

EVALUACIÓN DEL SERVICIO Y LA ATENCIÓN AL CIUDADANO CLIENTE

**UAE DIAN
PROCESO CERCANÍA AL CIUDADANO**

VERSIÓN N° 4

AÑO 2021

Código CT-CAC-0057

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	5
1. OBJETIVOS	6
1.1. Objetivo general	6
1.2. Objetivos específicos	6
2. CONTEXTO PARA LA EVALUACIÓN DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CIUDADANO CLIENTE	6
2.1. Modelo de Gestión Pública Eficiente	6
2.2. Modelo de Integración de Planeación y Gestión - MIPG	7
2.3. Modelo de servicio en la UAE DIAN	9
3. IMPORTANCIA DE LA EVALUACIÓN DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CIUDADANO CLIENTE	11
4. ELEMENTOS BÁSICOS DEL PROGRAMA DE EVALUACIÓN DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CIUDADANO CLIENTE DE LA UAE DIAN	12
4.1. Segmento poblacional	12
4.2. Tipos de atención y clasificación de los casos	13
4.3. Tipo de trámite	14
4.4. Segmentación de Clientes Institucional e Identificación de Grupos de Valor.	14
5. EVALUACIÓN DE LA PERCEPCIÓN CIUDADANA SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO	15
5.1. Bases Teóricas del Modelo de Evaluación	15
5.1.1. Una aparente tautología entre calidad del servicio y satisfacción del cliente	15
5.1.2. Una metodología de evaluación del servicio más allá del paradigma des confirmatorio ...	17
5.1.3. Un modelo de servicio integral: Calidad Objetiva (Interna) y Subjetiva (externa/percibida)	19
5.1.4. Multidimensionalidad de la calidad del servicio	20
5.2. Interacciones de servicio	21
5.2.1. Variables mínimas en el desarrollo de las mediciones	22
5.2.2. Escala de Medición y Evaluación	25
5.3. Estructura metodológica para el desarrollo de la evaluación de las interacciones de servicio	27
5.3.1. Objetividad y transparencia de los resultados	28
5.3.2. Condiciones técnicas de aplicación de las evaluaciones y recolección de los resultados ...	28
5.3.2.1. Diseño y aplicación de encuestas	28

5.3.2.2.	Escenarios de evaluación basados en juicio experto.....	29
5.3.2.3.	Esquemas de auditoria de servicios.....	30
5.3.3.	Etapas de aplicación de las mediciones.....	30
5.4.	Modelos sugeridos de instrumento para la evaluación de calidad del servicio percibida en las diferentes interacciones de servicio	31
5.4.1.	Evaluación de canales de atención.....	31
5.4.2.	Voz de la Ciudadanía PQSR y denuncias.....	31
5.4.3.	Protocolos de reivindicación del servicio.....	32
5.4.4.	Encuesta general de la calidad del servicio Institucional.....	32
5.4.5.	Procesos internos y áreas de las entidades	33
5.4.6.	Ciudadano oculto – auditoría de servicio.	34
5.5.	Responsables de la evaluación de la calidad del servicio percibida – presentación de resultados.....	34
5.5.1.	Presentación de resultados parciales y totales de la evaluación de la calidad del servicio percibida.....	35
6.	EVALUACIÓN OPERATIVA DEL SERVICIO INSTITUCIONAL MEDIANTE ACUERDOS DE NIVEL DE SERVICIO – ANS.....	36
6.1.	ANS del Canal Telefónico	37
6.2.	ANS del Canal Presencial.....	38
6.2.1.	Capacidad real de la agenda.....	38
6.2.2.	Disponibilidad de agenda	38
6.2.3.	Tiempo Promedio de Espera	39
6.2.4.	Tiempo Promedio de Atención	39
6.2.5.	Proporción de clientes atendidos en ANS Tiempo de espera	40
6.2.6.	Proporción de transacciones atendidas en ANS Tiempo de atención	40
6.2.7.	Ocupación en ventanilla	41
6.2.8.	Productividad	41
6.2.9.	Consistencia RUT Persona Jurídica.....	42
6.2.10.	Consistencia RUT Persona Natural	42
6.3.	ANS del Canal Virtual.....	43
6.4.	Responsables de la evaluación y seguimiento operativo a los ANS	44
6.4.1.	Presentación de resultados del seguimiento operativo a los ANS.....	44
7.	EVALUACIÓN GENERAL AGREGADA DEL SERVICIO INSTITUCIONAL.....	46

8. ACCIONES CORRECTIVAS, PREVENTIVAS Y MANEJO DE PRODUCTO NO CONFORME	47
Anexo 1	54

INTRODUCCIÓN

El presente documento tiene como objetivo, orientar el diseño y la implementación de la Evaluación del Servicio en la Atención al Ciudadano Cliente, el cual hace parte del nuevo modelo de servicio institucional. La evaluación integral del servicio tiene un efecto directo sobre la mejora de la calidad, los niveles de eficiencia, eficacia, cumplimiento voluntario y la percepción de los ciudadanos clientes.

La evaluación del servicio prestado y de la atención brindada al ciudadano cliente está orientada a apoyar el desarrollo de la dimensión de “Evaluación de Resultados” del Modelo Integrado de Planeación y Gestión -MIPG-, en el sentido de hacer seguimiento de los efectos de la gestión institucional en la satisfacción de las necesidades y resolución de problemas de los ciudadanos clientes, en cuanto a cobertura, productos esperados, gestión de resultados y atención en los canales de servicio.

El documento tiene en cuenta los lineamientos y estándares institucionales para la evaluación definidas por el Programa Nacional de Servicio al Ciudadano y el Departamento Administrativo de la Función Pública, para las Entidades de la Rama Ejecutiva; enfatizando lo relativo a dimensiones y factores de calidad, percepción de la calidad del servicio, escalas de medición, instrumentos de medición, análisis de resultados, indicadores y plan de acción.

En procura de promover el cumplimiento voluntario de las obligaciones, la Entidad requiere definir un esquema de evaluación de la calidad del servicio que involucre la percepción de los ciudadanos clientes de la UAE DIAN y el establecimiento de acuerdos de niveles de servicio, en adelante ANS, sobre la atención por los distintos canales. Lo anterior, fijando una línea base clara sobre la que se gestione el mejoramiento continuo en la materia, bajo la premisa del compromiso de todos los niveles de la organización para el mejoramiento de la gestión y del apoyo en la concepción e implementación de la evaluación del servicio y la atención del ciudadano cliente.

1. OBJETIVOS

1.1. Objetivo general

Establecer la estructura y herramientas de evaluación de la integridad y calidad del servicio en la UAE DIAN, alineando las políticas de buen gobierno sobre la gestión del servicio al ciudadano, la planeación estratégica de la Entidad, la medición de percepción de la calidad del servicio y el seguimiento a la operación de los canales de atención a través de los ANS.

1.2. Objetivos específicos

1. Definir los estándares mínimos de evaluación del servicio y la atención al ciudadano cliente, a partir del análisis del contexto institucional del servicio en el país.
2. Establecer un esquema de evaluación funcional que conciba la calidad del servicio institucional como la conjugación de la evaluación de la percepción ciudadana sobre la calidad del servicio y el seguimiento de la operación de los canales de atención a través de ANS.
3. Definir instrumentos y una guía general sobre la evaluación de la percepción del ciudadano en los distintos momentos de contacto de este con la Entidad (interacciones de servicio), basados en los lineamientos, requisitos normativos y buenas prácticas consolidados a través del Programa Nacional del Servicio al Ciudadano del Departamento Nacional de Planeación – PNSC.
4. Identificar las expectativas de los ciudadanos clientes, por medio de la gestión de los puntos de escucha.
5. Sensibilizar sobre la importancia del desempeño de cada servidor público en el mejoramiento del nivel de percepción de la calidad del servicio ofrecido al ciudadano cliente, como elemento de impacto en el incremento del recaudo voluntario.
6. Definir el listado de acuerdos de niveles de servicio – ANS para el seguimiento y evaluación de la operación de los canales de atención.
7. Establecer un esquema de evaluación agregada de la calidad del servicio institucional a partir de los resultados obtenidos en: i) la evaluación de la percepción ciudadana sobre la calidad del servicio y ii) los acuerdos de niveles de servicio de los canales de atención.
8. Orientar el desarrollo de los planes de mejoramiento, a partir de los resultados obtenidos en la evaluación de la integridad y calidad del servicio.
9. Mejorar los niveles de eficiencia, eficacia, cumplimiento y confianza de los ciudadanos clientes.

2. CONTEXTO PARA LA EVALUACIÓN DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CIUDADANO CLIENTE

La UAE DIAN por ser una de las entidades de la rama ejecutiva y de las entidades priorizadas, debe tener en cuenta que su accionar se enmarca en los siguientes modelos:

2.1. Modelo de Gestión Pública Eficiente

Este modelo tiene como propósito “Mejorar la efectividad, la colaboración y la eficiencia de las entidades de la rama ejecutiva del orden nacional y sus capacidades para atender oportunamente y con calidad los requerimientos de los ciudadanos”.

La implementación de los componentes de mejoramiento hacia dentro y hacia fuera de la Entidad, tales como definir procedimientos, mejorar instalaciones, mejorar la competencia institucional hacia el servicio, tecnificar la atención, entre otros, deben conducir a la **generación de confianza y al mejoramiento de los niveles de satisfacción de la ciudadanía** respecto de los servicios prestados por la administración pública. El componente de evaluación del servicio es la forma de establecer si los esfuerzos institucionales están impactando positivamente en la facilitación de la calidad y la oportunidad en la gestión de trámites y servicios.

2.2. Modelo de Integración de Planeación y Gestión - MIPG

MIPG es un marco de referencia para dirigir, planear, ejecutar, hacer seguimiento, evaluar y controlar la gestión de las entidades y organismos públicos, con el fin de generar resultados que atiendan los planes de desarrollo y resuelvan las necesidades y problemas de los ciudadanos, con integridad y calidad en el servicio, según dispone el Decreto 1499 de 2017.

La UAE DIAN mediante la Resolución 29 de mayo de 2018 adopta el Modelo Integrado de Planeación y Gestión – MIPG, como el marco de referencia para dirigir, planear, ejecutar, hacer seguimiento, evaluar y controlar la gestión de la Entidad, con el fin de generar resultados para el cumplimiento de la Misión Institucional.

Para ello, se parte de la premisa de que la finalidad básica del Modelo es dirigir la gestión y el desempeño institucional de las entidades públicas hacia la generación de valor público, con el fin de que entreguen resultados que atiendan y satisfagan las necesidades y problemas de sus grupos de valor, bajo el enfoque de múltiple dimensiones clave para una buena gestión y desempeño institucional y desarrolladas a través de una o varias políticas de gestión y desempeño institucional¹, presentando 7 dimensiones operativas y 16 políticas como se muestra en la siguiente tabla:

No. Dimensión	Dimensión MIPG	No. De Política	Políticas de Gestión y Desempeño Institucional	Dependencia Líder de la Implementación de la Política
1	Talento Humano	3	Talento Humano	Dirección de Gestión Corporativa Dirección de Gestión Estratégica y de Analítica
		4	Integridad	Dirección de Gestión Estratégica y de Analítica Dirección de Gestión Corporativa
2	Direccionamiento Estratégico y Planeación	1	Planeación Institucional	Dirección de Gestión Estratégica y de Analítica
		2	Gestión Presupuestal y Eficiencia del Gasto Público	Dirección de Gestión Corporativa
3		VENTANILLA HACIA ADENTRO		

¹ Según lo dispuesto en los artículos 9° y 10° de la resolución 29 de 09 mayo de 2018

No. Dimensión	Dimensión MIPG	No. De Política	Políticas de Gestión y Desempeño Institucional	Dependencia Líder de la Implementación de la Política	
	Gestión con Valores para Resultados	6	Fortalecimiento Organizacional y Simplificación de Procesos	Dirección de Gestión Corporativa Dirección de Gestión Estratégica y de Analítica Dirección de Gestión Jurídica Oficina de Seguridad de la Información.	
		2	Gestión Presupuestal y Eficiencia del Gasto Público		
		11	Gobierno Digital		
		12	Seguridad Digital		
		13	Defensa Jurídica		
		RELACION ESTADO CIUDADANO			Dirección de Gestión Estratégica y de Analítica Dirección de Gestión de Impuestos
		7	Servicio al Ciudadano		
		9	Racionalización de Trámites		
		8	Participación Ciudadana en la Gestión Pública		
				11	Gobierno Digital
4	Evaluación de Resultados	16	Seguimiento y Evaluación del Desempeño Institucional	Dirección de Gestión Estratégica y de Analítica	
5	Información y Comunicación	10	Gestión Documental	Dirección de Gestión Corporativa	
		5	Transparencia, acceso a la información pública y lucha contra la Corrupción	Dirección de Gestión Corporativa Oficina de Comunicaciones Institucionales	
6	Gestión del Conocimiento y la Innovación	14	Gestión de Conocimiento y la Innovación	Dirección de Gestión Estratégica y de Analítica Dirección de Gestión Corporativa	
7	Control Interno	15	Control Interno	Comité Institucional de Coordinación de Control Interno Oficina de Control Interno Dirección de Gestión Estratégica y de Analítica.	

Para la actualización, implementación y puesta en marcha de las dimensiones y políticas enunciados en la anterior tabla, se desarrollan el Manual Operativo del Modelo Integrado de Planeación y Gestión –MIPG, el cual tiene como propósito brindar los elementos fundamentales para implementar el Modelo de manera adecuada, para esta cartilla se enmarca en el desarrollo de la Dimensión 3: **“Gestión con valores para resultados”** y 4 **“Evaluación de Resultados”**.

Con las dimensiones señaladas se logra cumplir los siguientes objetivos de MIPG, respectivamente:

“Agilizar, simplificar y flexibilizar la operación de las entidades para la generación de bienes y servicios que resuelvan efectivamente las necesidades de los ciudadanos” y “Facilitar y promover la efectiva participación ciudadana en la planeación, gestión y evaluación de las entidades públicas”. Y “promover en la entidad el seguimiento a la gestión y su desempeño, a

fin de conocer permanentemente los avances en la consecución de los resultados previstos en su marco estratégico”.

“Tener un conocimiento certero de cómo se comportan los factores más importantes en la ejecución de lo planeado, le permite a la entidad (i) saber permanentemente el estado de avance de su gestión, (ii) plantear las acciones para mitigar posibles riesgos que la puedan desviar del cumplimiento de sus metas, y (iii) al final del periodo, determinar si logró sus objetivos y metas en los tiempos previstos, en las condiciones de cantidad y calidad esperadas y con un uso óptimo de recursos. **La Evaluación de Resultados permite también definir los efectos de la gestión institucional en la garantía de los derechos, satisfacción de las necesidades y resolución de los problemas de los grupos de valor.”**

Específicamente para la Evaluación de la dimensión de Evaluación de Resultados, los atributos de calidad que contempla el manual operativo, en relación con la satisfacción de los grupos de valor son:

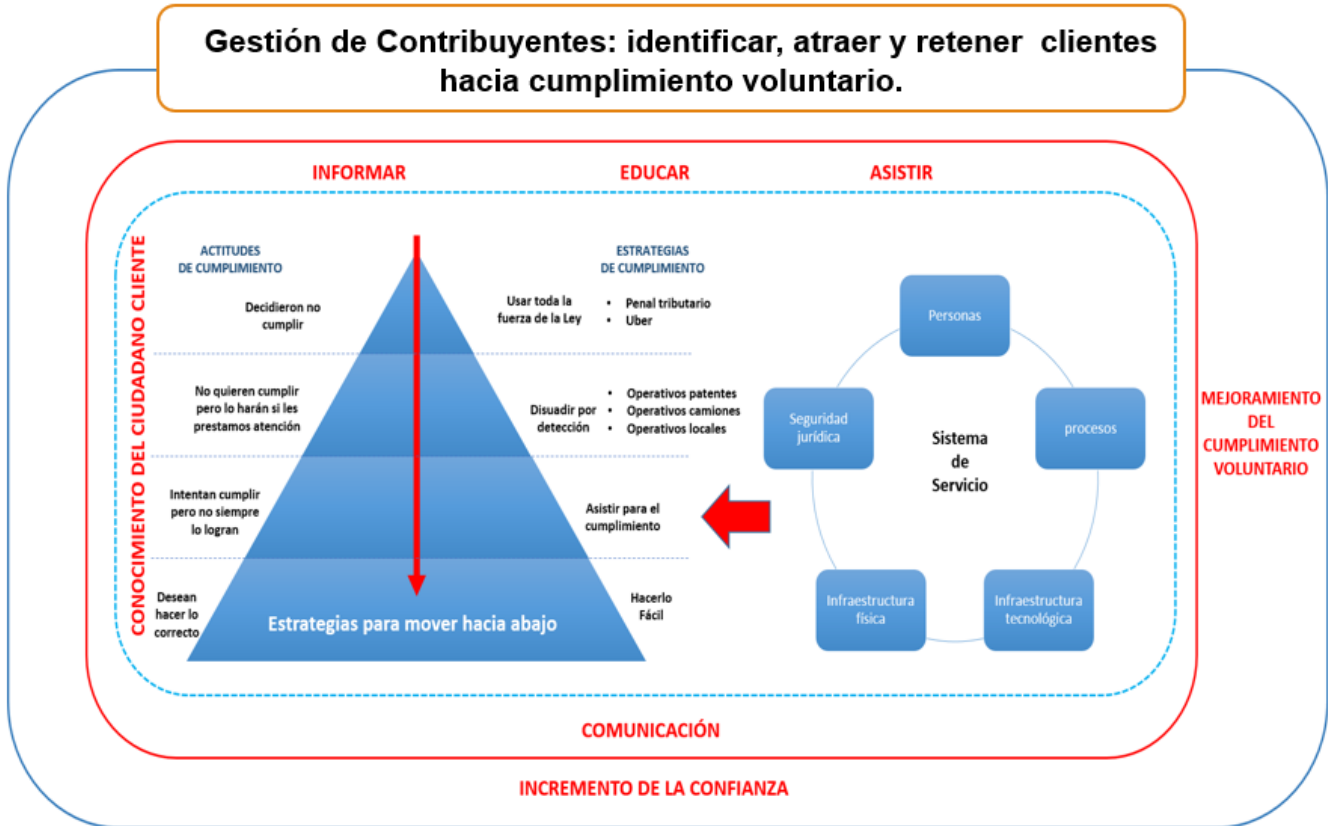
- ✓ Medición de la percepción y satisfacción ciudadana, como un ejercicio constante que permite
- ✓ Identificar puntos críticos de trabajo, oportunidades de mejora, y necesidades de los grupos de valor.
- ✓ Evaluación de la alta dirección del desempeño institucional que permite generar lineamientos claros para la mejora.
- ✓ Análisis de la información y evaluación de los datos que surgen por el seguimiento y la evaluación para mejorar los productos y servicios y la satisfacción de los grupos de valor.
- ✓ Toma de decisiones basada en el análisis de los resultados de los seguimientos y evaluaciones, para lograr los resultados, gestionar más eficiente y eficazmente los recursos y facilitar la rendición de cuentas a los ciudadanos y organismos de control.
- ✓ Evaluación del cumplimiento de los atributos de calidad en el desempeño institucional para garantizar la satisfacción de los grupos de valor.

2.3. Modelo de servicio en la UAE DIAN

La UAE DIAN ha definido el nuevo modelo de servicio en concordancia con el Modelo de gestión pública eficiente y MIPG, integrando los principios y componentes para hacer eficiente la gestión del cumplimiento voluntario, propendiendo por la mejora continua de la satisfacción de los ciudadanos clientes en la gestión de trámites y otros procedimientos administrativos - OPAS, derivados de las obligaciones fiscales. En la gráfica siguiente podemos visualizar la estructura y componentes del modelo.

MODELO DE SERVICIO ENFOCADO AL CUMPLIMIENTO VOLUNTARIO

Ilustración 1. Modelo de Servicio Institucional.



Fuente: Coordinación de Gestión Canales de Servicio.

El servicio es de todos los actores desde el nivel gerencial hasta el operativo, el propósito final de este modelo es mejorar el comportamiento hacia el cumplimiento voluntario, incrementar sustancialmente el recaudo por segmento, mejorar la eficiencia, eficacia en la gestión de los procesos y los recursos, elevando el nivel de satisfacción del ciudadano cliente y la confianza hacia la Entidad. Aspectos desarrollados en la cartilla Modelo de Servicio Institucional UAE DIAN del año 2018, y uno de los insumos para su logro es la evaluación del servicio.

La evaluación del servicio y la atención al ciudadano cliente, inicia con la determinación de los mecanismos para evaluar la percepción de los clientes sobre la calidad del servicio en los distintos momentos de interacción con la entidad, identificando sus necesidades y expectativas, y con la aplicación de los acuerdos de niveles de servicio en la operación de los distintos canales. Estas actividades incluyen la planeación de la evaluación, la aplicación de instrumentos de medición; la consolidación, procesamiento y análisis de la información; termina con la generación y socialización de los resultados a los interesados internos y externos, para su mejoramiento, teniendo en cuenta la siguiente orientación estratégica:

Ilustración 2. Orientación Estratégica de las Evaluaciones



Fuente: Coordinación de Gestión Canales de Servicio.

La anterior cadena de valor resulta un insumo para integrar los resultados con el mejoramiento de la percepción de la calidad del servicio institucional, en forma simultánea con el desarrollo de la competencia institucional y el incremento del cumplimiento voluntario. El esquema de evaluación que se propone en esta cartilla tiene un carácter transversal en la Entidad, en desarrollo de las competencias del Proceso de Cercanía al Ciudadano.

3. IMPORTANCIA DE LA EVALUACIÓN DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CIUDADANO CLIENTE

La naturaleza subjetiva de los servicios, combinada con la racionalización de trámites² y con ciudadanos clientes cada vez más exigentes, genera la necesidad de concentrar los esfuerzos de la medición del servicio y atención al ciudadano cliente.

Uno de los principales objetivos de las políticas de servicio al ciudadano en el **modelo integrado de planeación** es trabajar en torno a los resultados de percepción y evaluación de indicadores de procedimiento.

Desde su creación, la Subdirección de Servicio al Ciudadano en Asuntos Tributarios o quien haga sus veces, ha mantenido constantes esfuerzos por evaluar el servicio desde distintos enfoques metodológicos, que han permitido a la Entidad medir atributos de servicio, percepciones de las características del servicio, la calidad del servicio percibida por los ciudadanos clientes atendidos en el canal presencial, identificar brechas existentes en la calidad del servicio percibida por los ciudadanos clientes e identificar el nivel de aplicación de los protocolos de servicio en la atención, por parte de los

² Racionalización de Trámites tiene como objetivo simplificar, estandarizar, eliminar, optimizar y automatizar trámites y procedimientos administrativos. Así como, promover el uso de las TIC para facilitar el acceso de la ciudadanía a la información. www.funcionpublica.gov.co.

servidores públicos de cara al cliente en el canal presencial de la UAE DIAN. Esta importante gestión, cuyos resultados han sido ampliamente difundidos en la organización (Ver anexo1), ha permitido generar estrategias para mejorar la calidad en la prestación del servicio.

Con el propósito de desarrollar los objetivos del esquema de evaluación que se propone, atender el cumplimiento del contexto definido en el numeral 3 de esta cartilla y crear una línea base clara sobre la que se gestione el mejoramiento continuo de la calidad del servicio, se proponen las mediciones de percepción de la calidad del servicio al ciudadano, basados en los distintos lineamientos y herramientas desarrollados por el Departamento Nacional de Planeación - DNP, el Departamento Administrativo de la Función Pública DAFP.

El esquema de evaluación de la calidad del servicio y la atención de la UAE DIAN busca construir y generar valor en el relacionamiento con los diferentes grupos de interés, mejorando las relaciones de confianza y los niveles de legitimidad institucional, combinando las evaluaciones de percepción en los distintos momentos de interacción de la Entidad con el ciudadano cliente, con el seguimiento al desempeño operativo de los canales, mediante las métricas suministradas por los sistemas de control a la gestión de los canales telefónicos, virtual y presencial.

Al conformarse este sistema de medición de la percepción de los clientes y el desempeño de los canales, los distintos ciclos de servicio que se instauren en la Entidad podrán generalizar y estandarizar, de forma concreta, la forma de prestar servicios a la ciudadanía en la UAE DIAN, estableciendo la oferta de trámites y OPAS con una atención estructurada en la identificación de la necesidad en la atención, la maximación de la experiencia del servicio y al óptimo aprovechamiento de los recursos que se tienen a disposición de acuerdo a las necesidades institucionales.

4. ELEMENTOS BÁSICOS DEL PROGRAMA DE EVALUACIÓN DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CIUDADANO CLIENTE DE LA UAE DIAN

El Departamento Nacional de Planeación –DNP- a través del proyecto “Implementación del Programa Nacional de Eficiencia al Servicio del Ciudadano” busca aportar al cumplimiento de los objetivos de Gobierno mediante la implementación del Modelo de Eficiencia Administrativa al Servicio de los Ciudadanos. Una de las líneas de acción para lograr este propósito, es apoyar la medición de percepción del Servicio al Ciudadano en las diferentes entidades que pertenecen al Sistema Nacional de Servicio al Ciudadano – SNSC.

Tomando como referencia este enfoque y buscando dar cumplimiento a lo establecido en MIPG, la UAE DIAN implementará un programa de evaluación de la calidad del servicio y la atención al ciudadano cliente, el cual contará con los siguientes elementos transversales y comunes tanto a nivel de la evaluación de la percepción ciudadana como en el seguimiento operativo a los canales de servicio, los cuales en conjunto buscan mantener coherencia y criterios de comparabilidad entre las mediciones de la calidad del servicio y la atención de la UAE DIAN con las realizadas por otras Entidades y organismos públicos, facilitando la gestión y análisis conjunto de la información, la generación de rankings e identificación de buenas prácticas para mejorar la prestación del servicio público.

4.1. Segmento poblacional

Según el Programa nacional de servicio al ciudadano, las Entidades Públicas deben facilitar la relación de todas de las personas con el Estado y permitir el acceso a derechos y cumplimiento de deberes; con enfoque diferencial para reconocer en el marco de la gestión de servicio a los diferentes grupos poblacionales, comunidades o tipos de usuarios que hoy conforman nuestro país y requieren acercarse a los servicios o trámites suministrados por las Entidades.

A la UAE DIAN arriban los siguientes segmentos poblacionales:

- Personas de la tercera edad: Mayor de 60 años,
- Personas en condición de discapacidad: incluye a aquellas personas que tengan deficiencias físicas, mentales, intelectuales o sensoriales a largo plazo que, al interactuar con diversas barreras, puedan impedir su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás.
- Mujeres embarazadas o con niños lactantes, veteranos de la Fuerza Pública.

4.2. Tipos de atención y clasificación de los casos

Se han clasificado algunos ejemplos para dar a conocer los niveles servicio por tipo de caso y tipo de atención, con el fin de generar agrupaciones por nivel de complejidad, que va desde casos simples o transaccionales a casos complejos, que requieren asesoría especializada y por nivel de atención, que va desde autogestión a través de los servicios en línea a servicios organizados en donde hay un grupo específico de servidores públicos.

Pueden existir todo tipo de relaciones entre casos y tipos de atención donde cada proceso de la Entidad deberá ubicar en el nivel que corresponda:

Tabla 2. Clasificación por casos y tipos de atención

SEGMENTACIÓN DE LOS CASOS	SEGMENTACIÓN POR TIPO DE ATENCIÓN	EJEMPLO
Usuarios con Transacciones Simples: Requieren rapidez y facilidad en el uso	Autogestión por medio de los servicios en línea Transacción realizada desde el primer punto de contacto	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Copia del RUT ✓ Actualización RUT ✓ Consulta Estado de Cuenta ✓ Consulta Estado RUT ✓ Consulta de Inconsistencias ✓ Verificar autenticidad de correos - comunicados ✓ Consulta de arancel ✓ Reclamos
Usuarios que requieren asistencia o acompañamiento e información de relevancia	Servicio Asistido Asistencia en canales: centro de contacto, puntos de atención. Ventanillas únicas con servicios diferenciados, personal que cubren una amplia gama de servicios, o especialistas según sea necesario	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Inscripción o actualización del RUT ✓ Activación Instrumento Firma Electrónica ✓ Presentación Declaraciones ✓ Presentación Información Exógena. ✓ Creación, actualización y cancelación de cuentas SYGA ✓ Solicitud de devolución y/o compensación

Casos Complejos: Requiere orientación y atención personalizada	Servicio Organizado y confiable Administradores de casos dedicados y especialistas Sistemas de gestión de casos, procesos y herramientas	✓ Fallas en los servicios informáticos electrónicos aduaneros o tributarios ✓ Autorizaciones de trámites aduaneros manuales
---	---	--

4.3. Tipo de trámite

Los trámites y otros procedimientos administrativos – OPAS de relacionamiento directo con los ciudadanos clientes se encuentran publicados en la página de la Entidad en el siguiente link: <https://www.dian.gov.co/contenidos/servicios/tramites.html>

4.4. Segmentación de Clientes Institucional e Identificación de Grupos de Valor.

La segmentación para la UAE DIAN consiste en tomar el universo total de contribuyentes y establecer grupos más pequeños de acuerdo con una variable común y mutuamente excluyente, a saber, el tamaño económico, conforme la metodología vigente. Segmentar a los clientes permite enfocar las estrategias de oferta de servicios y controles diferenciadas para cada grupo meta, conduciendo sistemáticamente a los clientes a maximizar los resultados de gestión fiscal y a la reducción de la evasión.

A continuación, se presenta la reseña general de la segmentación de clientes institucional con la información de los clientes inscritos al RUT con corte a febrero de 2018.

Tabla 3. Segmentos y Macrosegmentos Institucionales”

MACROSEGMENTOS		SEGMENTOS	
Denominación	Número de Contribuyentes	Denominación	Número de Contribuyentes
Grandes contribuyentes	3.524	Grandes contribuyentes (Resolución)	3.524
Medianos contribuyentes	34.333	Medianos altos (= o superior a 30.000 SMML)	4.611
		Medianos (superior a 5.001 e inferior a 30.000 SMMLV)	29.722
Pequeños contribuyentes	2.070.362	Pequeños contribuyentes (más de 501 a menos 5001 SMMLV)	199.190
		Micro contribuyentes (de = o inferior a 501 SMMLV)	1.023.936
		Personas Jurídicas no declarantes	847.236
Personas Naturales	13.467.844	Personas Naturales declarantes	1.706.003
		Personas Naturales no declarantes	11.761.841
TOTAL	15.576.063	TOTAL	15.576.063

A partir del establecimiento de macrosegmentos y segmentos de clientes, es necesario caracterizar su comportamiento frente al servicio: identificar frecuencia y conducta de consumo de los canales de atención (telefónico, virtual, chat, puntos de contacto, oficinas de la UAE DIAN, sistema de PQRS, entre otros), actitud de cumplimiento, antigüedad, responsabilidades fiscales, actividades económicas y si se trata de grupos de valor prioritarios para las prioridades de la Entidad.

5. EVALUACIÓN DE LA PERCEPCIÓN CIUDADANA SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO

A pesar de ser un concepto muy conocido y buscado por las organizaciones públicas y privadas, la calidad del servicio suscita muchas diferencias de criterio y ha sido objeto de varias discusiones académicas desde el propio nacimiento de la gestión de la calidad hacia mediados del siglo XX.

Previo al desarrollo de los elementos que componen la evaluación de la percepción ciudadana sobre la calidad del servicio de la UAE DIAN, resulta conveniente estructurar sus bases teóricas señalando los distintos marcos de análisis que han sido revisados y valorados para definir el carácter final del modelo.

5.1. Bases Teóricas del Modelo de Evaluación

El modelo de evaluación del servicio institucional de la UAE DIAN se enmarca en las necesidades y el contexto de la Entidad, sin apartarse de los principales desarrollos teóricos y empíricos en la materia. Evidentemente, el modelo implica una adaptación de conceptos y es ecléctico por construcción, sin embargo, asume orientaciones teóricas claras en torno a discusiones metodológicas que van desde la relación entre percepción de la calidad y satisfacción, pasando por la validez teórica y empírica del paradigma de la des confirmación, la confrontación entre la valoración objetiva (interna) y subjetiva (externa) de la calidad del servicio, hasta llegar a la evaluación y pertinencia de modelos de evaluación unidimensionales frente a los multidimensionales.

5.1.1. Una aparente tautología entre calidad del servicio y satisfacción del cliente

En la literatura relacionada ha sido usual que el concepto de calidad del servicio se conjugue e intercambie con los de satisfacción del cliente y valor, siendo claro que la línea que separa las evaluaciones de la calidad del servicio de las otras tendencias de evaluación no está muy bien definida. (Grönroos, 2001)

Dado su carácter abstracto y las muchas tautologías mutuas en sus fundamentaciones y definiciones, algunos autores y aplicaciones empíricas han sentido debilidad metodológica por asumir que calidad del servicio percibida y satisfacción del cliente corresponden a un mismo concepto, al punto incluso de demostrar que para segmentos profesionales de la población y algunos tipos de servicio muy familiares son sinónimos perfectos. Sin embargo, con el paso del tiempo y la maduración de los postulados se ha logrado un cierto nivel de consenso académico en torno a que se trata de constructos³ diferentes,

³ Un constructo es similar a un concepto. Sin embargo, mientras que el concepto abstrae las generalizaciones de casos particulares, como por ejemplo el "Peso", la "Altura" o la "Fuerza", las cuales reúnen en sí un conjunto de observaciones perceptibles y verificables, el Constructo tiene un sentido adicional, el de haber sido inventado o adoptado de manera

aunque clara y estrechamente relacionados (Oliver, 1980, 2010; Parasuraman et al., 1988; Cronin y Taylor, 1992, Cronin et al., 2000; Palacios, 2010).

En este sentido, si bien es cierto que tanto la calidad del servicio percibida como la satisfacción del cliente se erigen como un juicio personal, subjetivo y situacional que el cliente emite sobre un servicio y la organización que lo provee (Banwet and Karunes, 2004), que ambos conceptos provienen de comparar el resultado del servicio con algún estándar, como las expectativas, y que es indudable su importancia en procura de mayores beneficios tanto para las organizaciones, como para los usuarios (Oliver, 2010), son mucho más cuantiosos y profundos los aspectos divergentes que los convergentes entre estos dos conceptos:

La satisfacción del cliente presenta componentes cognitivos y afectivos, por lo que se enfoca más hacia las percepciones, las actitudes y los sentimientos, es decir, a una realidad interna del usuario. Por su parte, la calidad percibida se asocia fundamentalmente a un juicio cognitivo el cual implica la evaluación de un objeto externo mediante criterios objetivos y palpables (Oliver, 2010).

Usualmente la satisfacción es concebida como transitoria, finita y a corto plazo, susceptible a cambios inmediatamente después de la experiencia de cada transacción. La calidad percibida es un juicio global asociado a una actitud, con una evaluación de carácter duradero, a largo plazo y estable a lo largo del tiempo (Patterson y Jhonson, 1993; Palacios, 2013).

Adicionalmente, algunos estudios exhaustivos de carácter empírico han permitido identificar que aquellos modelos que promueven la evaluación de la satisfacción del cliente están basados en el análisis de expectativas de carácter predictivo, es decir condicionadas a lo que le gustaría al cliente que sucediera con la transacción que va a desarrollar. Así mismo, aquellos que evalúan la calidad del servicio, normalmente están fundamentados en expectativas normativas, es decir aquellas condicionadas previamente por lo que el cliente cree respecto a cómo debería proveerse el servicio, conforme al nivel de servicio deseado y/o prometido, el cual funge como un estándar de comparación. (Oliver, 1981; González y Fraiz, 2006)

Sentadas las bases del porqué satisfacción y calidad del servicio son constructos diferentes, es necesario ahondar en el debate, no trivial y aún vigente, sobre cuál es el orden causal entre estos conceptos. Para cualquier organización, resulta de la mayor importancia saber si debe orientarse a: i) tener clientes satisfechos con el servicio y así mejorar la calidad del mismo, o, ii) prestar el servicio con el mayor nivel de calidad percibida posible, promoviendo así la satisfacción del cliente (Cronin y Taylor, 1992).

Tras la revisión del marco teórico actual, se devela que cualquiera sea la orientación de la causalidad, ambas parten de la base que la evaluación de la calidad involucra un componente esencial de carácter cognitivo, mientras que la evaluación de la satisfacción está basada fundamentalmente en componentes de carácter afectivo.

En este sentido, el debate inició con quienes definieron a la satisfacción como un antecedente de la calidad percibida, bajo el argumento de que la satisfacción con varias experiencias de servicio modifica

deliberada y consciente para un propósito científico especial, por ejemplo, la satisfacción del cliente y la percepción de la calidad del servicio son constructos que se emplean para resumir un conjunto de actitudes y experiencias positivas y/o negativas relacionadas con el producto o el servicio recibido. (Kerlinger, 1988; Hayes, 1999)

y condiciona, a largo plazo, la actitud global de los clientes hacia la organización y su percepción de calidad. Para este caso entonces, se cree que los clientes primero desarrollan una fase de carácter emocional, para con el tiempo y la experiencia forjar una experiencia de carácter cognitiva que le permite valorar la calidad del servicio (Parasuraman et al., 1988; Bitner, 1990)

También ha sido prolífica la defensa de la postura contraria, donde la calidad del servicio antecede a la satisfacción de los clientes; bajo este escenario el usuario desarrolla primero una secuencia de comportamiento iniciada por una fase de naturaleza cognitiva –componente esencial de la calidad percibida– y después una fase emocional –componente clave de la satisfacción– (Oliver, 2010). Esta postura teórica se ha perfilado como la más aceptada, gracias a que, a diferencia de la anterior, cuenta con mucho mayor soporte y validación empírica, que se ha logrado en trabajos como el de Conin y Taylor (1992), Bigné et al. (1997) y Elkinci (2004) que permitieron concluir a partir de validaciones de consistencia estadística de constructos en diferentes instrumentos que, de las dos relaciones recíprocas entre calidad y satisfacción, la única significativa es la que identifica a la calidad como un antecedente de la satisfacción.

No obstante, existe una tercera vertiente teórica donde se ha señalado que existe una relación circular (tautológica) entre ambos constructos, en tanto que la calidad percibida es un antecedente como una consecuencia de la satisfacción del usuario (Palacios, 2014). Incluso trabajos muy referenciados como el de Dabholkar (1995), que apoyan esta relación circular, han concluido que la dirección de la relación causal depende del momento en que se evalúe el servicio, las características propias del cliente (cognitiva o emocional) y el nivel de emoción que embargue la prestación del mismo.

En conclusión, asumiendo una clara orientación teórica y confrontándola con el contexto institucional y sus limitaciones de competencia, presente modelo institucional se define como un modelo de evaluación de la calidad percibida del servicio, por cuanto:

- i) Reconoce que el servicio institucional se encuentra reglado y está fundado en componentes tangibles como lo son los trámites y servicios que ofrece la entidad. De esta forma, se considera que los clientes de la Entidad asumen juicios de carácter cognitivo que sitúan la calidad del servicio como un antecedente de la satisfacción.
- ii) Asume que la percepción de los clientes frente al servicio está dada fundamentalmente por la estructura de los trámites UAE DIAN y los aspectos esenciales del ciclo de servicio (agendamiento, tiempo de espera, tiempo de atención, calidad de información, resultado del trámite, entre otros) pero se encuentra estrechamente influenciada por la administración del recaudo tributario y la política fiscal del país, aspectos por fuera de la competencia institucional.
- iii) Contempla que la satisfacción del cliente UAE DIAN no se deriva unívocamente y no es consecuencia exclusiva de la calidad del servicio percibida como antecedente. En este sentido, pese a tener muy presente la importancia de la satisfacción ciudadana en el accionar del Estado, el modelo de evaluación se concentra en los aspectos misionales del servicio institucional sin pretender abordar desde estos, la evaluación de actitudes, opiniones y conceptos predefinidos concernientes a otras importantes características del sistema fiscal del país.

5.1.2. Una metodología de evaluación del servicio más allá del paradigma des confirmatorio

Dentro de las distintas metodologías existentes para efectuar evaluaciones de la calidad del servicio, sobresalen dos tendencias fundamentales a partir del rol que asumen las expectativas de los clientes dentro de la evaluación.

A partir del modelo propuesto por Oliver (1977) donde se introduce el concepto del “paradigma de la desconfirmación” usado para explicar que la calidad del servicio se obtiene a partir de la evaluación de la discrepancia entre percepciones y expectativas de los clientes respecto al desempeño del servicio. En este sentido, las expectativas se utilizan como punto de referencia en un proceso de comparación que establece si la prestación del servicio es igual, peor o mejor que lo esperado por el cliente, es decir, un resultado que permite explicar su valoración del servicio (Oliver y Burke, 1999;).

Tras la difusión del paradigma desconfirmatorio, surgen corrientes académicas que conceptualizan esquemas de valoración de la calidad del servicio basadas en este. Se destacan la Escuela Nórdica, representada por los aportes de Grönroos (1984), y la Escuela Americana con el Modelo SERVQUAL, concebido por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985, 1988), como su concepción más significativa.

El común denominador entre las investigaciones citadas es, por supuesto, el rol protagónico de la desconfirmación: En el caso del trabajo de Grönroos (1984), además de introducirse los conceptos de calidad objetiva técnica y funcional de los servicios y la prevalencia de la imagen corporativa, la percepción de calidad fue definida como las diferencias que existen entre la calidad esperada y la experimentada.

Por su parte, a través de SERVQUAL se desarrolló un modelo conceptual de calidad del servicio fundamentado en la teoría de las brechas o Gaps (*The Gaps Models of Service Quality*), este explica las brechas entre las expectativas de los usuarios y su percepción sobre el servicio recibido. El modelo vincula cuatro (4) elementos formadores de expectativas: la comunicación boca-oído, las necesidades personales de los usuarios, sus experiencias previas y las comunicaciones externas de la firma, y está conformado por diez (10) dimensiones para valorar la calidad del servicio.

No obstante, pese a ser una de las metodologías más empleadas en lo relativo a la evaluación de la percepción de calidad en el servicio, SERVQUAL ha sido objeto de numerosos cuestionamientos teóricos y empíricos que a la fecha han permitido reevaluar varias concepciones y resultados derivados de este.

Una de las críticas más importantes que se hacen a las expectativas es que no se ha logrado definir con precisión qué son efectivamente, más allá de conceptualizarlas como una suposición del cliente sobre lo que va a recibir en un determinado servicio. Los creadores de SERVQUAL (Parasuraman et al., 1985, 1988) primero las definieron como creencias de los consumidores acerca de lo que sería deseable recibir en un servicio, pasando luego a concebirlas como una norma en la prestación del servicio.

Como lo señala Teas (1993), el modelo de expectativas de SERVQUAL es demasiado vago e impreciso, porque, de hecho, los clientes podrían albergar al menos seis interpretaciones del mismo: importancia de los atributos del servicio, resultado pronosticado, nivel ideal de prestación, nivel de prestación merecido, relación coste/beneficio y nivel mínimo tolerable del servicio. No siendo posible determinar de manera general y con carácter previo cuál de esas interpretaciones es la que adopta el cliente y cuál, por consiguiente, es la que utiliza para compararla con la percepción del servicio recibido (Palacios, 2014).

Pero más relevante que las críticas teóricas, son aquellas que residen en el escenario empírico aplicado, numerosas investigaciones han puesto de manifiesto que la sola medida de las percepciones del cliente, en la experiencia del servicio, basta para obtener una información válida y fiable de la calidad percibida del servicio, frecuentemente más robusta en términos psicométricos que la medida de la calidad percibida teniendo en cuenta las expectativas.

Investigaciones como la propuesta por Cronin y Taylor (1992), que dieron lugar al modelo SERVPERF, concluyeron mediante estudios y validaciones de campo, que la medida de la calidad percibida basada en las expectativas planteaba problemas de fiabilidad y de validez discriminante; poniendo de relieve, mediante la comparación de escalas con y sin expectativas, que las mediciones basadas sólo en percepciones aportan mayor fiabilidad y validez convergente que las basadas en expectativas.

Desde otro punto de vista, también hay que señalar que, además de las evidentes mejores propiedades psicométricas de los modelos de medida de la calidad percibida sin expectativas desarrollados durante las últimas 2 décadas, algunos otros investigadores han tenido en cuenta características adicionales de esos modelos que entienden que hacen su uso más ventajoso. Fundamentalmente, se han apuntado dos de ellas: las medidas sin expectativas de la calidad percibida o la satisfacción del cliente mediante encuesta son más fáciles de realizar y más baratas, pues no plantean escenarios de doble pregunta o la necesidad de incurrir en análisis de tipo Data Panel⁴ (Ros Gálvez, 2016).

Tomando en consideración las evidencias de los análisis precedentes y los resultados de evaluación de consistencia y validez empleados para la encuesta general de servicio 2018 de la Entidad⁵, existe suficiente soporte teórico y empírico para prescindir del paradigma de la desconfirmación dentro de la estructura nuclear del modelo de evaluación del servicio y centrar por tanto su campo de acción en la evaluación de la percepción de los clientes. De esta forma se asume que a partir de la evaluación de la percepción de los clientes frente al servicio institucional se gestiona de por sí sus expectativas con mayor nivel de certidumbre y menor probabilidad de errores de medición.

5.1.3. Un modelo de servicio integral: Calidad Objetiva (Interna) y Subjetiva (externa/percibida)

Dentro de las distintas concepciones metodológicas de calidad del servicio se han marcado dos tendencias: la calidad objetiva y la calidad subjetiva.

La calidad objetiva, relacionada fundamentalmente con los aspectos internos de la operación, se enfoca en la perspectiva del productor, fundamentalmente reactivas y orientadas hacia la inspección y el control estadístico de calidad.

De otra parte, la calidad subjetiva es concebida como una visión externa, en la medida en que dicha calidad se obtiene a través de la determinación y el cumplimiento de las necesidades, deseos y

⁴ Los datos panel son un conjunto de observaciones de series temporales sobre una muestra de unidades individuales, es decir, un conjunto de individuos que son observados en distintos momentos en el tiempo, como el Panel de Estudio Dinámico de los Ingresos o la Encuesta de Condiciones de vida.

⁵ En desarrollo del Plan Operativo 2018. La Coordinación de Gestión de Canales de Servicio de la Subdirección de Gestión de Asistencia al Cliente o quienes hagan sus veces, desarrolló una encuesta de percepción de la calidad del servicio bajo la metodología propuesta en la presente Guía de Evaluación, donde se realizó una prueba de consistencia y validez de constructo que corrobora la conclusión en torno a que es posible evaluar calidad del servicio percibida a partir únicamente de la evaluación de percepción. Ver documento Prueba de Consistencia y Validez estadística en: Y:\DG_Ingresos\SG_Asistencia_Cliente\C_Canales_Servicio\Productos\Evidencias Planes 2018\Plan Operativo\Act 12. Aplicar el esquema de evaluación de satisfacción de los clientes de la Entidad

expectativas de los clientes, dado que las actividades del servicio están altamente relacionadas con el contacto con los clientes (Vasquez, 1996).

No obstante, no son habituales las concepciones teóricas donde se mezclen o entrelacen la objetividad y subjetividad de la calidad del servicio. En este sentido, el presente modelo de evaluación es ecléctico por construcción y parte de la necesidad de identificar y promover una relación de causalidad entre el funcionamiento operativo de los canales de servicio de la Entidad y los resultados que se obtengan a nivel de percepción.

En conclusión, el modelo de evaluación del servicio institucional asume con igual nivel de importancia la evaluación objetiva y la subjetiva, las contrasta y agrega para obtener un resultado integral.

5.1.4. Multidimensionalidad de la calidad del servicio.

Los modelos de evaluación del servicio más empleados como el de la Escuela Nórdica de Grönroos (1984), SERVQUAL, SERVPERF y el Modelo Jerárquico Multidimensional de Brady y Cronin (2001), apostaron por la determinación multidimensional de la calidad del servicio percibida. De esta forma, variables como fiabilidad, resultado, transparencia, infraestructura física, imagen, entre otras, se concibieron como aspectos que en conjunto determinaban la calidad percibida por los clientes.

Sin embargo, orientaciones teóricas más recientes, basadas en el axioma psicológico de las percepciones en el que “el todo es mayor que la suma de sus partes” lo cual traduce que “... *las personas tienen la capacidad de analizar el todo y sus partes de forma separada y en conjunto y dar su percepción general*” (Chávez, 2014; p. 91), han demostrado que la calidad percibida del servicio también puede ser evaluada de forma global y unidimensional, en función de la excelencia observada en su desempeño general, sin hacer referencia a atributos específicos del servicio.

La objetividad en la elección de un esquema de evaluación, bien sea con varias o una sola dimensión de análisis, pasa por que en su aplicación e interpretación se garantice que: i) El instrumento mida lo que debe medir, en una población determinada y en las condiciones normales de aplicación, es decir, **sea confiable o consistente** y ii) Las inferencias específicas hechas con los resultados o información obtenida sean adecuadas, significantes y útiles, en otras palabras, gocen de **validez** (Anastasi, 1982; Aiken, 1995; Hayes, 1999), siendo este el criterio el más importante a corroborar en lo relativo a la dimensionalidad de la prueba.

La noción sencilla tras las pruebas de validez estadística para instrumentos con varias o una sola dimensión de análisis, es que por medio de estas se logre comprobar estadísticamente cuantos constructos persisten en la prueba y si son coincidentes con las dimensiones teóricas definidas.

En muchos contextos académicos, incluyendo el de la calidad del servicio percibida, la validez de constructo es la principal de los tipos de validez estadística, en tanto que “*la validez de constructo es el concepto unificador que integra las consideraciones de validez de contenido y de criterio en un marco común para probar hipótesis acerca de relaciones teóricamente relevantes*” (Messick, 1980; p.1015), en este mismo sentido (Cronbach, 1984; p.126) señala que “*la meta final de la validación es la explicación y comprensión y, por tanto, esto nos lleva a considerar que toda validación es validación de constructo*”.

Como resultado de evaluaciones empíricas de los modelos SERVPERF y el Modelo Jerárquico Multidimensional de Brady y Cronin (2001) fue posible comprobar la validez estadística de estos

instrumentos multidimensionales de valoración de la calidad del servicio, con la muy importante ventaja administrativa y gerencial que esto generó: la capacidad de identificar y entender los atributos específicos del servicio y analizar su calidad como la articulación de estos.

Más recientemente han surgido críticos de esta visión multidimensional del tema y se han publicado estudios como el de Martínez y Martínez (2007) donde se ha sometido a validación la unidimensionalidad del constructo de calidad percibida, con muy buenos resultados. Se ha abierto entonces, un nuevo marco de posibilidades de evaluación a partir de mediciones globales donde solo basta hacer una única pregunta global con los claros beneficios en términos económicos y de facilidad para la aplicación de encuestas que esto permite.

Se ha podido constatar también la amplia utilidad de este tipo de instrumentos para correlacionar el indicador de calidad con otros asociados al servicio, o con otros resultados de la organización, como, por ejemplo: correlacionar calidad global percibida del servicio y la eficiencia del mismo (Torres y Vásquez, 2011).

Como resultado de las ya referidas pruebas de consistencia y validez estadística aplicadas por la Coordinación de Canales de Servicio y Experiencia del Usuario o quien haga sus veces al instrumento de valoración de la calidad del servicio institucional UAE DIAN 2018, pudo constatar la unidimensionalidad del constructo “calidad del servicio percibida”.

Este resultado implica que pese a que la encuesta contempló 6 variables: Calidad percibida, proceso, resultado, acceso, fidelidad y transparencia, estadísticamente persiste un sólo rasgo latente o constructo en la base de un conjunto de ítems, es decir, las respuestas dadas al instrumento son producidas basándose en un único atributo, a saber, la percepción de calidad del servicio.

La unidimensionalidad corrobora los fundamentos y propósito de la encuesta y en general del componente de evaluación de la calidad del servicio percibida. La estructuración y agrupación de preguntas por dimensiones/indicadores, no altera ni degrada el propósito principal de la misma: evaluar la percepción de la calidad del servicio.

Teniendo en cuenta lo anterior, existe evidencia empírica que soporta que el modelo de servicio se conciba como unidimensional. Por lo anterior, el resultado de la calidad del servicio percibida, únicamente corresponderá al de la variable que indaga específicamente por este aspecto. Así, los resultados a las preguntas y variables relacionadas con acceso, proceso, resultado y transparencia no influirán la valoración global que hagan los clientes sobre la calidad del servicio percibida y tendrán un rol confirmatorio orientado a facilitar la interpretación y análisis y el manejo gerencial de los resultados.

5.2. Interacciones de servicio

Para la UAE DIAN, la percepción ciudadana sobre la calidad del servicio institucional debe identificarse a partir de las experiencias de servicio generadas en los momentos en los que los ciudadanos clientes tienen contacto con los canales de atención que ofrece la Entidad.

Para efectos del programa de evaluación del servicio, estos momentos de contacto con los clientes han sido denominadas como “Interacciones de Servicio” y contemplan:

Tabla 4. Segmentación por puntos de escucha

INTERACCIONES DE SERVICIO	CONCEPTO
---------------------------	----------



<p>1. Canales de atención</p>	<p>Evaluación de los puntos de contacto con los ciudadanos inmediatamente después de la atención:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Presencial punto de contacto/oficina. 2. Telefónico - Centro de Contacto/ Call Center 3. Correo electrónico. 4. Atención virtual CHAT 5. Atención virtual Redes sociales. 6. Atención virtual web.
<p>2. PQRS y Denuncias</p>	<p>Evaluación de seguimiento a las personas que pusieron una Petición, queja, reclamo, solicitud</p>
<p>3. Protocolos de reivindicación del servicio</p>	<p>Evaluación a la percepción de las personas sujetas a la aplicación de procedimientos de contingencia por fallos o no disponibilidad en los servicios en línea, telefónicos o del canal presencial. Para estos casos, la UAE DIAN identifica la falla o no disponibilidad y se compromete con el ciudadano cliente a tomar acciones que garanticen el cumplimiento de sus obligaciones y la no afectación por este hecho, reivindicando el propósito institucional.</p>
<p>4. Encuesta general de la calidad del servicio Institucional</p>	<p>Evaluación de los servicios prestados directamente por la entidad a los diferentes grupos de interés de ciudadanos, en los distintos énfasis de operación de la Entidad. (Macrosegmentos institucionales, segmentos, grupos de declarantes u usuarios específicos, Ej: Declarantes renta, inscritos RUT de un año específico)</p>
<p>5. Procesos internos y áreas de las entidades</p>	<p>Evaluación de los servicios internos de la entidad, la fluidez y mejoramiento de los procesos vistos desde el cliente interno, desde la visión de los servidores públicos como usuarios de los procesos y áreas de la Entidad.</p>
<p>6. Ciudadano Oculto – Auditoría de Servicio</p>	<p>Auditorías del cumplimiento o no de procesos establecidos o políticas en busca de la mejora para disminuir trámites o encontrar oportunidades de transparencia.</p>

Con las anteriores evaluaciones se obtienen valores de análisis para mejorar los procesos de la organización, los ciclos de servicio y la atención dada por los servidores públicos.

La Entidad, gradual y progresivamente, desarrollará las metodologías y técnicas de medición para cada una de las interacciones de servicio, teniendo en cuenta el qué, cómo, por qué y para qué se realizan o monitorean y por último visualizar algunos análisis de la información. En este sentido, las evaluaciones sobre las interacciones de servicio tendrán como prioridad, aquellas que cobijen a un mayor margen de los clientes institucionales sin que esto obste para que se procure un desarrollo conjunto y simultáneo de las interacciones.

Este planteamiento implica en poner al ciudadano cliente en el centro de la atención con el fin de facilitar el acceso a sus derechos, mediante los servicios de la entidad, a través de todos los canales de atención, enmarcado en los principios de información completa y clara, de igualdad, moralidad, economía, celeridad, imparcialidad, eficiencia, consistencia y oportunidad, teniendo presente las necesidades, realidades, expectativas y percepción del ciudadano cliente⁶.

5.2.1. Variables mínimas en el desarrollo de las mediciones

⁶ Política de servicio al ciudadano del modelo integrado de planeación y gestión – MIPG (2018).

Como se indicó en la motivación teórica del modelo, para la evaluación del servicio en la UAE DIAN, se asume que el nivel de percepción de calidad general está directamente relacionado con el mismo nivel de satisfacción y lo condiciona de manera importante (aunque no lo determina). Así mismo, la percepción de la calidad del servicio puede analizarse y confirmarse desde varios elementos de carácter estructural y confirmatorio de este concepto.

Teniendo en cuenta esta orientación, se hace necesario definir para la evaluación de cada una de las interacciones de servicio el siguiente conjunto mínimo de indicadores y variables de los mencionados elementos estructurales de la percepción de calidad, que garanticen homogeneidad en la evaluación para efectos de los necesarios análisis comparativos, capacidad de agregación de los resultados y una métrica común para interpretar la opinión ciudadana en torno a la calidad del servicio institucional.

a. Percepción acerca de la calidad del servicio:

- Indicador de percepción de calidad general del servicio brindado en las diferentes interacciones de servicio. Constituye el constructo general de evaluación. A partir de las respuestas obtenidas en esta variable, serán calculados los resultados generales de la evaluación en cada interacción de servicio.

b. Acceso:

- La Percepción de los canales de Atención
- Las expectativas de los ciudadanos clientes
- Claridad en la información
- Dificultades para acceder al servicio
- Conocimiento del proceso

c. Proceso:

- Eficiencia de los procesos
- Cumplimiento de los acuerdos de tiempos o ANS
- Claridad de la información
- Amabilidad de las personas y sus comunicaciones
- Competencia técnica o asesoramiento dado por los servidores
- La aplicación marco normativo, políticas o leyes

d. Resultado de la interacción:

- Cumplimiento de las expectativas presentes
- Cumplimiento de las expectativas a futuro
- Lo importante/ Lo que se está haciendo bien/ Lo que se debe mejorar.

e. Transparencia:

- Comportamiento ético institucional
- Divulgación de la gestión y rendición de cuentas
- Lucha contra la corrupción

	¿Que busca?	¿Dónde Aplica?	Acciones/análisis a realizar
Calidad percibida	Indicador general de percepción	Calidad general	Monitoreo de indicadores

	¿Que busca?	¿Dónde Aplica?	Acciones/análisis a realizar
Acceso	Características esperadas	Canales de atención	Tomar responsabilidad de guiar por el ciclo de servicio
		Expectativas: lo que encontró o no encontró, barreras	Identificar oportunidades de comunicación para ajustar expectativas y mejorar el acceso a los servicios
		Conocimiento del Proceso y procedimiento incluido los acuerdos de nivel de servicio	Mejorar el nivel de conocimiento que hay para facilitar el relacionamiento.
El proceso	Identificar oportunidades de mejora: 1. Disminuir trámites 2. Comunicación 3. Personas 4. Bajar tiempos o acuerdos de nivel de servicio 5. Mejorar Procesos, políticas o marcos normativos	Eficiencia del proceso o nivel de optimización	Facilitar las entradas con el correcto establecimiento de los acuerdos de nivel de servicio
		Cumplimiento de acuerdos, tiempos o niveles de servicio establecidos	Identificar si fue falta de comunicación o de entendimiento de los tiempos y acuerdos por parte del ciudadano cliente o si no se cumplieron los tiempos o acuerdos establecidos.
		Claridad de información con utilidad	Asegurar la calidad de la información. Si no es entendible por el ciudadano cliente no es útil la información suministrada.
		Amabilidad de los servidores públicos y sus comunicaciones emitidas.	Asegurar la amabilidad de los servidores públicos y de las comunicaciones emitidas. Suele existir una alta correlación entre la percepción de amabilidad y la comunicación que se emiten, otra forma de verlo es que en las comunicaciones se percibe la amabilidad.
		Competencia técnica y la orientación dada por los servidores públicos	Mirar el nivel de conocimiento que tienen los servidores públicos que atienden a los ciudadanos clientes.
		La aplicación o basarse en un marco normativo	La aplicación o basarse en un marco normativo son las herramientas que tiene el gobierno como el servidor público para asegurar una buena prestación de los servicios
Resultado de la relación	Entender el estado de la relación después del contacto.	Cumplimiento de expectativas a futuro	Entender si se percibe que se va por buen camino y que van a exceder o cumplir las expectativas a un futuro independientemente si se cumplieron hoy.
		Survey (Solving) for action-análisis cuantitativo	Ir más allá y hacer un análisis cualitativo profundo de lo que se debe tener en cuenta, de lo que se está haciendo bien y lo que se debe mejorar.
Transparencia	Evaluar el comportamiento ético institucional, la política de	Cualquier escenario de interacción de servicio	Analizar la percepción de la ciudadanía frente a la ética institucional. Evaluar el nivel de reconocimiento y recordación de los procesos de rendición de cuentas.

	¿Que busca?	¿Dónde Aplica?	Acciones/análisis a realizar
	rendición de cuentas y de lucha contra la corrupción.		Medir los resultados, en términos de percepción, de la lucha anticorrupción institucional.

5.2.2. Escala de Medición y Evaluación

En la aplicación de la metodología que se estime conveniente para cada Interacción de Servicio, los resultados de las valoraciones deberán entregarse o poderse presentar en una escala cualitativa ordinal de 5 atributos: muy bueno, bueno regular, malo y muy malo. Lo anterior, bajo la premisa que las escalas cualitativas ordinales reducen el sesgo hacia la tabulación por medidas de tendencia central como sucede con las variables cuantitativas discretas y continuas, lo cual puede tergiversar los resultados obtenidos en cierto tipo de evaluaciones. A continuación, un ejemplo que pone en contexto lo mencionado:

Suponga que una firma emplea dos metodologías de evaluación sobre la percepción acerca de la calidad del servicio que prestan. Para el efecto se preparan dos cuestionarios simultáneos a un grupo reducido de cinco clientes.

El primer cuestionario se formula con base en una escala cuantitativa discreta con la siguiente pregunta:

Señor Cliente, En una escala de 1 a 10, donde 1 es muy malo y 10 es muy bueno, califique el servicio recibido por parte de nuestra compañía.

El segundo cuestionario se formula con base en una escala cualitativa ordinal con la siguiente pregunta:

Como califica la calidad del servicio recibido por nuestra compañía:

- a. Muy Bueno
- b. Bueno
- c. Regular
- d. Malo
- e. Muy malo

Si la encuesta se aplica a un grupo de 5 clientes dispuestos a mantener con honestidad su apreciación acerca del servicio y de ellos, 2 tuvieron una gran experiencia de servicio mientras que 3 desafortunadamente no, supongamos que se obtienen los siguientes resultados en los dos cuestionarios:

Primer Cuestionario

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Cliente A										x
Cliente B									x	
Cliente C			x							

Cliente D		x								
Cliente E	x									

Segundo Cuestionario

	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
Cliente A					x
Cliente B				X	
Cliente C		x			
Cliente D	x				
Cliente E	x				

Al tabular los resultados del primer cuestionario para entregar un resultado consolidado de la encuesta aplicada a los clientes, se procedería entonces a calcular un promedio de los resultados el cual sería un puntaje de 5. Así las cosas, si en la escala 1 representa muy malo y 10 es muy bueno, 5 sería un meridiano regular.

No obstante, al tabular los resultados del segundo cuestionario, podremos concluir que el 40% de los clientes consideran que el servicio brindado es bueno, mientras que el 60% considera que es malo.

Teniendo en cuenta que la intención de respuesta fue la misma, claramente el segundo cuestionario revela mejores resultados para la toma de decisiones identifica los segmentos problemáticos mientras que el primero, producto de la aplicación de descriptivos de tendencia central, sujetos a valores extremos, difumina el sentir general de la población objetivo y complejiza la exposición de resultados.

Adicionalmente, es claro que la escala cualitativa ordinal tiene más relación con el comportamiento del ser humano y su manera de percibir la realidad; es más fácil para el ciudadano expresar sus sentimientos y percepciones, facilita la interpretación de los resultados de la encuesta por parte de la Entidad y es la más usada para caracterizar un servicio. Es importante anotar que las respuestas dentro de la escala cualitativa ordinal que se propone son únicas en cada pregunta, es decir excluyentes.

La evaluación del servicio y la atención al ciudadano Cliente de la UAE DIAN, se basa en la siguiente escala:

- Muy Bueno 5
 - Bueno 4
 - Regular 3
- } Nivel Satisfactorio- TTB (Top Tow Box)
- } Nivel Aceptable

Malo 2 }
 Muy Malo 1 } Nivel Insatisfactorio - Bottom Box

Los resultados los determina el Top Two Box (TTB), es decir, el porcentaje de personas que calificaron las respuestas: “Muy Bueno” + “Bueno”. El Top Box se mide en la gran mayoría de los casos sobre las dos opciones *top* o superiores. Existe también como índice de insatisfacción el **Bottom Box** que sirve para medir las peores opciones u opciones más insatisfechas.

En esta cartilla, el análisis de los indicadores y las metas de desempeño en cuanto a percepción del servicio, tendrán en cuenta el siguiente semáforo basado en dos puntos de corte:

El Nivel Satisfactorio corresponderá a resultados donde las respuestas o evaluaciones en escala Top Two Box o Bueno y Muy Bueno, sean iguales o superiores al 90% del total de la población/observaciones evaluadas.

El nivel Aceptable corresponderá a resultados las respuestas o evaluaciones en escala Top Two Box o Bueno y Muy Bueno, estén entre el 75% y el 89.99% del total de la población/observaciones evaluadas.

El nivel Insatisfactorio estará dado por resultados en los que las respuestas o evaluaciones en escala Top Two Box, Bueno y Muy Bueno, sean inferiores al 75% del total de la población/observaciones evaluadas.

	Indicador $\geq 90\%$	Satisfactorio	Detectando oportunidad de mejora
	$75\% \leq \text{indicador} < 89\%$	Aceptable/tolerable	
	Indicador $< 75\%$	Insatisfactorio	

5.3. Estructura metodológica para el desarrollo de la evaluación de las interacciones de servicio.

El desarrollo de metodologías para la evaluación de la calidad del servicio percibida, en cada una de las Interacciones de Servicio con la Entidad, está definido como un desafío institucional para el que a continuación se definen un conjunto de lineamientos generales, atributos y condiciones mínimas requeridas.

Como se indicó anteriormente, el desarrollo de las técnicas de medición y evaluación de la percepción ciudadana para cada una de las interacciones de servicio se hará de manera gradual y progresiva, tomando como restricciones metodológicas las señaladas en los numerales 6.2.1 y 6.2.2 del presente documento.

Adicionalmente, resulta necesario que la elaboración de instrumentos y/o procedimientos de medición de las distintas Interacciones de Servicio, cumpla con los siguientes atributos transversales y se ciña a

algunas condiciones técnicas mínimas, independientemente del enfoque metodológico de las mediciones.

5.3.1. Objetividad y transparencia de los resultados

Tradicionalmente se ha considerado que las evaluaciones de la percepción de la calidad del servicio deben ser ajenas a la organización evaluada, buscando evitar los sesgos en el diseño y aplicación de los instrumentos, y garantizar la objetividad e imparcialidad de los resultados. No obstante, en el caso de las Entidades Públicas, la orientación natural hacia la racionalización y austeridad del gasto genera restricciones presupuestales que dificultan la apropiación de recursos para la valoración periódica de las condiciones de prestación del servicio por parte de un tercero.

Teniendo en cuenta estas posibles restricciones, la Entidad puede llevar a cabo de manera autónoma, ejercicios de evaluación del nivel de calidad del servicio prestado, sujetos a los lineamientos expresados en la presente cartilla.

Para tal efecto, en procura de transparencia, objetividad y pertinencia, la Subdirección de Servicio al Ciudadano en Asuntos Tributarios o quien haga sus veces, a través de la Coordinación de Canales de Servicio y Experiencia del Usuario o quien haga sus veces, diseñará y propondrá los marcos metodológicos para las observaciones y visto bueno de la Oficina de Control Interno o quien haga sus veces y la Subdirección de Análisis de Riesgo y Programas o quien haga sus veces.

Una vez se cuente con el visto bueno metodológico sobre la medición que se pretende, esta deberá someterse a la revisión y aprobación por parte de los líderes de los procesos involucrados, momento a partir del cual se dará inicio a su ejecución de manera centralizada o descentralizada a través de los canales determinados.

La información propia de la metodología de evaluación, los instrumentos, cuestionarios y herramientas de recolección de la información, así como de los resultados de los mismos, será de libre acceso en todo momento, para las áreas de control a la gestión y las instancias directivas interesadas, así como para órganos públicos internos y externos que tengan como propósito velar porque la Entidad cumpla con su objeto misional.

En virtud de lo expresado, las evaluaciones sobre la percepción de calidad del servicio podrán delegarse en un organismo especializado de carácter público o privado, o realizarse directamente, atendiendo lo estipulado en el presente documento.

5.3.2. Condiciones técnicas de aplicación de las evaluaciones y recolección de los resultados.

En general, las evaluaciones de la percepción ciudadana sobre la calidad del servicio, en cualquiera de las llamadas “Interacciones”, se pueden llevar a cabo bajo 3 grandes marcos metodológicos: i) Diseño y aplicación de encuestas, ii) Escenarios de evaluación basados en juicio experto y iii) los esquemas de auditoría.

La elección del marco metodológico dependerá de la interacción de servicio que desee evaluarse, el número de clientes que conformen la población objeto de estudio, la capacidad operativa para la realización de las evaluaciones y si se desean esquemas de medición abiertas al cliente o a cargo de entes especializados de seguimiento y evaluación.

5.3.2.1. Diseño y aplicación de encuestas

Resulta la alternativa metodológica más aconsejable dado el amplio número de clientes institucionales y en particular, de aquellos registrados en cada Interacción de Servicio. Lo anterior, dada la imposibilidad económica y temporal de otras alternativas.

La realización de una encuesta debe partir del diseño de un cuestionario que atienda las siguientes generalidades en torno a la redacción de las preguntas:

- ✓ Ser relativamente pocas (en general, no se debería superar las veinte).
- ✓ Formularse de manera que requieran una cualitativa ordinal, en la escala de respuesta definida en el numeral 6.2.2. del presente documento.
- ✓ Realizarse de manera que no se levanten prejuicios.
- ✓ Garantizar que el lenguaje y la redacción sean claros.
- ✓ No ser indiscretas sin necesidad.
- ✓ Corroborar en la medida de lo posible.
- ✓ Estar hechas de forma que contesten de manera directa e inequívoca al punto de información deseado.

Así mismo, a la par del diseño del cuestionario, es necesario que se definan los aspectos técnicos esenciales del instrumento a aplicar como son:

- ✓ Objetivo e Interacción de servicio que se pretende evaluar.
- ✓ Población objetivo
- ✓ Canal de aplicación de la encuesta y recolección de la información. (Presencial, Telefónico, Virtual)
- ✓ Método de aplicación de la encuesta: anterior (ex ante), concurrente o a posteriori (ex post) a la interacción de servicio.
- ✓ Responsable de la aplicación.
- ✓ Diseño del plan de muestreo: Selección de la técnica de muestreo y selección, cálculo del tamaño muestral, estimación del margen de error, definición de periodicidad de la muestra.
- ✓ Fecha de aplicación del instrumento.

Dentro del diseño y aplicación de encuestas resulta fundamental la rigurosidad estadística del ejercicio en procura de garantizar, fundamentalmente, la inferencia (capacidad de determinar propiedades de una población a partir de una muestra determinada) e insesgadez del ejercicio (ajuste de los parámetros esperados de la muestra a los verdaderos de la población; que no exista sesgo entre el valor esperado de la muestra y el parámetro poblacional). Para profundizar en el desarrollo y aplicación de estas condiciones, pueden consultarse los manuales de Hayes (1999) y Gutiérrez (2016), presentes en la bibliografía de esta cartilla, referentes a técnicas aplicadas de muestreo, diseño de encuestas y evaluación de servicio.

5.3.2.2. Escenarios de evaluación basados en juicio experto

Cuando la Interacción de Servicio registre un número pequeño de clientes o existan algunos que resulten claramente representativos de un grupo o segmento poblacional, dada su influencia, reconocimiento o categorización como parte interesada, o se pretendan efectuar análisis dentro de un segmento poblacional de clientes reconocido como grupo de valor, puede optarse por la realización de

sesiones grupales o incluso individuales, donde se involucren a todos o la mayor parte de los individuos y de las que se puede sacar la máxima información posible.

En este caso, es el criterio de uno o varios individuos que se considera(n) experto(s) en el tema en cuestión, el que determina a qué ciudadanos clientes se debe someter a la evaluación, en consideración de los factores enunciados anteriormente.

Dentro del tipo de metodologías más aplicadas en la evaluación de juicio experto se destacan: foros de discusión, análisis de grupos focales, entrevistas directas, encuestas y/o entrevistas por referidos o de bola de nieve, entre otros.

5.3.2.3. Esquemas de auditoria de servicios

Este tipo de mediciones pueden considerarse derivadas de aquellas basadas en el juicio experto. Se caracterizan por otorgar la facultad de selección y evaluación a uno o varios individuos expertos que fungirán en calidad de clientes y estarán encargados de revisar la aplicación de los protocolos en torno al desarrollo de las “Interacciones de Servicio”. Los esquemas de auditoría de servicio más empleados son: Evaluación de Cliente Oculto y Auditoría de Lado a Lado.

A continuación, se desarrolla por cada punto de escucha y sus componentes desarrollados en el numeral 7.2 para estructurar el formulario de recolección de datos:

5.3.3. Etapas de aplicación de las mediciones

Sin importar cuál sea el marco metodológico para llevar a cabo la evaluación de la calidad del servicio percibida, existe un conjunto de pasos que deben cumplirse para adelantar este proceso en procura de la objetividad y transparencia de los resultados:

- I. **Diseño del Instrumento:** Independientemente de si se trata de un instrumento tipo encuesta o un esquema de evaluación diferente, es necesario que el instrumento esté fundamentado a nivel metodológico y empírico, que responda a objetivos claros y esté correctamente planificado.
- II. **Aplicación de prueba de confiabilidad/consistencia y de validez⁷:** para el caso del diseño y aplicación de encuestas, las pruebas de confiabilidad/consistencia y de validez deberán desarrollarse acogidos al procedimiento teórico y empírico de carácter estadístico. En el caso de los escenarios de evaluación de juicio experto y de auditoria de servicios se requiere como mínimo una prueba de consistencia y la aplicación de los ejercicios en escenarios piloto que garanticen su eficacia.
- III. **Implementación del instrumento:** esta etapa deberá estar sujeta a un cronograma de actividades que defina la entrega de productos intermedios, el seguimiento y responsabilidades claramente definidas sobre los resultados generales.

⁷ A manera de ejemplo, la Coordinación de gestión de Canales de Servicio o quien haga sus veces, dispuso el documento Prueba de Confiabilidad y validez estadística, como parte de la etapa de diseño del instrumento diseñado para la Interacción de Servicio: Encuesta general de la calidad del servicio Institucional el cual puede ser consultado en: Y:\DG_Ingresos\SG_Asiencia_Cliente\C_Canales_Servicio\Productos\Evidencias Planes 2018\Plan Operativo\Act 12. Aplicar el esquema de evaluación de satisfacción de los clientes de la Entidad

- IV. **Evaluación y presentación de resultados:** Para el caso de las encuestas que se realizasen, la evaluación deberá atender los lineamientos definidos en los numerales 6.2.2. y 6.3.2.1. definidos en la presente cartilla. Los resultados parciales y definitivos deberán ser de conocimiento público de la organización.

5.4. Modelos sugeridos de instrumento para la evaluación de calidad del servicio percibida en las diferentes interacciones de servicio

Con el propósito de ilustrar el desarrollo empírico de las evaluaciones de calidad del servicio percibida, a continuación, se detalla la estructura modular de los cuestionarios a aplicar en cada una de las interacciones de servicio.

Este contenido presenta el conjunto de variables a priori aplicables a cada interacción, y la forma en que puede efectuarse la recolección de la información, sujeto a las adecuaciones y mejoras que resulten del proceso paulatino de diseño, aplicación y evaluación de las mediciones.

5.4.1. Evaluación de canales de atención

La evaluación de la calidad del servicio percibida en los distintos canales de atención se asume como una evaluación concurrente, concebida para ser aplicada al finalizar cada interacción del ciudadano cliente con los distintos canales de atención. Dependiendo del canal y la época del año donde se requiera su aplicación, la evaluación podrá cobijar todos o algunos de los objetivos que se proponen a continuación:

OBJETIVOS	VARIABLES	FORMA DE RECOGER INFORMACIÓN (Sugerida)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Evaluar la calidad general del servicio del canal utilizado. ✓ Indagar sobre las barreras de acceso al servicio (ubicación, información, lenguaje claro, actitud y aplicación de protocolos) ✓ Establecer nivel de conocimiento sobre los trámites a adelantar y/o consultar. ✓ Medir el cumplimiento y la eficiencia del proceso: <ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de acuerdos, tiempos o niveles de servicio establecidos. • Claridad de información con utilidad. • Amabilidad de las personas. • Competencia técnica o asesoramiento dado por los servidores públicos • Marco normativo, leyes, aplicación de políticas u otros. ✓ Aspectos para mejorar en la prestación del servicio y la operación de los canales. ✓ Transparencia en la atención. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Indicador de calidad ✓ Acceso ✓ Proceso ✓ Resultados ✓ Transparencia 	<p style="text-align: center;">Encuesta concurrente.</p>

5.4.2. Voz de la Ciudadanía PQSR y denuncias.

Están relacionadas con el Servicio de Peticiones, Quejas, Sugerencias, Reclamos y denuncias.

OBJETIVOS	VARIABLES	FORMA DE RECOGER INFORMACIÓN (Sugerida)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Monitorear los tiempos de acceso para presentar una PQSR. ✓ Monitoreo de los tiempos de atención de PQSR. ✓ Evaluación de la atención humana dada por los servidores. ✓ Efectividad del servicio. ✓ Efectividad del Trámite (realizado PQSR). ✓ Si siente que se fomenta el canal de PQSR. ✓ Si ve resultados o acciones tomadas con base a las PQSR. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Indicador: Calidad general del servicio de PQSR. (usar pregunta cerrada de calificación) ✓ Acceso ✓ Proceso ✓ Resultados ✓ Preguntas abiertas de profundización (expectativas). 	<p>Encuesta ex post.</p> <p>Muestreo aleatorio simple del listado unificado de los ciudadanos que interpusieron PQSR dirigidos a la entidad.</p>

5.4.3. Protocolos de reivindicación del servicio.

La reivindicación del servicio al ciudadano surge cuando la entidad incumple un compromiso o cuando por diferentes razones ésta no se encuentra en disposición de ofrecer el servicio con los estándares que debería. Como resultado de una indisponibilidad parcial o total del servicio o la inaplicación de los protocolos de atención, el protocolo de reivindicación resulta ser la última instancia de servicio orientada a garantizar solventar las necesidades del cliente en reconocimiento de una falla en su prestación.

Ejemplo: Reconocimiento de que la entidad tiene inconsistencias en el registro de pagos. Reconstrucción de listados de clientes sometidos a contingencia por indisponibilidad total o parcial de los servicios en línea.

OBJETIVOS	VARIABLES	FORMA DE RECOGER INFORMACIÓN (Sugerida)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Medir la efectividad del servicio (prestado por la entidad). ✓ Medir la claridad de la información. ✓ Evaluar la percepción en relación con la validación o no del compromiso. ✓ Generar acciones con base al incumplimiento 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Indicador: ¿Cómo califica la calidad general de la comunicación en relación con la carta de compromiso sobre (insertar compromiso)? (usar pregunta cerrada de calificación) ✓ Acceso ✓ Proceso ✓ Resultados ✓ Preguntas abiertas de profundización (expectativas). 	<p>Encuesta ex post.</p> <p>Muestreo aleatorio simple de listado unificado de las respuestas a las peticiones sugerencias, quejas o reclamos a la Entidad en la cual la entidad se compromete a gestionar o corregir la situación que da origen al compromiso.</p> <p>O muestreo aleatorio de casos reportados a la Entidad por Contact Center.</p>

5.4.4. Encuesta general de la calidad del servicio Institucional

Se evalúa el servicio directo que la entidad ofrece a los contribuyentes y usuarios, personas naturales o jurídicas, entendidos como la razón misional de la Entidad, ya que es su grupo principal de relacionamiento (servicio recaudo de Impuestos y comercio exterior).

Indicadores de lealtad muestran las intenciones futuras de los grupos de interés:

- Relacionamiento con los diferentes procesos y áreas de la Entidad, como son percibidos los procesos y las áreas interna y externamente en los momentos de relacionamiento
- Percepción de la calidad que genera la Entidad

Estas son las medidas claves que determinan las actitudes de los grupos de interés.

- Valor que genera la Entidad.

Racionales u observables que generan reciprocidad:

- La adhesión a la entidad o intención de involucrarse activamente en sus programas o proyectos
- Hablar positivamente de la entidad
- Dudar de información negativa o dar el beneficio de la duda.

Afectivos o emocionales:

- Confianza en la Entidad
- Confianza en la Dirección Seccional o Delegada
- Confianza en el gobierno nacional

OBJETIVOS DE LA EVALUACIÓN	VARIABLES	FORMA DE RECOGER INFORMACIÓN (Sugerida)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Identificar la intención de presentar comportamientos deseados hacia la Entidad por parte de los ciudadanos que entran en contacto con ella. ✓ Medir el valor y la percepción de calidad de la UAE DIAN que tienen los ciudadanos, contribuyentes y usuarios. ✓ Establecer el nivel de sinergia, en términos de “Delivery o Entrega” (indicadores de lealtad a partir de actitudes, relaciones y emociones) que está presentando la Entidad. ✓ Evaluar los productos y servicios de la Entidad desde el punto de vista de los ciudadanos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Indicador: Calidad general del servicio de atención directa utilizado: derecho de petición, tutela, etc. ✓ Acceso ✓ Proceso Afectivos o emocionales: <ul style="list-style-type: none"> • Confianza en la Entidad • Confianza en la Dirección Seccional o delegada • Confianza en el gobierno nacional. Racionales u observables: <ul style="list-style-type: none"> • La adhesión a la Entidad o intención de involucrarse activamente en sus programas o proyectos. • Hablar positivamente de la entidad o recomendar • Dudar de información negativa o dar el beneficio de la duda. Para el caso de la generación de valor de las entidades o las actitudes se sugieren: <ul style="list-style-type: none"> • La calidad general de los servicios que provee la Entidad. • El valor que genera la Entidad. <ul style="list-style-type: none"> ✓ Resultado ✓ Transparencia 	<p>Encuesta ex post.</p> <p>Muestreo aleatorio simple de listado unificado de contribuyentes y usuarios atendidos en los canales de atención.</p>

5.4.5. Procesos internos y áreas de las entidades

Esta evaluación surge de la necesidad de ver si internamente los procesos están funcionando en forma correcta, esto es, si a los usuarios de cada proceso se les están cumpliendo las expectativas, si el

proceso funciona o dónde hay necesidad de mejorar el nivel de optimización. También a través de esta interacción se busca establecer el nivel de adecuación y afinidad del personal de cara al cliente con los esquemas comportamentales y de aptitud definidos para el proceso.

OBJETIVOS DE LA EVALUACIÓN	VARIABLES	FORMA DE RECOGER INFORMACIÓN (Sugerida)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer indicadores a nivel estratégico, táctico y operativos de los diferentes procesos. ✓ Entender el punto de vista de los clientes internos de los procesos. ✓ Identificar fortalezas, oportunidades de mejora y de comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Indicador: Calidad general del área/proceso. (usar pregunta cerrada de calificación) ✓ Acceso ✓ Proceso ✓ Resultado ✓ Preguntas abiertas para profundización 	<p>Metodologías de evaluación de Juicio Experto</p> <p>Se sugiere aplicar a todos los servidores públicos de la Entidad.</p> <p>Al inicio del formulario preguntar por los procesos o áreas con los que las personas tienen contacto, y realizar módulos de aplicación de estos.</p>

5.4.6. Ciudadano oculto – auditoría de servicio.

Observación directa por personal entrenado para que permita tomar acciones, con el propósito de evidenciar actividades ilícitas, trámites engorrosos, entre otros. Este es un mecanismo a través del cual las entidades pueden buscar apoyo en PNSC para que ellos brinden el soporte a la entidad en caso de ser necesario

OBJETIVOS DE LA EVALUACIÓN	VARIABLES	FORMA DE RECOGER INFORMACIÓN
<p>Evaluar la aplicación de protocolos de servicio, especialmente en términos de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acceso a Canales • Barreras de acceso o facilidad para acceder al servicio. • Proceso: Aplicación del ciclo de servicio y los protocolos de atención. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Acceso ✓ Proceso ✓ Resultado ✓ Preguntas abiertas para profundización 	<p>Para realizar en momentos o en el ciclo de servicio identificados como prioritarios de acción o en donde se encuentre problemas.</p> <p>Realizar según necesidad y conveniencia</p>

5.5. Responsables de la evaluación de la calidad del servicio percibida – presentación de resultados

La metodología y herramientas de carácter teórico y empírico que conforman el esquema de evaluación de la calidad percibida por los clientes de la UAE DIAN, primer componente del modelo de evaluación de servicio, están a disposición de todos los procesos de la Entidad. De esta forma, aquellas áreas que deseen promover evaluaciones acerca de la percepción de los clientes sobre el servicio dado en cualquier escenario o “Interacción de Servicio” y a través de cualquier canal, podrán promoverlas sujetas a los lineamientos dados bajo la presente cartilla, con el concurso, orientación y bajo la responsabilidad de la Subdirección de Servicio al Ciudadano en Asuntos Tributarios o quien haga sus veces, a través de la Coordinación de Canales de Servicio y Experiencia del Usuario o quien haga sus veces.

Así mismo, más allá de las iniciativas de evaluación formuladas por otras áreas de la Entidad, la Subdirección de Servicio al Ciudadano en Asuntos Tributarios o quien haga sus veces, deberá garantizar el desarrollo progresivo y por etapas de los esquemas de evaluación para cada una de las Interacciones de Servicio, indicando en su plan operativo anual los objetivos de evaluación a comprometer para la vigencia.

5.5.1. Presentación de resultados parciales y totales de la evaluación de la calidad del servicio percibida.

En concordancia con la estructura de responsabilidad indicada y conforme a las directrices impartidas en los numerales 6.2. y 6.3 del presente, la presentación de resultados del primer componente del modelo de servicio institucional estará a cargo de la Subdirección de Servicio al Ciudadano en Asuntos Tributarios o quien haga sus veces, bajo las siguientes consideraciones:

- Teniendo en cuenta que el desarrollo e implementación de las evaluaciones para las 6 Interacciones de Servicio se hará de forma gradual y progresiva, los resultados obtenidos en aquellas evaluaciones implementadas y culminadas entregarán el resultado del componente de calidad del servicio percibida del Modelo de Evaluación del Servicio.
- Dada la estructura cualitativa ordinal de la escala de evaluación y el análisis por medio del esquema “top two box” presentado en el numeral 6.2.2., los resultados de las evaluaciones para cada una de las interacciones de servicio se entregarán en los Niveles: Satisfactorio, Aceptable o Insatisfactorio.
- El seguimiento al componente de calidad del servicio percibida se efectuará semestralmente. Tanto los resultados de las evaluaciones como sus evidencias deberán presentarse en el Informe de gestión y resultados de la Subdirección de Servicio al Ciudadano en Asuntos Tributarios o quien haga sus veces.
- Cuando se cuente con resultados de más de una Interacción de servicio evaluada, el resultado agregado de la calidad del servicio percibida será obtenido por Moda estadística con la siguiente salvedad: Al encontrarse alguna de las interacciones de servicio evaluadas con resultado en Nivel insatisfactorio, el resultado agregado del componente será insatisfactorio.

A continuación, se presentan algunos ejemplos del proceso de agregación de resultados de las evaluaciones de la calidad del servicio percibida.

Supóngase que para el primer semestre de la presente vigencia se adelantaron evaluaciones a 3 interacciones de servicio con los siguientes resultados:

Interacción de Servicio Evaluada	Clientes encuestados	Sumatoria de respuestas en escala Bueno y Muy Bueno	Respuestas válidas a la variable de calidad general percibida	Resultado	Nivel de evaluación
1. Evaluación de canales de atención	3500	1800	3450	52,17%	Insatisfactorio
Canal presencial	2000	800	1990	40,20%	Insatisfactorio
Canal telefónico	1500	1000	1460	68,49%	Insatisfactorio

2. Voz de la Ciudadanía PQSR y denuncias	400	390	400	97,50%	Satisfactorio
3. Ciudadano Oculto - Auditoria de Servicio (*)	N/A	N/A	N/A	N/A	Satisfactorio
RESULTADO AGREGADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO PERCIBIDA					INSATISFACTORIO

(*) La evaluación de cliente oculto fue adelantada bajo un marco metodológico donde no fue necesario aplicar cuestionarios a clientes y el resultado provino de una evaluación de juicio experto ajustada a los niveles definidos dentro del modelo.

Como puede observarse, pese a que la moda entre las 3 evaluaciones es “Satisfactorio”, el resultado agregado del componente de calidad del servicio percibida es insatisfactorio por la salvedad indicada en el literal b de la presente sección.

La justificación tras la salvedad señalada es la estrecha interrelación que existe entre las interacciones de servicio. Además, debe destacarse la necesidad de hacer explícitas todas las situaciones desfavorables en materia de percepción de la calidad del servicio, para a partir de estas tomar las acciones de mejora oportunas a que haya lugar, que impidan la deslegitimación progresiva del accionar de la entidad dentro de la opinión pública.

Supóngase un segundo caso en el que, para la presente vigencia, se adelantaron evaluaciones a 3 interacciones de servicio con los siguientes resultados:

Interacción de Servicio Evaluada	Clientes encuestados	Sumatoria de respuestas en escala Bueno y Muy Bueno	Respuestas válidas a la variable de calidad general percibida	Resultado	Nivel
1. Evaluación de canales de atención	3500	3000	3450	86,96%	Aceptable / Tolerable
Canal presencial	2000	1800	1990	90,45%	Satisfactorio
Canal telefónico	1500	1200	1460	82,19%	Tolerable
2. Voz de la Ciudadanía PQSR y denuncias	400	390	400	97,50%	Satisfactorio
3. Ciudadano Oculto - Auditoria de Servicio	N/A	N/A	N/A	N/A	Satisfactorio
RESULTADO AGREGADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO PERCIBIDA					SATISFACTORIO

(*) La evaluación de cliente oculto fue adelantada bajo un marco metodológico donde no fue necesario aplicar cuestionarios a clientes y el resultado provino de una evaluación de juicio experto ajustada a los niveles definidos dentro del modelo.

En este caso, al no haberse presentado resultados en el nivel insatisfactorio, el resultado agregado del componente de calidad del servicio percibida es el resultado directo de la frecuencia modal entre los resultados obtenidos en las distintas “Interacciones de Servicio”.

6. EVALUACIÓN OPERATIVA DEL SERVICIO INSTITUCIONAL MEDIANTE ACUERDOS DE NIVEL DE SERVICIO – ANS.

El segundo componente del modelo de evaluación del servicio institucional lo constituye el esquema de seguimiento operativo a los canales de atención a través de los distintos indicadores y sus correspondientes metas, renombradas como ANS. El presente esquema define por tanto la promesa de servicio institucional que deberá aplicarse en la atención de cualquier cliente de la Entidad, sin importar el canal o proceso responsable.

A continuación, se presenta el conjunto de ANS definidos para cada canal de atención, detallando objetivo, fórmula, responsable, periodicidad y en general todos los aspectos necesarios para su seguimiento y evaluación. Adicionalmente se señalan los rangos de evaluación que permiten trasladar los resultados cuantitativos de cada ANS a los niveles cualitativos: satisfactorio, aceptable/tolerable o insatisfactorio sobre los que recaerá la evaluación consolidada.

6.1. ANS del Canal Telefónico

Para los efectos del presente documento, el canal telefónico se circunscribe al total de transacciones efectuadas por los ciudadanos clientes y Centro de Contacto de la UAE DIAN a través de llamadas telefónicas, chat institucional, foros, redes sociales, entre otros.

Actualmente, el servicio de centro de contacto se encuentra contratado por la UAE DIAN en el marco del artículo 2.2.1.2.1.2.7. del Decreto 1082 de 2015 (único reglamentario en materia de contratación), el cual establece la obligatoriedad para las Entidades Estatales de la Rama Ejecutiva del Poder Público del orden nacional de contratar la adquisición de Bienes y Servicios de Características Técnicas Uniformes por compra por catálogo, derivado de la celebración de Acuerdos Marco de Precios.

En cumplimiento de lo anterior la UAE DIAN tiene suscrita la Orden de Compra 32489⁸ con vigencia hasta el año 2021. Bajo la estructura de seguimiento del Acuerdo Marco BPO se tiene establecido el conjunto de ANS Nivel platino aplicables al desarrollo de la operación los cuales pueden ser consultados en el sitio oficial de Colombia Compra Eficiente a través del siguiente Link:

<https://www.colombiacompra.gov.co/tienda-virtual-del-estado-colombiano/tecnologia/servicios-bpo>

Con el propósito de unificar la medición de los resultados propios de los ANS del canal telefónico definidos por el Acuerdo Marco BPO, se aplicará la siguiente escala de homologación frente a los niveles de evaluación propuestos por la presente cartilla, así:

- ✓ Los resultados situados en el nivel Platino de los ANS serán considerados en el rango satisfactorio.
- ✓ Los resultados registrados en el nivel Oro de los ANS serán homologados en el rango Aceptable /Tolerable.
- ✓ Los resultados obtenidos en el nivel plata o inferior de los ANS, serán asimilados como insatisfactorios.

Conforme a lo establecido en la mencionada Orden de Compra, la Subdirección de Servicio al Ciudadano en Asuntos Tributarios o quien haga sus veces, en calidad de supervisor de la misma

⁸ Ver detalle en: <https://www.colombiacompra.gov.co/tienda-virtual-del-estado-colombiano/ordenes-compra/32489>

efectuará el seguimiento periódico a los ANS conforme se encuentran definidos en este marco contractual.

6.2. ANS del Canal Presencial

El canal de atención presencial de la Entidad está conformado por la red de puntos de contacto a nivel nacional, las sedes de Direcciones Seccionales, puntos de radicación documental y demás sedes operativas donde se atiende público en desarrollo de las actividades misionales y de apoyo.

En desarrollo del atributo de transversalidad del Modelo de Servicio, para todos aquellos lugares donde se adelanten trámites o se presten servicios de manera presencial se debe implementar un ciclo de servicio (en la medida de lo posible basado en el agendamiento de citas y el uso del sistema de control de gestión de la UAE DIAN) y por tanto acogerse a los ANS que se presentan a continuación:

6.2.1. Capacidad real de la agenda

Descripción y Objetivo: Evalúa si la agenda programada para el periodo de análisis es consistente con el número de funcionarios adscritos a la unidad de análisis y definidos con rol de atención en ventanilla.

Formula: (No. total de funcionarios según tiempo programado de agenda / No. Total de funcionarios destacados a ventanilla.) *100

Tipo de Indicador: Eficacia.

Fuente: SIE de Planeación, Sistema de control de gestión del canal presencial - Digiturno5.

ANS – Meta: 70%

Unidad de Análisis: Puntos de Contacto, Direcciones Seccionales, Total Nacional.

Periodicidad de la Evaluación: Mensual.

Rangos de resultados:

Rango de resultados Satisfactorio	Rango de resultados Tolerable	Rango de resultados Insatisfactorio
≥ 70%	≥ 60% < 70%	< 60%

6.2.2. Disponibilidad de agenda

Descripción y Objetivo: Mide el número de días de distancia a los que se encuentra la siguiente cita disponible para trámites agendados.

Fórmula: Cantidad de días a los que se encuentra la siguiente cita disponible. La evaluación será tomada a partir de verificación llevada a cabo por la Coordinación de Canales de Servicio y Experiencia del Usuario o quien haga sus veces en un día aleatorio de cada semana.

Tipo de Indicador: Eficacia.

Fuente: Sistema de Agendamiento, Sistema de control de gestión del canal presencial - Digiturno5.

ANS – Meta: 3 días.

Unidad de Análisis: Puntos de Contacto, Direcciones Seccionales, Total nacional.

Periodicidad de la Evaluación: Semanal.

Rangos de resultados:

Rango de resultados Satisfactorio	Rango de resultados Tolerable	Rango de resultados Insatisfactorio
≤ 3	> 3 ≤ 5	> 5

6.2.3. Tiempo Promedio de Espera

Descripción y Objetivo: Tiempo promedio ponderado de todos los turnos atendidos, finalizados en la unidad de análisis.

Fórmula: Tiempo promedio ponderado de espera de todos los turnos, finalizados en la unidad de análisis.

Tipo de Indicador: Eficiencia.

Fuente: Sistema de control de gestión del canal presencial - Digiturno5.

ANS – Meta: 15 minutos.

Unidad de Análisis: Puntos de Contacto, Direcciones Seccionales, Total nacional.

Periodicidad de la Evaluación: Mensual, Trimestral, Semestral, Anual.

Rangos de resultados:

Rango de resultados Satisfactorio	Rango de resultados Tolerable	Rango de resultados Insatisfactorio
≤ 15	> 15 ≤ 20	> 20

6.2.4. Tiempo Promedio de Atención

Descripción y Objetivo: Tiempo promedio ponderado de todas las transacciones atendidas en ventanilla, finalizadas en la unidad de análisis.

Fórmula: Tiempo promedio ponderado de atención de todas las transacciones finalizadas gestionadas en ventanilla.

Tipo de Indicador: Eficiencia.

Fuente: Sistema de control de gestión del canal presencial - Digiturno5.

ANS – Meta: 10 minutos.

Unidad de Análisis: Puntos de Contacto, Direcciones Seccionales, Total nacional.

Periodicidad de la Evaluación: Mensual, Trimestral, Semestral, Anual.

Rangos de resultados:

Rango de resultados Satisfactorio	Rango de resultados Tolerable	Rango de resultados Insatisfactorio
≤ 10	> 10 ≤ 20	> 20

6.2.5. Proporción de clientes atendidos en ANS Tiempo de espera

Descripción y Objetivo: Cociente entre el total de turnos que cumplieron la promesa de espera y el total de turnos atendidos finalizados.

Fórmula: (Total de turnos que cumplieron la promesa de espera / total de turnos atendidos, finalizados) *100

Tipo de Indicador: Eficacia.

Fuente: Sistema de control de gestión del canal presencial - Digiturno5.

ANS – Meta: 70%

Unidad de Análisis: Puntos de Contacto, Direcciones Seccionales, Total nacional.

Periodicidad de la Evaluación: Mensual, Trimestral, Semestral, Anual.

Rangos de resultados:

Rango de resultados Satisfactorio	Rango de resultados Tolerable	Rango de resultados Insatisfactorio
≥ 70%	≥ 60% < 70%	< 60%

6.2.6. Proporción de transacciones atendidas en ANS Tiempo de atención

Descripción y Objetivo: Cociente entre el total de transacciones que cumplieron la promesa de atención y el total de transacciones atendidas, finalizadas en ventanilla.

Fórmula: (Total de transacciones que cumplieron la promesa de atención / el total de transacciones atendidas, finalizadas en ventanilla) *100

Tipo de Indicador: Eficacia.

Fuente: Sistema de control de gestión del canal presencial - Digiturno5.

ANS – Meta: 70%

Unidad de Análisis: Puntos de Contacto, Direcciones Seccionales, Total nacional.

Periodicidad de la Evaluación: Mensual, Trimestral, Semestral, Anual.

Rangos de resultados:

Rango de resultados Satisfactorio	Rango de resultados Tolerable	Rango de resultados Insatisfactorio
≥ 70%	≥ 60% < 70%	< 60%

6.2.7. Ocupación en ventanilla

Descripción y Objetivo: Confronta el tiempo total en agenda programada para trámites de RUT e Instrumento de Firma Electrónica - IFE y el tiempo total de llamado y atención de todos los trámites de inscripción/actualización RUT y emisión/renovación/revocación de IFE.

Fórmula: (El tiempo total de llamado y atención de todos los trámites de inscripción o actualización RUT y emisión/renovación/revocación de IFE de la unidad de análisis / Total en agenda programada para RUT e IFE) *100

Tipo de Indicador: Eficiencia.

Fuente: Sistema de control de gestión del canal presencial - Digiturno5.

ANS – Meta: 80%

Unidad de Análisis: Puntos de Contacto, Direcciones Seccionales, Total nacional.

Periodicidad de la Evaluación: Mensual, Trimestral, Semestral, Anual.

Rangos de resultados:

Rango de resultados Satisfactorio	Rango de resultados Tolerable	Rango de resultados Insatisfactorio
≥ 80%	≥ 70% < 80%	< 70%

6.2.8. Productividad

Descripción y Objetivo: Evalúa el total de trámites realizados por funcionario conforme al total de transacciones atendidas finalizadas y el total de funcionarios programados según agenda.

Fórmula: $(\text{Total de trámites atendidos finalizados} / \text{Total de funcionarios programados según agenda}) * 100$

Tipo de Indicador: Eficiencia.

Fuente: Sistema de control de gestión del canal presencial - Digiturno5.

ANS – Meta: 39.

Unidad de Análisis: Puntos de Contacto, Direcciones Seccionales, Total nacional.

Periodicidad de la Evaluación: Mensual, Trimestral, Semestral, Anual.

Rangos de resultados:

Rango de resultados Satisfactorio	Rango de resultados Tolerable	Rango de resultados Insatisfactorio
≥ 39	≥ 30 < 39	< 30

6.2.9. Consistencia RUT Persona Jurídica

Descripción y Objetivo: Evaluación de la Calidad en los trámites formalizados de RUT Persona Jurídica.

Fórmula: $(\text{Tramites RUT PJ formalizados sin errores} / \text{Total de Trámites RUT PJ formalizados}) * 100$

Tipo de Indicador: Efectividad.

Fuente: SIE de Planeación.

ANS – Meta: 100%.

Unidad de Análisis: Puntos de Contacto, Direcciones Seccionales, Total nacional.

Periodicidad de la Evaluación: Mensual, Trimestral, Semestral, Anual.

Rangos de resultados:

Rango de resultados Satisfactorio	Rango de resultados Tolerable	Rango de resultados Insatisfactorio
100%	≥ 95% < 100%	< 95%

6.2.10. Consistencia RUT Persona Natural

Descripción y Objetivo: Evaluación de la Calidad en los trámites formalizados de RUT Persona Natural.

Fórmula: $(\text{Tramites RUT PN formalizados sin errores} / \text{Total de Trámites RUT PN formalizados}) * 100$

Tipo de Indicador: Efectividad.

Fuente: SIE de Planeación.

ANS – Meta: 100%.

Unidad de Análisis: Puntos de Contacto, Direcciones Seccionales, Total nacional.

Periodicidad de la Evaluación: Mensual, Trimestral, Semestral, Anual.

Rangos de resultados:

Rango de resultados Satisfactorio	Rango de resultados Tolerable	Rango de resultados Insatisfactorio
100%	≥ 95% < 100%	< 95%

6.3. ANS del Canal Virtual

En el marco de la presente cartilla, el canal virtual de la entidad comprende el conjunto de servicios informáticos electrónicos – SIES que ha dispuesto la UAE DIAN para la autogestión de trámites y el cumplimiento de las obligaciones tributarias, aduaneras y cambiarias por parte de los ciudadanos clientes.

A través de este canal se presenta un importante flujo de transacciones, para las que se requiere evaluar las condiciones de disponibilidad, agilidad, rendimiento y usabilidad de las plataformas informáticas previstas.

En virtud de lo anterior, la Subdirección de Servicio al Ciudadano en Asuntos Tributarios o quien haga sus veces tramitará con la Subdirección de Infraestructura Tecnológica y de Operaciones o quien haga sus veces y la Subdirección de Planeación y Cumplimiento o quien haga sus veces la creación y/o reformulación de indicadores a manera de ANS orientados a evaluar los atributos señalados en el marco de los procedimientos PR-IIT-0374: Contingencia por la no disponibilidad de los sistemas de información y PR-IIT-0144: Gestión de incidentes de los sistemas de información.

6.3.1. Contingencias e indisponibilidad de los SIES: Invalidación de la promesa de servicio en los canales presencial y telefónico

Existe una relación estrecha e innegable entre el funcionamiento y disponibilidad de los SIES y la capacidad de los canales presencial y telefónico para hacer una defensa efectiva de la promesa de servicio definida a través de los distintos ANS. De esta forma, situaciones de contingencia declarada o indisponibilidad total o parcial en los SIES de la UAE DIAN, deberán dar lugar a una anulación de los resultados de los ANS del canal presencial y telefónico por los periodos de tiempo cubiertos por la condición.

Con el propósito de dar sentido operativo a la anulación de resultados de que trata el inciso anterior, los ANS que se propongan para el canal virtual deberán establecer rangos de resultados en los niveles satisfactorio, aceptable/tolerable e insatisfactorio.

6.4. Responsables de la evaluación y seguimiento operativo a los ANS

Corresponde a la Subdirección de Servicio al Ciudadano en Asuntos Tributarios o quien haga sus veces, a través de la Coordinación de Canales de Servicio y Experiencia del Usuario o quien haga sus veces administrar el seguimiento y evaluación de los ANS del canal telefónico y presencial, a nivel de punto de contacto, Dirección Seccional y total nacional, así como de los resultados agregados del sistema operativo de servicio, que involucran además, los ANS del canal virtual cuyo seguimiento y evaluación recae sobre la Subdirección de Infraestructura Tecnológica y de Operaciones o quien haga sus veces.

No obstante, el seguimiento y evaluación a los resultados de los ANS del canal presencial también son responsabilidad de los Puntos de Contacto y Direcciones Seccionales en lo específicamente relacionado con su unidad administrativa. De esta forma en el nivel local y delegado de la Entidad deberá velarse porque los resultados se mantengan en niveles satisfactorios garantizando el cumplimiento de la promesa de servicio de cara al cliente.

El esquema de evaluación operativa del servicio que aquí se propone, no solo resulta ser una herramienta gerencial de vital importancia y un criterio de la evaluación gerencial de la Entidad, sino que también debe ser un instrumento de valoración del desempeño individual de los servidores que cumplen funciones de cara al público en ciclos de servicio debidamente establecidos, como los de los puntos de contacto. Por esta razón, los ANS del canal presencial deberán asociarse al establecimiento de compromisos y la valoración individual del desempeño de los servidores, jefes de punto y jefes de división.

6.4.1. Presentación de resultados del seguimiento operativo a los ANS.

El seguimiento y evaluación deberá efectuarse sobre los resultados individuales de los ANS y sobre los resultados agregados del canal, en cada unidad de análisis y conforme a la periodicidad descrita en el numeral 7.2.

Teniendo en cuenta las distintas unidades de medida de los ANS, todas de carácter cuantitativo, y la capacidad de la metodología de evaluación para disponer los resultados de estos en las escalas cualitativas, a saber, satisfactorio, aceptable/tolerable e insatisfactorio, la agregación de resultados se hará bajo las siguientes directrices:

- ✓ **Resultados agregados del canal presencial por Unidad de Análisis:** el resultado agregado de los ANS presenciales para cada punto de contacto y Dirección Seccional, se determinará a partir del rango (Satisfactorio, aceptable/tolerable, insatisfactorio) obtenido en el periodo acumulado de evaluación, mediante la aplicación de Moda estadística con la siguiente salvedad: Al encontrarse alguno de los ANS con resultado en Nivel insatisfactorio, el resultado agregado del Punto de Contacto y/o Dirección Seccional será insatisfactorio.
- ✓ **Resultados agregados de los ANS:** Siguiendo las características transversales de los ANS, el resultado nacional consolidado de cada uno de los 10 previstos para el canal presencial, para un periodo de tiempo acumulado, provendrá de la sumatoria de sus variables (a nivel nacional) y el cálculo de la fórmula prevista en el numeral 7.2. para el caso de los ANS de los canales virtual y telefónica, al no existir unidades de análisis diferentes al consolidado nacional, el cálculo y presentación de resultados de los mismos se obtendrá directamente conforme a su formulación.

- ✓ **Resultados agregados de los canales:** En cada uno de los tres canales de atención se efectuará una evaluación agregada nacional consistente en la determinación de la moda entre los rangos de resultados obtenidos en los diferentes ANS con la siguiente salvedad: Al encontrarse alguno de los ANS con resultado en Nivel insatisfactorio, el resultado agregado del Canal y entre canales será insatisfactorio.

7. EVALUACIÓN GENERAL AGREGADA DEL SERVICIO INSTITUCIONAL

Ilustración 3. Integralidad del Modelo de Evaluación Institucional



Fuente: Coordinación de Gestión Canales de Servicio.

Como se ha mencionado, la integralidad es una característica fundamental del modelo de evaluación que se propone. Bajo este atributo se hace un ejercicio equitativo de compensación entre el componente objetivo del servicio, dado por los resultados de operación de los canales de atención, y el subjetivo asociado a la calidad del servicio percibida por los ciudadanos clientes de la Entidad.

Como lo refleja la ilustración anterior, los dos componentes de evaluación son igualmente importantes y cada uno cumple un rol confirmatorio a los resultados obtenidos en el otro: Así las cosas, resultados satisfactorios en el plano operativo del modelo, debieran verse reflejados en niveles comparables de la calidad del servicio percibida; de la misma forma, bajos niveles de calidad del servicio percibida pueden ser ocasionados por resultados insatisfactorios del sistema operativo de servicio.

A partir de los numerales 6 y 7, ha sido claro el propósito de trasladar las métricas cuantitativas de cada componente del modelo, a una escala cualitativa de resultados dada por los rangos o niveles: satisfactorio, aceptable/tolerable e insatisfactorio.

Así mismo, el modelo busca reflejar las situaciones de inconformidad de los clientes o inoperancia de los canales de atención, por lo cual, en la evaluación de los dos componentes se planteó el uso de la moda estadística condicionada a los eventuales resultados insatisfactorios que se den en algunas interacciones de servicio y ANS. Esto evita compensación o sesgo por resultados satisfactorios registrados en otros componentes de la evaluación.

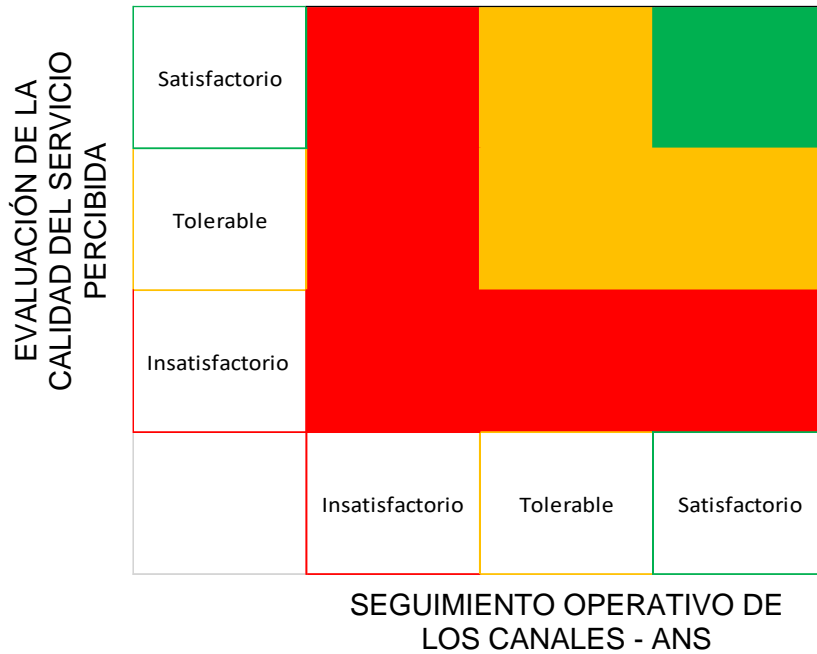


Ilustración 4. Obtención del resultado de la evaluación total al servicio institucional

Una vez obtenidos los resultados de la evaluación a los dos componentes del modelo de servicio, tal como se indicó en las secciones 6.5. y 7.4. de esta cartilla, la valoración total de resultados del modelo se obtendrá siguiendo las reglas o axiomas de confrontación resumidos en el diagrama anterior.

De manera sintetizada, el modelo de servicio arrojará un resultado insatisfactorio si alguno de los componentes, bien sea la calidad del servicio percibida o el seguimiento operativo de los canales obtiene resultados insatisfactorios, independientemente del que se obtenga en el otro componente.

Así mismo, el modelo de servicio arrojará un resultado en el rango aceptable/tolerable, si alguno de los componentes, bien sea la calidad del servicio percibida o el seguimiento operativo de los canales, obtiene resultados en esta escala. Esto, independientemente de que resulte satisfactoria la valoración del otro componente.

Finalmente, dada la facultad de no sesgo y no compensación del modelo, el resultado satisfactorio de este solo será posible si tanto la valoración de la calidad del servicio percibida como el seguimiento operativo de los canales se sitúan también en una escala satisfactoria.

8. ACCIONES CORRECTIVAS, PREVENTIVAS Y MANEJO DE PRODUCTO NO CONFORME

Como resultado de la aplicación del Modelo de Evaluación del Servicio los diferentes responsables de las mediciones deberán acometer las acciones previstas en los procedimientos PR-PEC-0238 Control

de salidas no conformes y/o PR-PEC-0239 Acciones correctivas, del proceso de Planeación, Estrategia y Control, conforme a los siguientes escenarios y lineamientos:

- ✓ **Resultado INSATISFACTORIO de la evaluación agregada de la calidad del servicio percibida:** Tras haberse adelantado la evaluación indicada en el numeral 6.5. de la presente cartilla y constatado el resultado insatisfactorio del componente, la Subdirección de Servicio al Ciudadano en Asuntos Tributarios o quien haga sus veces, a través de la Coordinación de Canales de Servicio y Experiencia del Usuario o quien haga sus veces, procederá a efectuar la identificación y registro del producto no conforme, tal como lo establece el procedimiento PR-PEC-0238, con las actividades subsecuentes. Adicionalmente y en consecuencia deberán adelantarse las acciones correctivas y preventivas establecidas en el procedimiento PR-PEC-0239.
- ✓ **Resultado ACEPTABLE/TOLERABLE de la evaluación agregada de la calidad del servicio percibida:** De otra parte, si al efectuarse la evaluación de la que trata el numeral 6.5. de la presente cartilla es constatado el resultado aceptable/tolerable del componente, la Subdirección de Servicio al Ciudadano en Asuntos Tributarios o quien haga sus veces, a través de la Coordinación de Canales de Servicio y Experiencia del Usuario o quien haga sus veces procederá a adelantar las acciones correctivas y preventivas establecidas en el procedimiento PR-PEC-0239.
- ✓ **Resultado INSATISFACTORIO de la evaluación agregada operativa de los canales de atención mediante ANS:** Si tras haberse adelantado la evaluación indicada en el numeral 7.4. de la presente cartilla se evidencia el resultado insatisfactorio del componente, la Subdirección de Servicio al Ciudadano en Asuntos Tributarios o quien haga sus veces, a través de la Coordinación de Canales de Servicio y Experiencia del Usuario o quien haga sus veces, procederá a efectuar la identificación y registro del producto no conforme, tal como lo establece el procedimiento PR-PEC-0238, con las actividades subsecuentes. Adicionalmente y en consecuencia deberán adelantarse las acciones correctivas y preventivas establecidas en el procedimiento PR-PEC-0239.
- ✓ **Resultado ACEPTABLE/TOLERABLE de la evaluación agregada operativa de los canales de atención mediante ANS:** Si al efectuarse la evaluación de la que trata el numeral 7.4. de la presente cartilla es constatado el resultado aceptable/tolerable del componente (tanto el agregado total, como la de los canales telefónico y virtual), la Subdirección de Servicio al Ciudadano en Asuntos Tributarios o quien haga sus veces, a través de la Coordinación de Canales de Servicio y Experiencia del Usuario o quien haga sus veces, procederá a adelantar las acciones correctivas y preventivas establecidas en el procedimiento PR-PEC-0239.
- ✓ **Resultado INSATISFACTORIO de la evaluación operativa del canal virtual:** Si tras haberse adelantado la evaluación indicada en el numeral 7.3. de la presente cartilla se evidencia el resultado insatisfactorio del componente, la Subdirección de Infraestructura Tecnológica y de Operaciones o quien haga sus veces procederá a efectuar la identificación y registro del producto no conforme, tal como lo establece el procedimiento PR-PEC-0238, con las actividades subsecuentes. Adicionalmente y en consecuencia deberán adelantarse las acciones correctivas y preventivas establecidas en el procedimiento PR-PEC-0239.
- ✓ **Resultado ACEPTABLE/TOLERABLE de la evaluación operativa del canal virtual:** Si al efectuarse la evaluación de la que trata el numeral 7.3. de la presente cartilla es constatado el resultado aceptable/tolerable del componente, la Subdirección de Infraestructura Tecnológica y

de Operaciones o quien haga sus veces procederá a adelantar las acciones correctivas y preventivas establecidas en el procedimiento PR-PEC-0239.

- ✓ **Resultado INSATISFACTORIO de la evaluación operativa local del canal presencial:** Si tras haberse adelantado la evaluación indicada en el numeral 7.4.1. de la presente cartilla se evidencia el resultado insatisfactorio del componente a nivel local, los GIT de Puntos de Contacto, Divisiones de Servicio al Ciudadano o quienes hagan sus veces o Direcciones Seccionales, procederán a efectuar la identificación y registro del producto no conforme, tal como lo establece el procedimiento PR-PEC-0238, con las actividades subsecuentes. Adicionalmente y en consecuencia deberán adelantarse las acciones correctivas y preventivas establecidas en el procedimiento PR-PEC-0239.

- ✓ **Resultado ACEPTABLE/TOLERABLE de la evaluación operativa local del canal presencial:** Si al efectuarse la evaluación de la que trata el numeral 7.4.1. de la presente cartilla es constatado el resultado aceptable/tolerable del componente (tanto el agregado total, como la de los canales telefónico y virtual), los GIT de Puntos de Contacto, Divisiones de Servicio al Ciudadano o quienes hagan sus veces o Direcciones Seccionales procederán a adelantar las acciones correctivas y preventivas establecidas en el procedimiento PR-PEC-0239.

BIBLIOGRAFÍA

- Anastasi, A. (1986). Los tests psicológicos. Madrid: Aguilar.
- Consejo para la Gestión y Desempeño Institucional. (2018). Modelo Integrado de Planeación y Gestión – MIPG. Presidencia de la República de Colombia.
- Cronin, J. J. y Taylor, S. A. (1992): “Measuring service quality: A re-examination and extension”, *Journal of Marketing*, 56 (3): 55-69. — (1994): “Servperf versus Servqual: Reconciling performance-based and perceptions-minus-expectations measurement or service quality”, *Journal of Marketing*, 58 (1): 125-131.
- Dabholkar, P. A. (1995). A contingency framework for predicting causality between customer satisfaction and service quality. *Advances in Consumer Research*, 22(1), 101-108.
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44.
- Gutierrez, H. (2016). Estrategias de Muestreo. Diseño de encuestas y estimación de parámetros. Bogotá: Ediciones de la U.
- Hattie, J. (1985). Methodology review: Assessing unidimensionality of tests and items. *Applied Psychological Measurement*, 9(2), 139-164.
- Hayes, B. (1998). Cómo medir la satisfacción del Cliente. Diseño de encuestas, uso y métodos de análisis estadístico. México: Oxford University.
- Martínez, L., & Martínez, J. A. (2007). Cognitive-affective model of consumer satisfaction. An exploratory study within the framework of a sporting event. *Journal of Business Research*, 60(2), 108-114.
- Oliver, R. L. (1977): “Effect of expectation and disconfirmation on post-expense product evaluations: An alternative interpretation”, *Journal of Applied Psychology*, 62: 480-486.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.
- Patterson, P. G., & Spreng, R. A. (1997). Modelling the relationship between perceived value, satisfaction and repurchase intentions in a business-to-business, services context: an empirical examination. *International Journal of Service Industry Management*, 8(5), 414-434.
- Palacios, J. L. (2013). Valoración psicométrica de la escala QPSC de calidad percibida en servicios socioculturales locales. Tesis Doctoral. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Communication and control processes in the delivery of service quality. *Journal of Marketing*, 52(2), 35-48.

-
- Teas, R. K. (1993). Expectations, performance evaluation, and consumers' perceptions of quality. *Journal of Marketing*, 57, 18-34.
 - Torres, M. & Vásquez, C (2015). Modelos de evaluación de la calidad del servicio: Caracterización y análisis. Venezuela: Compendium.
 - Vázquez, R., Rodríguez, I., & Díaz, A. M. (1996). Estructura multidimensional de la calidad de servicio en cadenas de supermercados: desarrollo y validación de la escala CALSUPER. *Documentos de trabajo*, (119), 21-22.

10. CONTROL DE CAMBIOS

Versión	Vigencia		Descripción de Cambios
	Desde	Hasta	
1	07/12/2018	16/12/2019	Versión inicial.
2	17/12/2019	30/03/2021	Versión 2 que reemplaza la versión 1 del documento debido a que se realizan ajustes a algunos indicadores y las definiciones se trasladan al procedimiento PR-AC-0265 Atención en Canales.
3	31/03/2021	29/09/2021	<p>Versión 3. Se generaron ajustes en el documento relacionados con el nombre del proceso de acuerdo con la nueva estructura de procesos establecida en el considerando de la Resolución 060 del 11 de junio del 2020 y el Código alfabético del mismo en los numerales "Portada, en la página 1; 2. CONTEXTO PARA LA EVALUACIÓN DEL SERVICIO Y ATENCIÓN AL CIUDADANO CLIENTE, 2.3. Modelo de servicio en la UAE DIAN, en la página 11; 6. EVALUACIÓN OPERATIVA DEL SERVICIO INSTITUCIONAL MEDIANTE ACUERDOS DE NIVEL DE SERVICIO – ANS, 6.3. ANS del canal virtual, en las páginas 44 y 45; 8. ACCIONES CORRECTIVAS, PREVENTIVAS Y MANEJO DE PRODUCTO NO CONFORME, en las páginas 49 y 50.</p> <p>En el contenido del documento donde se relaciona una dependencia, se adicionó la frase "O quien haga sus veces".</p> <p>Cabe aclarar, que el contenido técnico de los documentos no presenta cambios respecto a la versión anterior. Por lo tanto, cualquier consulta respecto a los contenidos técnicos de los mismos debe efectuarse a los elaboradores técnicos y revisores de la versión anterior.</p>
4	30/09/2021		Versión 4. Se ajustaron las dependencias de acuerdo con la nueva estructura establecida en el Decreto 1742 del 22 de diciembre de 2020 y en la Resolución 000070 del 9 de agosto del 2021.
Elaboró:	Fernando Zona Niño Ajustó metodológicamente		Gestor II Coordinación de Procesos y Riesgos Operacionales

Revisó:	Julio Fernando Lamprea Fernández	Director de Gestión de Impuestos	Dirección de Gestión de Impuestos
Aprobó:	Julio Fernando Lamprea Fernández	Director de Gestión de Impuestos	Dirección de Gestión de Impuestos

Anexo 1.

Año de aplicación	Tipo de encuesta – parámetro a estimar	Objetivo	Metodología utilizada	Población Objetivo	Tamaño de la Muestra	Resultados
2008	Satisfacción	Determinar la importancia de los atributos de servicio y medir las percepciones de las características del servicio	Las preguntas de la encuesta se diseñaron con base en los indicadores definidos por cada uno de los atributos de servicio. Esta encuesta se aplicó realizando llamadas de salida a través del Contact Center de la UAE DIAN	503.523 ciudadanos clientes que gestionaron trámites presenciales relacionados con el RUT durante el trimestre mayo, junio y julio de 2008 a nivel nacional.	3.077 encuestas efectivas	El promedio general de ciudadanos clientes muy satisfechos es del 76.87%, al sumarlo con el de satisfechos 22.35%, llega a 99.22%.
2010	Calidad del Servicio	Medir la calidad del servicio percibida por los ciudadanos clientes atendidos en el canal presencial de la UAE DIAN	ESSERDI herramienta hecha para evaluar la calidad del servicio a través de la medición de la percepción de los ciudadanos clientes respecto a la calidad del servicio ofrecido por la UAE DIAN en el canal presencial. Esta encuesta se aplicó realizando llamadas de salida a través del Contact Center de la UAE DIAN	447.555 ciudadanos clientes que gestionaron trámites presenciales relacionados con el RUT durante el trimestre de abril, mayo y junio de 2010 a nivel nacional.	2.116 encuestas efectivas	Los resultados se ubican en el rango “satisfecho” sin embargo es importante destacar que la dimensión “Seguridad” es la que mayor calificación obtuvo, al igual que las dimensiones “Empatía” y “Facilidad”, por otro lado, los resultados reflejan que la dimensión “Comunicación Externa” es la que más bajo puntuó. Este mismo comportamiento se presenta en la dimensión “Capacidad de Respuesta”.

Año de aplicación	Tipo de encuesta – parámetro a estimar	Objetivo	Metodología utilizada	Población Objetivo	Tamaño de la Muestra	Resultados
2012	Calidad del Servicio	Identificar las brechas existentes en la calidad del servicio percibida por los ciudadanos clientes de la UAE DIAN	<p>Comparación entre la percepción sobre los resultados obtenidos y las expectativas creadas previamente de los ciudadanos clientes en los servicios ofrecidos por la UAE DIAN en el canal presencial.</p> <p>Esta encuesta se aplicó realizando llamadas de salida a través del Contact Center de la UAE DIAN</p>	545.595 ciudadanos clientes que gestionaron trámites presenciales relacionados con el RUT durante el primer semestre del año 2012	2.370 encuestas efectivas	<p>“Seguridad” y “Capacidad de Respuesta” son las dimensiones de la calidad del servicio que mayor importancia le brindan los ciudadanos clientes de la UAE DIAN.</p> <p>“Capacidad de Respuesta” y “Fiabilidad” son las dimensiones que presentan mayor discrepancia negativa donde la calidad del servicio no es la esperada por los ciudadanos clientes de la UAE DIAN</p> <p>En la UAE DIAN la gerencia media conoce más las expectativas de los ciudadanos clientes que la alta gerencia</p>
2014	Medir la aplicación de los protocolos de servicio en la atención	Identificar el nivel de aplicación de los protocolos de servicio en la atención, por parte de los servidores públicos de cara al cliente en el canal presencial de la UAE DIAN, capacitados durante el año 2013	<p>Se identifica Gaps o vacíos entre la percepción que el ciudadano cliente tiene del servicio ofrecido y del oferente; el representante de la UAE DIAN o el servidor público de cara al cliente.</p> <p>Esta encuesta se aplicó realizando llamadas de salida a través del Contact Center de la UAE DIAN</p>	21.835 ciudadanos clientes que gestionaron trámites y servicios en el canal presencial de la UAE DIAN (Bogotá: BCH-Centro, BIMA, Centro Internacional y Aduana, Medellín La Alpujarra), servidores públicos que atienden de cara al cliente y jefes del área de Servicio al Ciudadano	464 ciudadanos clientes, 186 servidores públicos y 16 jefes del área de Servicio al Ciudadano	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los ciudadanos clientes evaluaron la aplicación de los protocolos de servicio en los puntos de contacto de la UAE DIAN con un puntaje de 90.51, ubicado en el rango “aplicados”. 2. La percepción de los jefes del área de Servicio al Ciudadano sobre la aplicación de los protocolos de servicio por parte de los servidores públicos, es más baja, que el auto-reporte de los mismos servidores, por ello los GAPS1 presentados son negativos 3. Los agentes presenciales del Contact Center reciben mayor calificación que los Servidores Públicos de la UAE DIAN, en la aplicación de los protocolos de servicio.

Año de aplicación	Tipo de encuesta – parámetro a estimar	Objetivo	Metodología utilizada	Población Objetivo	Tamaño de la Muestra	Resultados
2015	Medir la aplicación de los protocolos de servicio en la atención	Identificar el nivel de aplicación de los protocolos de servicio en la atención en el canal presencial de la UAE DIAN por parte de los servidores públicos de cara al cliente	<p>Se identifica Gaps o vacíos entre la percepción que el ciudadano cliente tiene del servicio ofrecido y del oferente; el representante de la UAE DIAN o el servidor público de cara al cliente.</p> <p>Esta encuesta se aplicó realizando llamadas de salida a través del Contact Center de la UAE DIAN</p>	941.112 personas naturales y jurídicas que gestionaron trámites y servicios presencialmente relacionados con el RUT en el periodo del 1 de junio al 31 de agosto de 2015 a nivel nacional	2.193 ciudadanos clientes. 1.119 personas jurídicas, 1.074 personas naturales, 511 servidores públicos 67 líderes del Área de Servicio al Ciudadano	<ol style="list-style-type: none"> 1. Las personas naturales y jurídicas evaluaron la aplicación de los protocolos de servicio en la atención por parte de los servidores públicos de cara al cliente con un puntaje de 85, ubicado en el rango “Aplicados”. 2. La percepción de los líderes del Área de Servicio al Ciudadano sobre la aplicación de los protocolos de servicio en la atención por parte de los servidores públicos, es más baja, que el auto-reporte de los mismos servidores, por ello los GAPS presentados son negativos. 3. El GAP perceptivo, entre los servidores públicos y el ciudadano cliente es negativo, lo que indica que la percepción de los ciudadanos clientes sobre la aplicación de los protocolos de servicio en la atención es menor que la expresada por los servidores públicos UAE DIAN.

Año de aplicación	Tipo de encuesta – parámetro a estimar	Objetivo	Metodología utilizada	Población Objetivo	Tamaño de la Muestra	Resultados
2017	Percepción	Conocer la percepción de los ciudadanos clientes sobre el servicio prestado en la feria de Servicio 2017 “La UAE DIAN a su alcance en un solo lugar” Bogotá	Encuesta aplicada in situ	8.145 ciudadanos clientes que asistieron a la Feria de Servicio 2017 “La UAE DIAN a su alcance en un solo lugar” Bogotá	401 ciudadanos clientes asistentes a la Feria de Servicio 2017 “La UAE DIAN a su alcance en un solo lugar” Bogotá	El 55% de los ciudadanos clientes encuestados evalúan la organización de la feria como “Excelente” y el 26% la califican como “Muy buena”, destacándose que el 81 % de la población encuestada ubican a la organización de la feria entre las 2 opciones más altas de la escala. El 41.15% de los encuestados califican el tiempo de espera como "Apropiado", mientras que el 39.40 % lo califica como "Muy apropiado", por otro lado, el 10.2% lo califica como "Demorado". El 18,45% suma los porcentajes otorgados a las escalas de "Demorado, Muy demorado y Altamente demorado. El 95,76% suma los porcentajes que califican la calidad de la información brindada por el servidor público como "Excelente, Muy buena y Buena
2017	Auto identificación	Identificar las variables que más afectan la efectividad del servidor público de la UAE DIAN en la prestación del servicio	Encuesta para establecer el grado de afectación percibida por cada servidor público Esta encuesta se aplicó realizando llamadas de salida a través del Contact Center de la UAE DIAN	521 servidores públicos que atienden de cara al cliente que laboran en los puntos de contacto a nivel nacional	322 servidores públicos de cara al cliente en los puntos de contacto de la UAE DIAN	Los resultados reflejan que a nivel nacional la percepción de los servidores públicos de cara al cliente, sobre la variable que más le afectan en la calidad de su labor es “Sistema de servicio” con un puntaje de 69.59 ubicándose en el rango “Alto”. “Manejo de situaciones difíciles”, “No reconocimiento” y el “Manejo de la Empatía” son otras variables que les afectan altamente la calidad de la prestación del servicio con 57.37; 56.55 y 53.83 puntos respectivamente

Elaboró: Coordinación de Canales del Servicio y Experiencia del Usuario.