

CARACTERIZACIÓN DE CLIENTES DIAN

“INFORME GERENCIAL CONSOLIDADO CARACTERIZACIÓN DE CLIENTES POR SEGMENTOS”

ACTIVIDAD 10 PAN OPERATIVO: “A partir de un análisis estadístico histórico, identificar el volumen de trámites demandados por cada segmento de clientes, señalando los servicios institucionales empleados (canales), su frecuencia de uso y el grado de esfuerzo corporativo que la DIAN invierte en su atención”

Elaborado por:

Coordinación de Gestión de Canales de Servicio de la
Subdirección de Gestión de Asistencia al Cliente.

Rosa Lucia Herrera Torres.
Martha Consuelo Moyano Melo
Adriana Sarmiento Bohorquez
Martha Isabel Peñuela.

Noviembre 26 de 2016.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	3
OBJETIVOS	4
1. ALCANCE DEL ANALISIS.....	4
2. PROBLEMÁTICA CENTAL.....	4
3.1.1. Segmentos, número de Clientes estratégicos (segmentados) y volumen total de trámite por canal.	6
3.2. Demanda general de trámites y opas.	9
3.2.1. Tendencia demanda por canal.	9
3.2.2. Tendencia demanda de tramites por segmentos.....	12
3.2.3. Conceptos de demanda.....	13
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	16

INFORME GERENCIAL CARACTERIZACIÓN DEMANDA DE TRÁMITES POR SEGMENTO

Una empresa exitosa siempre tiene como uno de sus pilares fundamentales el conocimiento y gestión de clientes para identificar y satisfacer al máximo sus necesidades.

INTRODUCCIÓN

En el contexto de profundizar el conocimiento sobre los usuarios y contribuyentes con técnicas de inteligencia de negocios para fortalecer el recaudo voluntario, en el presente informe se resume la caracterización de la demanda de trámites y servicios por segmento y preferencia de uso de canales de atención.

En razón al alto volumen de clientes, de transacciones y de trámites y servicios que hacen parte de la gestión fiscal, el proyecto se basó en una selección de trámites y de declaraciones; los análisis se orientaron a identificar comportamientos y necesidades de contribuyentes a partir de los criterios de volumen de clientes demandantes y transacciones; conceptos de demanda; distribución por segmento, por dirección seccional y tendencias.

Los resultados detallados se entregan en tres documentos, clasificados por capítulos, así:

- **Capítulo 1:** “Análisis demanda de trámites y Servicios (Opas) en el canal Telefónico” contiene los objetivos; alcance; el marco de planeación para la caracterización de demanda; identificación de segmentos y su respectivo volumen de contribuyentes; el portafolio de trámites y servicios DIAN; selección de trámites para análisis; fuentes de Información; avances del proceso y los resultados de la demanda del trámite de “Orientación TAC”, efectuada a través del **canal telefónico**.
- **El Capítulo 2:** “Análisis de la demanda en el Canal presencial –Puntos de Contacto”, presenta los resultados de la demanda de los trámites de Rut, mecanismo digital, facturación, libros de contabilidad, orientación y kiosco de autogestión
- **El Capítulo 3.** “Análisis trámite de Declaraciones”, presentadas a través del canal virtual y presentadas a través de entidades recaudadoras; incluye Renta, IVA Retención en la Fuente, Importaciones y Exportaciones, año gravable 2014.

Los retos siguientes para la alta dirección es lograr que todas las áreas y las direcciones seccionales puedan conocer e integrar la información para enfocar sus acciones de servicio y control con el fin de mejorar el esquema de identificar, atraer, fidelizar y controlar a los contribuyentes; así como de educar, informar y asistir a los contribuyentes para facilitar el recaudo voluntario e incrementar el nivel de confianza en la Entidad. Igualmente automatizar y garantizar la sostenibilidad de la caracterización como una herramienta gerencial para generar información oportuna y predictiva que soporte la toma de decisiones

Los documentos se publican en la carpeta pública de la Dirección de Ingresos, junto con las correspondientes bases de datos de demanda de los trámites analizados.

OBJETIVOS

- Establecer caracterización de contribuyentes, a partir de la demanda de trámites y servicios a nivel institucional, para determinar los clientes estratégicos y la información más relevante para la toma de decisiones gerenciales, que permitan enfocar el servicio, incrementar el recaudo voluntario y fortalecer el control.
- Profundizar el conocimiento de nuestros contribuyentes estratégicos, mediante el análisis de la demanda real de trámites y Servicios (Opas), por cada segmento, gestionados a través de los canales telefónico, virtual y presencial en puntos de contacto.
- Establecer la preferencia de uso de canales para la gestión la demanda trámites y servicios, identificando, los segmentos de mayor demandas, el motivo, volumen, la frecuencia, la tendencia mensual, distribución geográfica, entre otros aspectos básicos para el diseño de estrategias de mejoramiento continuo del servicio y el control.

1. ALCANCE

CONCEPTOS	DESCRIPCIÓN
Período	Año 2014
Canales	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Telefónico y Chat: Llamadas y conversaciones entrantes atendidas por EMTELCO-Contratista de la DIAN para el servicio de Contact Center. ✓ Puntos de contacto: Trámites registrados por sistema de turnos, en los Puntos de Contacto a nivel nacional. ✓ Página web: presentación declaraciones virtuales de: renta, IVA, retención, recibo de pago, importaciones y exportaciones; trámites de RUT. ✓ Presentación declaraciones litográficas: renta año gravable 2014 IVA y retención, presentadas en el año gravable 2014.

2. PROBLEMÁTICA CENTRAL.

Existe deficiencia institucional a nivel tecnológico y operativo en la cuantificación de volumen de gestión de trámites y Opas efectuados por los contribuyentes a través de los diferentes canales, como insumo para hacer más eficiente la identificación de las necesidades de los contribuyentes y la respectiva atención e integración con el recaudo y el control. Este proceso tiene un alto componente manual y desarticulado con la gestión fiscal, como se evidencia en las etapas desarrolladas:

- ✓ Solicitar los datos a las áreas pertinentes a través del punto de soluciones tecnológicas PST (proceso manual y con altos tiempos de entrega).

- ✓ Recibir, depurar y procesar los datos (actividad realizada por un Agente minero de datos externo suministrado por el contratista del Contact Center).
- ✓ Generar los informes específicos por canal y consolidados (proceso manual y estático).

Lo anterior, implica brechas de tiempo y de soporte tecnológico, bastante considerable entre los hechos, los resultados y el mejoramiento.

Las estadísticas de gestión de trámites y Opas no están claramente estandarizadas desde el origen para mejorar la gestión de clientes; no se vinculan en su totalidad la identificación de los trámites solicitados con respecto a la matriz de trámites y Opas institucional y a los productos institucionales; la gestión tecnológica de datos se enfoca al almacenamiento y estadísticas de cantidad, dejando a un lado la generación de conocimiento con la facilitación en la extracción, procesamiento y análisis de altos volúmenes de datos e información con inteligencia del negocio en tiempo real y en línea, soporte fundamental para la toma de decisiones y acciones oportunas, especialmente en la explotación y utilización predictiva e integrada a la programación fiscal, por parte de todas las áreas y Direcciones Seccionales. Igualmente se evidencio una baja integración entre las áreas del front office y back office para la debida atención, satisfacción y control de clientes centrada en el fortalecimiento del recaudo voluntario.

Se cuenta con registros estadísticos de gestión de trámites y Opas, pero no están asociados a los segmentos de clientes ni a la contribución real del recaudo voluntario, de forma tal que se potencialice las acciones de facilitación y control a partir del comportamiento de los clientes y los segmentos estratégicos.

La demanda de trámites y Opas solicitado por los clientes y su registro en la base de datos del sistema de turnos, no siempre corresponde con la identificación del portafolio institucional de la DIAN ni con los trámites incorporados en el Sistema Único de Identificación de Trámites (SUIT)¹, por ejemplo el estado de cuenta.

Carencia de un mecanismo de automatización de datos de demanda de trámites y servicios que integre todas las transacciones realizadas por los clientes en los diferentes canales, para sistematizar la caracterización de los clientes, desarrollando reportes y análisis automáticos por segmentos, orientados a establecer volúmenes, frecuencia, distribución geográfica, comportamientos, riegos, nuevos clientes potenciales, que aporte información para mejorar el recaudo y apoyar el control, en tiempo real y en línea; disponibles para consulta de todas las áreas y las Direcciones Seccionales.

Esta es una herramienta básica para crear un sistema de gestión de contribuyentes reales, de tal manera que la DIAN logre avanzar a un nivel de madurez superior tanto en el manejo de datos como en el relacionamiento con el cliente, con orientación fundamental hacia incrementar el recaudo voluntario y fortalecer el control preventivo.

Se debe propender por reducir el tiempo (brecha) entre los hechos y los análisis; así como responsabilizar a cada área y Direcciones Seccionales de liderar sus propios estudios de

¹ SUIT: Sistema Único de Información de Tramites, Es un instrumento de apoyo para la implementación de la Política de Racionalización de Trámites que administra el Departamento Administrativo de la Función Pública.

demanda de los trámites y opas, e incorporar los resultados de forma transversal y vertical para potencializar el desarrollo estratégico, táctico y operativo en toda la Entidad, con el fin de mejorar el nivel de confianza de los contribuyentes hacia la DIAN y en la satisfacción de necesidades.

No está definido el ciclo de vida del contribuyente, articulado a los procesos de gestión y a las necesidades de trámites y Opas para facilitar el recaudo y del control.

3. RESULTADOS DE LA CARACTERIZACIÓN.

La caracterización consiste en establecer aspectos comunes que identifican a grupos de clientes (segmentos) y que determinan su comportamiento a partir del análisis objetivo de la demanda real de trámites y Opas en los diferentes canales.

La importancia de la caracterización radica en implementar modelos de inteligencia de negocio en toda la organización, para propiciar un mejoramiento continuo por lo menos en los siguientes aspectos:

- ✓ Satisfacción de las necesidades de los clientes que impacten positivamente en el incremento del recaudo voluntario por cada cliente y tipo de impuesto.
- ✓ Implementar mecanismos de control preventivo en cada etapa de los procesos y procedimientos de la gestión fiscal.
- ✓ Identificar nuevos contribuyentes reales.
- ✓ Mejorar la calidad y la oportunidad de la información y por ende el nivel de confianza de los ciudadanos en la Entidad.

Lo anterior se logra, activando estrategias y campañas de servicio y control efectivas diferenciadas por segmentos, soportadas en el conocimiento de las necesidades y preferencias de los contribuyentes en el uso de canales de servicio para el cumplimiento de obligaciones tributarias aduaneras y cambiarias; los conceptos de demanda; los volúmenes de gestión, tendencias, comportamientos, entre otros aspectos.

A continuación se presentan los principales resultados de la caracterización:

3.1 Segmentos, número de Clientes estratégicos (segmentados) y volumen total de trámite por canal.

En el cuadro siguiente se identifican el total de clientes acceden a la DIAN y el volumen de demanda por canal y segmento:

IDENTIFICACIÓN DE SEGMENTOS			ESTRATEGICOS	AFLUENCIA REAL DE CLIENTES							
CÓDIGO SEGMENTO	SEGMENTO	GRUPO	NÚMERO DE CONTRIBUYENTES SEGMENTADOS	CLIENTES ATENDIDOS CANAL TELEFONICO	CONTRIBUYENTES ATENDIDOS PUNTO DE CONTACTO	VIRTUAL Y LITOGRAFICO PARA DECLARACIONES					
						DECLARANTES RENTA	DECLARANTES IVA	DECLARANTES RETENCIÓN	IMPORTADORES	EXPORTADORES	
11	Gran Contribuyente	Personas Jurídicas	3.417	2.683	2.584	3.417	3.151	3.374	2.080	1.263	
12	Mediano Alto		3.555	1.973	1.989	3.555	2.502	3.158	1.022	486	
13	Mediano		21.902	10.568	12.617	21.900	16.812	19.824	5.501	2.131	
14	Pequeño		93.350	30.433	47.062	93.346	67.361	74.265	11.467	2.923	
15	Micro		197.729	39.910	85.504	197.715	107.755	90.475	5.736	1.266	
16	Entidades de derecho público		1.494	382	322	1.494	12.051	1.393	35	10	
17	Régimen especial y/o sin ánimo de lucro		68.814	8.479	15.720	68.814	267	26.293	411	104	
18	Por clasificar		-	22.221	78.371	14.003	6.536	1.199	2.486	962	
	Subtotal Personas Jurídicas			390.261	116.649	244.169	404.244	216.435	219.981	28.738	9.145
21	Gran Contribuyente		Personas Naturales no Asalariadas	39	16	29	39	36	37	13	5
32	Mediano Alto			536	82	189	536	203	113	20	4
33	Mediano			12.959	2.016	5.327	12.958	6.442	3.067	394	55
34	Pequeño			391.901	31.168	105.628	391.890	79.749	22.963	2.753	545
35	Micro			873.468	58.617	171.480	873.431	58.546	7.335	1.236	342
38	Por clasificar			-	-	-	4.748	21.341	56.532	2.337	621
	Subtotal P.N. no Asalariadas			1.278.903	91.899	282.653	1.283.602	166.317	90.047	6.753	1.572
42	Mediano Alto	Personas Naturales Asalariadas		165	26	52	165	14	4	3	1
43	Mediano		2.796	331	634	2.796	459	63	41	6	
44	Pequeño		195.239	15.559	36.242	195.237	4.461	361	479	206	
45	Micro		718.453	65.275	228.817	718.445	1.378	204	415	140	
38-48	Por clasificar		-	174.426	954.724	-	-	-	-	-	
	Subtotal P.N. Asalariadas			916.653	255.617	1.220.469	916.643	6.312	632	938	353
Sin NIT	Sin NIT	Sin NIT	-	-	35.354	-	-	-	-	-	
TOTAL	TOTAL		2.585.817	464.165	1.782.645	2.604.489	389.064	310.660	36.429	11.070	
	% Respecto a Clientes Segmentados		100%	17,95%	68,94%	100,72%	15,05%	12,01%	1,41%	0,43%	

En las bases de datos soportes del análisis anterior, se detalla cada uno de los contribuyentes por segmentos y demás variables reportadas.

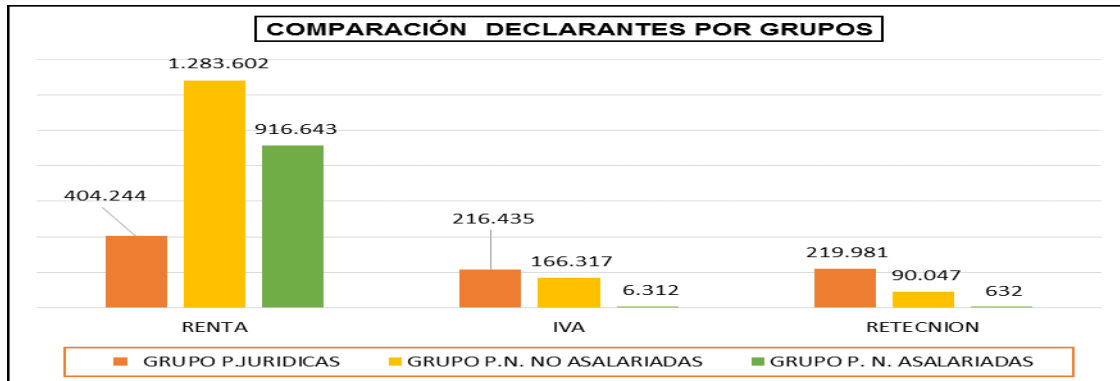
La afluencia de clientes es 3.84 veces superior en el canal presencial que en el telefónico.

➤ Participación de los clientes segmentados por grupo

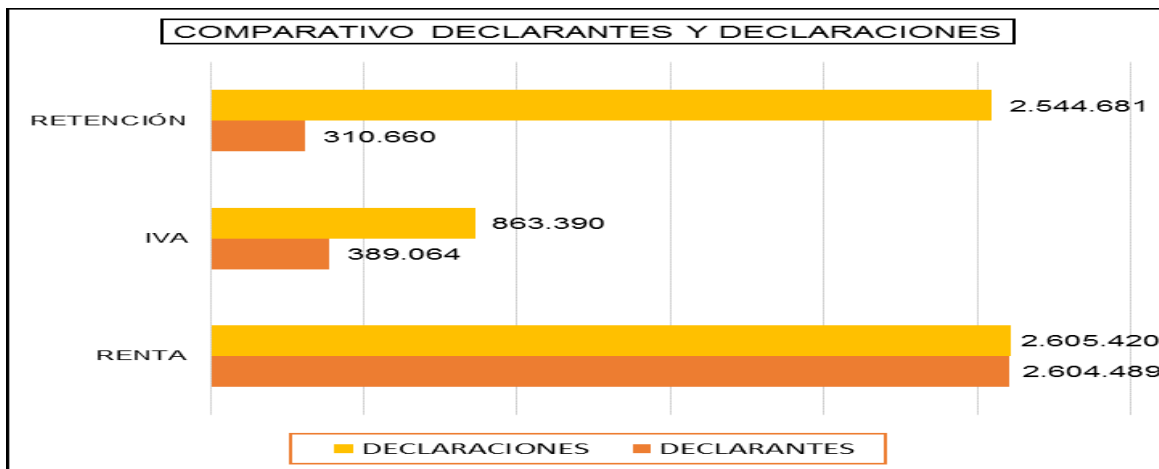
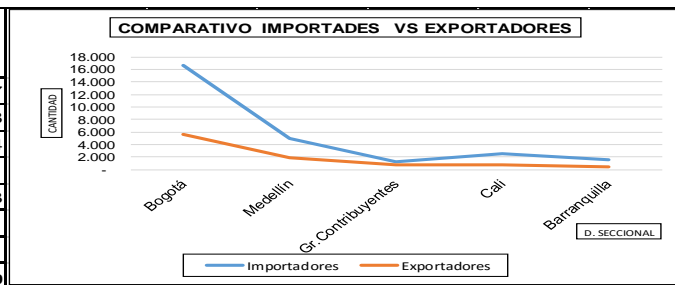


Las Personas Jurídicas segmentadas corresponden al 14%, las personas naturales no asalariadas al 35% y las asalariadas al 49% del total segmentados (2.585.817)

➤ **Comparativo de número de declarantes por grupo, impuesto y ciudad**

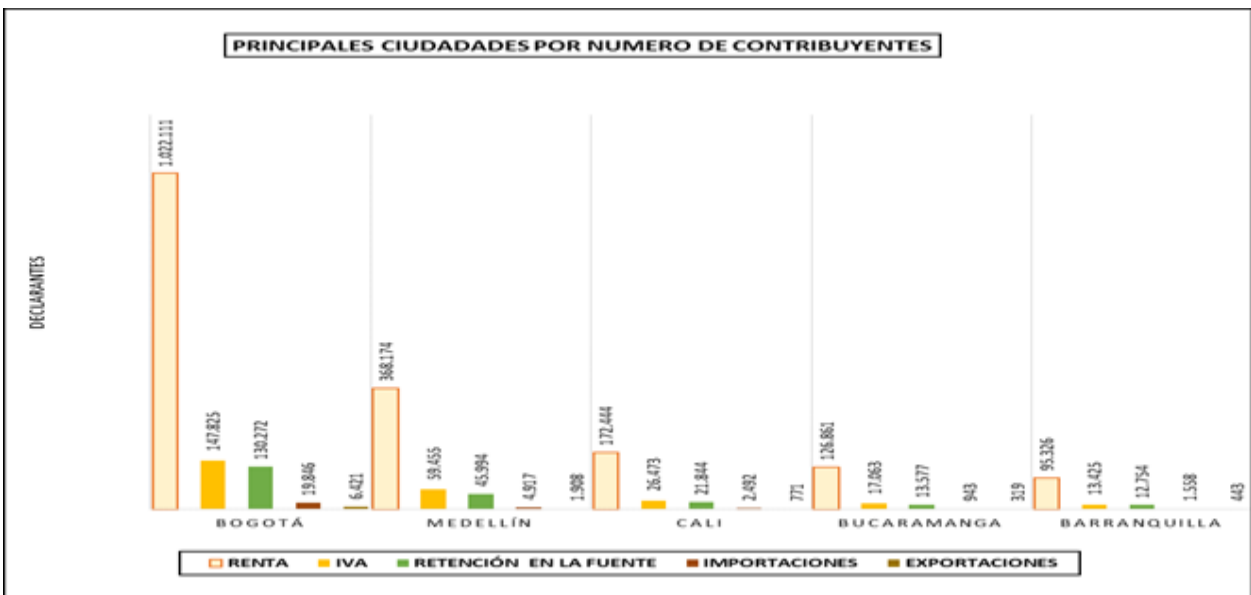
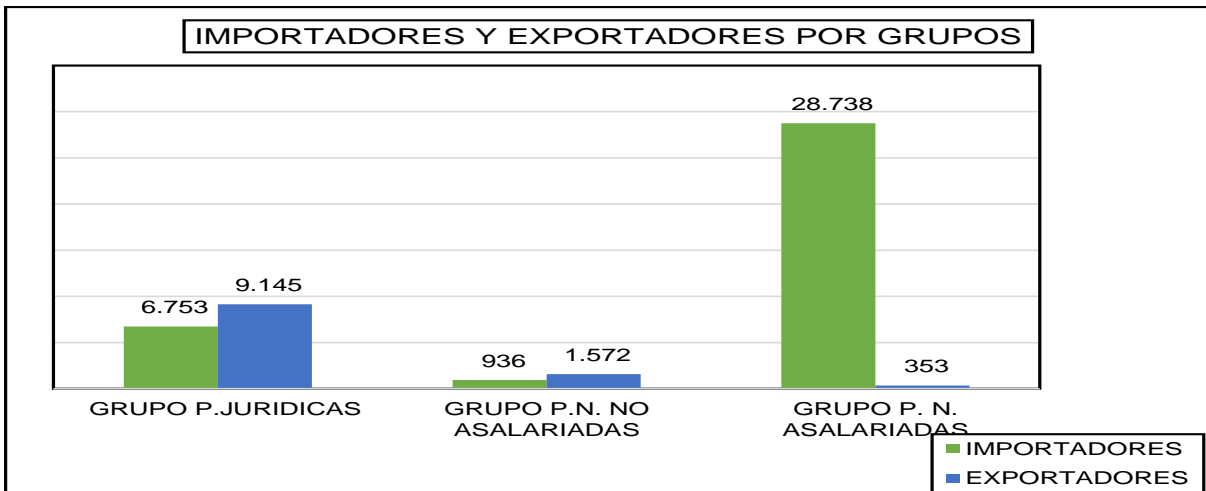


Seccionales más importantes por declarantes	Importadores	Exportadores
Bogotá	16.646	5.627
Medellín	4.917	1.908
Gr.Contribuyentes	1.293	794
Cali	2.492	771
Barranquilla	1.558	443
Total estas ciudades	26.906	9.543
Total Nacional	36.429	11071
% PARTICIPACION	73,86	86,20



El volumen de clientes que declaran IVA (389.064) y Retención (310.660) son bajos frente al total de clientes segmentados.

Los importadores segmentados (36.429) y los exportadores (11.071) solo representan el 1.41% y el 0.43% de los clientes segmentados



En las cinco ciudades anteriores se concentra el 70% aproximadamente de los clientes y las transacciones a nivel nacional

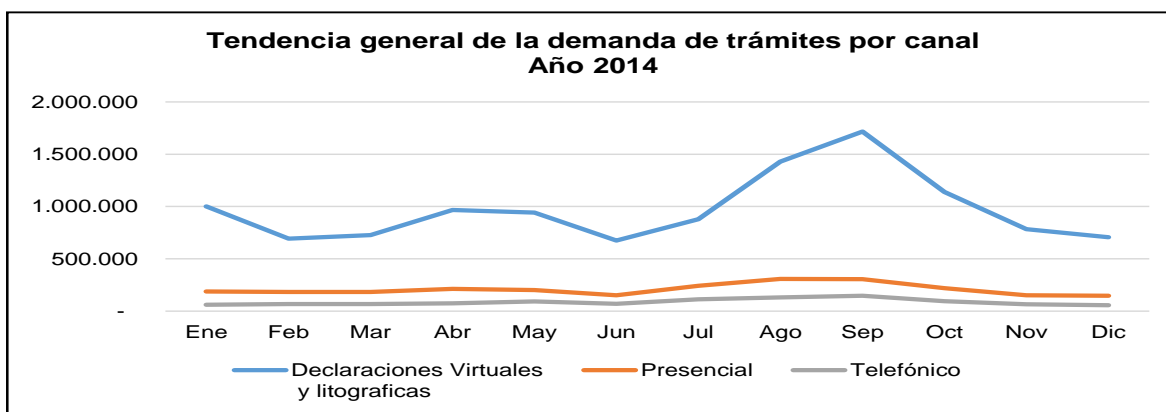
3.2 Demanda general de trámites y opas.

3.2.1 Tendencia demanda por canal.

El cuadro siguiente señala el total acumulado de transacciones por canal de todos los trámites y servicios, se destaca la participación de declaraciones siendo las más representativa el volumen de importaciones, exportaciones y de renta (virtuales y litográficas).

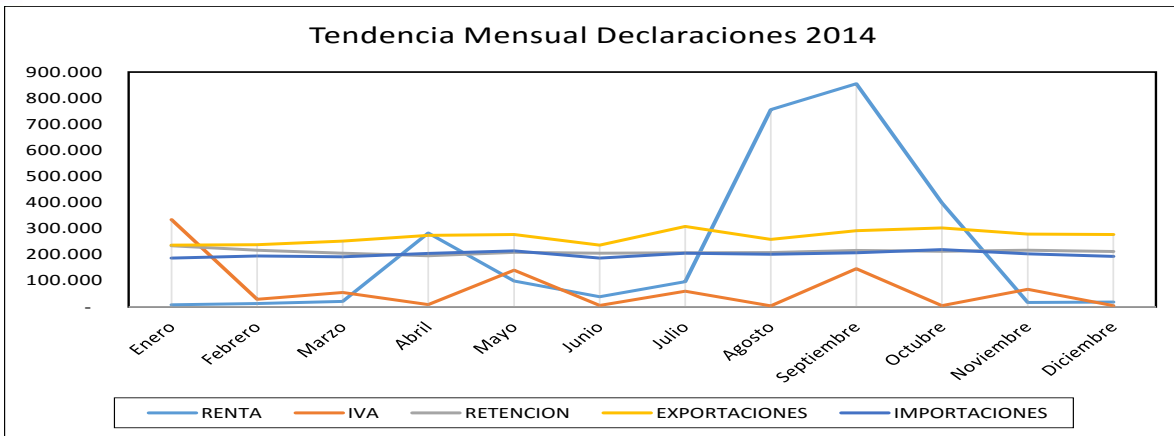
TENDENCIA GENERAL DE LA DEMANDA POR CANAL					
Mes	Declaraciones Virtuales y litográficas	Presencial	Telefónico	Total general	%
Ene	1.000.217	188.238	59.917	1.248.372	8%
Feb	692.705	183.800	66.410	942.915	6%
Mar	726.774	183.142	67.052	976.968	6%
Abr	967.536	212.728	74.281	1.254.545	8%
May	942.068	201.935	91.778	1.235.781	8%
Jun	674.731	150.784	70.502	896.017	6%
Jul	878.677	241.580	112.567	1.232.824	8%
Ago	1.427.917	307.467	131.205	1.866.589	12%
Sep	1.717.067	304.553	145.687	2.167.307	14%
Oct	1.138.626	219.551	95.211	1.453.388	10%
Nov	784.360	151.285	65.831	1.001.476	7%
Dic	707.083	146.481	56.172	909.736	6%
Total general	11.657.761	2.491.544	1.036.613	15.185.918	100%
%	77%	16%	7%	100%	

La relación de consultas en el canal presencial es del 240% sobre las del canal telefónico.



La gestión de trámites tiene una frecuencia alta y constante en los canales telefónico y presencial, concentrada en los meses de enero, abril, mayo y en el periodo comprendido entre julio a octubre.

➤ **Tendencia de las declaraciones por tipo de impuesto.**

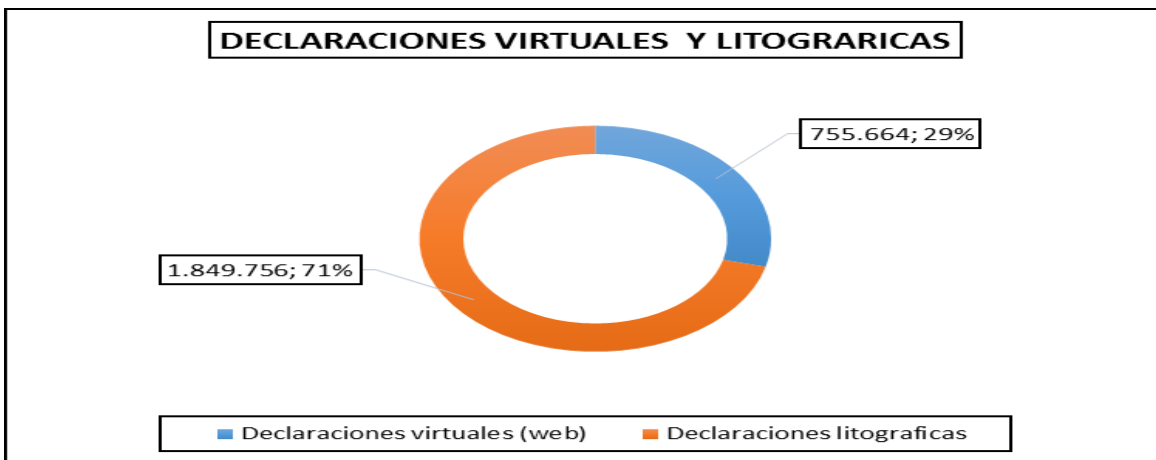


Se destaca la preferencia del canal presencial frente al telefónico, sobresalen las declaraciones, sin embargo esto se debe al volumen de transacciones de importaciones y exportaciones.

Las declaraciones de IVA y retención en la fuente, muestran una leve tendencia decreciente a lo largo del año. Se observa en los periodos de marzo a mayo y de julio a octubre, temporadas altas de gestión en la declaración de renta, van acordes con el calendario tributario, las variaciones de IVA obedecen a la confluencia de los periodos, bimestral, cuatrimestral y anual en enero, mayo septiembre.

➤ **Participación virtual y litográfica de declaraciones de renta:**

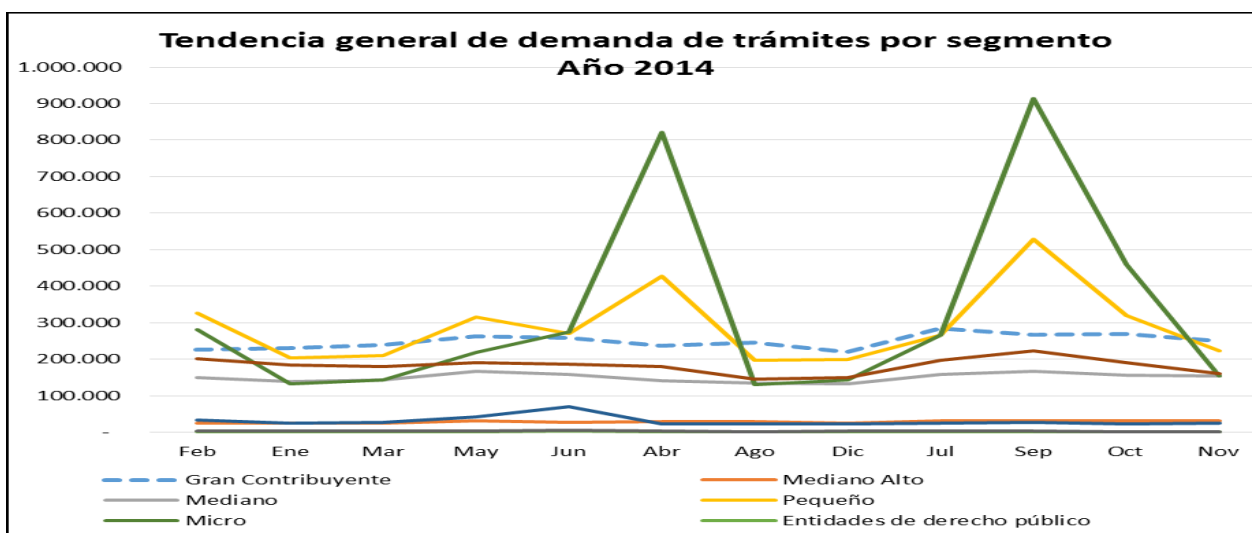
FORMA DE PRESENTACIÓN RENTA	CANTIDAD	%
Declaraciones virtuales (web)	755.664	28,98%
Declaraciones litográficas	1.850.420	71,02%
TOTAL	2.605.420	100,00%



3.2.2 Tendencia demanda de trámites por segmentos

Mes	Gran Contribuyente	Mediano Alto	Mediano	Pequeño	Micro	Entidades de derecho público	Régimen especial y/o sin ánimo de lucro	Por clasificar	Sin NIT	Total general	%
Ene	225.938	24.950	149.804	325.781	281.367	1.615	33.696	201.938	3.283	1.248.372	8,22%
Feb	229.544	24.440	139.216	203.241	133.006	1.402	24.702	183.326	4.038	942.915	6,21%
Mar	239.039	25.841	144.023	210.654	142.829	1.707	28.246	180.707	3.922	976.968	6,43%
Abr	237.796	28.638	141.970	428.248	821.412	1.420	22.321	180.903	3.881	1.866.589	12,29%
May	262.884	31.729	168.032	314.566	219.235	1.993	41.840	191.310	4.192	1.235.781	8,14%
Jun	259.309	27.943	158.208	270.283	273.686	2.481	70.486	186.945	5.204	1.254.545	8,26%
Jul	283.655	32.256	157.978	265.227	265.595	1.671	25.378	197.599	3.465	1.232.824	8,12%
Ago	245.874	30.025	134.266	196.849	131.153	1.434	23.094	145.472	1.569	909.736	5,99%
Sep	267.349	32.479	167.928	528.891	913.787	1.636	27.808	223.712	3.717	2.167.307	14,27%
Oct	268.350	32.047	155.471	320.552	459.538	1.461	23.553	190.736	1.680	1.453.388	9,57%
Nov	249.510	30.803	154.531	223.956	153.278	1.579	24.910	161.180	1.729	1.001.476	6,59%
Dic	220.230	25.168	131.677	200.251	142.542	1.420	22.764	149.293	2.672	896.017	5,90%
Total general	2.989.478	346.319	1.803.104	3.488.499	3.937.428	19.819	368.798	2.193.121	39.352	15.185.918	100,00%
%	19,69%	2,28%	11,87%	22,97%	25,93%	0,13%	2,43%	14,44%	0,26%	100,00%	

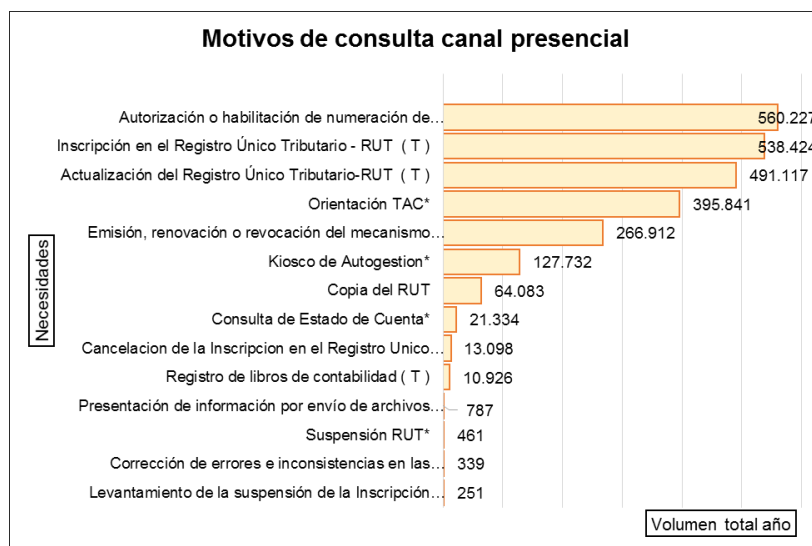
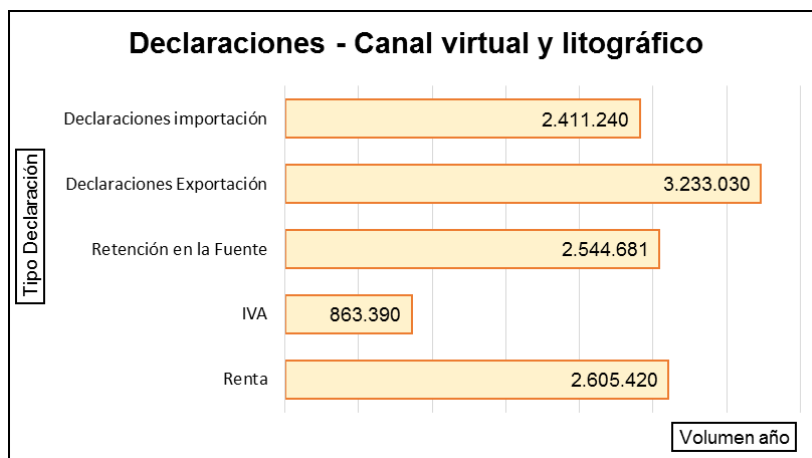
Se destaca el alto volumen de transacciones por el segmento de los Micro Contribuyentes de los tres grupos con el 25,93% seguido de los pequeños con el 22,69% y los Grandes contribuyentes con el 19,69%, también se evidencia la importante participación de los clientes del segmento “Por Clasificar”, con el 14,44%, es decir corresponden a ciudadanos clientes que no presentaron declaración de renta del año gravable 2014, por tanto no están en otro segmento; el hecho de estar en este grupo no significa necesariamente que estén obligados a presentar algún tipo de declaración, pero si es un insumo para detectar nuevos clientes.

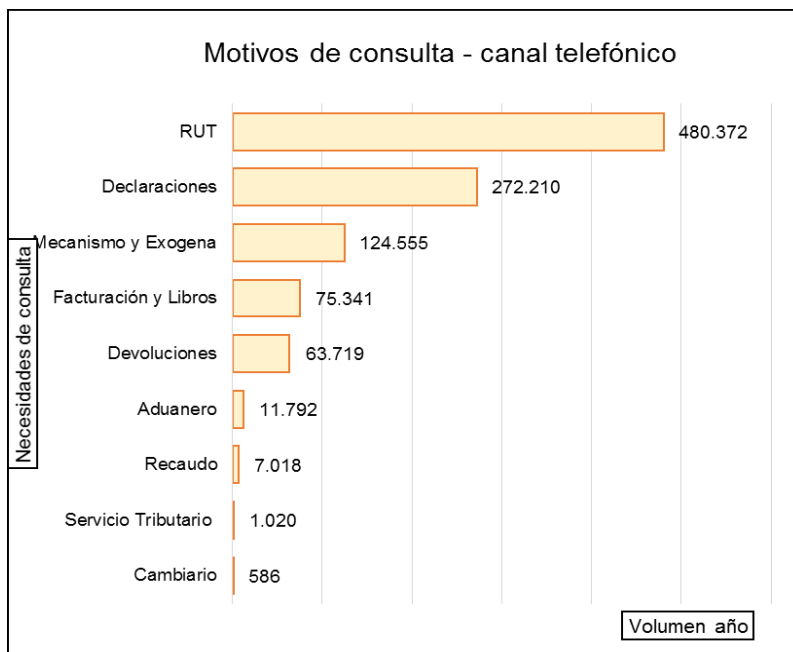


Respecto a los meses de mayor afluencia se destaca abril, septiembre y octubre por vencimientos de renta tanto de personas naturales como jurídicas.

Se observa que todos los segmentos acceden a todos los servicios y a través de todos los canales, destacándose la preferencia del canal presencial si se tiene en cuenta que las declaraciones para personas jurídicas deben ser virtuales.

3.2.3 Conceptos de demanda.





Tanto en el canal telefónico como en el presencial la gestión del trámite de registro y actualización del RUT es la más requerida, por tanto se deben fortalecer las campañas de información y educación sobre este tema. Así mismo se debe analizar desde el punto de vista de control la relación de actualización de RUT con el riesgo de evasión.

Uno de los aspectos de mayor demanda corresponden al tema de declaraciones, este es un factor vinculado directamente al recaudo, por tanto merece especial atención en la intervención de mejoramiento.

➤ **Motivos de demanda por segmentos**

CONCEPTOS DE DEMANDA DE TRAMITES CONSOLIDADO NIVEL NACIONAL											
Canal	Segmento	Gran Contribuyente	Mediano Alto	Mediano	Pequeño	Micro	Entidades de derecho público	Régimen especial y/o sin ánimo de lucro	Por clasificar	Sin Nit	total
	Trámite	Núm. Trámites	Núm. Trámites	Núm. Trámites	Núm. Trámites	Núm. Trámites	Núm. Trámites	Núm. Trámites	Núm. Trámites	Núm. Trámites	
P R E E N C I A L - P U N T O D E C O N T A C T O	RUT	51	80	404	39.955	242.040	7	767	823.015	1.127	1.107.446
	Actualización del Registro Único Tributario-RUT (T)	-	21	69	31.002	116.446	-	112	343.467	-	491.117
	Cancelación de la Inscripción en el Registro Único Tributario (T)	2	1	5	144	2.465	-	25	10.250	206	13.098
	Copia del RUT	49	49	323	5.322	13.838	7	586	42.988	921	64.083
	Inscripción en el Registro Único Tributario - RUT (T)	-	9	7	3.478	109.275	-	44	425.611	-	538.424
	Levantamiento de la suspensión de la Inscripción en el Registro Único Tributario-RUT (T)	-	-	-	5	15	-	-	231	-	251
	Suspensión RUT*	-	-	-	3	1	-	-	457	-	461
	solicitud de reactivación Nit Cancelado	-	-	-	1	-	-	-	11	-	12
	Orientación TAC y Kiosko	1.649	1.216	7.537	82.874	211.485	318	9.241	175.472	34.120	523.912
	Corrección de errores e inconsistencias en las declaraciones y recibos de pago*	0	1	3	8	5	0	0	15	307	339
	Kiosco de Autogestion*	294	143	1.245	20.880	40.445	67	1.137	56.795	6.726	127.732
	Orientación TAC*	1.355	1.072	6.289	61.986	171.035	251	8.104	118.662	27.087	395.841
	Facturación y libros	77.054	9.051	46.945	156.025	147.285	386	19.084	115.276	47	571.153
	Autorización o habilitación de numeración de facturación (T)	77.039	9.051	46.924	155.721	146.841	382	17.921	106.348	-	560.227
	Registro de libros de contabilidad (T)	15	-	21	304	444	4	1.163	8.928	47	10.926
	Mecanismo e Inf. Exógena	4	61	2.033	55.288	94.856	-	8	115.429	20	267.699
	Emisión, renovación o revocación del mecanismo de la DIAN para Certificación y Firma Digital (T)	4	61	2.025	55.140	94.539	-	8	115.116	19	266.912
	Presentación de información por envío de archivos (Información Exógena) (T)	-	-	8	148	317	-	-	313	1	787
Recaudo	64	124	678	3.975	5.469	1	401	10.582	40	21.334	
Consulta de Estado de Cuenta*	64	124	678	3.975	5.469	1	401	10.582	40	21.334	
Subtotal punto de contacto	78.822	10.532	57.597	338.117	701.135	712	29.501	1.239.774	35.354	2.491.544	
T E L E F Ó N I C O	RUT	1.926,00	#####	6.599,00	45.753,00	159.504,00	232,00	5.027,00	257.353,00	2.644,00	480.372,00
	Declaraciones	6.270,00	#####	19.289,00	65.135,00	96.580,00	612,00	9.112,00	70.893,00	519,00	272.210,00
	Mecanismo y Exogena	4.121,00	#####	8.224,00	30.518,00	39.954,00	297,00	4.613,00	34.772,00	353,00	124.555,00
	Facturación y Libros	1.910,00	#####	6.963,00	24.710,00	22.790,00	77,00	3.115,00	14.505,00	197,00	75.341,00
	Devoluciones	2.499,00	#####	7.867,00	20.122,00	21.419,00	162,00	977,00	8.714,00	77,00	63.719,00
	Aduanero	996,00	384,00	1.817,00	2.971,00	1.658,00	4,00	66,00	3.797,00	99,00	11.792,00
	Recaudo	143,00	134,00	562,00	1.895,00	2.256,00	8,00	167,00	1.830,00	23,00	7.018,00
	Servicio Tributario	8,00	4,00	35,00	133,00	186,00	-	11,00	562,00	81,00	1.020,00
	Cambiario	26,00	10,00	27,00	99,00	142,00	-	11,00	266,00	5,00	586,00
	Subtotal Orientación Telefónica	17.899	10.325	51.383	191.336	344.489	1.392	23.099	392.692	3.998	1.036.613
CANAL VIRUTA (Y LITOGRAFICO)	Renta	3.456	4.256	37.657	680.611	1.790.320	1.494	68.817	18.809	-	2.605.420
	IVA	18.936	13.781	98.518	364.838	285.595	1.223	27.814	52.685	-	863.390
	Retención en la Fuente	39.804	35.696	241.855	927.240	671.172	14.675	208.123	406.116	-	2.544.681
	Declaraciones Exportación	1.991.661	184.481	511.658	406.715	74.593	285	6.792	56.845	-	3.233.030
	Declaraciones importación	838.900	87.248	804.436	579.642	70.124	38	4.652	26.200	-	2.411.240
Subtotal Declaraciones	2.892.757	325.462	1.694.124	2.959.046	2.891.804	17.715	316.198	560.655	-	11.657.761	
TOTAL DEMANDA TRÁMITES	2.989.478	346.319	1.803.104	3.488.499	3.937.428	19.819	368.798	2.193.121	39.352	15.185.918	

4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

Conclusiones

Los contribuyentes estratégicos de todos los segmentos tienen una alta afluencia a los diferentes canales de servicio para gestionar Trámites y Opas; siendo los conceptos más frecuentes: facturación (a la fecha ya automatizado), inscripción y actualización de RUT, presentación de declaraciones, y orientación.

La identificación de segmentos y contribuyentes por segmento, así como su demanda de trámites y Opas es un insumo fundamental para enfocar el servicio con alto nivel de precisión sobre los obligados de cada uno de los tipos de impuestos.

Los contribuyentes tienen alta tendencia a preferir la gestión de trámites en el canal presencial, tal como se demuestra el volumen de declaraciones de renta litográficas y las transacciones en el canal presencial.

Debido a que el proceso de caracterización es altamente dinámico y requiere de análisis permanente en tiempo y oportunidad, se requiere apoyo tecnológico y de personal profesional en estadística con manejo de grandes volúmenes de información y métodos de inteligencia artificial y sistemas de bases de datos, para gestionar los análisis del año 2016 y 2017, con el fin de tener los resultados comparativos en líneas de tiempo respecto del impacto en el recaudo voluntario.

Recomendaciones

- **Mejorar la calidad y oportunidad y democratización de los datos de gestión de trámites y servicios.**

Es urgente mejorar la estandarización de datos y la integración del alto volumen de datos, fuentes y canales, tanto para la recolección como el procesamiento de información, por tanto se debe contar con soporte tecnológico moderno de extracción, con modelos de verificación, profesionales en estadística y analítica de datos relevantes.

Lograr la automatización en tiempo real de los registros estadísticos de gestión de trámites y Opas de todas las áreas de la Entidad, con los segmentos de clientes y el comportamiento de los mismos respecto al cumplimiento, de forma tal que se reduzcan los tiempos entre la demanda y el análisis, para potencializar las acciones de facilitación del recaudo voluntario y control a partir del comportamiento de los segmentos de clientes, así mismo diseñar estrategias personalizando las campañas en las Direcciones Seccionales para la atención de los contribuyentes en forma oportuna y preventiva.

- **Automatización y sostenibilidad del proceso de caracterización y transversalidad a todas las áreas y Direcciones Seccionales.**

Se hace necesario automatizar y garantizar la sostenibilidad en el tiempo del proceso de caracterización de clientes, con el fin de contar con información estratégica para la interacción con los contribuyentes de forma tal que impacte positivamente el recaudo voluntario, el servicio y el control, en tiempo real.

A futuro se hace necesario definir modelos de extracción de datos de todas las áreas y de aplicación de tecnologías para el análisis a partir de inteligencia de negocios.

Se debe automatizar la articulación del análisis de la información exógena y de otras fuentes de información como: Cámara de Comercio y Superintendencia de Industria y Comercio, registro de contadores, entre otras, para identificar nuevos contribuyentes por tipo de impuestos y hacer ejercicios de análisis de impuestos cruzados.