

**NIVELES DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EXTERNO EN LOS PUNTOS DE
AUTOGESTIÓN (KIOSCOS) EN EL ÁREA DE DIVISIÓN Y GESTIÓN DE
ASISTENCIA - DIAN POPAYÁN**



Universidad
del Cauca

NATHALY BRAVO RESTREPO

INFORME DE PRACTICA PROFESIONAL

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
POPAYÁN
2014**

**NIVELES DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EXTERNO EN LOS PUNTOS DE
AUTOGESTIÓN (KIOSCOS) EN EL ÁREA DE DIVISIÓN Y GESTIÓN DE
ASISTENCIA - DIAN POPAYÁN**



Universidad
del Cauca

NATHALY BRAVO RESTREPO

**Informe de Practica Profesional para obtener el Titulo Profesional de
Administradora de Empresas**

MG. GUIDO HERNEY CAMPO MARTINEZ
Asesor Académico

LOURDES PATRICIA SANCHEZ
Asesora Empresarial

UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
POPAYÁN
2014

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar agradezco a Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado y por hacer realidad este sueño anhelado. A mi familia, principalmente a mis padres y hermanos por el apoyo incondicional, consejos y guía durante toda la carrera profesional.

A la UNIVERSIDAD DEL CAUCA la llevare en mi corazón por los conocimientos impartidos que me permitirán enfrentar los desafíos profesionales. Igualmente a mis profesores que durante toda la carrera profesional aportaron con sus enseñanzas y consejos en mi formación.

Y por supuesto mis más sinceros agradecimientos al profesor Guido Campo por manifestarme su interés en dirigir mí trabajo de grado, por su confianza, colaboración y apoyo en mi proceso de realización de la práctica profesional. Igualmente A mi asesora empresarial la doctora Lourdes Patricia Sánchez por su dedicación y orientación.

TABLA DE CONTENIDO

1.	DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.....	12
1.1	ASPECTOS GENERALES DE LA ORGANIZACIÓN	12
1.2	ASPECTOS ESTRATÉGICOS DE LA ORGANIZACIÓN.....	13
1.2.1	Misión.....	14
1.2.2	Visión.	14
1.2.3	Valores:	14
1.3	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	15
1.3.1	Alcanzar la excelencia en sus operaciones.....	15
1.3.2	Redireccionar la entidad hacia el servicio.	15
1.3.3	Consolidar la legitimidad y la autonomía.....	16
1.3.4	Contribuir a la competitividad del país.....	16
1.4	DESCRIPCIÓN DE LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS LA DIAN 2010 – 2014	17
1.5	MAPA ESTRATÉGICO	18
1.6	POLÍTICA DE CALIDAD	19
1.7	POLÍTICAS	19
1.7.1	En relación con el cumplimiento de la misión.....	19
1.7.2	En relación con el recaudo.....	20
1.7.3	En relación con el servicio.....	20
1.7.4	En relación con el desarrollo organizacional	21
1.8	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	22
1.9	PORTAFOLIO DE SERVICIOS.....	22
1.9.1	Clientes:	22
1.9.2	Productos y Servicios:.....	23
1.10	FORMULARIOS.....	23
1.11	ESTRATEGIA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE LA DIAN.....	24
1.12	PARTES INTERESADAS.....	25

1.12.1	Clientes.....	25
1.12.2	Socios de valor.....	26
1.12.3	Otras partes interesadas	26
2.	CONTEXTUALIZACIÓN DEL ESTUDIO	28
2.1	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	28
2.1.1	Descripción del Problema.	28
2.1.2	Planteamiento del problema.....	29
3.	JUSTIFICACIÓN.....	30
4.	OBJETIVOS.....	31
4.1	OBJETIVO GENERAL	31
4.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	31
5.	CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA	32
5.1	CONCEPTO DE SATISFACCIÓN	32
5.2	DIMENSIONES DEL CONCEPTO DE SATISFACCIÓN.....	32
5.3	COMPONENTES PRINCIPALES DEL CONCEPTO SATISFACCIÓN. (GIESE AND COTE, 2000)	32
6.	DESARROLLO METODOLÓGICO	34
6.1	ELEMENTOS QUE CONFORMAN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE ..	34
7.	METODOLOGÍA DE ESTUDIO	36
7.1	FICHA TÉCNICA.....	36
8.	ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	38
9.	OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS EN LOS SERVICIOS INFORMÁTICOS ELECTRÓNICOS DE LA DIAN	56
9.1	FACILIDAD PARA ACCEDER A LOS SERVICIOS INFORMÁTICOS ELECTRÓNICOS.....	56
9.2	CAPACIDAD PARA RESOLVER SITUACIONES COMPLEJAS	56
9.3	DESCONOCIMIENTO DEL USUARIO SOBRE EL CORRECTO USO DE LOS SERVICIOS INFORMÁTICOS ELECTRÓNICOS	56
9.4	CONTRIBUCIONES DE LA DIAN EN EL CUMPLIMIENTO VOLUNTARIO Y OPORTUNO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS.....	57

10.	CONCLUSIONES	58
11.	RECOMENDACIONES	59
	BIBLIOGRAFÍA	60
	ANEXOS.....	61

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Mapa Estratégico	18
Figura 2. Estructura Seccional Popayán	22

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1. Descripción de los Objetivos Estratégicos la DIAN 2010 - 2014	17
Cuadro 2. Clientes	25
Cuadro 3. Socios	26
Cuadro 4. Ficha Técnica.....	36

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Utilización de los servicios informáticos electrónicos de la DIAN.....	38
Tabla 2. Facilidad para presentar formalmente sus obligaciones de manera virtual	38
Tabla 3. Indicaciones en la facilitación de presentar formalmente las obligaciones de manera virtual	39
Tabla 4. Servicios de mayor utilización.....	40
Tabla 5. Calidad de los servicios informático electrónico de la DIAN	41
Tabla 6. Equipos y herramientas utilizados en los puntos de autogestión.....	42
Tabla 7. Capacidad para resolver situaciones complejas	43
Tabla 8. Disposición y atención del funcionario	44
Tabla 9. Conocimiento de los trámites.....	45
Tabla 10. Atención de quejas, reclamos, peticiones y sugerencias.....	46
Tabla 11. Tecnología	47
Tabla 12. Evaluación en los puntos de autogestión (kioscos).....	48
Tabla 13. Desconocimiento del usuario sobre el correcto uso de los servicios informáticos electrónicos.....	49
Tabla 14. Falta de acceso a internet en algunos municipios del departamento del Cauca.....	50
Tabla 15. Complejidad del Sistema	51
Tabla 16. Problemas en acceder al portal web.....	52
Tabla 17. Contribución en el cumplimiento voluntario y oportuno de las obligaciones tributarias	54

LISTA DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Facilidad para presentar formalmente sus obligaciones de manera virtual	38
Gráfica 2. Indicaciones en la facilitación de presentar formalmente las obligaciones de manera virtual	39
Gráfica 3. Servicios de mayor utilización	41
Gráfica 4. Calidad de los servicios informático electrónico de la DIAN.....	42
Gráfica 5. Equipos y herramientas utilizados en los puntos de autogestión	43
Gráfica 6. Capacidad para resolver situaciones complejas	44
Gráfica 7. Disposición y atención del funcionario.....	45
Gráfica 8. Conocimiento de los trámites	46
Gráfica 9. Atención de quejas, reclamos, peticiones y sugerencias	47
Gráfica 10. Tecnología.....	48
Gráfica 11. Evaluación en los puntos de autogestión (kioscos)	49
Gráfica 12. Desconocimiento del usuario sobre el correcto uso de los servicios informáticos electrónicos	50
Gráfica 13. Falta de acceso a internet en algunos municipio del departamento del Cauca.....	51
Gráfica 14. Complejidad del sistema	52
Gráfica 15. Problemas en acceder al portal web	53
Gráfica 16. Contribución en el cumplimiento voluntario y oportuno de las obligaciones tributarias	54

LISTA DE ANEXOS

Anexo A. Cuestionario	62
-----------------------------	----

1. DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

1.1 ASPECTOS GENERALES DE LA ORGANIZACIÓN

NOMBRE: Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.

REPRESENTANTE LEGAL: Juan Ricardo ortega López

NIT: 800197268-4

DIRECCIÓN: Carrera 8 No. 136 edificio Portal del Molino

TELÉFONO: 8240172

ACTIVIDAD ECONÓMICA. Recaudo de impuestos, control y vigilancia del régimen cambiario, vigilancia en los juegos de suerte y azar, actúa como actividad doctrinaria y estadística en materia tributaria, aduanera y cambiaria.

En 1923 como resultado de la visita de la misión Kemmerer, se recomienda al Gobierno Nacional la creación de una dependencia en el Ministerio de Hacienda y Crédito Público, para encargarse de la administración de los impuestos del orden nacional. Más adelante esta dependencia evolucionaría hasta convertirse en una de las direcciones del ministerio.

La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) se constituyó como Unidad Administrativa Especial mediante Decreto 2117 de 1992, el cual entró en vigencia a partir el 1º de junio del año 1993 y fusionó la Dirección de Impuestos Nacionales (DIN) con la Dirección de Aduanas Nacionales (DAN). Mediante el Decreto 1693 de 1997 se dio la separación funcional creándose una Dirección General y dos Direcciones dependientes: una de Impuestos con competencia en materia tributaria y la de Aduanas con la competencia en materia aduanera y de control cambiario.

Posteriormente en 1999 surgió la necesidad de reestructurar la Entidad para redefinir su objetivo de coadyuvar a garantizar la seguridad fiscal del Estado colombiano y la protección del orden público económico nacional, mediante la administración y control al debido cumplimiento de las obligaciones tributarias, aduaneras y cambiarias y la facilitación de las operaciones de comercio exterior en condiciones de equidad, transparencia y legalidad, plasmado en el Decreto 1071

de 1999, e igualmente para constituirla como una Unidad Administrativa Especial del orden nacional, de carácter especialmente técnico y especializado, con personería jurídica, autonomía administrativa y presupuestal, adscrita al Ministerio de Hacienda y Crédito Público.

Recientemente y atendiendo a los principios de modernización de la gestión pública y del sistema de gestión de la calidad y control interno, mediante el Decreto 4048 del 22 de octubre de 2008 por el cual se modifica la estructura de la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, se adopta un modelo de organización y operación basada en procesos mediante el cual se planifica, mantiene y mejora continuamente el desempeño de los mismos, bajo un esquema de eficiencia, eficacia y efectividad con el propósito de crear valor y cumplir con las expectativas de los clientes.

La jurisdicción de la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales comprende el territorio nacional, y su domicilio principal es la ciudad de Bogotá, D.C. La DIAN tiene competencia en el territorio nacional, la cual ejerce a través de 51 Direcciones Seccionales de Impuestos y/o Aduanas. Su patrimonio está constituido por los bienes que posee y por los que adquiera a cualquier título o le sean asignados con posterioridad.

La DIAN existe para coadyuvar a garantizar la seguridad fiscal del Estado Colombiano y la protección del orden público económico nacional, mediante la administración y control al debido cumplimiento de las obligaciones tributarias, aduaneras y cambiarias, y la facilitación de las operaciones de comercio exterior en condiciones de equidad, transparencia y legalidad.

La representación legal de la DIAN está a cargo del Director General, quien puede delegarla de conformidad con las normas legales vigentes. El cargo de Director General es de libre nombramiento y remoción; en consecuencia se provee mediante nombramiento ordinario por parte del Presidente de la República.¹

1.2 ASPECTOS ESTRATÉGICOS DE LA ORGANIZACIÓN

¹ Manual de Calidad Versión 2. Junio de 2010

1.2.1 Misión. En la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales somos responsables de administrar con calidad el cumplimiento de las obligaciones tributarias, aduaneras y cambiarias, mediante el servicio, la fiscalización y el control; facilitar las operaciones de comercio exterior y proveer información confiable y oportuna, con el fin de garantizar la sostenibilidad fiscal del Estado colombiano.

1.2.2 Visión. En el 2020, la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia genera un alto nivel de cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias, aduaneras y cambiarias, apoya la sostenibilidad financiera del país y fomenta la competitividad de la economía nacional, gestionando la calidad y aplicando las mejores prácticas internacionales en su accionar institucional.

1.2.3 Valores. En la DIAN dentro del Código de Buen Gobierno adoptado mediante la Resolución 10621 de octubre 31 de 2008, se incluye el Código de Ética, el cual tiene como pilares principales la misión y los valores institucionales que le dan fundamento, y constituyen el referente ético de los modelos, políticas, planes, estrategias y gestión corporativa, los cuales se relaciona a continuación:

- **Respeto:** Es valoración y cuidado de sí mismo, de los demás, de la naturaleza y de las cosas. Es el aprecio y cuidado del ser, de la esencia de las personas, la vida y las cosas. Respeto es atención, consideración, tolerancia, miramiento, deferencia. El respeto es garantía de preservación de la naturaleza, la especie y la sociedad.
- **Honestidad:** Es integridad y coherencia entre el mundo interno y externo, entre lo que se piensa, se siente y se hace en relación consigo mismo, con los demás y con las cosas. Honestidad es probidad, rectitud, honradez. La persona honesta lleva una vida íntegra, actúa con rectitud, y es honrada en toda circunstancia. La honestidad facilita la construcción del bien, la verdad y la belleza interior.
- **Responsabilidad:** Es la capacidad de hacerse cargo libremente de las propias acciones y asumir sus consecuencias, en pro del bien común. Lo que hacemos trae consecuencias, según la coherencia que tenga con nuestra moral, las buenas costumbres o las leyes. La responsabilidad favorece el logro de metas individuales y colectivas y la construcción de la sociedad y la cultura.

- **Compromiso:** Es la disposición de hacer y dar lo mejor de sí mismo en todo momento, para el logro de aspiraciones individuales y colectivas, el mejoramiento continuo y el bien mayor. Es la obligación contraída, la palabra dada y el empeño. El compromiso impulsa el mejoramiento de los procesos en los que se participa y ayuda en la construcción del bien común.²

1.3 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

1.3.1 Alcanzar la excelencia en sus operaciones. Los contribuyentes deben encontrar transacciones fáciles y transparentes que les permitan cumplir con sus obligaciones, pero a la vez la DIAN debe fortalecer el control tributario y aduanero para garantizar el cumplimiento de dichas obligaciones. En desarrollo de esta estrategia, la DIAN debe hacer sentir que sus clientes cuentan con el apoyo y la asesoría de ésta cuando se encuentran cumpliendo al día, así como la reacción inmediata con la fortaleza necesaria en los momentos en que no lo hacen.

1.3.2 Redireccionar la entidad hacia el servicio. La Administración tributaria debe estar a la altura del ciudadano moderno, que exige más y mejores productos y servicios “a menor precio”. En el caso de la DIAN, esto se traduce en velar por el estricto cumplimiento de las normas vigentes, garantizando que cada contribuyente pague exactamente lo que le corresponde, y que paguen sus impuestos todos los contribuyentes que están en la obligación de hacerlo.

Para ello la estrategia debe ser integral, proveyendo servicios que faciliten la tarea para los que cumplen y contando con las herramientas adecuadas para reducir de manera significativa la evasión, el contrabando y las infracciones cambiarias.

Ello implica reorientar la organización, sus procesos y su gente hacia el servicio, optimizar las operaciones de control aduanero, administrar la red de recaudación, así como optimizar, agilizar y flexibilizar los procesos logísticos que soportan la gestión de la entidad.

² Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN. Plan Estratégico DIAN 2010 – 2014. Aprobado en sesión del Comité de Coordinación Estratégica del 22 de diciembre de 2010. Versión al 29/03/11

1.3.3 Consolidar la legitimidad y la autonomía. Más del 80% de los ingresos recaudados por la DIAN vienen del cumplimiento voluntario (o inducido) de las obligaciones por parte de los contribuyentes. Igualmente, el pago de los impuestos es uno de los principales momentos en los que el ciudadano tiene contacto con el Estado. La manera como resulta esta transacción es fundamental para determinar la actitud presente y futura del ciudadano frente a su responsabilidad contributiva y su sentimiento frente al Estado.

Si bien la DIAN no es responsable por la gestión del Estado en general, si puede ser un vehículo para comunicar sus resultados, especialmente a aquellos ciudadanos que han contribuido con el pago de sus impuestos. Debe ser un ejemplo de buena gestión y transparencia ante la ciudadanía, no sólo en el manejo de sus recursos y de su administración en general, sino en los servicios que presta, las transacciones que se hacen con ella y la aplicación de la normatividad de manera justa y objetiva. Ello implica luchar frontalmente contra la corrupción, y crear los mecanismos efectivos que permitan blindarla frente a ella.

Se trata de fortalecer la imagen institucional para que la ciudadanía y el Estado confíen cada vez más en ella y para posibilitar el acceso a más recursos de forma tal que sea posible sostener y potenciar la inversión en ella.

1.3.4 Contribuir a la competitividad del país. Por su naturaleza, la DIAN es una entidad con alto impacto en la competitividad nacional. La manera como ésta garantiza el cumplimiento y la consistencia en las reglas de juego asociadas con el sistema tributario, aduanero y cambiario es fundamental para las expectativas de inversión (nacional o extranjera), la competitividad en las operaciones de comercio exterior y la reducción del tiempo y costo asociados al cumplimiento de las obligaciones.

Por esta razón, el adecuado balance entre la facilitación y el control, la seguridad jurídica y la unidad de criterio son acciones prioritarias para la DIAN, que combinadas con la búsqueda de una simplificación de la legislación y una planeación proactiva de los cambios legislativos, deben coadyuvar al desarrollo competitivo de nuestro país.

La existencia y seguimiento de este principio estratégico garantiza al modelo un desarrollo equilibrado que favorece la organización en todos sus aspectos.

1.4 DESCRIPCIÓN DE LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS LA DIAN 2010 – 2014

Cuadro 1. Descripción de los Objetivos Estratégicos la DIAN 2010 - 2014

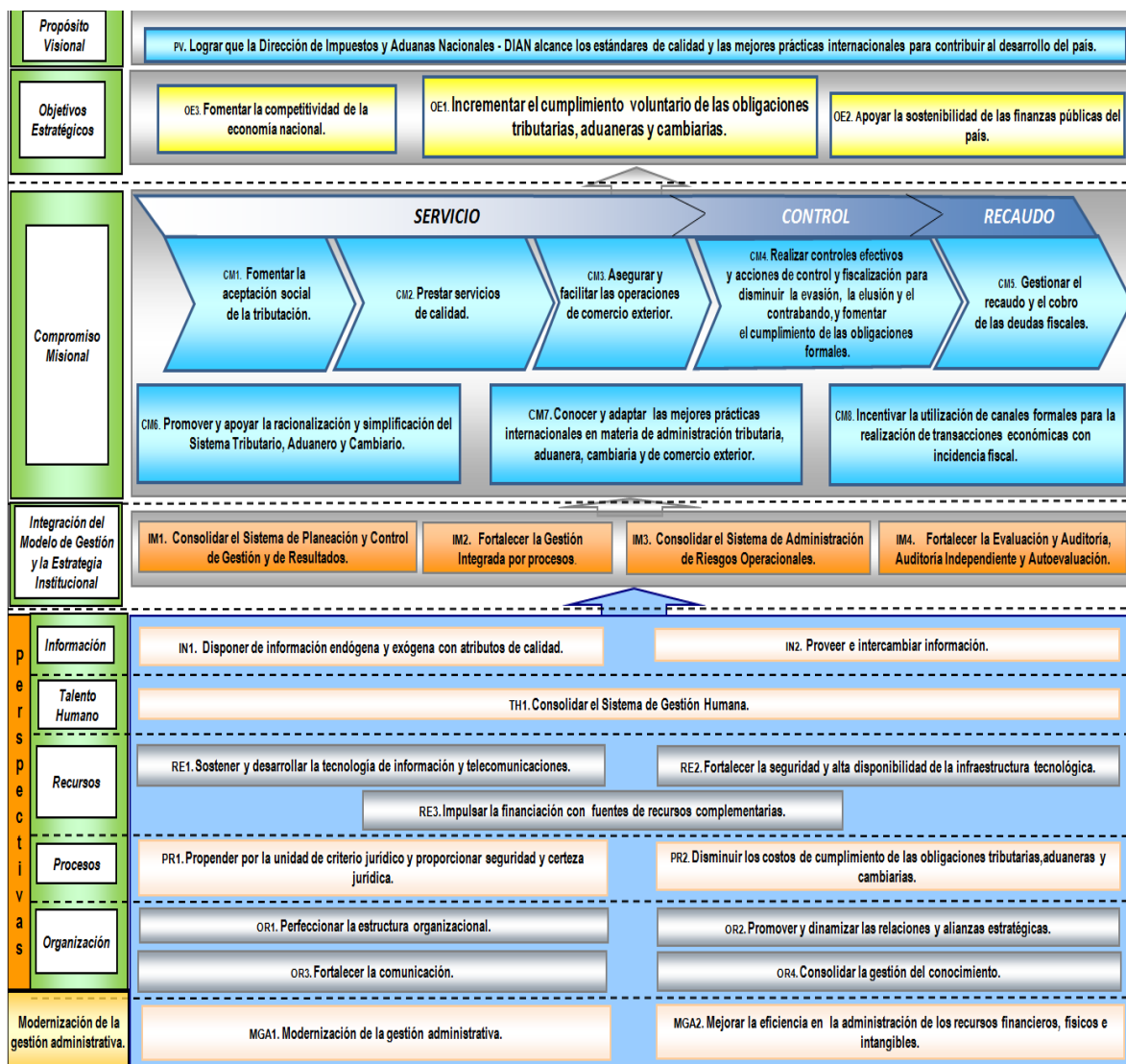
PROPÓSITO VISIONAL		
Lograr que la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN alcance los estándares de calidad y las mejores prácticas internacionales para contribuir al desarrollo del país.		
Alcance: Generar las condiciones necesarias para que la DIAN logre los estándares y mejores prácticas a nivel internacional, en concordancia con los ejes estratégicos del Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014: "Prosperidad para Todos".		
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS		
La estrategia de la DIAN para alcanzar su propósito visional durante el período 2010-2014 está fundamentada sobre tres objetivos: Incrementar el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias, aduaneras y cambiarias; apoyar la sostenibilidad de las finanzas públicas del país y fomentar la competitividad de la economía nacional.		
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	ALCANCE	PROCESOS QUE LIDERAN LA CONSECUCCIÓN DE LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
OE1. Incrementar el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias, aduaneras y cambiarias.	Integra los objetivos tácticos generadores de riesgo subjetivo y las actividades de fiscalización y control, así como las medidas implantadas para facilitar y promover el cumplimiento de las obligaciones tributarias (impuestos, derechos y tasas), aduaneras y cambiarias. En este objetivo también se incorporan las estrategias conducentes a fomentar en la sociedad colombiana la aceptación social de la tributación como condición para promover el desarrollo del país.	Todos los procesos
OE2. Apoyar la sostenibilidad de las finanzas públicas del país	Integra los objetivos tácticos para cumplir con la gestión institucional establecida para la DIAN, propendiendo por una contribución equitativa de la carga fiscal y el equilibrio presupuestal del Estado colombiano	
OE3. Fomentar la competitividad de la economía nacional	Integra los objetivos tácticos con los cuales la DIAN aporta al cumplimiento de los compromisos del Gobierno Nacional en materia de competitividad y productividad, incentivos a la inversión extranjera, el crecimiento económico sostenible y el desarrollo social integral.	

Fuente: Dirección de Gestión Organizacional - Subdirección de Gestión de Análisis Operacional

1.5 MAPA ESTRATÉGICO

El mapa estratégico o BSC (*Balanced Scorecard*) constituye la metodología adoptada por la entidad, desde el año 2006, para presentar mediante una representación gráfica su Plan Estratégico. En él se establecen los resultados planificados para el logro de la estrategia institucional, se presenta en forma visual los elementos estratégicos, los objetivos estratégicos y tácticos y las relaciones causa efecto entre ellos.

Figura 1. Mapa Estratégico



Fuente: Dirección de gestión organizacional-subdirección de gestión de análisis operacional. Mapa Estratégico DIAN 2010-2014

1.6 POLÍTICA DE CALIDAD³

La Política de Calidad que se ha establecido para la entidad a través del Código del Buen Gobierno y que a continuación se describe, está orientada a dar cumplimiento a los siguientes elementos: procesos, clientes, partes interesadas, productos y servicios, recursos, y competencias técnicas.

La DIAN se gestionará a partir de un enfoque basado en procesos estandarizados, controlados, optimizados y debidamente documentados, que generen el impacto previsto, para la satisfacción de las necesidades de sus clientes, bajo los principios de la mejora continua. Toda interacción con los clientes se realizará dentro del marco de la misión, enfocada al cumplimiento de los requisitos necesarios para garantizar la satisfacción de las necesidades de los mismos y promoverá las acciones necesarias para garantizar la cooperación de las partes interesadas, en el mejoramiento de su desempeño.

Sin excepción, los productos y servicios serán suministrados atendiendo a las necesidades de los clientes, bajo los estándares de calidad establecidos y dentro de los requisitos exigidos por el marco legal vigente. Empleará los recursos logísticos, financieros y tecnológicos más idóneos, requeridos en la generación de los productos y servicios, dirigidos a sus clientes, para lo cual contará con perfiles del rol claramente identificados para el cumplimiento de los requisitos de los productos y servicios.

1.7 POLÍTICAS

La DIAN, en el marco de su misión y visión y consciente de la importancia que su gestión representa para el bienestar económico y social del país, asume su compromiso considerando las siguientes directrices:

1.7.1 En relación con el cumplimiento de la misión. Gestionar con estrategias efectivas de servicio, control y fiscalización acorde con estándares de calidad y mejores prácticas internacionales.

³ Manual de Calidad Versión 2. Op. Cit.

Promover la simplificación de las normas del sistema tributario, aduanero y cambiario, así como aquellas que regulan el accionar de la DIAN garantizando los principios del sistema impositivo colombiano.

Realizar análisis permanentes del contexto de las variables económicas, políticas y sociales del país con el fin de fortalecer su capacidad de respuesta.

1.7.2 En relación con el recaudo. Realizar las acciones necesarias para garantizar el cumplimiento de la meta de recaudo fijada por el Gobierno Nacional, de forma que se coadyuve a la sostenibilidad de las finanzas públicas del país.

1.7.3 En relación con el servicio. Incrementar el uso de internet y de las telecomunicaciones avanzadas, como medio para que los clientes institucionales se informen, realicen trámites y transacciones en forma interactiva.

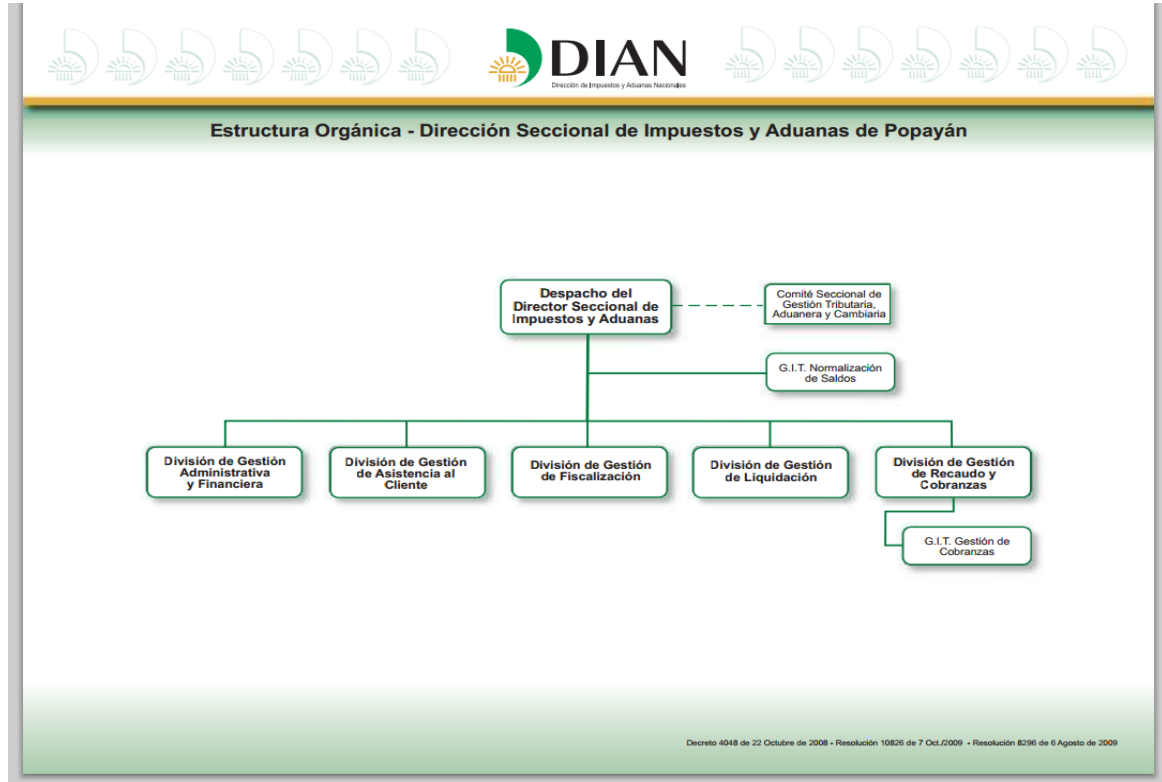
- Continuar con la implementación de servicios informáticos electrónicos cuya respuesta satisfaga las necesidades y expectativas de los clientes internos y externos, así como, las disposiciones legales en materia de competitividad, productividad y el programa de gobierno en línea.
- Incentivar el uso de canales formales, como el sistema bancario, para el cumplimiento de las obligaciones fiscales.
- Ofrecer alta calidad en la atención a los clientes institucionales a través de los diversos canales de servicio.
- Agilizar los procedimientos de comercio exterior e incrementar la efectividad de los controles aduaneros, a partir de la racionalización de trámites, la aplicación de técnicas de inspección no intrusivas y de otros instrumentos tecnológicos de seguimiento y control.
- Adelantar programas y campañas efectivas de concientización y explicación de las obligaciones tributarias, aduaneras y cambiarias para fomentar la aceptación social de la tributación y el cumplimiento de estas normas.

1.7.4 En relación con el desarrollo organizacional. Mejorar continuamente el desempeño organizacional, con un enfoque hacia el cliente, basado en procesos, mecanismos de control y evaluación.

- Modernizar la gestión administrativa como condición esencial para fortalecer la cadena de valor institucional.
- Ser exigente en el cumplimiento de los estándares de calidad de los productos y servicios recibidos y entregados.
- Comunicar de manera clara, concreta y oportuna el desarrollo de los aspectos relevantes de la organización a los clientes internos y externos.
- Garantizar la unidad de criterio jurídico en los diferentes procesos de la organización.

1.8 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Figura 2. Estructura Seccional Popayán



Fuente: Estructura orgánica. www.dian.gov.co 22 de octubre 2008

Acercar la DIAN a los clientes con el fin de facilitar el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, aduaneras y cambiaria, ofreciendo una oportuna y amplia atención, mediante el uso de diferentes canales aprovechando toda la capacidad y opciones tecnológicas con que cuenta la entidad además administra el sistema de quejas, reclamaciones y peticiones.

1.9 PORTAFOLIO DE SERVICIOS

1.9.1 Clientes:

- Sociedad
- Ministerio de hacienda y crédito publico
- Contribuyentes declarantes, responsables y agentes de retención de los tributos.

- Importadores
- Exportadores
- Viajeros
- Usuarios aduaneros
- Entidades del estado
- Entidades territoriales
- Entidades públicas y privadas
- Ciudadanía en general

1.9.2 Productos y Servicios:

- Tributos y aduanas administrados
- Recaudo
- Orientación
- Conceptos jurídicos
- Conceptos técnicos aduaneros
- Determinación del impuesto
- Operaciones de comercio exterior agilizadas
- Donaciones de bienes muebles e inmuebles decomisados y dados en pago
- Información

El servicio público prestado por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales se define como un servicio público esencial, denominado Servicio Fiscal, cuyo objetivo es ayudar a garantizar la seguridad fiscal del Estado colombiano y la protección del orden público económico nacional, mediante la administración y control al debido cumplimiento de las obligaciones tributarias, aduaneras y cambiarias, y la facilitación de las operaciones de comercio exterior en condiciones de equidad, transparencia y legalidad. La naturaleza del Servicio Fiscal conlleva la disponibilidad de los servidores de la contribución⁴.

1.10 FORMULARIOS

Formularios oficiales vigentes para declarar y/o pagar los tributos nacionales, acompañados de sus instructivos.

⁴ Artículo 1, Decreto 1072 de 1999

- 110 Declaración de Renta y Complementarios o de Ingresos Patrimonio para Personas Jurídicas y Asimiladas, Personas Naturales y Asimiladas Obligadas a llevar Contabilidad. PRIVADA.
- 1301 informe uso factura electrónica.
- 1302 formatos de facturación.
- 1381 solicitud facturación sobre residencia fiscal y/o situación tributaria.
- Declaración de impuesto sobre la renta para la equidad cree.
- 1732 formato y especificaciones para el suministro de la información con relevancia tributaria – año gravable 2013.
- 210 Declaración de Renta y Complementarios Personas Naturales y Asimiladas No Obligadas a llevar Contabilidad.
- 220 Certificado de Ingresos y Retenciones para Personas Naturales Empleados Año gravable 2013.
- 300 Declaración del Impuesto sobre las Ventas – IVA.
- 310 Declaración Impuesto Nacional al Consumo.
- 315 Declaración del Régimen Simplificado del Impuesto Nacional al Consumo.
- 350 Declaración Mensual de Retenciones en la Fuente.
- 360 Declaraciones de Autorretenciones en la Fuente del CREE.
- 410 Declaración Semanal Gravamen a los Movimientos Financieros.
- 430 Declaración Impuesto Nacional a la Gasolina y ACPM.
- 490 Recibo Oficial de Pago Impuestos Nacionales.

1.11 ESTRATEGIA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE LA DIAN

La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales -DIAN tiene como objeto ayudar a garantizar la seguridad fiscal del Estado colombiano y la protección del orden público económico nacional, mediante la administración y control al debido cumplimiento de las obligaciones tributarias, aduaneras y cambiarias.

Se denomina participación ciudadana cada una de las acciones individuales o colectivas que, en el marco de la constitución y el derecho, emprenden las personas con el propósito de incidir en las decisiones políticas o administrativas, en la gestión y resultados y en la información y control de las realizaciones que despliegan organismos públicos o privados y que afectan de alguna manera la vida social, política, económica, cultural, ambiental de las personas y de las comunidades. La participación es la vía para impulsar el desarrollo y la democracia e integrar la comunidad al ejercicio de la política.

La estrategia de participación ciudadana está en concordancia con el objetivo del Manual de Comunicaciones de la entidad, en el sentido que también concurre para

ayudar a fomentar una cultura de corresponsabilidad que contribuya a la satisfacción de las demandas ciudadanas, garantizar el servicio con transparencia y facilitar el control social.

1.12 PARTES INTERESADAS

La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales ha identificado a sus clientes, socios y partes interesadas, atendiendo a los siguientes parámetros:

1.12.1 Clientes: Organizaciones, entidades o personas que reciben un producto o servicio elaborado por la DIAN.

Cuadro 2. Clientes

CLIENTE	PRODUCTO Y/O SERVICIO
Sociedad.	Tributos y aduanas administrados.
Ministerio de Hacienda.	Recaudo.
Contribuyentes, declarantes, responsables y agentes de retención de los tributos	Orientación.
Contribuyentes, declarantes, responsables y agentes de retención de los tributos	Conceptos jurídicos, conceptos técnicos aduaneros.
Contribuyentes, declarantes, responsables y agentes de retención de los tributos	Determinación del impuesto.
Declarantes - importadores y exportadores – viajeros – usuarios aduaneros.	Operaciones de comercio exterior agilizadas.
Entidades y Públicas y Privadas	Información
Ciudadanía en general	Información

Fuente: Manual de calidad versión 2: junio de 2010. Dirección de impuestos y aduanas nacional

La entidad ha creado diversas formas de participación ciudadana que se realizan a través de los múltiples canales de comunicación entre la entidad y la ciudadanía, entre los que se cuentan: buzones de quejas, reclamos; interacción nacional y departamental con las Comisiones Mixtas de Gestión Tributaria, encuestas de

percepción de imagen institucional, rendición de cuentas, buzones de contactos previstos en el Portal de la DIAN www.dian.gov.co, entre otras.

1.12.2 Socios de valor: Entidades, organismos nacionales e internacionales con los cuales la DIAN tiene interés común y establece acuerdos y convenios con el propósito de que coadyuven al cumplimiento de su misión.

Cuadro 3. Socios

SOCIO	INTERÉS COMÚN
Entidades autorizadas para recaudar.	Recepción de declaraciones y recibos de pago por obligaciones ante la DIAN
Auxiliares de la función aduanera.	Facilitación del comercio exterior.
Distrito capital – Embajadas – Consulados.	Atención al ciudadano.
Cámaras de Comercio.	Racionalización de trámites.
Ministerio de Comercio Industria y Turismo.	Facilitación del comercio internacional.
Organismos de inspección, vigilancia	Control del comercio internacional, seguridad.
Aduanas de otros países	Control del comercio internacional.
Organismos de inspección, vigilancia y control, Unidad de Lavado de Activos	Control cambiario
Proveedores de información: - En cumplimiento de la Ley - Por convenios interinstitucionales - Por acuerdos y convenios Internacionales	Control del cumplimiento y las obligaciones (fiscalidad nacional e internacional)

Fuente: Manual de calidad versión 2: junio de 2010. Dirección de impuestos y aduanas nacionales.

1.12.3 Otras partes interesadas: Aquellas organizaciones, personas o grupos que tienen interés en el desempeño de la DIAN.

1. Gremios.
2. Sindicatos.
3. Organismos de transparencia.
4. Comisión Legal de Cuentas del Congreso.

5. Medios de comunicación.
6. Entes judiciales.
7. Universidades.
8. Defensor del Contribuyente y Usuario Aduanero.
9. Organismos internacionales.
10. Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas DANE
11. Ciudadanía.
12. Empleados públicos en general.

El Director General como Representante Legal de la entidad, mediante la resolución 01131 de 2008 designó al Director(a) de Gestión Organizacional como Representante de la Dirección quien debe; asegurar que se establecen, implementan y mantienen los procesos necesarios para el Sistema de Gestión de Calidad y Control Interno, e informar a la alta dirección sobre el desempeño del Sistema de Gestión de Calidad y Control Interno y de cualquier necesidad de mejora, y asegurar que se promueve la toma de conciencia de los requisitos del cliente en todos los niveles de la Institución.

La revisión del Sistema de Gestión de Calidad y Control Interno se realiza por parte del Comité de Coordinación del Sistema de Gestión de Calidad y Control Interno por lo menos una vez al año, para asegurarse de su conveniencia, adecuación y eficacia continua, para lo cual se tendrá en cuenta los resultados de auditorías, la retroalimentación del cliente, la evaluación de la gestión de los procesos, la conformidad del producto y/o servicio, el estado de las acciones correctivas y preventivas, las acciones de seguimiento de revisiones previas efectuadas por la Dirección, los cambios que podrían afectar al Sistema de Gestión de Calidad y Control Interno, las recomendaciones para la mejora y los riesgos actualizados e identificados para la entidad.

2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL ESTUDIO

2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1.1 Descripción del Problema. La dirección de impuestos y aduanas nacionales tiene como objeto ayudar a garantizar la seguridad del estado colombiano y la protección del orden público económico nacional mediante la administración al debido cumplimiento de las obligaciones tributarias, aduaneras y cambiarias. Este objeto de la DIAN es complementario con uno de los deberes constitucionales de la persona y del ciudadano: “contribuir al financiamiento de los gastos e inversiones del estado dentro de conceptos de justicia y equidad.

Evaluar la satisfacción del cliente es ya habitual en la gestión empresarial, la satisfacción del cliente constituye un indicador clave para evaluar el desempeño global de la organización y analizarla ayuda a crear una cultura de mejora continua de la gestión. Un sistema de gestión es una herramienta que permite recopilar y analizar información con el objeto de identificar oportunidades de mejora.

El servicio se ha convertido hoy por hoy en el mayor diferenciador por excelencia en cualquier mercado o escenario comercial y para cualquier tipo de organización llámese lucrativa, no lucrativa, pública o privada, industrial o de servicios. Todas sin excepción, deberán desarrollar ventajas competitivas basadas en la calidad; y estrategias de servicio basadas en factores diferenciadores que las hagan más competitivas.

Entonces se debe entrar a considerar muy seriamente que, el Servicio hay que administrarlo para que verdaderamente se convierta en un diferenciador, en un valor agregado o en una ventaja competitiva que sea reconocible por los clientes de una empresa u organización.

Aquí es donde comienza el verdadero problema para muchas organizaciones, porque sus directivos no saben o no conocen la forma de administrar el Servicio al Cliente ya que no han identificado claramente cuáles son esas características que hacen que el servicio pueda dejar de ser complejo de administrar o gerenciar.

En el actual entorno las organizaciones se han visto obligadas a responder de manera continua a factores que cada día aumentan más en la competitividad, como son la liberalización de los mercados, el desarrollo tecnológico, la competencia global y las dinámicas expectativas de los clientes. Y una forma de

reaccionar de manera positiva al fenómeno es la implantación de la calidad en la empresa como una forma de entender al cliente para permanecer en el panorama empresaria.

2.1.2 Planteamiento del problema. Con el presente estudio de práctica profesional se pretende medir los niveles de satisfacción para el establecimiento de nuevas estrategias que satisfagan al cliente externo de la DIAN Popayán que se realizara en el área de división y gestión de asistencia al cliente.

3. JUSTIFICACIÓN

El trabajo que se pretende realizar en la dirección seccional de impuestos y aduanas de Popayán, como opción de Práctica Profesional, es muy importante para mi formación tanto profesional como humanitaria, permitiéndome aplicar, los diferentes conocimientos adquiridos durante la carrera, de la misma forma la organización, lograría adquirir un conocimiento más concreto del área de división y gestión de asistencia al cliente.

En este sentido el servicio público es el reconocimiento explícito de que el ciudadano es el eje de la gestión y la razón de ser de la administración. Ninguna función administrativa o actividad estatal tiene justificación si no aporta a un servicio o producto dirigido a satisfacer las necesidades de la ciudadanía.

La DIAN sustenta su desarrollo administrativo en la integración y estandarización de procesos, la simplificación de trámites, la reducción de tiempos y la formación y preparación permanente de sus colaboradores, para garantizar la prestación de un servicio eficiente y satisfactorio para todos y cada uno de los administrados fiscales, organismos y ciudadanía en general.

Es necesario recalcar la importancia que tiene la satisfacción del cliente externo para la DIAN Popayán pues lo que se pretende al medir la satisfacción de los clientes es valorar objetivamente la percepción de estos sobre el conjunto del servicio y utilizar posteriormente esta información para aumentar la satisfacción del cliente, por tanto hay que preguntarles sobre sus necesidades y sobre su percepción del grado en que se está cumpliendo.

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Identificar los niveles de aceptación de los servicios orientados en los puntos de autogestión (kioscos) de la DIAN Popayán enfocados a su utilización y mejora en el servicio.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer las percepciones del cliente relacionados con los puntos de autogestión (kioscos) en donde se establecen sistemas de información.
- Diseñar el plan de mejora para los servicios en puntos de autogestión de la DIAN Popayán.

5. CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA

La presente sección es de carácter teórico, donde se abordan los argumentos y enfoques de diversos autores sobre los aspectos teóricos fundamentales para cumplir el objetivo del trabajo que ayude al desarrollo satisfactorio del tema en cuestión.

5.1 CONCEPTO DE SATISFACCIÓN

La satisfacción está influenciada significativamente por la evaluación que hace el cliente sobre las características del servicio.

El concepto de satisfacción, se ha ido ajustando a lo largo del tiempo, según han ido avanzando sus investigaciones, enfatizado distintos aspectos y variando su concepción. En los años setenta el interés por el estudio de la satisfacción se incrementó hasta el punto de publicarse más de 500 estudios en este área de investigación (Hunt, 1982), incluso un estudio de Peterson y Wilson (1992) estiman en más de 15000 las investigaciones sobre satisfacción o insatisfacción del cliente.

5.2 DIMENSIONES DEL CONCEPTO DE SATISFACCIÓN

Philip Kotler⁵, define la satisfacción del cliente como "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas.

5.3 COMPONENTES PRINCIPALES DEL CONCEPTO SATISFACCIÓN. (GIESE AND COTE, 2000)

- La satisfacción de los consumidores es una respuesta –emocional o cognoscitiva.

⁵ KOTLER, Philip. Dirección de marketing: conceptos esenciales. Pearson educación, 2003.

- La respuesta pertenece a un foco particular –expectativa, producto, experiencias de consumo.
- La respuesta ocurre en un tiempo específico –después del consumo, después de la elección, basado en la experiencia acumulada.

Finalmente, se llevan a cabo los lineamientos generales frente al servicio prestado en el área de gestión de asistencia al cliente, diferentes documentos de internet, conocimientos adquiridos en la asignatura gerencia de servicio orientada por el Magister Guido Campo.

6. DESARROLLO METODOLÓGICO

El trabajo de mi práctica profesional se desarrollara, a partir de la aplicación de métodos empleados para conocer la satisfacción del cliente.

- Entre los Métodos y Técnicas Empleadas por las empresas para conocer la satisfacción de sus clientes están el sistema de quejas y sugerencias, las encuestas de satisfacción de los clientes, los compradores fantasma y el análisis de clientes perdidos
- Sistemas de quejas y sugerencias: Muchas entidades emplean diferentes medios para conocer las quejas y las sugerencias de sus clientes, como buzones, números de teléfonos especiales, tarjetas o formularios para llenar con sugerencias o quejas, entre otros.
- Encuestas de satisfacción de los clientes: las encuestas constituyen un método directo empleado, en forma sistemática o no, para conocer el grado de satisfacción de los clientes, y constituyen una fuente de inestimable valor para estos fines.
- Compradores fantasmas: Forma que consiste en emplear personas que se hagan pasar por clientes y conozcan bajo esta simulación diferentes aspectos de la atención.
- Análisis de clientes perdidos: es una forma también para medir la satisfacción mediante el conocimiento de los problemas confrontados por aquellas personas que han decidido cambiarse.

6.1 ELEMENTOS QUE CONFORMAN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

- El Rendimiento Percibido: Se refiere al desempeño (en cuanto a la entrega de valor) que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Dicho de otro modo, es el "resultado" que el cliente "percibe" que obtuvo en el producto o servicio que adquirió.

- Las Expectativas: Las expectativas son las "esperanzas" que los clientes tienen por conseguir algo.

- Los Niveles de Satisfacción: Luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:
 - Insatisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.
 - Satisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.
 - Complacencia: Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.
 - La medición del nivel de satisfacción

7. METODOLOGÍA DE ESTUDIO

7.1 FICHA TÉCNICA

Cuadro 4. Ficha Técnica

FICHA TÉCNICA	
TIPO DE INVESTIGACIÓN	El diseño de la investigación se fundamenta en la investigación cuantitativa. Se hizo de corte descriptivo con el fin de identificar las características principales del mercado, es decir las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción de las actividades, objetos, procesos y personas a quienes se pretende llegar con el servicio. Se utilizó la encuesta como técnica estructurada y directa para recolectar la información de la población mediante la aplicación de un cuestionario previamente diseñado, debido a que esta es una forma sencilla, rápida y de bajo costo al momento de su aplicación y del análisis de los datos.
DISEÑO DEL CUESTIONARIO	El cuestionario fue diseñado para cumplir los objetivos de la investigación, a través de 9 preguntas con los siguientes formatos: estructuradas abiertas, estructuradas cerradas dicotómicas, de selección múltiple única respuesta, de escalas de clasificación simple y múltiples (la escala de categorías y escala de likert). Ver anexo 1.
PRUEBA PILOTO	En la prueba piloto se identificaron algunas inconsistencias como la secuencia de las preguntas, errores en la redacción, algunas preguntas presentaron ambigüedades. Finalmente se procedió a realizar las respectivas correcciones, para la realización del trabajo de campo.
POBLACIÓN META	ELEMENTO: clientes externos de la DIAN Popayán UNIDAD DE MUESTRA: puntos de autogestión (kioscos). EXTENSIÓN: Popayán DURACIÓN: Alrededor de 2 semanas
TAMAÑO DE LA MUESTRA	<p>Para la selección de la muestra se utiliza el método determinístico o no probabilístico y la técnica de muestreo por juicios o criterios ya que los elementos de la población se han seleccionado con base en la experiencia o juicio del investigador y a su vez son seleccionados por su criterio, el tamaño de la muestra fue de 96 personas.</p> <p>Se define el tamaño de la muestra, para esto contamos con una población infinita con un margen de error del 10% y un margen de confianza del 95%.</p> <p>P= Probabilidad de éxito 0.5 Q= Probabilidad de no éxito 0.5 E= Error máx. Permitido 0.10 Z= Coeficiente de confianza 1.96</p> <p>Fórmula para la variable discreta</p> $n = \frac{z^2(PQ)}{E^2}$ $n = \frac{(1.96)^2(0.5 * 0.5)}{(0.10)^2}$ $n = \frac{0.9604}{0.01}$ $n = 96.04 \approx 96 \text{ encuestados}$

Cuadro 4. (Continuación)

TIPO DE MUESTREO	Muestreo Interceptado en oficinas de la DIAN Popayán
LÍNEA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	Cuestionarios auto dirigidos
TABULACIÓN DE DATOS	<p>La tabulación consiste en presentar los datos en forma ordenada y así facilitar su interpretación. Por ello, una vez efectuada la codificación, se procedió a introducir los datos en la computadora al programa estadístico SPSS statistics19. Los datos y la información se introdujeron al computador acorde a las instrucciones de tal manera que pudiera utilizarse el programa estadístico para el análisis. Esta tarea también era necesario verificarla después de haberse introducido todo el lote de información.</p>
SINOPSIS	<p>Una vez realizado el control y la verificación de las encuestas, de tal forma que permitió asegurar la calidad de los datos y evaluar el trabajo de la encuestadora, el paso siguiente era editar la información de forma consistente.</p> <p>La codificación consistió en asignar un número a cada posible respuesta en todas las preguntas del cuestionario. El propósito de la codificación era efectuar una síntesis o reducir toda la variedad de respuestas dadas para una pregunta a pocos tipos de respuestas, que pudieran ser tabuladas y luego analizadas. La codificación realizada se puede verificar en el Anexo 1 Cuestionario de la presente investigación.</p> <p>Para una mejor interpretación de los datos hemos utilizados herramientas estadísticas como: la moda, la media y la desviación típica.</p>

Fuente: Propia de estudio

8. ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Tabla 1. Utilización de los servicios informáticos electrónicos de la DIAN

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	60	100,0	100,0	100,0

Fuente: Programa estadístico SPSS Statistics 19

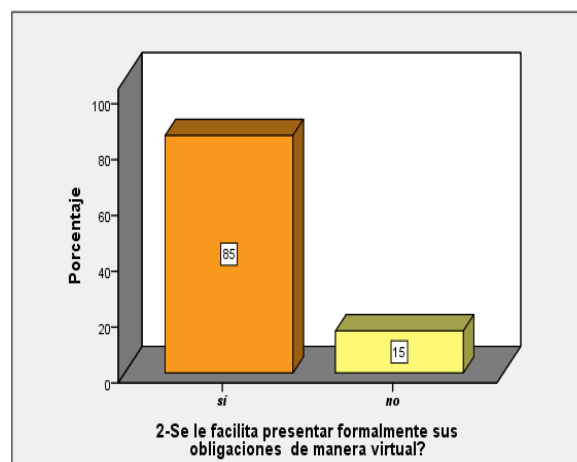
Todos los encuestados respondieron si, a la pregunta de haber utilizado alguna vez los servicios informáticos electrónicos de la DIAN. Se realiza esta pregunta de carácter de filtro para poder participar en la encuesta.

Tabla 2. Facilidad para presentar formalmente sus obligaciones de manera virtual

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	51	85,0	85,0	85,0
no	9	15,0	15,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Programa estadístico SPSS Statistics 19

Gráfica 1. Facilidad para presentar formalmente sus obligaciones de manera virtual



Fuente: Programa estadístico SPSS Statistics 19

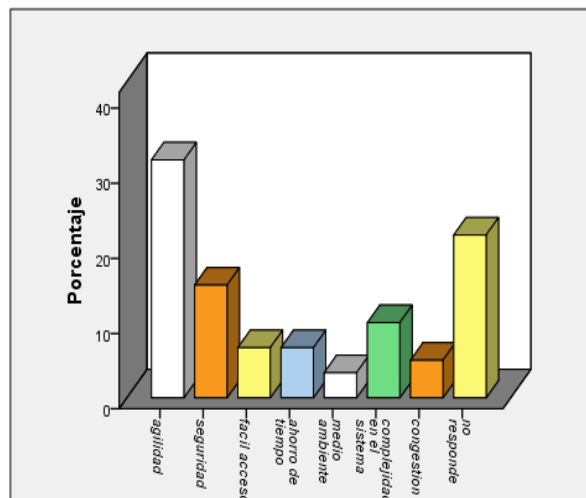
EL 85% de la población respondió que si, se les facilita presentar sus obligaciones de manera virtual el restante 15% respondió que no es fácil utilizar los servicios informáticos electrónicos.

Tabla 3. Indicaciones en la facilitación de presentar formalmente las obligaciones de manera virtual

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Agilidad	19	31,7	31,7	31,7
	Seguridad	9	15,0	15,0	46,7
	Fácil acceso	4	6,7	6,7	53,3
	Ahorro de tiempo	4	6,7	6,7	60,0
	Medio ambiente	2	3,3	3,3	63,3
	Complejidad en el sistema	6	10,0	10,0	73,3
	Congestión	3	5,0	5,0	78,3
	No responde	13	21,7	21,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Programa estadístico SPSS Statistics 19

Gráfica 2. Indicaciones en la facilitación de presentar formalmente las obligaciones de manera virtual



Fuente: Programa estadístico SPSS Statistics 19

En esta pregunta el 31.7% de la población respondió que por agilidad, el 15% respondió que por seguridad, el 6.7% fácil acceso, el 6.7% ahorro de tiempo, el 3,3% de los encuestados respondió que por protección al medio ambiente es una buena opción realizar los trámites por medio del portal web de la DIAN ya que no se utilizaran formularios litográficos.

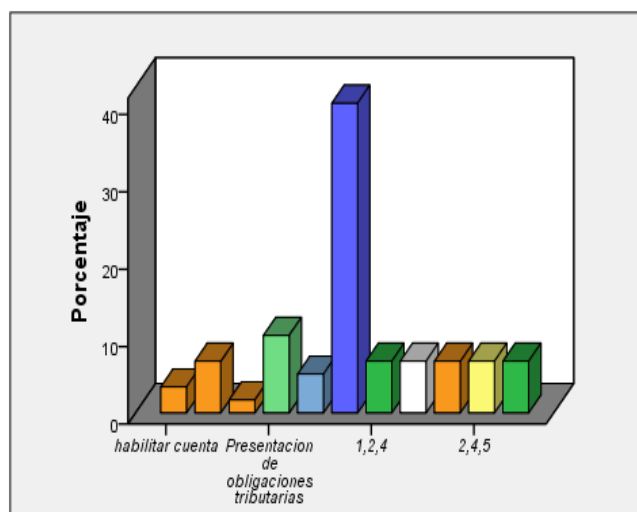
El 10% de los encuestados por otra parte respondió que no se le facilita presentar sus obligaciones de manera virtual ya que el sistema es complejo y existe mucha congestión en los puntos de autogestión (kioscos) de la DIAN para los usuarios externos que los utilizan.

Tabla 4. Servicios de mayor utilización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Habilitar cuenta	2	3,3	3,3	3,3
	Mecanismo digital	4	6,7	6,7	10,0
	Actualización y Formalización del RUT	1	1,7	1,7	11,7
	Presentación de obligaciones tributarias	6	10,0	10,0	21,7
	Presentación de información exógena	3	5,0	5,0	26,7
	Todas las anteriores	24	40,0	40,0	66,7
	1,2,4	4	6,7	6,7	73,3
	2,4	4	6,7	6,7	80,0
	4,5	4	6,7	6,7	86,7
	2,4,5	4	6,7	6,7	93,3
	1,2,3	4	6,7	6,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Programa estadístico SPSS Statistics 19

Gráfica 3. Servicios de mayor utilización



Fuente: Programa estadístico SPSS Statistics 19

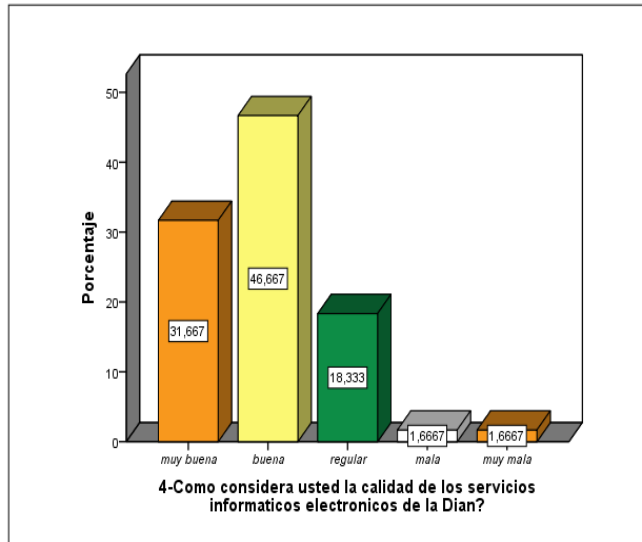
El 40% de la población respondió que se les facilita presentar todos los trámites de manera virtual entre los cuales está: habilitar cuenta, mecanismo digital, actualización y formalización del registro único tributario, presentación de obligaciones tributarias y presentación de información exógena.

Tabla 5. Calidad de los servicios informático electrónico de la DIAN

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos muy buena	19	31,7	31,7	31,7
buena	28	46,7	46,7	78,3
regular	11	18,3	18,3	96,7
mala	1	1,7	1,7	98,3
muy mala	1	1,7	1,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Programa estadístico SPSS Statistics 19

Gráfica 4. Calidad de los servicios informático electrónico de la DIAN



Fuente: Programa estadístico SPSS Statistics 19

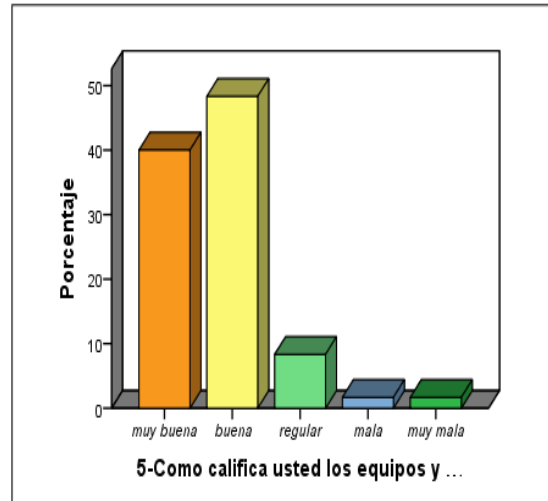
El 46.7% de la población respondió que la calidad de los servicios informáticos electrónicos es buena, el 31.7% respondió que es muy buena, el 18.3% de usuarios de la DIAN no se encuentra conforme con los servicios informáticos ya que su respuesta fue regular y el 1.7% restante respondió que muy malo.

Tabla 6. Equipos y herramientas utilizados en los puntos de autogestión

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos muy buena	24	40,0	40,0	40,0
buena	29	48,3	48,3	88,3
regular	5	8,3	8,3	96,7
mala	1	1,7	1,7	98,3
muy mala	1	1,7	1,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Programa estadístico SPSS Statistics 19

Gráfica 5. Equipos y herramientas utilizados en los puntos de autogestión



Fuente: Programa estadístico SPSS Statistics 19

El 48.3% de los encuestados respondió, que los equipos y herramientas utilizados en los puntos de autogestión (kioscos) son buenos, el 40% respondió muy bueno y solo el 1.7% de los encuestados respondió muy malo.

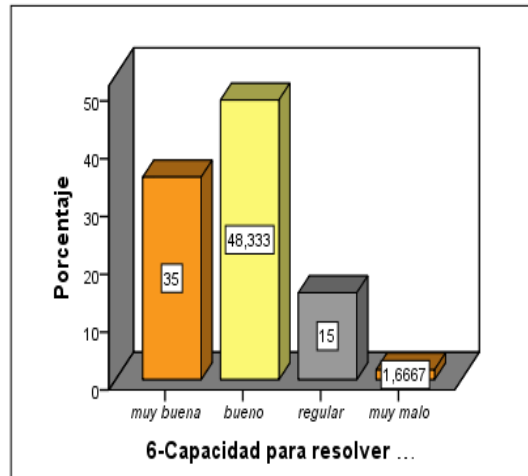
Lo que demuestra que los usuarios externos de la DIAN están satisfechos con los puntos de autogestión.

Tabla 7. Capacidad para resolver situaciones complejas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	muy buena	21	35,0	35,0	35,0
	bueno	29	48,3	48,3	83,3
	regular	9	15,0	15,0	98,3
	muy malo	1	1,7	1,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Programa estadístico SPSS Statistics 19

Gráfica 6. Capacidad para resolver situaciones complejas



Fuente: Programa estadístico SPSS Statistics 19

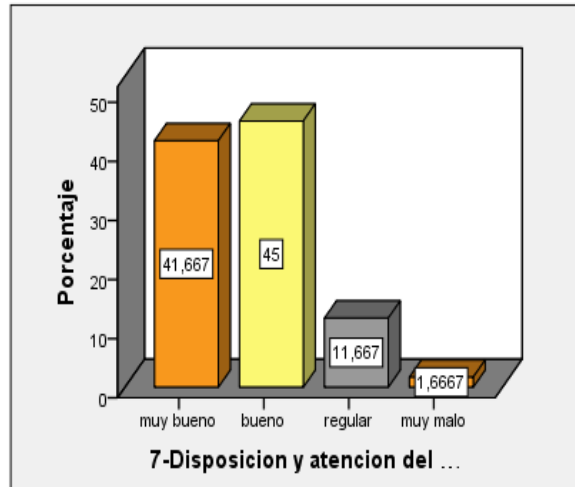
El 48.3% de la población respondió que la capacidad para resolver situaciones complejas por parte de los funcionarios es buena, el 35% respondió que es muy bueno, el 15% respondió que regular y tan solo 1.7% de los usuarios que utilizan los puntos de autogestión respondió muy malo.

Tabla 8. Disposición y atención del funcionario

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos muy bueno	25	41,7	41,7	41,7
bueno	27	45,0	45,0	86,7
regular	7	11,7	11,7	98,3
muy malo	1	1,7	1,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Programa estadístico SPSS Statistics 19

Gráfica 7. Disposición y atención del funcionario



Fuente: Programa estadístico SPSS Statistics 19

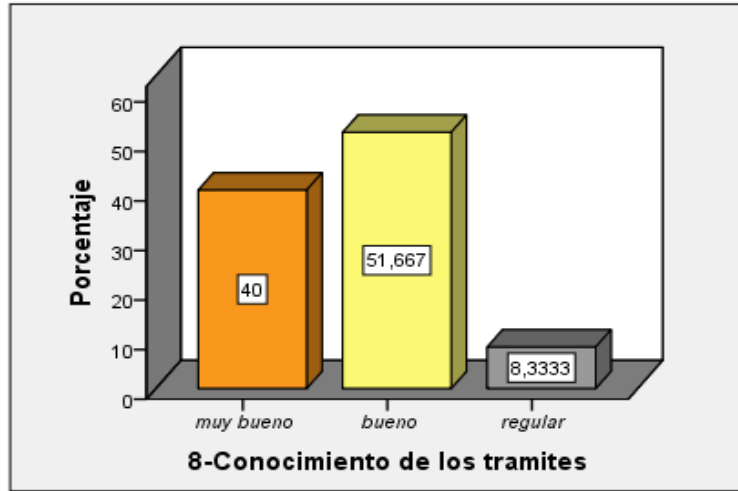
El 45% de la población respondió que la disposición y atención por parte de los funcionarios es buena, el 41.7% respondió que es muy buena y tan solo el 1.7 de los usuarios externos respondió que la disposición y atención por parte de los funcionarios es muy mala.

Tabla 9. Conocimiento de los trámites

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	muy bueno	24	40,0	40,0	40,0
	bueno	31	51,7	51,7	91,7
	regular	5	8,3	8,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Programa estadístico SPSS Statistics 19

Gráfica 8. Conocimiento de los trámites



Fuente: Programa estadístico SPSS Statistics 19

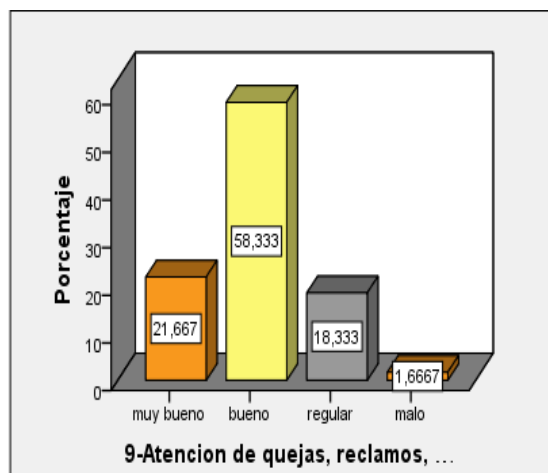
El 51.7% de los encuestados respondió que los conocimientos de los trámites para resolver inconvenientes y dar soluciones inmediatas es buena, el 40% muy buena y tan solo el 8.3% respondió regular.

Tabla 10. Atención de quejas, reclamos, peticiones y sugerencias

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	muy bueno	13	21,7	21,7	21,7
	bueno	35	58,3	58,3	80,0
	regular	11	18,3	18,3	98,3
	malo	1	1,7	1,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Programa estadístico SPSS Statistics 19

Gráfica 9. Atención de quejas, reclamos, peticiones y sugerencias



Fuente: Programa estadístico SPSS Statistics 19

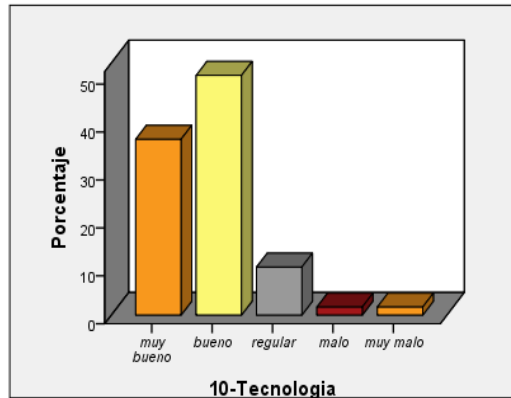
El 58.3% de la población respondió que el sistema de atención, quejas, reclamos, peticiones y sugerencia es bueno, el 21.6% respondió muy bueno, el 18.3% respondió que es regular y tan solo el 1.7% respondió que es malo

Tabla 11. Tecnología

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	muy bueno	22	36,7	36,7	36,7
	bueno	30	50,0	50,0	86,7
	regular	6	10,0	10,0	96,7
	malo	1	1,7	1,7	98,3
	muy malo	1	1,7	1,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Programa estadístico SPSS Statistics 19

Gráfica 10. Tecnología



Fuente: Programa estadístico SPSS Statistics 19

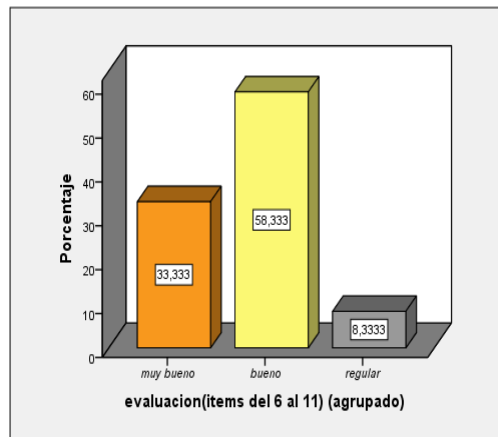
El 50% de los encuestados respondió que la tecnología en los puntos de autogestión es buena, el 36.7% respondió que muy buena, el 10% regular y tan solo 1.7% respondió que es mala.

Tabla 12. Evaluación en los puntos de autogestión (kioscos)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	muy buena	20	33,3	33,3	33,3
	buena	35	58,3	58,3	91,7
	regular	5	8,3	8,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Programa estadístico SPSS Statistics 19

Gráfica 11. Evaluación en los puntos de autogestión (kioscos)



Fuente: Programa estadístico SPSS Statistics 19

Como se puede observar en la tabla No. 11 el 58.3% de la población evalúa los puntos de autogestión bueno frente a los servicios ofrecidos en cuanto a capacidad para resolver situaciones complejas, disposición y atención por parte del funcionarios, conocimiento de los trámites, atención de y tecnología. (Agrupación de los ítems del 6 al 11)

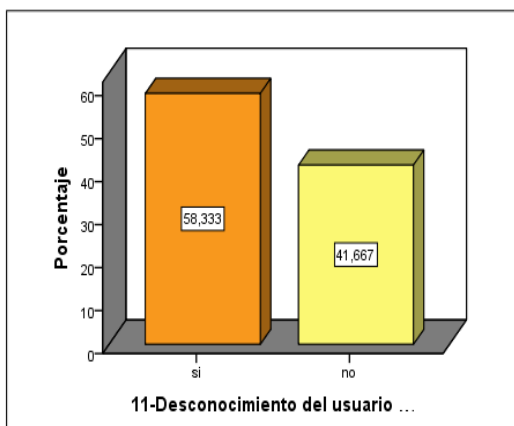
Lo que demuestra que los usuarios externos de la DIAN están satisfechos con la atención prestada en los puntos de autogestión (kioscos) en la ciudad de Popayán.

Tabla 13. Desconocimiento del usuario sobre el correcto uso de los servicios informáticos electrónicos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	35	58,3	58,3	58,3
no	25	41,7	41,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Programa estadístico SPSS Statistics 19

Gráfica 12. Desconocimiento del usuario sobre el correcto uso de los servicios informáticos electrónicos



Fuente: Programa estadístico SPSS Statistics 19

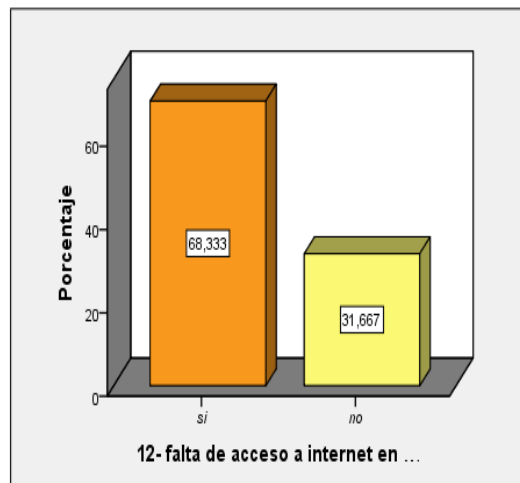
El 58.3% de la población respondió que si, considera un problema el desconocimiento del usuario externo sobre el correcto uso de los servicios informáticos electrónicos y un 41.6% no lo considera un problema.

Tabla 14. Falta de acceso a internet en algunos municipios del departamento del Cauca

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	41	68,3	68,3	68,3
	no	19	31,7	31,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Programa estadístico SPSS Statistics 19

Gráfica 13. Falta de acceso a internet en algunos municipio del departamento del Cauca



Fuente: Programa estadístico SPSS Statistics 19

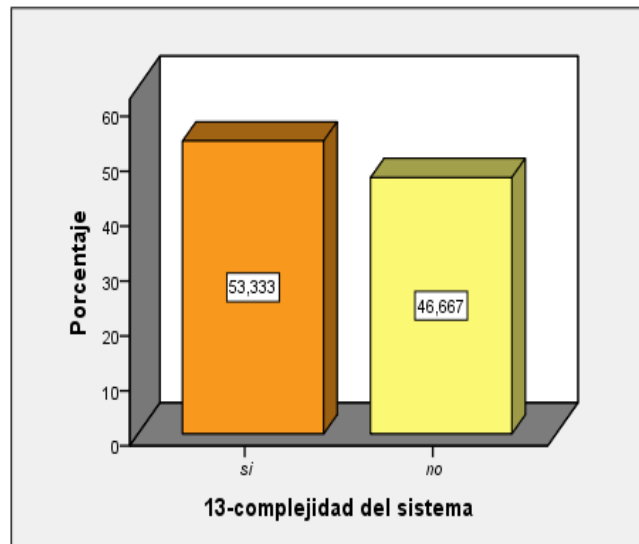
El 68.3% de los encuestados respondió que la falta de acceso en algunos municipios del departamento del cauca es considerado un problema pues a los contribuyentes se les dificultad presentar de manera virtual sus obligaciones tributarias y otros servicios que ofrece el portal web de la DIAN. Y el 31.6% de los encuestados no lo considera un problema ya que realizan trámites en línea desde sus oficinas, empresas y hogares sin ningún inconveniente.

Tabla 15. Complejidad del Sistema

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	32	53,3	53,3	53,3
no	28	46,7	46,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Programa estadístico SPSS Statistics 19

Gráfica 14. Complejidad del sistema



Fuente: Programa estadístico SPSS Statistics 19

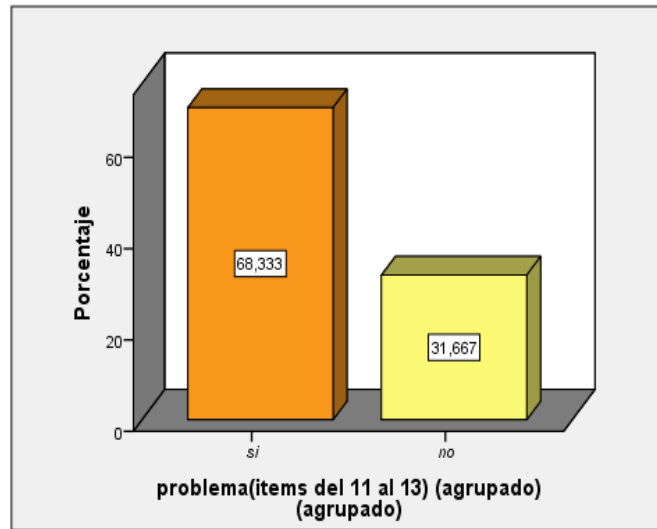
El 53.3% de la población respondió que el sistema es complejo ya que en algunos casos el trámite tiene muchos procedimientos arduos. Y el 46.6% respondió que el sistema no lo es.

Tabla 16. Problemas en acceder al portal web

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	41	68,3	68,3	68,3
	no	19	31,7	31,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Programa estadístico SPSS Statistics 19

Gráfica 15. Problemas en acceder al portal web



Fuente: Programa estadístico SPSS Statistics 19

Como se puede observar en la Tabla No. 16 el 68.3% de los encuestados responde que si considera un problema el desconocimiento del usuario externo sobre el correcto uso de los servicios informáticos electrónicos, la falta de acceso a internet en algunos municipios del departamento del Cauca y la complejidad del sistema para realizar los trámites en línea y el 31.7% responde que no lo considera un problema ya que pueden presentar sin ningún inconveniente sus obligaciones tributarias por medio del portal web de la DIAN. (Agrupación de los ítems del 11 al 13).

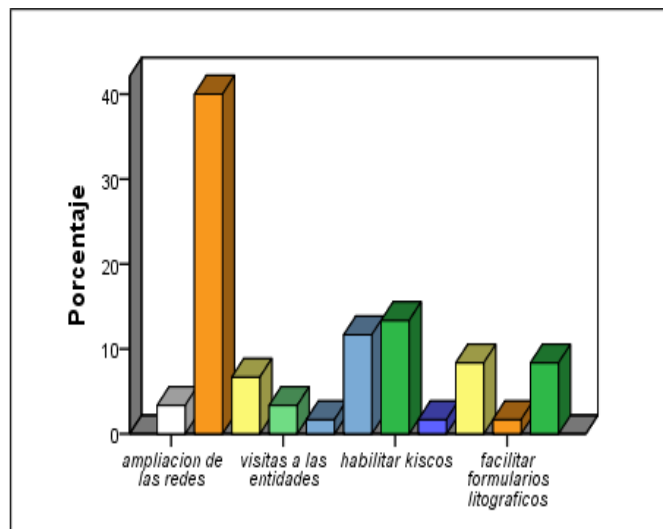
Lo que demuestra que los contribuyentes no se encuentran completamente satisfechos con los servicios informáticos electrónicos ya que tienen inconvenientes para realizar los trámites en línea.

Tabla 17. Contribución en el cumplimiento voluntario y oportuno de las obligaciones tributarias

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ampliación de las redes	2	3,3	3,3	3,3
	Capacitación	24	40,0	40,0	43,3
	Mayor número de funcionarios	4	6,7	6,7	50,0
	Visitas a las entidades	2	3,3	3,3	53,3
	Control para los entes económicos	1	1,7	1,7	55,0
	Vencimientos con anticipación	7	11,7	11,7	66,7
	Habilitar kioscos	8	13,3	13,3	80,0
	PQRS	1	1,7	1,7	81,7
	Satisfacción	5	8,3	8,3	90,0
	Facilitar formularios Litográficos	1	1,7	1,7	91,7
	No responde	5	8,3	8,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Programa estadístico SPSS Statistics 19

Gráfica 16. Contribución en el cumplimiento voluntario y oportuno de las obligaciones tributarias



Fuente: Programa estadístico SPSS Statistics 19

Para finalizar el cuestionario, se plantea una pregunta abierta que permite que los encuestados hagan propuestas sobre cómo les gustaría que la entidad les contribuyera en el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias. A continuación se muestra los más representativos:

El 40% de la población respondió que la entidad puede contribuirles en el cumplimiento voluntario y oportuno de las obligaciones tributarias realizando capacitaciones a los usuarios externos sobre la plataforma y como instalar el java para que los sistemas informáticos electrónicos funcionen bien desde las empresas, oficinas y hogares. Capacitaciones a los contadores, empresarios y representantes legales para que tengan más conocimiento frente a los impuestos. EL 13.3% respondió que habilitar kioscos en los diferentes municipios del departamento del cuaca resultaría de gran importancia para los contribuyentes de la DIAN pues de esta manera mermaría la congestión en los puntos de autogestión de la ciudad de Popayán ya que los usuarios no viajarían a dicha ciudad por que realizarían los tramites en línea desde cualquier lugar del departamento.

El 11.7% respondió que la entidad contribuiría de una manera más eficiente para lograr el pago oportuno de su obligaciones tributarias enviando mensajes de texto al celular con vencimientos exactos además de enviarlos al correo electrónico.

Se observan otras variables para medir las sugerencias de los usuarios: el 6% de los encuestados responde que deben haber mayor número de funcionarios en los puntos de autogestión (kioscos), el 3.3% ampliación de las redes, y el 1.7% control para los entes económicos, mejor atención telefónica y soluciones rápidas en línea cuando se presentan inconvenientes con los servicios informáticos electrónicos de la DIAN, facilitar formularios litográficos cuando no se pueden obtener en línea por caída del sistema.

Valorando el resultado de otros clientes podemos notar que el 8.3% de la población encuestados se encuentra satisfecho con la entidad ya que facilita el cumplimiento de las obligaciones tributarias y los acuerdos de pago.

9. OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS EN LOS SERVICIOS INFORMÁTICOS ELECTRÓNICOS DE LA DIAN

9.1 FACILIDAD PARA ACCEDER A LOS SERVICIOS INFORMÁTICOS ELECTRÓNICOS

OBJETIVO: brindar ayuda por parte de la DIAN a los usuarios externos en el correcto uso de los servicios informáticos electrónicos.

ESTRATEGIA 1: capacitación en forma permanente a los usuarios.

ESTRATEGIA 2: más publicidad sobre las capacitaciones en los diferentes Municipios del Departamento del Cauca.

ESTRATEGIA 3. Facilitando más computadores en los puntos de autogestión para mermar la congestión y colas

9.2 CAPACIDAD PARA RESOLVER SITUACIONES COMPLEJAS

OBJETIVO: Mejorar la atención por parte de los funcionarios para dar soluciones inmediatas en el servicio.

ESTRATEGIA 1: Contratando más personal en periodos que demanden más Presentaciones documentales y de información con la DIAN.

ESTRATEGIA 2: Atendiendo y resolviendo quejas, reclamos, peticiones y sugerencias en tiempos que favorezcan a los usuarios.

ESTRATEGIA 3: Modernizando los computadores en los puntos de autogestión para hacer operados por los usuarios.

9.3 DESCONOCIMIENTO DEL USUARIO SOBRE EL CORRECTO USO DE LOS SERVICIOS INFORMÁTICOS ELECTRÓNICOS

OBJETIVO: existencia de problemas en acceder al portal web de la Dian para realizar trámites en línea.

ESTRATEGIA 1: Capacitando al usuario sobre el uso correcto de los servicios informáticos electrónicos

ESTRATEGIA 2: Capacitando a profesionales sobre la instalación y uso de programas (java) para que puedan realizar los trámites desde las empresas, oficinas y hogares, de esta manera se disminuiría la congestión en los puntos de autogestión y aumentaría la satisfacción de los clientes.

9.4 CONTRIBUCIONES DE LA DIAN EN EL CUMPLIMIENTO VOLUNTARIO Y OPORTUNO DE LAS OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

OBJETIVO: congestión en las oficinas de la DIAN Popayán.

ESTRATEGIA 1. Zonificando en ciudades claves del departamento (Norte – Sur – Oriente – Occidente). La prestación del servicio para evitar desplazamientos y costos en los usuarios.

10. CONCLUSIONES

Realizando el estudio para identificar los niveles de satisfacción del cliente externo con los servicios informáticos electrónicos de la DIAN en el área de división y gestión de asistencia se puede concluir lo siguiente:

Con los nuevos trámites presentados en línea y que a partir del presente año es obligatorio es necesario que a los usuarios se les dé una mayor educación en la presentación y manejo de trámites para optimizar los servicios

Existe en los usuarios que habita regiones apartadas de Popayán inconformidades ya que no pueden realizar los trámites desde los lugares donde viven si no que tienen que trasladarse a la ciudad eso genera costos y tiempo. Incrementar en fechas o periodos de mayor movilidad más funcionarios para una mejor orientación y solución a los diferentes problemas de los usuarios

Por parte de la DIAN se deben realizar campañas, charlas, foros y seminarios para una mayor satisfacción de los contribuyentes.

La demanda insatisfecha de los servicios informáticos electrónicos es grande en la ciudad de Popayán.

11. RECOMENDACIONES

Realizar periódicamente capacitaciones a los usuarios externos

Fortalecer el compromiso de los funcionarios con los contribuyentes para aumentar la satisfacción de estos

Establecer estrategias que permitan fortalecer permanentemente los servicios informáticos electrónicos para dar soluciones inmediatas a los clientes

Sería necesario habilitar en ciudades claves del departamento la prestación del servicio para evitar desplazamientos y costos

Dotar los puntos de autogestión con equipos de buena calidad y personal calificado para que de esta manera se pueda brindar un excelente servicio que sepa cumplir con las expectativas de sus clientes.

BIBLIOGRAFÍA

BOXWELL, Robert J., et al. Benchmarking para competir con ventaja". McGraw-Hill, 1995.

DÍAZ, MIGUEL RUIZ. Introducción a los modelos de ecuaciones estructurales. Publicaciones del INICO, 2000, p. 43.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Principios de marketing". Pearson Educación, 2008.

MALHOTRA, Naresh K.; MARTÍNEZ, José Francisco Javier Dávila; ROSALES, Magda Elizabeth Treviño. Investigación de mercados. Pearson Educación, 2004.

NOGALES, Ángel Fernández. Investigación y técnicas de mercado. Esic Editorial, 2004.

PARDO, Antonio; RUIZ, M. SPSS 10.0. Guía para el análisis de datos, Universidad Autónoma de Madrid, España, 2001.

VISAUTA VINACUA, Bienvenido. Análisis estadístico con SPSS para Windows. Editorial McGraw-Hill, 1997.

<http://www.monografias.com/trabajos69/satisfaccion-cliente-externo>.

Manual de apoyo para la implantación de la gestión de la calidad según norma une-en 13816.

<http://www.slideshare.net/CatalinaSurez/dian-direccion-de-impuestos-y-aduanas-nacionales>.

http://www.usergioarboleda.edu.co/PYMES/servicio_invisible_introduccion.htm.

www.dianet.co

www.dian.gov.co

ANEXOS

Anexo A. Cuestionario

INVESTIGACION DE MERCADOS PARA DETERMINAR LAS CARACTERISTICAS DE LA DEMANDA DEL LOS SERVICIOS INFORMATICOS ELECTRONICOS DE LA DIAN POPAYAN

Ciudad _____ Fecha _____ Hora _____

Datos del encuestado

Nombre: _____ Dirección: _____

Teléfono: _____ Correo electrónico: _____

Soy estudiante de la Universidad del Cauca interesada en conocer e identificar el desarrollo y utilización de los servicios informáticos electrónicos de la DIAN Popayán, por lo cual me encuentro realizando esta investigación en donde su opinión es muy valiosa para cumplir con los objetivos. Por favor conteste de la forma más honesta el siguiente cuestionario.

A continuación, marque con una X su respuesta

1. ¿Usted ha utilizado alguna vez los servicios informáticos electrónicos de la DIAN?

Sí _____ No _____

Si su respuesta es Si por favor pase a la pregunta número 2

Si su respuesta es No por favor pase a la pregunta número 9

2. ¿Se le facilita presentar formalmente sus obligaciones de manera virtual?

Sí _____ No _____

¿Por qué? _____

3. ¿Qué servicios fueron los de mayor disposición? (seleccione una o más de las siguientes opciones)

1. Habilitar cuenta _____
2. Mecanismo digital _____
3. Actualización y formalización del registro único tributario _____
4. Presentación de obligaciones tributarias _____
5. Presentación de información por envío de archivos (información exógena, tributaria) _____

4. ¿Cómo considera usted la calidad de los servicios informáticos electrónicos de la DIAN?

Muy buena	Buena	Regular	Mala	Muy mala

5. ¿Cómo califica usted los equipos y herramientas utilizados en los puntos de autogestión (Kioscos)?

Muy buena	Buena	Regular	Mala	Muy mala

6. Como evaluaría usted los puntos de autogestión (kioscos) frente a los servicios ofrecidos en cuanto a:

	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo
Capacidad para resolver situaciones complejas.					
Disposición y atención del funcionario.					
Conocimiento de los trámites.					
Atención de quejas, reclamos, peticiones y sugerencia.					
Tecnología					

7. ¿Cuáles considera usted, los principales problemas en acceder al portal web de la DIAN para realizar los trámites en línea?

	SI	NO
Desconocimiento del usuario externo sobre el correcto uso de los servicios informáticos electrónicos		
Falta de acceso a internet en algunos municipios del departamento del Cauca.		
Complejidad del sistema		

8. ¿Cómo considera usted que la entidad puede contribuir en el cumplimiento voluntario y oportuno de las obligaciones tributarias?

9. ¿Cuál es la razón principal por la cual no hace uso de los servicios informáticos electrónicos de la DIAN?

GRACIAS POR SU COLABORACION