



PERÚ

Ministerio
de Economía y
Finanzas

giz
Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

***“Taller de Inducción sobre Técnicas para la Mejora
de la Recaudación del Impuesto Predial”***

Octubre, 2012

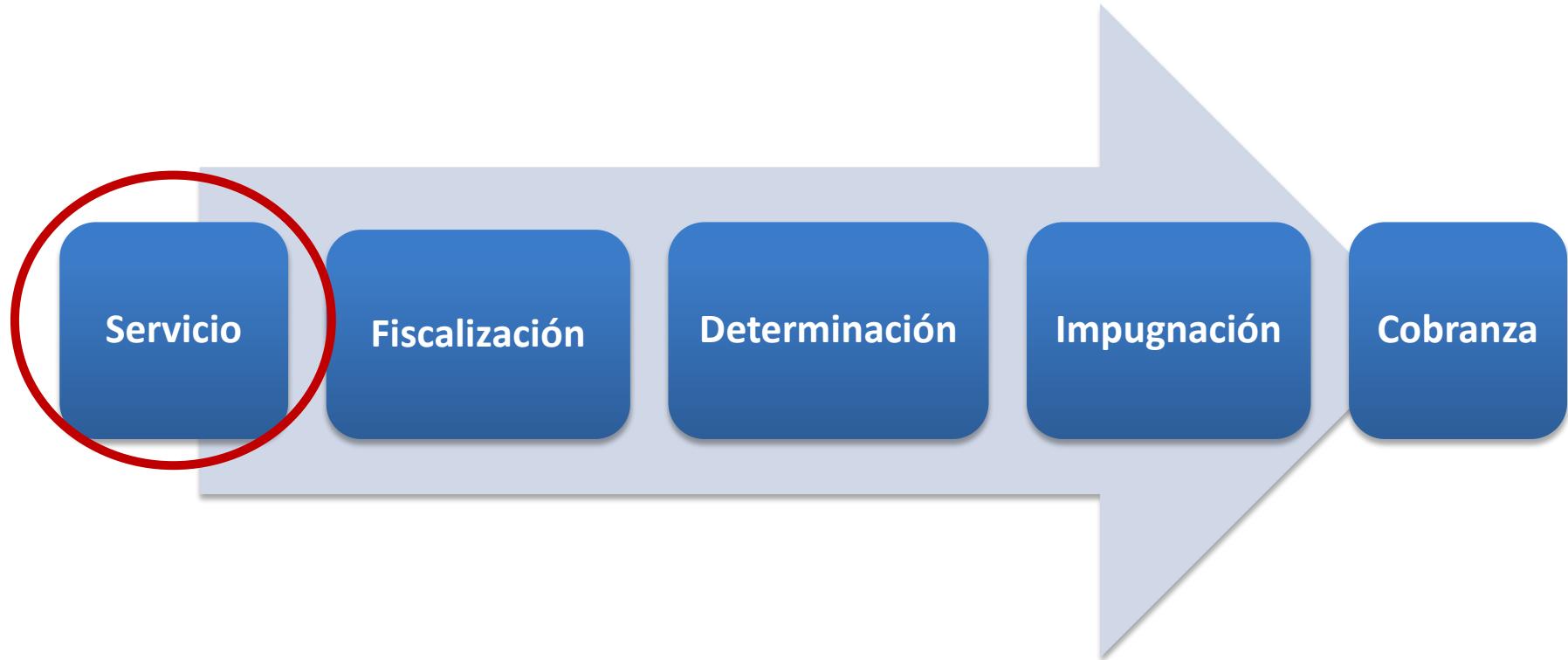
MODULO 2

SERVICIO AL CONTRIBUYENTE EN EL

IMPUUESTO PREDIAL



Gestión del Impuesto Predial



La gestión adecuada de cada una de estas etapas del proceso garantiza una alta efectividad en la recaudación del impuesto.

Importancia del Registro



Objetivos del Servicio al Contribuyente

- a. Lograr la satisfacción del contribuyente.**
- b. Registro correcto de los datos de los contribuyentes y de los predios.**
- c. Orientar en forma adecuada a los contribuyentes respecto a sus obligaciones.**
- d. Colaborar para que los contribuyentes puedan cumplir sus obligaciones.**



Modelo de las Brechas sobre la calidad en el servicio



Brecha del contribuyente

Expectativas del contribuyente

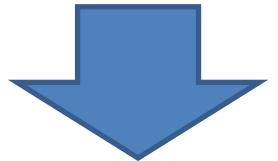


Brecha 1: No saber lo que esperan los contribuyentes

Brecha 2: No elegir los diseños y estándares de servicio correctos

Brecha 3: No entregar de acuerdo con los estándares del servicio

Brecha 4: No igualar el desempeño con las promesas



Percepciones del contribuyente



BRECHA 1



Expectativas del contribuyente



Orientación inadecuada de la investigación de los contribuyentes

Investigación de contribuyentes insuficiente

La investigación no enfocada en las expectativas

Falta de comunicación ascendente

No hay interacción entre la administración y los contribuyentes

Comunicación insuficiente entre los empleados de contacto y los jefes

Insuficiente enfoque en la relación

No hay segmentación de los contribuyentes

Enfoque en las transacciones más que en las relaciones



Percepciones de la administración sobre las expectativas del contribuyente

BRECHA 2



Diseños y estándares de servicio enfocados al contribuyente



Diseño deficiente del servicio

1. Proceso no sistematizado para el desarrollo de nuevos servicios
2. No se establece un enlace entre el diseño del servicio y el posicionamiento del mismo

Ausencia de estándares definidos en función del contribuyente

1. No hay estándares de servicio definidos en función del contribuyente

Evidencia física y ambiente del servicio mal diseñados



Percepciones de la administración sobre las expectativas del contribuyente

BRECHA 3

Entrega del servicio



Deficiencias en las políticas de recursos humanos

1. Reclutamiento ineficaz
2. La tecnología con que cuenta el empleado es deficiente
3. Sistemas de evaluación y compensación inapropiados
4. Falta de empowerment y trabajo en equipo

Deficiente administración del nivel de demanda

1. No se administran bien los extremos de la demanda

Los contribuyentes no llevan a cabo sus papeles

1. Los contribuyentes no conocen sus papeles y responsabilidades

Problemas con los proveedores del servicio

1. Conflicto acerca de los objetivos y el desempeño
2. Conflicto acerca de los costos y las recompensas



Diseños y estándares de servicio enfocados al contribuyente

BRECHA 4

Entrega del servicio



No hay comunicación integral en el marketing de servicios

- Tendencia a ver todas las comunicaciones externas como independientes



Administración ineficiente de las expectativas del contribuyente

- No se administran sus expectativas a través de las formas de comunicación
- No se educa adecuadamente a los contribuyentes

Promesas exageradas

- Promesas exageradas en la publicidad
- Promesas exageradas en la atención personal

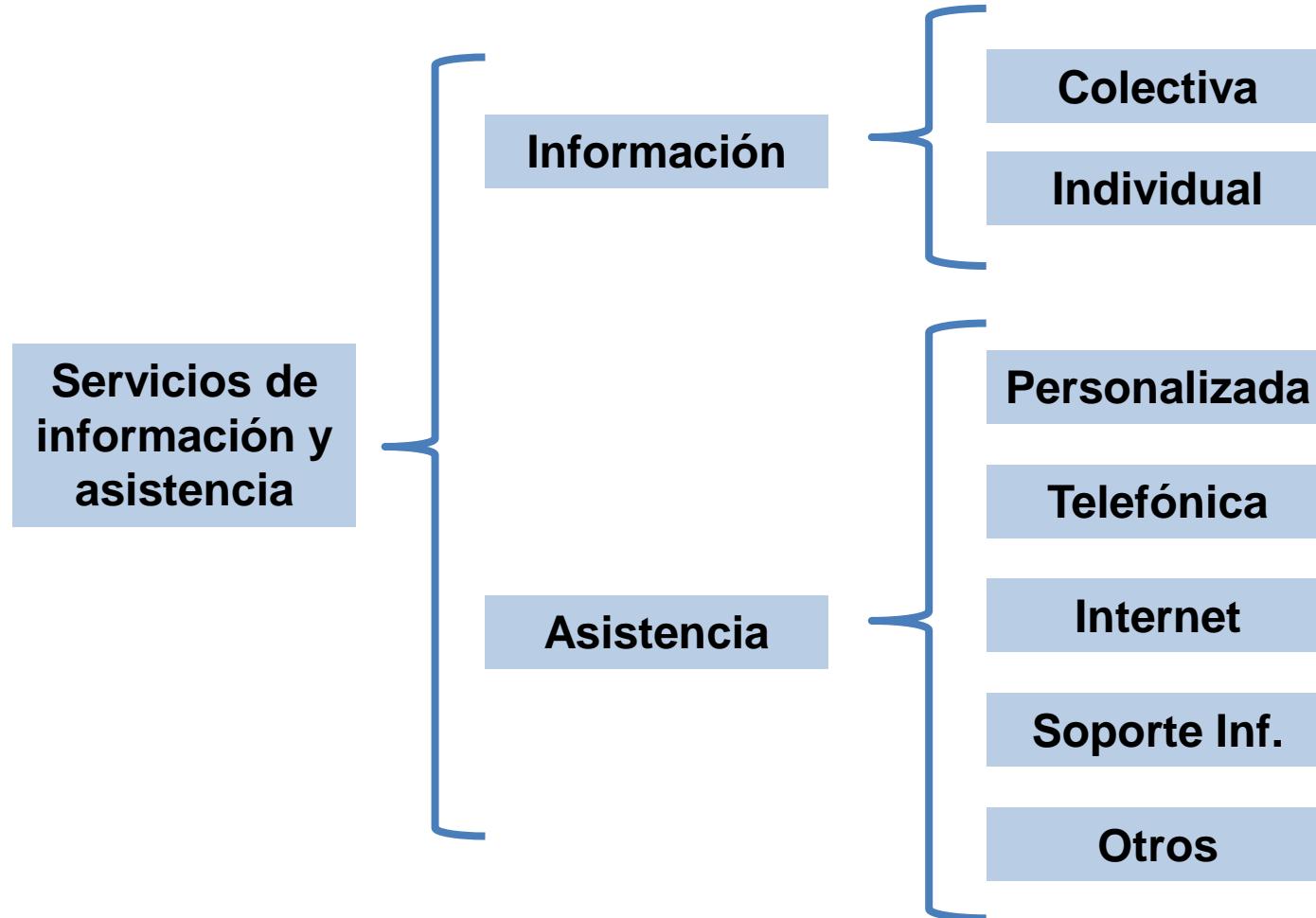
Comunicaciones horizontales inadecuadas

- Comunicación insuficiente entre atención personal y operaciones
- Comunicación insuficiente entre publicidad y operaciones
- Diferencias en las políticas y los procedimientos entre establecimientos



Comunicaciones externas hacia los contribuyentes

LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN Y ASISTENCIA TRIBUTARIA



El servicio de información

Servicios de Información: los que se dirigen a resolver las dudas planteadas por los contribuyentes en cuanto a la normativa de los tributos y el cumplimiento de sus obligaciones. Resuelta la duda, es el propio contribuyente quien cumple con las mismas.

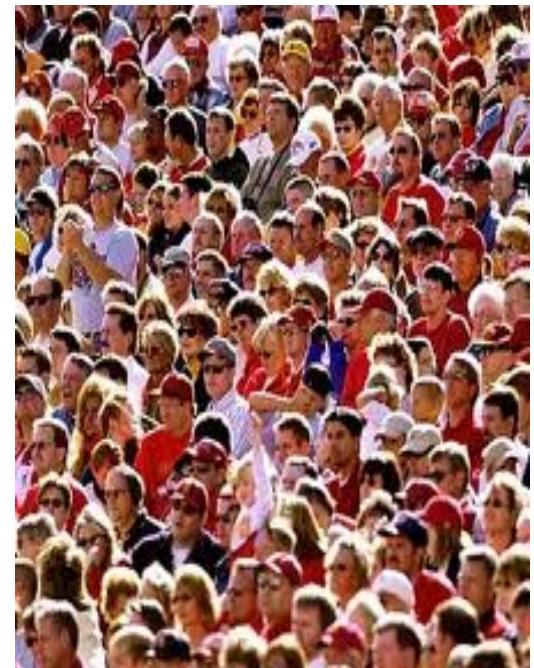
Puede ser de carácter **colectivo** o **individual**.



La información colectiva

Información Colectiva: Se dirige a todos o parte de los ciudadanos para transmitirles mensajes de interés general. Es elaborada por la administración antes de ser solicitada.

Ejemplos: *Uso de medios de comunicación masiva, cartas por correo, publicaciones cortas o folletos, guías, manuales prácticos, internet. La elección depende del volumen, cantidad de contribuyentes y dificultad para transmitir la información.*



La información colectiva: Medios

Los medios de comunicación social, cuando la información es corta y sencilla y el público numeroso.

Las cartas para información más amplia y compleja.

Las publicaciones cortas, a colectivos con características comunes cuyo contenido es amplio y explicativo.

Las guías contienen instrucciones para las declaraciones, ayudan a su correcto registro.

Los manuales prácticos transmiten información de carácter selectivo, recogen normativa, casuística, criterios interpretativos, explicaciones complejas. Para profesionales en asesoría fiscal.

Internet, sirve también para brindar información de interés general.



Ejemplos

paración y Presentación de...

Información Exógena Tributaria

Detalles de esta guía exhaustiva y didáctica. Incluye ejercicios y formatos en Excel, 6 Conferencias y Libro.



CAMPAÑA TRIBUTARIA 2011



PRÓXIMOS VENCIMIENTOS 2012

Arbitrios Municipales

Setiembre: Viernes 28/09/2012

Impuesto Predial

4to Trimestre: Viernes 30/11/2012



Todavia Estas a Tiempo
Hasta el 30 de Septiembre

Pague el Impuesto Predial e Industria y Comercio
con
¡¡DESCUENTO!!
Del 40% Sobre el Interés de Mora



Ejemplo de publicaciones cortas.

Dípticos

Kit de Bienvenida

Impuesto de Alcaba

Este folleto tiene información sobre el Impuesto de Alcaba, que es un impuesto que se paga por la posesión de viviendas y terrenos. Se explica que el pago debe hacerse en el SAT o en Interbank. Se incluye un icono de una casa y un link para pagar en Interbank.

Impuesto Vehicular

Este folleto explica el Impuesto Vehicular, que se paga por poseer un automóvil. Se detallan los pasos para pagar en el SAT o en Interbank. Se incluye un icono de un coche y un link para pagar en Interbank.

Impuesto Predial

Este folleto explica el Impuesto Predial, que se paga por poseer una vivienda. Se detallan los pasos para pagar en el SAT o en Interbank. Se incluye un icono de una casa y un link para pagar en Interbank.

SAT: MÁS Y MEJORES SERVICIOS

Este folleto enumera servicios ofrecidos por el SAT, como la declaración de impuestos, la liquidación de deudas y la atención al cliente. Se incluye una lista de servicios y sus respectivos iconos.

Red de Agencias

Este folleto muestra una mapa de Lima Metropolitana con la ubicación de las agencias del SAT en diferentes distritos. Se incluye una lista de agencias y sus direcciones.

La información individual

Información Individual: Es la que dirige mensajes de interés particular a un ciudadano concreto. Surge tras la petición de un ciudadano concreto y la respuesta debe ser rápida.



La información individual: Medios

Información directa, se brinda la información en forma personal a través de un funcionario.

Información escrita, se proporciona la información a través de documentos que son enviados al domicilio del contribuyente solicitante. Tomar en cuenta tiempo de respuesta.

Información telefónica, se atiende la solicitud de información vía telefónica. Recomendable único número.

Internet, vía chat o consulta en línea.

En todos los casos debe cuidarse el trato amable, ambiente adecuado, tiempo de espera y atención, así como la uniformidad de la información entregada.



El servicio de asistencia tributaria

Servicios de Asistencia: se dirigen a ayudar a cumplir con las obligaciones tributarias.

No hay que resolver dudas al contribuyente porque es la propia Administración quien cumple con parte de las obligaciones de éste, por ejemplo, cumpliendo el impreso de la declaración.

Se debe comenzar por realizar una tipología de los contribuyentes, a fin de definir la asistencia para cada tipo de contribuyente.



El servicio de asistencia tributaria

Asistencia tributaria personalizada, ya sea en las oficinas de la administración tributaria o en otras oficinas mediante la colaboración social.

Asistencia a través del teléfono, puede implicar un tiempo largo y no exento de errores.

Asistencia mediante soporte informático, el programa informático para confeccionar las declaraciones puede ser remitido vía usb o cd a los contribuyentes.

Asistencia a través de Internet, se incorpora los programas en los portales de las administraciones tributarias.

Otros servicios de asistencia, como la comunicación de datos fiscales, las unidades automatizadas de reconocimiento de voz y la atención de reclamos y quejas.



Orientaciones prácticas para organizar el Servicio de Atención al Contribuyente



1. Identifica la potencialidad de tu universo de contribuyentes, conoce la demanda del servicio.



Lima Metropolitana

Impuesto Vehicular
Contribuyentes: 106,607
Vehículos Afectos: 167,576

Impuesto de Alcabala
Contribuyentes: 46,575

Infracciones de tránsito
Infractores: 470,765

Lima Cercado

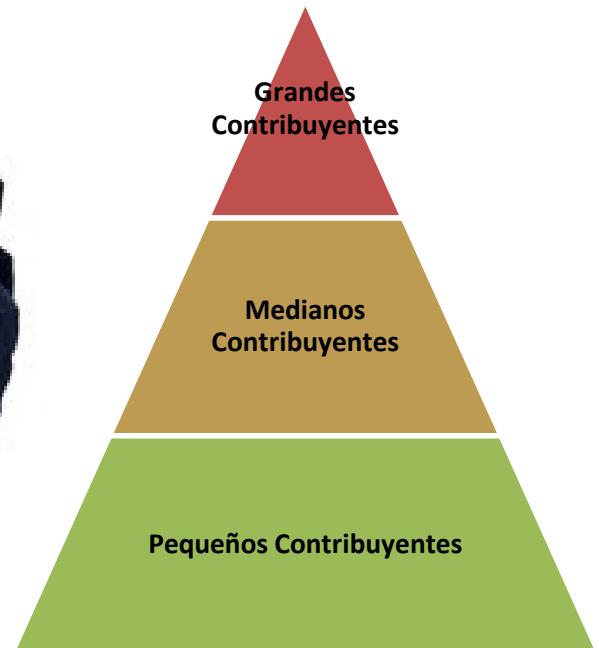
Impuesto Predial
Contribuyentes: 77,005
Predios Afectos: 124,484

Arbitrios
Contribuyentes: 78,213
Predios Afectos: 143,557

Multas Administrativas
Infractores: 1,431



2. Conoce a tus contribuyentes, organiza segmentos, agrúpalos según afinidades.





Aviso importante

3. Conoce tu territorio, el área sobre la cual actúas.



Población, negocios, otros.



Aviso importante

4. Prepara el escenario



Infraestructura, mobiliario, organización del espacio, avisos, otros.



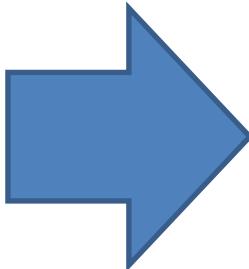
5. Prepara la actuación: las capacidades y el protocolo, motiva a tu personal, se líder!





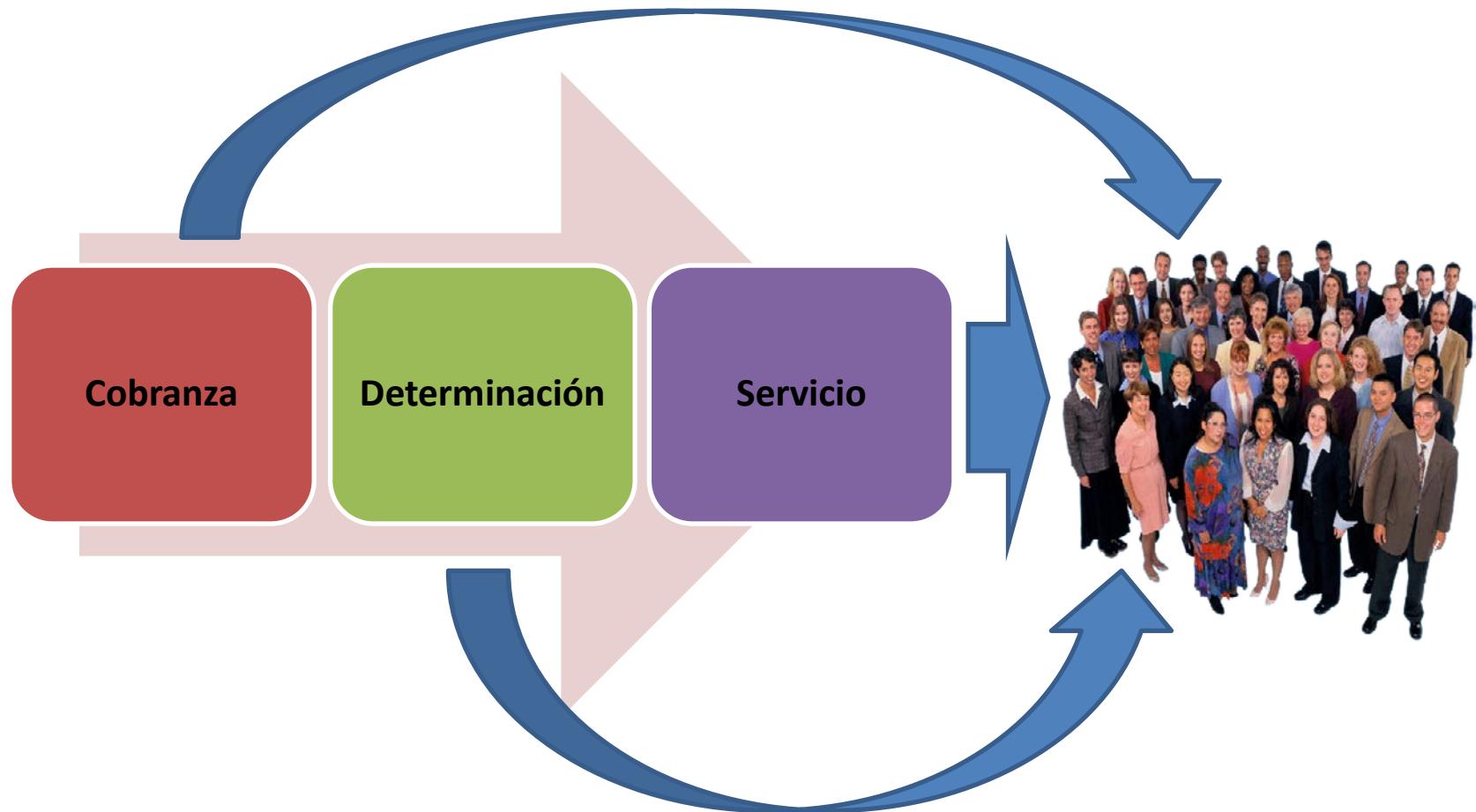
Aviso importante

6. Gestiona el conocimiento, compartir las experiencias.



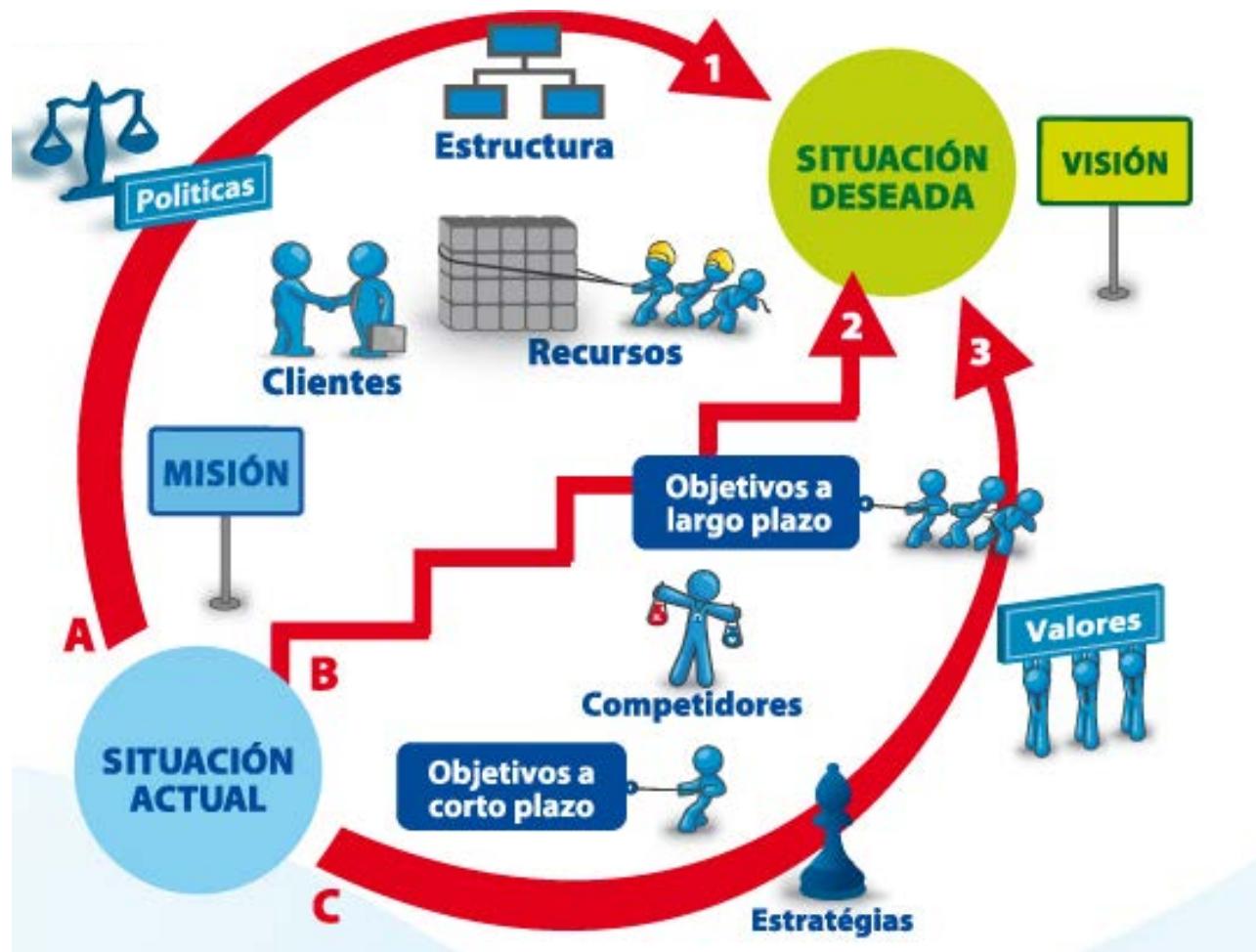


7. Coordina con las otras áreas, eres el punto de partida y quien da la cara.





8. Establece estrategias de acuerdo con objetivos / resultados





Aviso importante

9. Busca aliados

BANCO DE MEXICO

BBVA Bancomer

HSBC

Banamex

Santander Serfin

Scotiabank Inversat

BANORTE

BANCA AFIRME

NACIONAL FINANCIERA

INBURSA

Bank of America

BANREGIO

Banorte

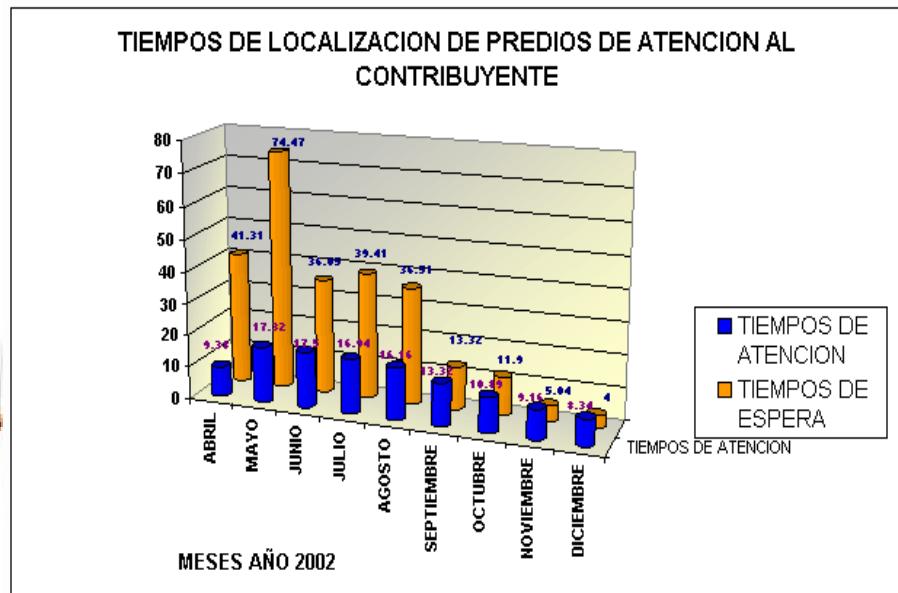


Empresas privadas, organismos públicos, organizaciones vecinales, otros.



Aviso importante

11. Fija objetivos y mide, siempre mide



*Muchas gracias
Preguntas?*



*Saúl Barrera Ayala
saulba2005@hotmail.com*