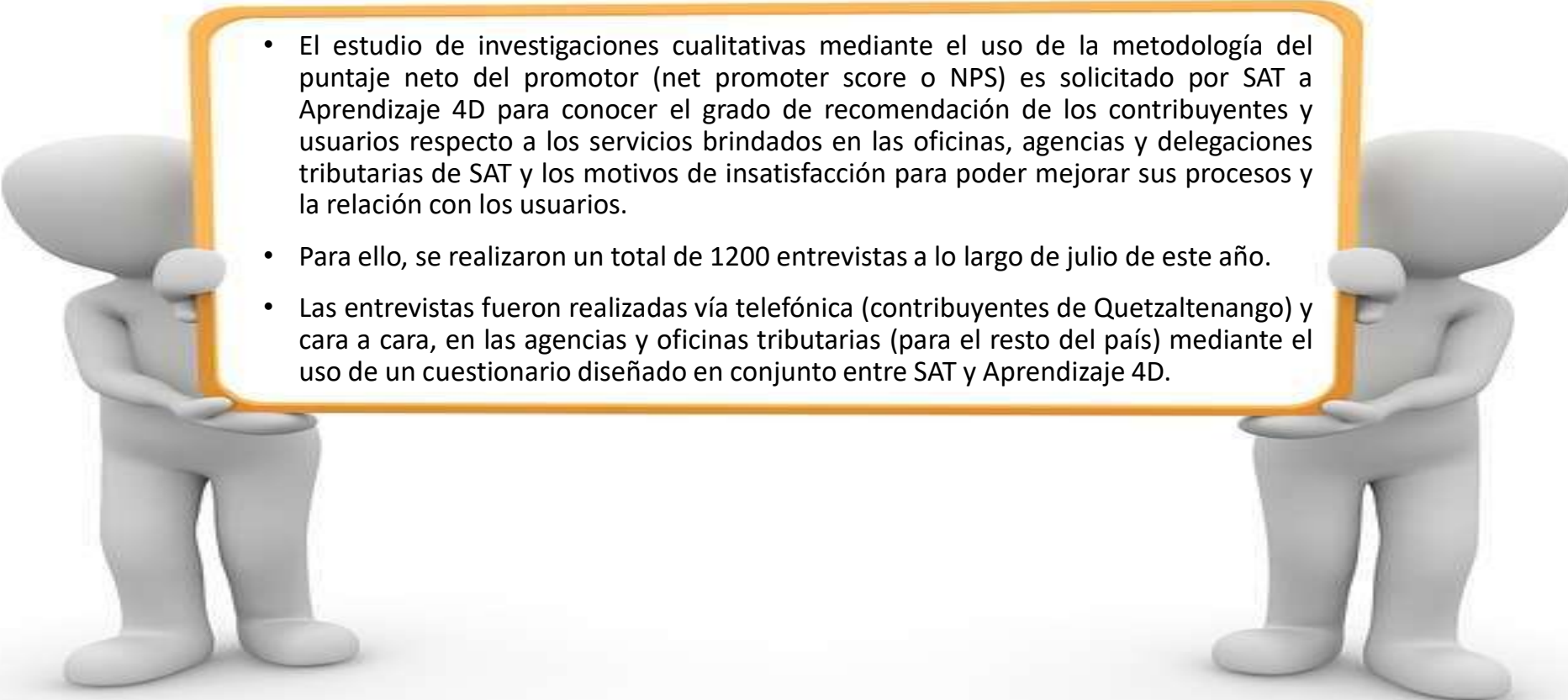
Julio de 2019

# Índice



Presentación del estudio	3
Objetivo	4
Descripción del estudio	5
Descripción del NPS	8
Metodología	11
Descripción de la muestra	12
Presentación de resultados	16
Modelo predictivo	48
Conclusiones y recomendaciones	53

# Presentación del estudio

- 
- El estudio de investigaciones cualitativas mediante el uso de la metodología del puntaje neto del promotor (net promoter score o NPS) es solicitado por SAT a Aprendizaje 4D para conocer el grado de recomendación de los contribuyentes y usuarios respecto a los servicios brindados en las oficinas, agencias y delegaciones tributarias de SAT y los motivos de insatisfacción para poder mejorar sus procesos y la relación con los usuarios.
  - Para ello, se realizaron un total de 1200 entrevistas a lo largo de julio de este año.
  - Las entrevistas fueron realizadas vía telefónica (contribuyentes de Quetzaltenango) y cara a cara, en las agencias y oficinas tributarias (para el resto del país) mediante el uso de un cuestionario diseñado en conjunto entre SAT y Aprendizaje 4D.



---

Conocer el grado de recomendación de los contribuyentes y usuarios respecto a los servicios brindados en las Oficinas, Agencias y Delegaciones Tributarias de SAT y los motivos de insatisfacción para poder mejorar sus procesos y la relación con los usuarios.

# Descripción del estudio

Se aplicó la métrica del indicador de puntaje neto del promotor (NPS) a través de encuestas presenciales realizadas en las agencias y oficinas tributarias y/o telefónicas que permitieron conocer la intención de los contribuyentes y usuarios en recomendar los servicios brindados en las Oficinas, Agencias y Delegaciones Tributarias de SAT a nivel nacional, así como los motivos de insatisfacción para poder mejorar los procesos de SAT en relación con los usuarios.





## Descripción del estudio

---

- Se realizaron las encuestas de manera presencial en los puntos de atención según distribución de la muestra estadísticamente representativa en las regiones central, nororiente, sur y occidente. Estas encuestas presenciales fueron realizadas en las oficinas y agencias tributarias a contribuyentes que habían realizado alguna gestión en ese momento.
- En lo que respecta a la encuesta telefónica, se realizó a los contribuyentes y usuarios que visitaron la Oficina Tributaria de Quetzaltenango de acuerdo con los listados de contactos que la Intendencia de Atención al Contribuyente nos proporcionó.

# Fases

- El estudio se realizó en una sola fase con una muestra estadísticamente representativa de 1200 contribuyentes y usuarios de los distintos puntos de atención de SAT a nivel nacional.

# El Puntaje Neto del Promotor (Net Promoter Score o NPS)

- El NPS es un índice que mide la disposición de los clientes o usuarios a recomendar a una organización o institución.
- Para ello, se le pregunta al cliente o usuario: En una escala de 0 a 10, ¿cuál sería la probabilidad de que recomiende el servicio recibido?



# El Puntaje Neto del Promotor (Net Promoter Score o NPS)

- Para calcular el indicador, se debe de restar el porcentaje de **detractores** que son los usuarios que han dado una puntuación entre 0 y 6, al porcentaje de **promotores**, que son aquellos que puntuaron entre un 9 y un 10.
- Las personas que han dado una calificación entre 7 y 8 se consideran **pasivos** o **neutros** y no se toman en cuenta para medir el NPS.
- Nótese que el NPS puede tener signo positivo o negativo de acuerdo con la buena o mala percepción de los usuarios.

# El Puntaje Neto del Promotor (Net Promoter Score o NPS)

- De acuerdo con las notas del Net Promoter Score es posible clasificar las organizaciones en 4 Zonas de Clasificación, que en términos generales ejemplifican lo bien que la organización está en relación a la satisfacción de clientes. Las zonas son:
  - Zona de Excelencia – NPS entre 75 y 100
  - Zona de Calidad – NPS entre 50 y 74
  - Zona de Perfeccionamiento – NPS entre 0 y 49
  - Zona Crítica – NPS entre -100 y -1

# Metodología

- Entrevista personal vía telefónica para los usuarios de Quetzaltenango y el resto de los departamentos, cara a cara en las agencias y oficinas tributarias.
- Cuestionario estructurado codificado
- Hombres y mujeres mayores de edad
- La muestra de 1200 personas fue seleccionada de forma aleatoria, mediante la metodología de muestreo aleatorio estratificado (de acuerdo a la población por departamento), por sexo, edad, nivel socioeconómico, etnia, profesión u ocupación, sector económico y área geográfica y agencia u oficina tributaria.
- Con un nivel de confianza de 95.00%, y un nivel de error de  $\pm 2.83\%$

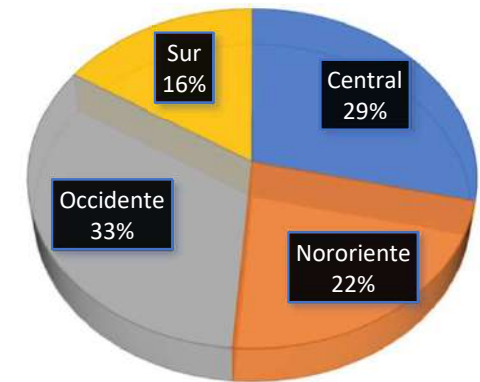


# Descripción de la muestra

Se realizaron un total de 1200 encuestas repartidas de acuerdo a la siguiente distribución por departamento:



**POR REGIÓN**



DEPARTAMENTO	CANTIDAD	DEPARTAMENTO	CANTIDAD
Alta Verapaz	90	Petén	54
Baja Verapaz	20	Quetzaltenango	64
Chimaltenango	50	Quiché	77
Chiquimula	34	Retalhuleu	25
El Progreso	14	Sacatepéquez	23
Escuintla	56	San Marcos	84
Guatemala	257	Santa Rosa	28
Huehuetenango	94	Sololá	35
Izabal	34	Suchitepéquez	44
Jalapa	26	Totonicapán	41
Jutiapa	37	Zacapa	13

Se realizaron un total de 1200 encuestas repartidas de acuerdo a la siguiente distribución por agencia tributaria:

AGENCIAS DEL INTERIOR	CANTIDAD
Alta Verapaz	90
Baja Verapaz	20
Chimaltenango	50
Chiquimula	34
El Progreso	14
Escuintla	29
Santa Lucía Cotz.	27
Huehuetenango	94
Izabal	34
Jalapa	26
Jutiapa	37

AGENCIAS DEL INTERIOR	CANTIDAD
Petén	25
Poptún	29
Quetzaltenango	64
Quiché	77
Retalhuleu	25
Sacatepéquez	23
San Marcos	43
Malacatán	41
Santa Rosa	28
Sololá	35
Suchitepéquez	44
Totonicapán	41
Zacapa	13

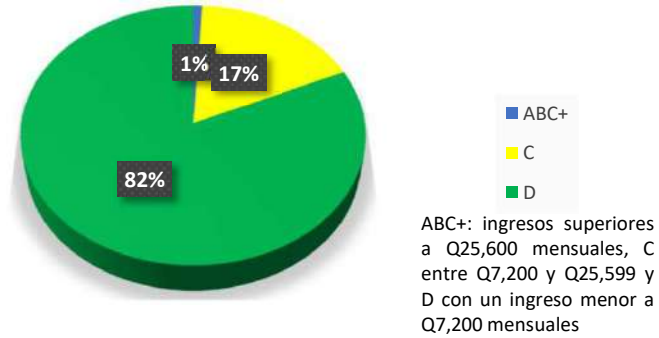
AGENCIAS DE GUATE.	CANTIDAD
Carretera a El Salvador	37
Dubai Center	34
Galerías Primma	37
Montserrat	35
Pacific Villa Hermosa	39
San Rafael	37
Torre Azul	38

# Demográficos de los 1200 entrevistados

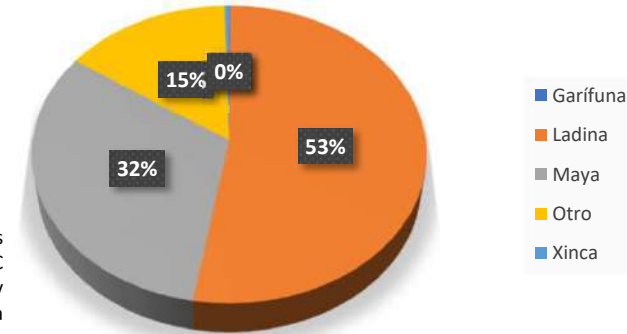
### Edad



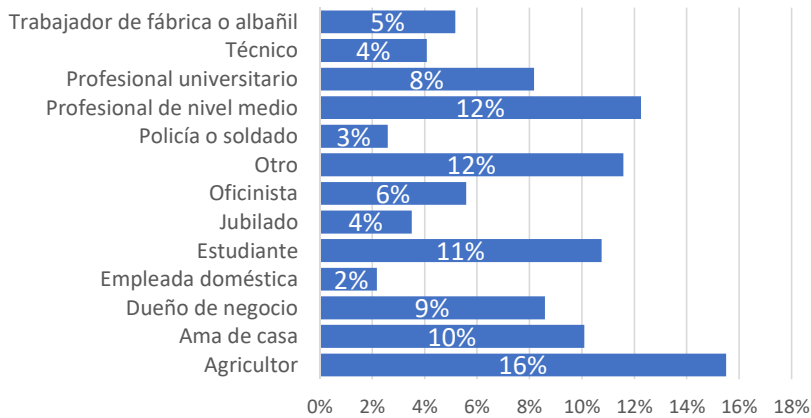
### Nivel Socioeconómico



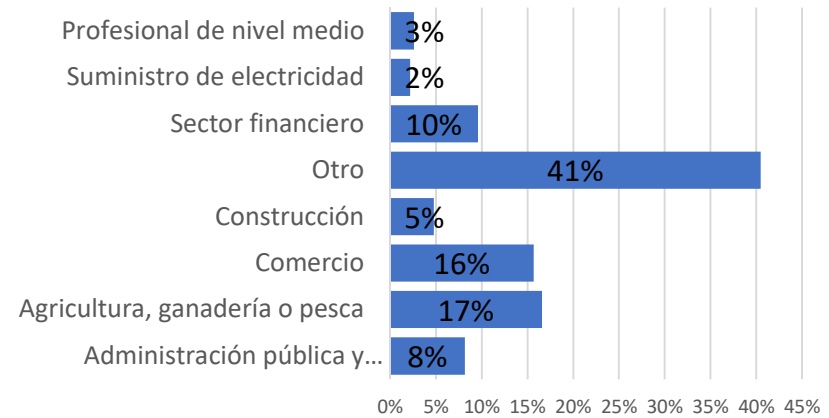
### Etnia



### Ocupación



### Actividad Económica

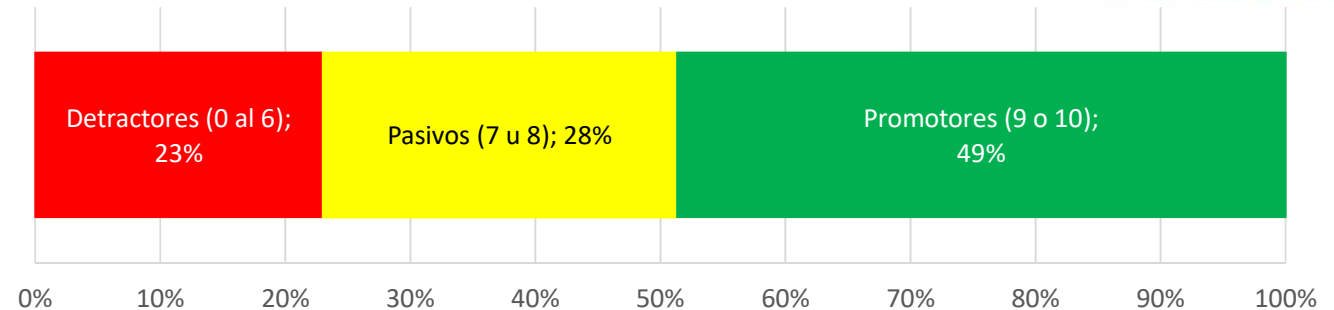


## Presentación de resultados



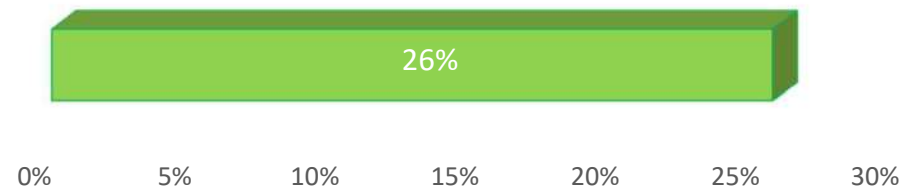
1. ¿En una escala de 0 a 10, ¿cuál sería la probabilidad de que recomiende el servicio recibido en esta Agencia u Oficina Tributaria?  
0 = Seguro que no lo recomendaría,  
10 Seguro que si lo recomendaría.

PROMOTORES, NEUTROS Y DETRACTORES (GLOBAL)  
- BASE DE 1200 RESPUESTAS -



El NPS de SAT a nivel global es positivo: 26% (el resultado surge de restar del porcentaje de promotores el porcentaje de detractores). Sin embargo, hay oportunidad para mejorar trabajando con los pasivos o neutros y con los detractores.

NPS Global  
- Base de 1200 respuestas -



1. ¿En una escala de 0 a 10, ¿cuál sería la probabilidad de que recomiende el servicio recibido en esta Agencia u Oficina Tributaria? 0 = Seguro que no lo recomendaría, 10 Seguro que si lo recomendaría

# Promotores, pasivos, detractores y NPS por región, edad, nivel socioeconómico y género

## - Base de 1200 respuestas -

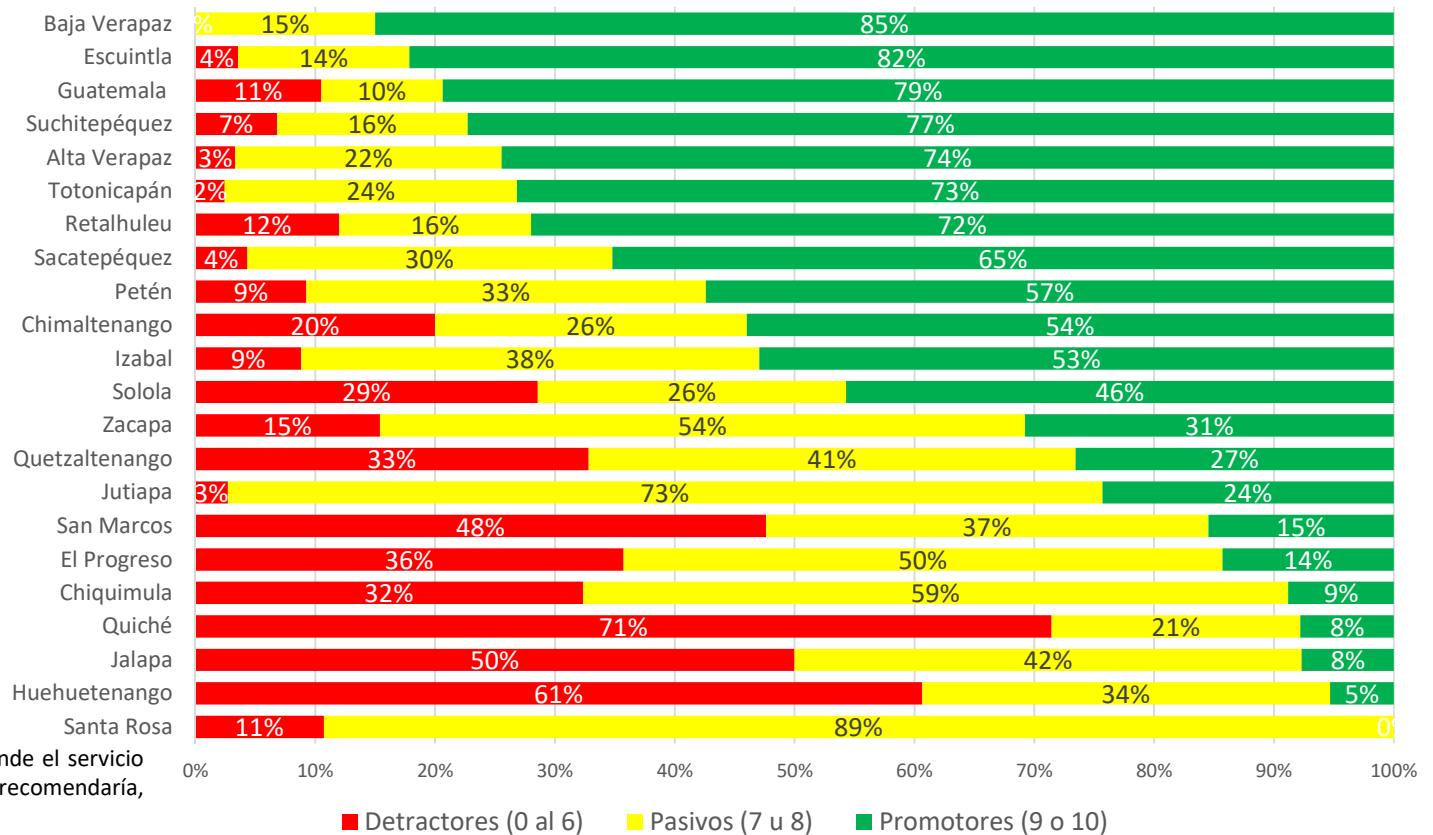
Calificación	Región				Edad			Nivel Socioeconómico			Género	
	Central	Nororiente	Occidente	Sur	25 años o menos	De 26 a 40 años	41 años o más	ABC+	C	D	Femenino	Masculino
Promotores (9 o 10)	72%	52%	22%	56%	39%	48%	58%	91%	67%	44%	51%	47%
Pasivos (7 u 8)	15%	34%	31%	37%	37%	27%	21%	0%	13%	32%	29%	28%
Detractores (0 al 6)	13%	14%	47%	6%	24%	24%	21%	9%	20%	24%	20%	25%
<b>NPS</b>	<b>60%</b>	<b>39%</b>	<b>-25%</b>	<b>50%</b>	<b>16%</b>	<b>24%</b>	<b>37%</b>	<b>82%</b>	<b>48%</b>	<b>20%</b>	<b>31%</b>	<b>23%</b>

- A nivel regional, solamente Occidente tiene un NPS negativo. La región con el NPS más alto es la Central.
- El NPS fue más bajo en la medida que los contribuyentes entrevistados eran más jóvenes mientras que las mujeres otorgaron un mayor NPS que los hombres.
- El nivel socioeconómico con el NPS más alto fue el ABC+ mientras que el nivel D fue el que otorgó un NPS más bajo.

1. ¿En una escala de 0 a 10, ¿cuál sería la probabilidad de que recomiende el servicio recibido en esta Agencia u Oficina Tributaria? 0 = Seguro que no lo recomendaría, 10 Seguro que si lo recomendaría

## PROMOTORES, NEUTROS Y DETRACTORES (POR DEPARTAMENTO) - BASE DE 1200 RESPUESTAS -

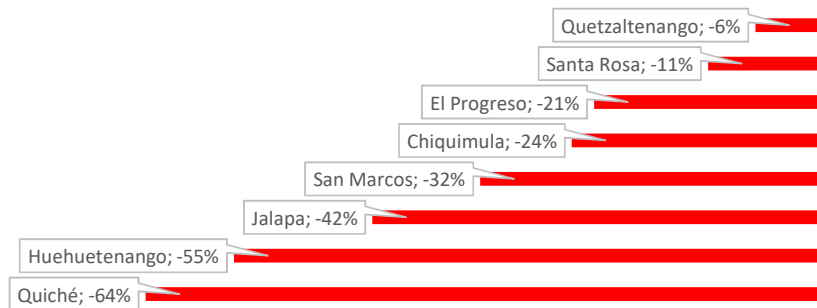
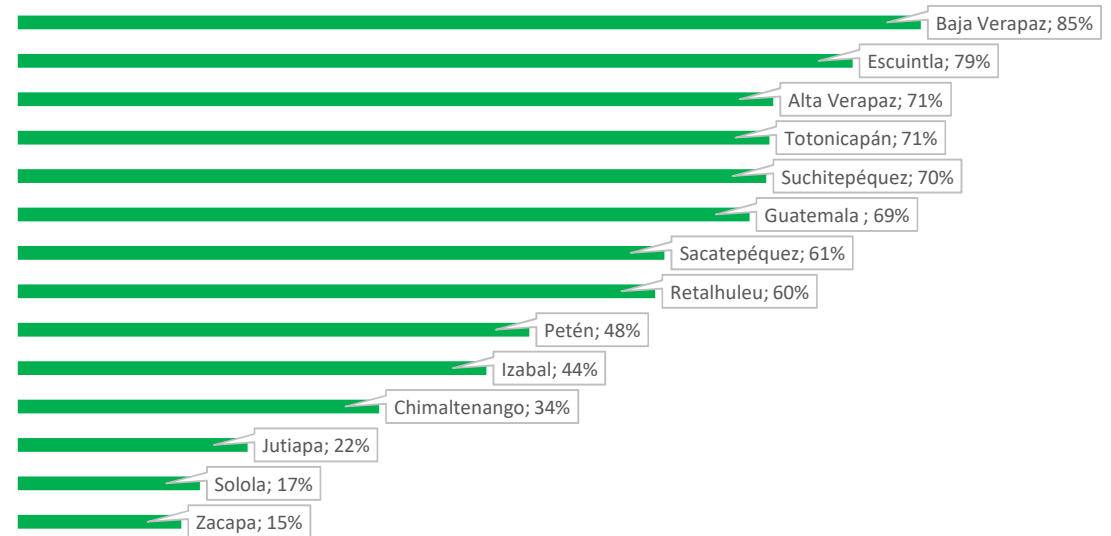
- Los departamentos con el mayor número de promotores son Baja Verapaz, Escuintla, Guatemala. Suchitepéquez y Alta Verapaz.
- Por el otro lado, los departamentos con el mayor número de detractores son Quiché, Huehuetenango, Jalapa, San Marcos y El Progreso.



1. ¿En una escala de 0 a 10, ¿cuál sería la probabilidad de que recomiende el servicio recibido en esta Agencia u Oficina Tributaria? 0 = Seguro que no lo recomendaría, 10 Seguro que si lo recomendaría

- De los 22 departamentos del país, 14 tienen un NPS mayor a cero mientras que 8 departamentos tienen un NPS menor a cero.
- Los departamentos con el mayor NPS fueron Alta Verapaz, Escuintla, Alta Verapaz, Totonicapán y Suchitepéquez.
- En orden de importancia, los departamentos con NPS menor a cero son Quiché, Huehuetenango, Jalapa, San Marcos, Chiquimula, El Progreso, Santa Rosa y Quetzaltenango.

NPS  
- Base de 1200 respuestas -



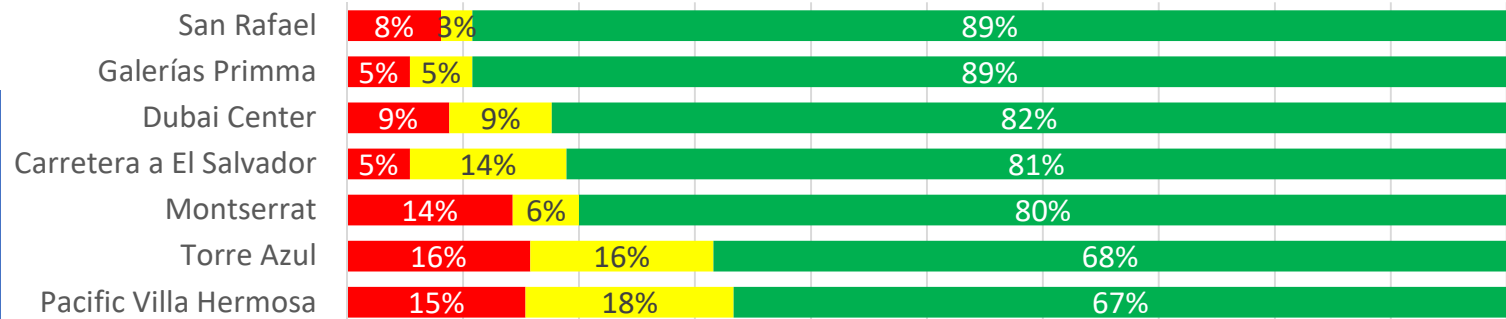
1. ¿En una escala de 0 a 10, ¿cuál sería la probabilidad de que recomiende el servicio recibido en esta Agencia u Oficina Tributaria? 0 = Seguro que no lo recomendaría, 10 Seguro que si lo recomendaría

## PROMOTORES, NEUTROS Y DETRACTORES (POR AGENCIA TRIBUTARIA DEL DEPARTAMENTO DE GUATEMALA)



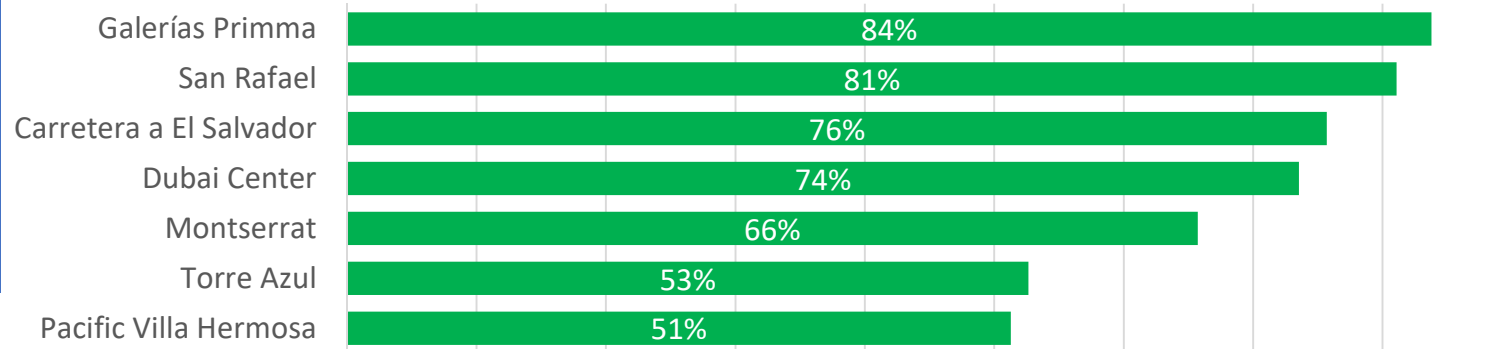
- BASE DE 257 RESPUESTAS -

- Todas las agencias y oficinas tributarias del Departamento de Guatemala en donde se realizó la entrevista tuvieron un NPS positivo.
- Las mejores calificaciones las tuvo Galerías Primma, San Rafael y Carretera a El Salvador.
- Las agencias y oficinas tributarias con el mayor número de detractores son Torre Azul, Pacific Villa Hermosa y Montserrat.



■ Detractores (0 al 6) ■ Pasivos (7 u 8) ■ Promotores (9 o 10)

NPS



1. ¿En una escala de 0 a 10, ¿cuál sería la probabilidad de que recomiende el servicio recibido en esta Agencia u Oficina Tributaria? 0 = Seguro que no lo recomendaría, 10 Seguro que si lo recomendaría

## Promotores, pasivos, detractores y NPS para departamentos que tienen más de una agencia (Escuintla, San Marcos y Petén)

- Base de 194 respuestas -

- Tanto Escuintla como Petén obtuvieron NPS positivos en las dos agencias y oficinas tributarias trabajadas.
- Escuintla obtuvo un mayor NPS en ambas agencias comparado con las 2 de Petén.
- San Marcos tuvo un NPS menor a cero en ambas agencias encuestadas (San Marcos y Malacatán).

	Escuintla		San Marcos		Petén	
	Escuintla	Santa Lucía	San Marcos	Malacatán	Petén	Poptún
Promotores (9 o 10)	86%	78%	9%	22%	72%	45%
Pasivos (7 u 8)	7%	22%	42%	32%	16%	48%
Detractores (0 al 6)	7%	0%	49%	46%	12%	7%
<b>NPS</b>	<b>79%</b>	<b>78%</b>	<b>-40%</b>	<b>-24%</b>	<b>60%</b>	<b>38%</b>

1. ¿En una escala de 0 a 10, ¿cuál sería la probabilidad de que recomiende el servicio recibido en esta Agencia u Oficina Tributaria? 0 = Seguro que no lo recomendaría, 10 Seguro que si lo recomendaría

# Promotores, pasivos, detractores y NPS por ocupación

- Base de 1200 respuestas -

- Organizados los resultados por ocupación, todas tienen un NPS mayor a cero.
- Las profesiones con el mayor NPS son la de técnicos, jubilados y oficinistas mientras que las que tienen el más bajo son profesional a nivel medio y agricultores.

	Agricultor	Dueño de negocio	Jubilado	Oficinista	Profesional nivel medio	Profesional universitario	Técnico	Trabajador de fábrica o albañil	Otro
Promotores (9 o 10)	46%	55%	67%	51%	37%	49%	71%	47%	48%
Pasivos (7 u 8)	27%	24%	24%	39%	40%	28%	18%	29%	26%
Detractores (0 al 6)	27%	20%	10%	10%	23%	23%	10%	24%	26%
<b>NPS</b>	<b>18%</b>	<b>35%</b>	<b>57%</b>	<b>40%</b>	<b>14%</b>	<b>26%</b>	<b>61%</b>	<b>23%</b>	<b>22%</b>

1. ¿En una escala de 0 a 10, ¿cuál sería la probabilidad de que recomiende el servicio recibido en esta Agencia u Oficina Tributaria? 0 = Seguro que no lo recomendaría, 10 Seguro que si lo recomendaría



## Promotores, pasivos, detractores y NPS por sector económico

- Base de 1200 respuestas -

- Organizados los resultados por sector económico, también todos tienen un NPS mayor a cero.
- Los sectores con el mayor NPS son minas y canteras, industrias de manufactura y suministro de electricidad mientras que las que tienen el más bajo son el sector financiero, agricultura y la construcción.

	Adminis- tración pública y seguridad	Agricultu- ra, ganadería o pesca	Comercio	Constru- cción	Explota- ción de minas y canteras	Industrias de manufac- tura	Otro	Sector financiero	Suministro de electrici- dad	Transporte y comunica- ciones
Promotores (9 o 10)	42%	41%	52%	44%	100%	73%	55%	29%	77%	58%
Pasivos (7 u 8)	40%	31%	28%	32%	0%	20%	23%	43%	8%	16%
Detractores (0 al 6)	18%	28%	20%	25%	0%	7%	22%	29%	15%	26%
<b>NPS</b>	<b>23%</b>	<b>13%</b>	<b>31%</b>	<b>19%</b>	<b>100%</b>	<b>67%</b>	<b>33%</b>	<b>0%</b>	<b>62%</b>	<b>32%</b>

1. ¿En una escala de 0 a 10, ¿cuál sería la probabilidad de que recomiende el servicio recibido en esta Agencia u Oficina Tributaria? 0 = Seguro que no lo recomendaría, 10 Seguro que si lo recomendaría

2. Si su respuesta fue entre 0 y 6,  
Indique los aspectos por los que no  
recomendó a esta Agencia u Oficina  
Tributaria.

Respuestas entre 0 y 6, en donde los contribuyentes Indicaron los aspectos por los que **no** recomendó a la Agencia u Oficina Tributaria  
- Base de 257 respuestas -



- Las mayores oportunidades para mejorar la percepción de los detractores y que recomienden a SAT se encuentran: reducir el tiempo de servicio, reducir el tamaño de las colas, atender con mayor amabilidad y respeto y proveer información respecto a la realización de los trámites tributarios.

2. Si su respuesta fue entre 0 y 6, Indique los aspectos por los que no recomendó a esta Agencia u Oficina Tributaria

Esta información vista por  
departamento

	Alta Verapaz	Baja Verapaz	Chimaltenango	Chiquimula	El Progreso	Escuintla	Guatemala	Huehuetenango	Izabal	Jalapa	Jutiapa	Petén	Quetzaltenango	Quiché	Retalhuleu	Sacatepéquez	San Marcos	Santa Rosa	Solola	Suchitepéquez	Totonicapán	Zacapa
Cobran mucho impuesto																	1					
El servicio es muy lento, tardado y demasiadas colas			5	1	2	1	9	33	3	3	1	2	11	33	3		16		4			
Falta de amabilidad, respeto y buena atención al atender			1	4			5	10		7			5	5		1	9		3	1	1	2
Falta de información a la vista acerca de cómo hacer los trámites			1	3		1	4						2				6					
Falta de información de cómo hacer los trámites, no es clara o es incorrecta														1								
Falta de organización				1																		
Falta de un espacio apropiado al esperar												1										
Los empleados no son capaces de solucionar dudas y trámites							1	1						1			1	1	2			
No atienden desde temprano, abren tarde								1											1			
No dan prioridad a las personas que vienen de lejos			1				1															
No hay muchas ventanillas o son muy pocos empleados	2			1	3		5	9		1			2	13			3	1		2		
No hay ventanilla especial para mujeres embarazadas, discapacitados y ancianos			1																			
No son transparentes										1							1					
No tienen servicio de parqueo								1						1								
Pocas agencias							1					2										
Se madruga para que lo atiendan rápido				1				2						1								
Trámites muy largos y difíciles			1				1			1			1				1	1				



3. Si su respuesta fue entre 7 y 8, indique qué tendría que hacer la SAT para merecer su recomendación.

Respuestas entre 7 y 8, en donde los contribuyentes indicaron qué tendría que hacer la SAT para merecer su recomendación.



- Para que los usuarios neutros o pasivos decidan recomendar de una mejor manera a SAT se encuentran: dar un servicio de una manera más amable y respetuosa, ser más rápidos y mejorar la orientación sobre la realización de las gestiones tributarias.

3. Si su respuesta fue entre 7 y 8, indique qué tendría que hacer la SAT para merecer su recomendación

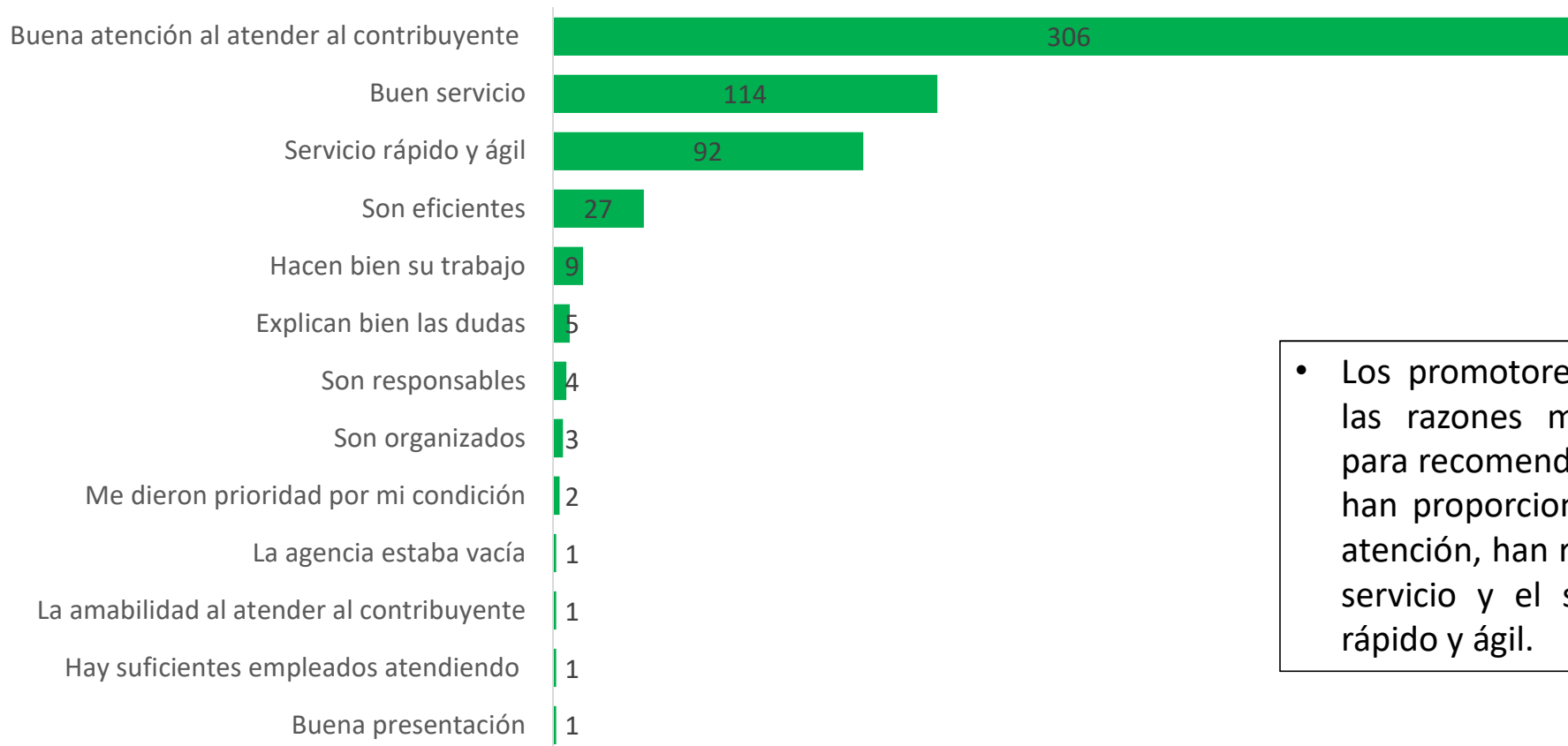
Esta información vista por  
departamento



	Alta Verapaz	Baja Verapaz	Chimaltenango	Chiquimula	El Progreso	Escuintla	Guatemala	Huehuetenango	Izabal	Jalapa	Jutiapa	Petén	Quetzaltenango	Quiché	Retalhuleu	Sacatepéquez	San Marcos	Santa Rosa	Solola	Suchitepéquez	Totonicapán	Zacapa	
Ampliar horarios										1													
Contar con más agencias										1		1	1										
Mejorar la orientación tributaria	1		1	2	1	1	2	4		3	6	3	3	3			3	5			1	2	
Mejorar la plataforma informática			1												1			1					
Mejorar la seguridad											1												
Mejorar las instalaciones para tener un área de espera cómoda				1						1	1	5	1				3	1		1			
Organizar mejor sus procesos				1			1	1			3						1	2					
Permitir ingreso de acompañante ya que no sé leer ni escribir									1														
Ser más amables, respetuosos y mejorar la atención	9	1	3	11	4		5	16	1	4	11	2	4	3		1	15	13	4	4	5	1	
Ser más rápidos	6	2	6	4	2	6	12	11	10		2	5	15	9	3	5	6	2	3	1	2	4	
Ser transparentes											1						2	1					
Tener personal productivo y eficiente				1		1	4			1			1				1		2		2		
Velar por el cumplimiento de impuestos											2												

4. Si su respuesta fue entre 9 y 10, indique qué es lo más destacado del servicio recibido.

Respuestas entre 9 y 10, en donde los contribuyentes indicaron qué fue lo más destacado del servicio recibido  
 - Base de 566 respuestas -



• Los promotores indicaron que las razones más importantes para recomendar a SAT son: les han proporcionado una buena atención, han recibido un buen servicio y el servicio ha sido rápido y ágil.

4. Si su respuesta fue entre 9 y 10, indique qué es lo más destacado del servicio recibido

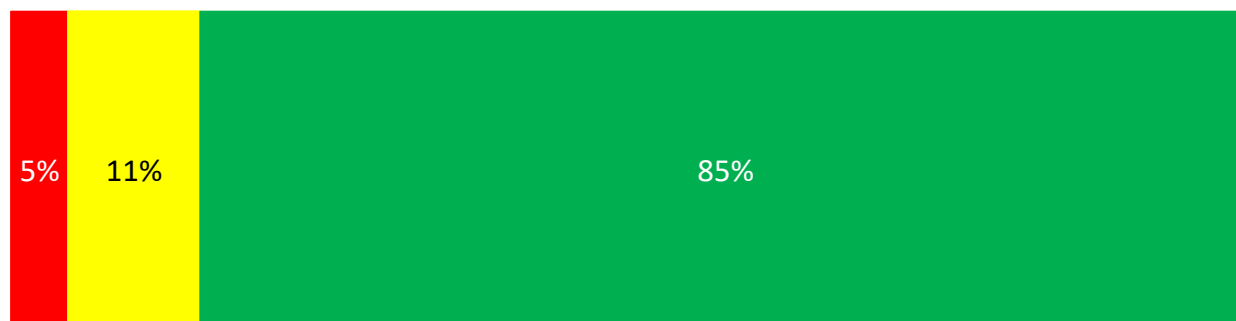
Esta información vista por  
departamento

	Alta Verapaz	Baja Verapaz	Chimaltenango	Chiquimula	El Progreso	Escuintla	Guatemala	Huehuetenango	Izabal	Jalapa	Jutiapa	Petén	Quetzaltenango	Quiché	Retalhuleu	Sacatepéquez	San Marcos	Santa Rosa	Solola	Suchitepéquez	Totonicapán	Zacapa
Buen servicio	14	5		1		2	39	4	4	1	4	6	1		7	2	4		11	7	4	
Buena atención al atender al contribuyente	38	10	21	2	2	31	94	1	10	1	5	15	10	4	9	9	7		2	20	14	4
Buena presentación																	1					
Explican bien las dudas							1		1				2			1						
Hacen bien su trabajo			1				5														5	
Hay suficientes empleados atendiendo							1															
La agencia estaba vacía			1																			
Me dieron prioridad por mi condición							1															
Que se tardan un día en para una sola gestión													1									
Servicio rápido y ágil	13	2	4			13	37		2			5			2	1			1	5	5	
Son eficientes							23									1			1	1		
Son organizados													2			1						
Son responsables							1												1		2	

5. Por favor indique qué tan satisfecho quedó con el servicio recibido. Califique en una escala de 1 a 5, donde 1 es muy insatisfecho y 5 es muy satisfecho

### GRADO DE SATISFACCIÓN (GLOBAL) - BASE DE 1200 RESPUESTAS -

■ Insatisfecho o muy insatisfecho   ■ Neutro   ■ Satisfecho o muy satisfecho



- La gran mayoría de las personas entrevistadas indicó que habían quedado satisfechos o muy satisfechos con el servicio recibido (85%) mientras que solamente un 5% indicó que habían quedado insatisfechos o muy insatisfechos.

5. Por favor indique qué tan satisfecho quedó con el servicio recibido. Califique en una escala de 1 a 5, donde 1 es muy insatisfecho y 5 es muy satisfecho

## Grado de Satisfacción por género, edad, nivel socioeconómico y región - Base de 1200 respuestas -

- No hubo diferencia significativa entre el grado de satisfacción del servicio recibido entre hombres y mujeres.
- Quienes calificaron con un menor grado de satisfacción fueron los entrevistados entre 26 y 40 años.
- El nivel socioeconómico que calificó mejor el servicio recibido fue el ABC+ mientras que tanto el C como el D calificaron de manera similar, aunque el sector D fue el más inconforme.
- Las regiones que presentaron un mayor grado de satisfacción con el servicio recibido fueron el Sur y Nororiente, les siguió la región Central y por último quedó calificada la de Occidente.

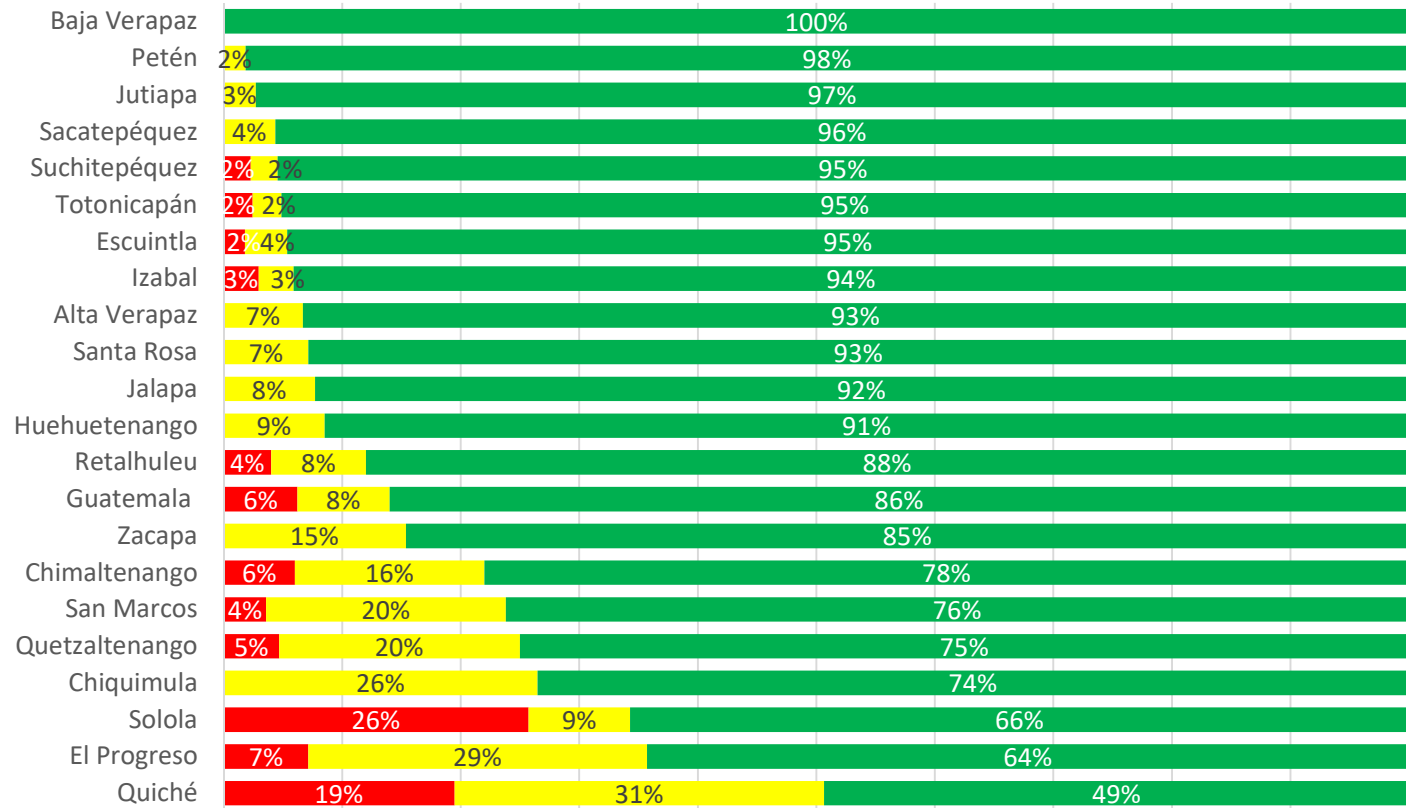
	Género		Edad			Nivel Socioeconómico			Región			
	Femenino	Masculino	25 años o menos	De 26 a 40 años	Más de 40 años	ABC+	C	D	Central	Nororiente	Occidente	Sur
Satisfecho o muy satisfecho	86%	84%	85%	83%	87%	100%	87%	81%	85%	92%	75%	94%
Neutro	10%	11%	12%	11%	9%	0%	6%	11%	10%	8%	17%	4%
Insatisfecho o muy insatisfecho	5%	5%	3%	6%	4%	0%	7%	8%	6%	0%	8%	2%

5. Por favor indique qué tan satisfecho quedó con el servicio recibido. Califique en una escala de 1 a 5, donde 1 es muy insatisfecho y 5 es muy satisfecho



Grado de Satisfacción por Departamento  
- Base de 1200 respuestas -

- Todos los departamentos del país presentaron una calificación mayor al 50% en la que sus usuarios quedaron satisfechos o muy satisfechos con el servicio recibido a excepción de Quiché.
- No obstante, Sololá fue el departamento que tuvo el mayor porcentaje de usuarios insatisfechos o muy insatisfechos.



■ Insatisfecho o muy insatisfecho    ■ Neutro    ■ Satisfecho o muy satisfecho

5. Por favor indique qué tan satisfecho quedó con el servicio recibido. Califique en una escala de 1 a 5, donde 1 es muy insatisfecho y 5 es muy satisfecho

## Grado de Satisfacción por Ocupación - Base de 1200 respuestas -

- De acuerdo a la respuesta dada por la ocupación del entrevistado, los más satisfechos con el servicio recibido fueron los jubilados, técnicos y oficinistas mientras que los más insatisfechos fueron los profesionales universitarios y los profesionales de nivel medio.

	Agricultor	Ama de casa	Dueño de negocio	Empleada doméstica	Estudiante	Jubilado	Oficinista	Otro	Policía o soldado	Profesional nivel medio	Profesional universitario	Técnico	Trabajador de fábrica o albañil
Satisfecho o muy satisfecho	85%	83%	83%	81%	87%	98%	88%	83%	77%	81%	85%	94%	84%
Neutro	12%	12%	13%	15%	10%	2%	9%	9%	23%	13%	8%	2%	13%
Insatisfecho o muy insatisfecho	3%	6%	4%	4%	3%	0%	3%	9%	0%	6%	7%	4%	3%

5. Por favor indique qué tan satisfecho quedó con el servicio recibido. Califique en una escala de 1 a 5, donde 1 es muy insatisfecho y 5 es muy satisfecho

# Grado de Satisfacción por Sector Económico

## - Base de 1200 respuestas -



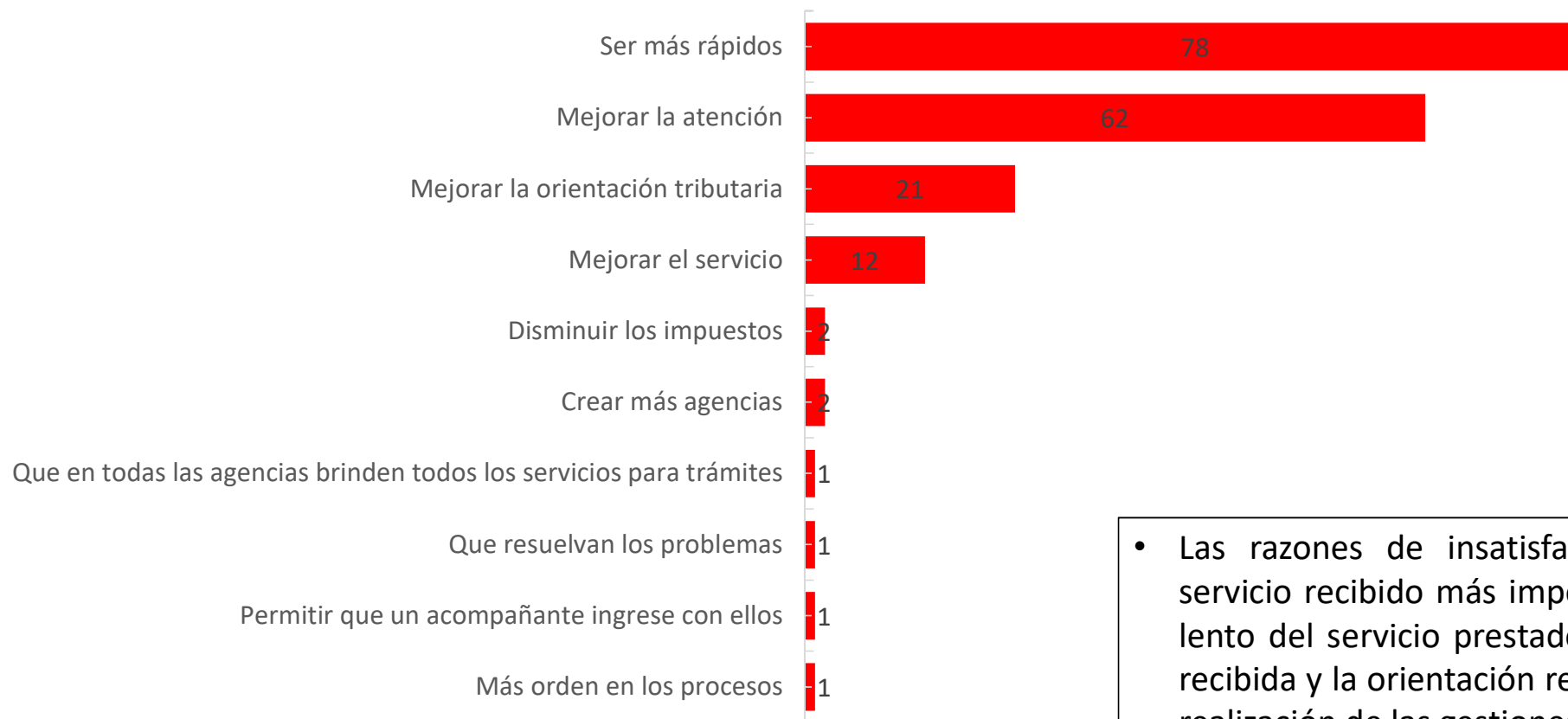
- De acuerdo a la respuesta dada por el sector económico del entrevistado, los más satisfechos con el servicio recibido fueron los trabajadores de explotación de minas y canteras, comercio e industrias de manufactura mientras que los más insatisfechos fueron los colaboradores del sector financiero, suministro de electricidad y los de transporte y comunicaciones.

	Adminis- tración pública y seguridad	Agricul- tura, ganadería o pesca	Comercio	Constru- cción	Explota- ción de minas y canteras	Industrias de manufac- tura	Otro	Sector financiero	Suministro de electrici- dad	Transporte y comunica- ciones
Satisfecho o muy satisfecho	84%	85%	87%	81%	100%	87%	86%	79%	85%	84%
Neutro	12%	13%	10%	16%	0%	13%	9%	12%	8%	10%
Insatisfecho o muy insatisfecho	4%	3%	3%	4%	0%	0%	5%	9%	8%	6%

5. Por favor indique qué tan satisfecho quedó con el servicio recibido. Califique en una escala de 1 a 5, donde 1 es muy insatisfecho y 5 es muy satisfecho

6. Si la respuesta se encuentra entre 1 y 3 por favor indique el motivo de su calificación.

### Razones de Insatisfacción - Base de 181 respuestas -



• Las razones de insatisfacción con el servicio recibido más importantes es lo lento del servicio prestado, la atención recibida y la orientación recibida para la realización de las gestiones tributarias.

6. Si la respuesta se encuentra entre 1 y 3 por favor indique el motivo de su calificación

Esta información vista por  
departamento

	Alta Verapaz	Baja Verapaz	Chimaltenango	Chiquimula	El Progreso	Escuintla	Guatemala	Huehuetenango	Izabal	Jalapa	Jutiapa	Petén	Quetzaltenango	Quiché	Retalhuleu	Sacatepéquez	San Marcos	Santa Rosa	Solola	Suchitepéquez	Totonicapán	Zacapa	
Crear más agencias			1				1																
Disminuir los impuestos							1										1						
Más orden en los procesos							1																
Mejorar el servicio								1					4	2	1			1	2			1	
Mejorar la atención	1		2	7	1	1	6	4		1			2	21			7	1	5	1	1	1	1
Mejorar la orientación tributaria			3	2		1	5					1	3				3		1	1			1
Permitir que un acompañante ingrese con ellos														1									
Que resuelvan los problemas					1																		
Quen en todas las agencias brinden todos los servicios para trámites															1								
Ser más rápidos	1		5		3	1	22	3	2	1	1		7	18	1	1	9		3				

## Un modelo predictivo: Análisis de regresión





# Análisis de regresión múltiple

- Se corrió un modelo de regresión donde se utilizó como variable independiente el nivel de satisfacción y como variable dependiente el grado de recomendación del contribuyente para validar qué tanto fue influenciado el NPS obtenido con el grado de satisfacción generado luego de que el contribuyente realizara su gestión tributaria.

# Análisis de regresión múltiple

- Para el análisis de regresión múltiple se planteó una prueba de hipótesis de dos colas de la siguiente forma:
  - $H_0$ : La pendiente de la variable independiente es igual a cero
  - $H_a$ : La pendiente de la variable independiente es distintas a cero
- Para hacer la prueba de hipótesis se utilizó la curva de t de Student con lo que en valor crítico de F obtenido fue de  $1.637 \times 10^{-112}$

# Valores obtenidos de p, t y el coeficiente de la pendiente

VARIABLE	p	t	COEFICIENTE
Intercepto	0.00%	5.3	1.395
Satisfacción	0.00%	25.2	1.614

Coeficiente de determinación  $R^2 = 0.35$

## Ecuación del grado de recomendación

$$\text{NPS} = 1.6 * \text{Satisfacción} + 1.4$$

Satisfacción	NPS
1	3.01
2	4.62
3	6.24
4	7.85
5	9.46

# Conclusiones y recomendaciones



# Conclusiones

- La calificación en forma global de todas las agencias y oficinas tributarias de SAT es positiva (26%), no obstante, hay oportunidades de mejora:
  - Por departamento especialmente en:
    - Quetzaltenango
    - Santa Rosa
    - El Progreso
    - Chiquimula
    - San Marcos (en ambas agencias)
    - Jalapa
    - Huehuetenango
    - Quiché
  - Por región: Occidente y Nororiente
  - Por edad: con los más jóvenes (de 25 años o menos)
  - Por nivel socioeconómico: segmento D
  - Por género: con los varones

# Conclusiones

- Al descomponer el NPS por región, todas las áreas geográficas tienen un NPS positivo a excepción de Occidente.
- La región con el NPS más alto fue la Central.
- Al organizar las agencias y oficinas tributarias por departamento, de los 22, 14 tienen un NPS mayor a cero mientras que 8 departamentos tienen un NPS menor a cero.
- Los departamentos con el mayor NPS fueron Alta Verapaz, Escuintla, Alta Verapaz, Totonicapán y Suchitepéquez.
- En orden de importancia, los departamentos con NPS menor a cero son Quiché, Huehuetenando, Jalapa, San Marcos, Chiquimula, El Progreso, Santa Rosa y Quetzaltenango.

# Conclusiones

- Los aspectos por los que los detractores y calificadores pasivos o neutros proporcionaron una nota baja son:
  - El tiempo de cola y de servicio.
  - El tamaño de las colas.
  - La falta de amabilidad y respeto de los agentes de servicio.
  - La ausencia de información para la correcta orientación a los contribuyentes que requieren de realizar una gestión.
- Los elementos que calificaron positivamente los promotores son:
  - La atención recibida.
  - El servicio recibido.
  - La rapidez y agilidad.



# Conclusiones

- Al calificar el servicio recibido en la gestión realizada, el grado de satisfacción fue alto y mayor al 50% en todos los departamentos a excepción de Quiché en donde se obtuvo un 49%.
- Las razones indicadas por los usuarios insatisfechos fueron:
  - Consideran que el servicio es lento.
  - Percibieron que la atención recibida no fue de su agrado.
  - La orientación recibida para la realización de sus gestiones no fue apropiada.
- El grado de recomendación de los usuarios tiene una correlación con el nivel de satisfacción de 0.35 medido a través del coeficiente de determinación.

# Recomendaciones

1. Implementar un programa de reducción del tiempo de colas y del tiempo de servicio dentro de las agencias y oficinas tributarias.
2. Desarrollar un sistema de medición con indicadores clave de desempeño de los tiempos de servicio el cual debe de monitorearse continuamente.
3. Implementar un programa de mejora de la cultura de servicio dentro de las agencias y oficinas tributarias.
4. Crear un sistema de estandarización del servicio prestado en todas y cada una de las agencias en donde sin importar quién sea la persona que atiende al público, siempre la prestación sea la misma.

# Recomendaciones

5. Implementar un sistema para facilitar la realización de las gestiones dentro de las agencias y oficinas tributarias.
6. Crear campañas de orientación tributaria adentro y fuera de las instalaciones de las oficinas tributarias.
7. Enfocar los esfuerzos y recursos en las agencias que representan la mayor oportunidad de mejora.