

ESTRATEGIAS PARA EL FORTALECIMIENTO DEL SERVICIO DEL PUNTO
NAF UNICOMFACAUCA DE LA CIUDAD DE POPAYÁN PARA LOS PRÓXIMOS
AÑOS 2021-2024

KAREN MONTAÑEZ SALAZAR
BRAYAN ESTEVEN SAMBONI IPIA

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA COMFACAUCA UNICOMFACAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CONTADURIA PÚBLICA
POPAYAN, CAUCA
2021

ESTRATEGIAS PARA EL FORTALECIMIENTO DEL SERVICIO DEL PUNTO
NAF UNICOMFACAUCA DE LA CIUDAD DE POPAYÁN PARA LOS PRÓXIMOS
AÑOS 2021-2024

KAREN MONTAÑEZ SALAZAR
BRAYAN ESTEVEN SAMBONI IPIA

Pasantía Trabajo de Grado

William Bernardo Macia

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA COMFACAUCA UNICOMFACAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CONTADURIA PÚBLICA
POPAYAN, CAUCA
2021

TABLA DE CONTENIDO

INDICE DE TABLAS.....	¡Error! Marcador no definido.
RESUMEN PROYECTO.....	5
INTRODUCCIÓN.....	6
PLANTEAMIENTO, DESCRIPCIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	7
JUSTIFICACIÓN	9
OBJETIVOS.....	10
5.1 OBJETIVO GENERAL.....	10
5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	10
6. DESARROLLO O EJECUCION DEL TRABAJO REALIZADO	11
6.1 INFORMACION DE LA EMPRESA	11
6.2 ORGANIZACIÓN DEL DOCUMENTO.....	12
MARCO TEORICO	13
7.1 DEFINICIÓN ESTRATEGIA.....	13
7.2 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA:	13
7.3 PLAN ESTRATÉGICO.....	14
ANALISIS DOFA.....	15
DEFINICIÓN DE LA MATRIZ DOFA	15
8.2 IDENTIFICACIÓN DE FORTALEZAS Y DEBILIDADES	15
8.3 IDENTIFICACIÓN OPORTUNIDADES Y AMENAZAS	16
8.4 EL ANALISIS DOFA	16
8.5 CONSIDERACIONES GENERALES PARA LA ELABORACIÓN DEL ANÁLISIS FODA.....	18
8.6 DIAGRAMA DE PARETO.....	19
ANTECEDENTES.....	23
METODOLOGÍA IMPLEMENTADA	25
10.1. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	25
10.2. ANALISIS DE LA INFORMACIÓN.....	26
10.3 DIAGNÓSTICO	26
RESULTADOS ALCANZADOS, ANALISIS Y RECOMENDACIONES	34
PLANEACIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS PROPUESTAS.....	35

Objetivo de la estrategia.....	35
12.2 Planeación de la estrategia	35
12,3 seguimiento de la estrategia.....	36
12,4 Análisis de la estrategia.....	37
12.5 objetivo de la estrategia	39
12.6 Planeación de la estrategia.	39
12,7 • Seguimiento de la Estrategia a través del protocolo del servicio.....	39
12.8 Análisis de la estrategia.	42
13 CONCLUSIONES.....	45
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	46
15.BIBLIOGRAFIA.....	47

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Lista de fortalezas.....	26
Tabla 2 Debilidades	27
Tabla 3 Oportunidades.....	27
Tabla 4 Amenazas	29
Tabla 5 Impacto de Fortalezas.....	29
Tabla 6 Impacto de debilidades.....	30
Tabla 7 Impacto de Oportunidades	30
Tabla 8 Impacto de Amenazas.	31
Tabla 9 Priorización.	32
Tabla 10 Caso 1	37
Tabla 11 Caso 2.....	42
Tabla 12 Cronograma de Actividades.....	46

RESUMEN PROYECTO

El Núcleo De Apoyo Contable Y Fiscal De La DIAN (NAF) Unicomfacauca es una iniciativa de responsabilidad social propuesta y guiada por la DIAN para ser implementada por las instituciones de Educación Superior, como Unicomfacauca. El fin es crear espacio de atención permanente en materia fiscal a personas naturales y jurídicas sin ningún costo en donde estudiantes y maestros, previamente capacitados, ofrezcan orientación en ámbito normativo o técnico. El convenio entre la DIAN y la Corporación Universitaria Comfacauca, programa Contaduría Pública (cód. SNIES 54428), tiene como objetivo unir esfuerzos entre la academia y el sector público, con el fin de generar en la ciudadanía una cultura tributaria que permita la comprensión racional de un ciudadano activo que tiene derechos y deberes.

El presente trabajo tiene como objetivo, realizar un diagnóstico con ayuda del análisis DOFA; para crear estrategias que sean base para fortalecer el servicio que presta el punto NAF-UNICOMFACAUCA, que pueda brindar un mejor servicio a los contribuyentes, dentro de ese diagnóstico se puede identificar que el uso tecnológico, es de mayor importancia para ofrecer un buen servicio a toda la comunidad payanesa.

Para poder realizar un diagnóstico dentro del punto NAF-UNICOMFACAUCA se debía realizar un debido proceso de pasantía allí, para así obtener mejor la información real del servicio que se está prestando; por tal motivo se genera un diagnóstico para diseñar estrategias en el fortalecimiento del punto NAF.

INTRODUCCIÓN

En este trabajo se realizará un diagnóstico de operación real que posibilita conocer y evaluar la situación del punto NAF; y es una herramienta objetiva, práctica y viable, conocida como Matriz FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas), que permite desarrollar estrategias, y de esta forma analizar los factores que tienen mayor importancia que proporciona juicios para la construcción de un balance estratégico.

Este análisis se realiza en el punto NAF-UNICOMFACAUCA con el fin de fortalecer el servicio y así poder tomar mejores decisiones, en la obtención de brindar un servicio de calidad y mejorar la atención al usuario. Se generarán estrategias, por ejemplo; utilizar la tecnología ya que es un factor importante a la hora de prestar un servicio.

De esta manera se pretende generar una posibilidad de incrementar los beneficios y de igual forma incentivar a la mejora continua de este punto NAF que representa una sustentabilidad para aquellos contribuyentes que pueden ser personas jurídicas y personas naturales, los cuales soliciten asesorías sobre temas relacionados con la parte tributaria de cada uno de ellos. Se espera generar gran acogida a estas estrategias para así poder forjar el punto NAF en la Corporación Universitaria Comfacauca.

PLANTEAMIENTO, DESCRIPCIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Los núcleos de apoyo contable y fiscal (NAF) se originan en Brasil en el año 2008, esta idea nace a partir de una iniciativa que tuvo un profesor de una universidad en Brasil donde se cuestionaba que la DIAN no tenía muy buena comunicación con los usuarios y se preguntaba de qué manera se podía mejorar.

Es allí donde la universidad presta el apoyo a la entidad, participando en el trabajo de la receta federal. A raíz de esta propuesta comenzaron este proyecto con las universidades a prestar orientación a todos los contribuyentes de baja renta y se dieron cuenta que funcionaba y que estaban recibiendo el apoyo de receta federal de Brasil y posteriormente presentaron este proyecto a Eurocial que es el programa para la coalición social de América Latina. A quienes les pareció un gran proyecto y decidieron apoyarlo llevándolo a otros países a que conocieran y se interesaran en la propuesta. Eurocial llevó la propuesta a Bolivia, Chile donde este proyecto obtuvo una gran acogida, posteriormente lograron su expansión por toda América Latina.

Para el año 2015 llega a Colombia donde invitan a la DIAN al lanzamiento de “la red de educación fiscal” este es un espacio para que las diferentes instituciones educativas y fiscales compartan experiencias y aprendan de ellas. La DIAN con el apoyo de EUROICIAL y la REF implementan las NAF mediante la resolución 0047 de 2016.

De acuerdo a toda la implementación que realizó la DIAN hacia las universidades del país, en la ciudad de Popayán llega las NAF donde, la Corporación Universitaria ComfacaUCA UnicomfacaUCA en el año 2018 hace un convenio ante la DIAN que tiene como objetivo unir esfuerzos entre la academia y el Sector público, con el fin de generar una cultura tributaria.

Respecto al apartado anterior, se puede deducir que a raíz de esta idea se genera un buen convenio entre la DIAN y la Corporación Universitaria ComfacaUCA, programa Contaduría Pública (código SNIES 54428), que tiene como objetivo unir esfuerzos entre la academia y el sector público; con el fin de generar en la ciudadanía una cultura tributaria que permita la comprensión racional de un ciudadano activo que tiene derechos y deberes. La experiencia que se ha vivido dentro de este núcleo de apoyo contable y fiscal ha sido muy gratificante y se han logrado muchas cosas, donde el punto NAF- UNICOMFACAUCA ha tenido grandes reconocimientos en los excelentes resultados por la gestión y que cada día evolucionan.

Con ayuda del análisis DOFA se realizará una evaluación de los factores fuertes y débiles que se puede diagnosticar dentro del punto NAF y posteriormente su evaluación externa para obtener una mejor perspectiva de la situación estratégica del servicio que se está prestando. Esto se hace con el fin de mejorar el servicio y diseñar estrategias que permitan alcanzar el objetivo del punto NAF-UNICOMFACAUCA, la falta de estrategias hace que se tengan aspectos negativos como lo es la falta de una mejor atención al usuario, dentro de la comunidad UNICOMFACAUCA y que muchos ciudadanos desconocen el servicio, y no hacen el uso del mismo. Lo que puede causar baja calidad del servicio y una gran disminución del usuario que desea adquirir los servicios del punto NAF-UNICOMFACAUCA.

1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles serían las estrategias para el fortalecimiento del servicio del punto NAF-UNICOMFACAUCA en la ciudad de Popayán para los próximos años?

JUSTIFICACIÓN

Este proyecto es importante porque las estrategias permitirán mejorar continuamente el servicio que presta el punto NAF y puede mejorar el alcance del servicio y su entorno. Estas estrategias pueden generar importantes beneficios los cuales son: en primera instancia; se verán beneficiadas las comunidades de las diferentes localidades de Popayán y los municipios aledaños, que organizados en ONGS, requerirán conocer y acceder a los servicios de la DIAN para llegar a ser contribuyentes consientes y responsables de su deber con el Estado.

En segunda instancia; los estudiantes participantes, tienen la posibilidad de fortalecer y contrastar sus conocimientos teóricos con la práctica en la orientación brindada, tanto en las personas naturales como en las jurídicas. También serán beneficiadas la DIAN y la Corporación Universitaria Comfacauca, en cuanto consagran en su misión la responsabilidad social, el liderazgo y el apoyo a la consolidación de los NAF para la formación de una ciudadanía responsable, actualmente los clientes no son asesorados rápidamente en ámbitos tributarios aumentando en sanciones y multas tributarias. Se debe tener en cuenta que, contribuir en los impuestos del estado es un deber de los ciudadanos y que a partir de ello el Estado puede recaudar y realizar diferentes obras. Su importancia es elemental para permitir que los sectores más desprotegidos cuenten con algún tipo de asistencia por lo cual se debe mejorar el servicio del punto NAF en base al diseño de estrategias con ayuda de un análisis DOFA.

OBJETIVOS

5.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar estrategias para el fortalecimiento del servicio de punto NAF Unicomfacauca en la ciudad Popayán.

5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar qué aspectos intervienen en el fortalecimiento del servicio que presta el punto NAF-UNICOMFACAUCA.
- Recolectar información necesaria para la elaboración de estrategias mejorando la parte interna del punto NAF-UNICOMFACAUCA.
- Realizar el diagnóstico del servicio prestado en el punto NAF mediante la herramienta matriz DOFA para la toma de decisiones estratégicas enfocadas hacia el mejoramiento del servicio.

6. DESARROLLO O EJECUCION DEL TRABAJO REALIZADO

6.1 INFORMACION DE LA EMPRESA

El punto NAF es una iniciativa de responsabilidad social propuesta y guiada por la DIAN para ser implementada por las instituciones de Educación Superior, como Unicomfacauca. El fin es crear espacio de atención permanente donde estudiantes y maestros, previamente capacitados, ofrezcan orientación básica en materia fiscal a personas naturales y jurídicas sin ningún costo en el ámbito normativo o técnico.

El convenio entre la DIAN y la Corporación Universitaria Comfacauca, programa Contaduría Pública (cód. SNIES 54428), tiene como objetivo unir esfuerzos entre la academia y el sector público, con el fin de generar en la ciudadanía una cultura tributaria que permita la comprensión racional de un ciudadano activo que tiene derechos y deberes.

- En primera instancia se verán beneficiadas las comunidades de las diferentes localidades de Popayán y los municipios circunvecinos, que organizados en ONGS, requieren conocer y acceder a los servicios de la DIAN para llegar a ser contribuyentes consientes y responsables de su deber con el Estado.
- En segunda instancia, los estudiantes participantes, tienen la posibilidad de contrastar sus conocimientos teóricos con la práctica en la orientación brindada, tanto en las personas naturales como en las jurídicas.
- También serán beneficiadas la DIAN y la Corporación Universitaria Comfacauca en cuanto consagran en su misión la responsabilidad social, el liderazgo y el apoyo a la consolidación de los NAF, para la formación de una ciudadanía responsable.

6.2 ORGANIZACIÓN DEL DOCUMENTO

En el presente trabajo se identifica una introducción la cual permite dar a conocer el objetivo de este trabajo para el punto NAF-UNICOMFACAUCA, un resumen del desarrollo de estrategias a implementar en el trabajo, la metodología que se implementa para realizar el diagnóstico del servicio que presta el punto NAF, también un análisis DOFA por medio de tablas y su respectivo resultado.

Seguido en el marco teórico se abarca el tema principal y palabras clave para comprender mejor el desarrollo en el presente trabajo, a continuación, se tiene en cuenta los antecedentes los cuales nos brindan información de una investigación previa realizada en la universidad de Córdoba.

Como tercera parte del trabajo, se describe los resultados alcanzados, el análisis y recomendaciones descritas en el desarrollo del trabajo, se podrá visualizar el cronograma de actividades que se utilizó para la ejecución del trabajo en cuestión.

Finalmente se da una conclusión del trabajo realizado, de los resultados obtenidos y se muestran las fuentes consultadas para la elaboración de este trabajo.

MARCO TEORICO

7.1 DEFINICIÓN ESTRATEGIA

El desarrollo de una estrategia pone en juego una competencia gerencial importante sobre el cómo alcanzar los resultados esperados a la luz de la situación de la organización. Los objetivos son los resultados finales esperados, mientras que la estrategia son los recursos y acciones que permitirán alcanzar dichos objetivos.

En efecto, la estrategia se convierte en una herramienta gerencial para lograr los objetivos. El trabajo de formular una estrategia comienza con un análisis profundo de la situación interna y externa. Con este análisis, y armados de entendimiento sobre el panorama general, los gerentes pueden desarrollar mejores estrategias para lograr esos objetivos. Continuando con la visión de (Thomson, 1992), la estrategia es un proceso que está evolucionando de manera continua. A pesar de que los objetivos de largo plazo pueden haberse definido hace muchos años, normalmente estos se mantienen relevantes dentro de la misión de la organización por mucho tiempo. Ahora, cuando se habla de “cómo” se obtendrán esos objetivos, se evidencia más claramente una evolución constante. Esto responde parcialmente a un entorno externo que se encuentra en constante cambio, por una parte, debido a los esfuerzos de los gerentes de crear nuevas oportunidades y, por otra, a las nuevas ideas sobre cómo hacer que una estrategia funcione mejor.

7.2 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA:

Cuando las personas piensan en estrategia, piensan irremediamente en planificación y, por ende, en la planeación estratégica. Es el proceso mediante el cual quienes toman decisiones en una organización obtienen, procesan y analizan información pertinente, interna y externa, con el fin de evaluar la situación presente de la empresa, así como su nivel de competitividad, con el propósito de anticipar y decidir sobre el direccionamiento.

Otra definición es la de (H, 2016) , para quien la planeación estratégica es un proceso mediante el cual una organización define su visión de largo plazo y las estrategias a partir del análisis de sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, para luego responder las siguientes preguntas:

- a) ¿A dónde quiere ir la organización?
- b) ¿Dónde está hoy la organización?
- c) ¿A dónde debe ir la organización?
- d) ¿A dónde puede ir la organización?
- e) ¿A dónde irá la organización?
- f) ¿Cómo está llegando a sus metas la organización?

“La planeación estratégica, así entendida, tiene los siguientes componentes fundamentales, las estrategias, el direccionamiento, el diagnóstico, la formulación estratégica y la auditoría estratégica” (H, 2016)

7.3 PLAN ESTRATÉGICO

“Son las tareas que debe realizar cada unidad o área para concretar las estrategias en un plan operativo que permita su monitoreo, seguimiento y evaluación” (H, 2016) Por otra parte, un plan estratégico es un ejercicio que permite establecer las líneas que marcarán el futuro y diseñar el porvenir; su importancia está en que ayuda a transmitir, contrastar y convencer a los grupos de interés. El plan estratégico es un documento que sintetiza, en los niveles económico, financiero y organizativo, el posicionamiento actual y futuro de la empresa, y permite definir el presente y la forma como se llegó a él, y los objetivos futuros que desea alcanzar. Este plan estratégico obliga a la organización a plantearse dudas sobre sí misma y a marcar una estrategia en función del posicionamiento actual y futuro. Por otra parte, este documento también se puede convertir en una tarjeta de presentación de la idea del emprendedor para todos los grupos de interés, internos y externos, tales como los accionistas, las entidades financieras, los empleados, los clientes y los proveedores, fiscal a personas naturales y jurídicas, sin ningún costo, en el ámbito normativo o técnico, según el alcance que se determine mediante los documentos que formalicen los acuerdos para su implementación.

ANALISIS DOFA

DEFINICIÓN DE LA MATRIZ DOFA

Definen que El FODA o DOFA, (SWOT, por sus siglas en inglés), es una técnica de planeación estratégica que permite crear o reajustar una estrategia, ya sea de negocios, mercadotecnia, comunicación, relaciones públicas. Esta técnica permitirá conformar un cuadro de la situación actual de una empresa u organización; Permitiendo, de esta manera, obtener un diagnóstico preciso que permita tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados por tal organismo.

El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras:

- Fortalezas
- Oportunidades
- Debilidades
- Amenazas

El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y que permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada.

El análisis FODA estima el efecto que una estrategia tiene para lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación externa, esto es, las oportunidades y amenazas.

8.2 IDENTIFICACIÓN DE FORTALEZAS Y DEBILIDADES

Una fortaleza de la organización es alguna función que ésta realiza de manera correcta, como son ciertas habilidades y capacidades del personal con ciertos atributos psicológicos y la evidencia de su competencia. Otro aspecto identificado como una fortaleza son los recursos considerados valiosos y la misma capacidad competitiva de la organización como un logro que brinda esta o una situación favorable en el medio social. Una debilidad se define como un factor que hace vulnerable a la organización o simplemente una actividad que la empresa realiza en forma deficiente, lo que la coloca en una situación débil (HENRY, 1980). las

fortalezas y oportunidades son, en conjunto, las capacidades, esto es, los aspectos fuertes como débiles de las organizaciones o empresas competidoras (productos, distribución, comercialización y ventas, operaciones, investigación e ingeniería, costos generales, estructura financiera, organización, habilidad directiva, etc.). Estos talones de Aquiles pueden generar en la organización una posición competitiva vulnerable. Para el análisis FODA, una vez identificados los aspectos fuertes y débiles de una organización se debe proceder a la evaluación de ambos. Es importante destacar que algunos factores tienen mayor preponderancia que otros: mientras que los aspectos considerados fuertes de una organización son los activos competitivos, los débiles son los pasivos también competitivos. Pero se comete un error si se trata de equilibrar la balanza. Lo importante radica en que los activos competitivos superen a los pasivos o situaciones débiles; es decir, lo trascendente es dar mayor preponderancia a los activos. El éxito de la dirección es diseñar estrategias a partir de las que la organización realiza de la mejor manera, obviamente tratando de evitar las estrategias cuya probabilidad de éxito se encuentre en función de los pasivos competitivos (WILHELM, 1992)

8.3 IDENTIFICACIÓN OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

Las oportunidades constituyen aquellas fuerzas ambientales de carácter externo no controlables por la organización, pero que representan elementos potenciales de crecimiento o mejoría. La oportunidad en el medio es un factor de gran importancia que permite de alguna manera moldear las estrategias de las organizaciones. Las amenazas son lo contrario de lo anterior, y representan la suma de las fuerzas ambientales no controlables por la organización, pero que representan fuerzas o aspectos negativos y problemas potenciales (OD. SARLI, 2015).

8.4 EL ANALISIS DOFA

Puede ofrecer perspectivas útiles en cualquier etapa de un esfuerzo. Puede utilizarse para:

- Explorar las posibilidades de nuevas iniciativas o soluciones a los problemas.
- Tomar decisiones sobre el mejor camino para su iniciativa. La identificación de sus oportunidades para el éxito en el marco de amenazas puede aclarar direcciones y opciones.
- Determine dónde el cambio es posible. Si usted está en un punto de unión o de inflexión, un inventario de sus fortalezas y debilidades pueden revelar las prioridades, así como las posibilidades.
- Ajustar y

precisar los planes de medio término. Una nueva oportunidad podría abrir vías más amplias, mientras que una nueva amenaza podría cerrar un camino que una vez existió. La Matriz FODA representa una estrategia de marketing esencial para el éxito de cualquier organización que preste un bien o un servicio, independientemente de si el objetivo es crecimiento o posición de mercado sostenible. Un plan de marketing estratégico exitoso se basa en varios objetivos clave, incluyendo objetivos de marketing, identificar su objetivo de mercado y postura competitiva, establecer necesidades presupuestarias, la ejecución definiendo plazos y los criterios de evaluación. La razón básica de una organización debe ser, la de satisfacer las necesidades de los clientes lo que requiere de esfuerzos integrados y coordinados de toda la organización; y la cual deberá centrarse en la sustentabilidad y el éxito a largo plazo. Algunos aspectos clave de la comercialización estratégica son el análisis del área de servicio competitivo, ventaja competitiva y los principios del marketing. (OD. SARLI, 2015)

Según (OD. SARLI, 2015) El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual del objeto de estudio (persona, empresa u organización, etc.) accediendo de esta manera a un diagnóstico preciso que permite, en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados. La relevancia de emplear una matriz de análisis FODA es que nos posibilita la búsqueda y el análisis metodológico de todas las variables que intervienen en el ámbito a estudiar, con el fin de tener más y mejor información al momento de tomar decisiones.

También señala (Rojas, 2009) que El análisis FODA es una valiosa herramienta que apoya el proceso de planeación estratégica de una organización, su importancia consiste en la evaluación de los puntos fuertes y débiles dentro de los ambiente internos y externos de una organización, con la finalidad de contar con un diagnóstico de sus condiciones de operación. Las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, incluidas en el diagnóstico, son propias de cada organización y de acuerdo con cada escenario empresarial, por tanto, esas variables son únicas en su operación y resultados, por lo que no se deben generalizar las situaciones encontradas a entidades distintas, presuponiendo reacciones similares; por ejemplo, una debilidad o amenaza en una empresa no necesariamente lo será para otra.

8.5 CONSIDERACIONES GENERALES PARA LA ELABORACIÓN DEL ANÁLISIS FODA

(Rojas, 2009) Es necesario mencionar algunas consideraciones, que no supuestos, que se deben tomar en cuenta para que el análisis FODA provea un diagnóstico que sea confiable.

Es recomendable que el análisis sea elaborado por un equipo que puede ser de 3 a 5 de personas las cuales deben de contar con la experiencia y conocimiento de las diversas áreas de la organización, que, con sus opiniones, enriquezca el resultado.

Los responsables del análisis deben de tener todas las facilidades para el acceso a la información de las áreas funcionales de trabajo que se requiera.

Antes de establecer los criterios del análisis es preciso identificar y coleccionar ciertos elementos de la estructura de organización que servirán de base para asegurar la congruencia de este, tales como: la visión y misión, el objetivo general, el organigrama funcional etc.

Los criterios de análisis que se establezcan de inicio deben ser claros, que no dejen duda y cuyo significado sea el mismo para todos los que participen en el análisis. Los criterios establecidos deben ser consistentes, es decir no se deben modificar en el proceso, porque se invalida el resultado del diagnóstico.

Para cada criterio establecido, se debe hacer el análisis de las cuatro variables (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas), es decir no deben quedar variables sin que tengan elementos; eso es parte del trabajo de equipo y de la visión objetiva de la organización. Suele suceder, que, algunas veces quienes realizan el análisis, buscan guardar una imagen institucional a conveniencia, o no quieren herir susceptibilidades y por tanto emiten opiniones o juicios que no se apegan a la realidad, como, por ejemplo, no reconocer debilidades o tratar de minimizar las amenazas, lo que se traduce en una falsa idea de la organización que limita un diagnóstico y evaluación seria, y tampoco contribuye a corregir errores o al desarrollo de estrategias.

Se recomienda para el análisis de los criterios y sus variables elaborar una matriz, dado que ello facilita el manejo de los datos. El análisis debe ser realizado en un período razonable y definido, dado que, la dinámica administrativa puede convertir

en poco oportuna, apreciable u obsoleta mucha de la información que se obtenga; lo que puede suceder si el estudio se dilata demasiado.

El informe final del análisis debe ser estructurado de tal forma, que demuestre en forma profesional un diagnóstico apropiado, maduro, que contenga los elementos tangibles que permitan establecer propuestas para elaborar estrategias, es decir, que sea un documento de trabajo útil para la planeación y administración estratégica y no solamente un requisito obligatorio o formalidad, dentro de un plan, que no tenga mayor impacto en el desarrollo de éste. (Rojas, 2009)

8.6 DIAGRAMA DE PARETO

8.6.1. Métodos de administración de la calidad.

Volviendo a la esfera productiva, vamos a detallar algunos de los elementos claves para garantizar un correcto desarrollo de la misma. Si bien es verdad que existen infinitas técnicas y procesos que amplían los pasos que vamos a enumerar, como primera medida es entender en qué consisten estas medidas. (Zúñiga.)

- Hoja de control: Como primer elemento, contamos con la hoja de control. En esta hoja, generalmente en forma de planilla para generar una mayor facilidad en la obtención de datos, encontramos una división precisa sobre las distintas funciones a analizar, donde debemos detallar si encontramos alguna falla, y en caso de ser así, en qué sector. Es importante que esto se realice con una periodicidad estipulada, ya que es así donde se notarán fallas en los procesos a largo plazo. Este tipo de método es de carácter manual, independientemente de cómo se analicen los datos luego (Zúñiga.).
- Estratificación: Se trata de un método estadístico muy importante que clasifica la información considerada relevante, agrupándola en estratos. La elección de los tratos (personal, distribución, y cualquier otra característica que consideremos relevante para el proceso productivo) es totalmente arbitraria y corresponde a la elección hecha por el personal a cargo. Esta forma de medición sirve para tener la información claramente agrupada y

poder observar cuáles son los procesos que deben ser revisados y tenidos en cuenta. (Zúñiga.)

Éstas son tan sólo dos de las múltiples opciones con las que cuenta el personal para maximizar y corregir la productividad. Otras medidas muy populares en el ámbito de la administración es el diagrama de causa-efecto o el diagrama de Pareto (en honor al economista italiano).

Como vemos, es indispensable para las empresas contar con un plan de control de calidad, ya que es aquí donde se verá o no un crecimiento de la compañía; cuanto más estricto sea un control de calidad, de mayor calidad será el producto final. (Zúñiga.)

8.6.2 Diagrama de Pareto (Diagrama de control).

El Diagrama de Pareto, es una técnica gráfica sencilla para clasificar aspectos en orden de mayor a menor frecuencia. Este diagrama, también es llamado curva cerrada o Distribución A-B-C, es una gráfica para organizar datos de forma que estos queden en orden descendente, de izquierda a derecha y separados por barras. (Zúñiga.)

Características del diagrama:

- Permite asignar un orden de prioridades.
- Permite mostrar gráficamente el principio de Pareto (pocos vitales, muchos triviales), es decir, que hay muchos problemas sin importancia frente a unos pocos muy importantes. Mediante la gráfica colocamos los «pocos que son vitales» a la izquierda y los «muchos triviales» a la derecha.
- Facilita el estudio de las fallas en las industrias o empresas comerciales, así como fenómenos sociales o naturales psicosomáticos.
- Hay que tener en cuenta que tanto la distribución de los efectos como sus posibles causas no es un proceso lineal, sino que el 20% de las causas

totales hace que sean originados el 80% de los efectos y rebotes internos del pronosticado. (Zúñiga.)

- El principal uso que tiene el elaborar este tipo de diagrama es para poder establecer un orden de prioridades en la toma de decisiones dentro de una organización. Evaluar todas las fallas, saber si se pueden resolver o mejor evitarlas.

¿Qué es el principio de Pareto y quién es Pareto?

El principio de Pareto, es también conocido como la regla del 80-20, distribución A-B-C, ley de los pocos vitales o principio de escasez del factor. Recibe uno de sus nombres en honor a Vilfredo Pareto, quien lo enunció por primera vez, basándose en el denominado conocimiento empírico. Estudió que la gente en su sociedad se dividía naturalmente entre los «pocos de muchos» y los «muchos de poco»; se establecían así dos grupos de proporciones 80-20 tales que el grupo minoritario, formado por un 20 % de población, ostentaba el 80 % de algo y el grupo mayoritario, formado por un 80 % de población, el 20 % de ese mismo algo. El principio de Pareto.

En concreto, Pareto estudió la propiedad de la tierra en Italia y lo que descubrió fue que el 20 % de los propietarios poseían el 80 % de las tierras, mientras que el restante 20 % de los terrenos pertenecía al 80 % de la población restante.

¿Cuándo utilizar un diagrama de Pareto?

- Para analizar los datos sobre la frecuencia de problemas o de causas en un proceso.
- Cuando son muchos problemas o causas y se desea centrarse en los más importantes.
- Cuando se desea analizar las causas de un problema enfocándose en sus componentes específicos.
- Para comunicarse con otros a través de datos (de manera visual).

¿Cómo se hace un diagrama de Pareto?

- a) Seleccionar los aspectos que se van a analizar. ¿Cuál es el problema y las causas que se van a tratar?
- b) Seleccionar la unidad de medida para el análisis: la cantidad de ocurrencias, los costos u otra medida de influencia.

ANTECEDENTES

En los diferentes textos en los que se basa para indagar sobre información relevante que pueda incluirse en este documento y se encontró a la Universidad de Córdoba la cual, se toma como referencia en este trabajo porque diseñaron estrategias con ayuda del análisis DOFA para mejorar el servicio del punto NAF de la universidad; ya que diagnosticaron que, al no tener una buena estrategia ni difusión de los servicios, de fortalecer la publicidad del punto; no generan mayor credibilidad en el servicio. A continuación, se describirá los aspectos más relevantes del trabajo que se realizó en la Universidad de Córdoba.

Esta universidad tiene Acreditación de Alta Calidad, otorgada por el Ministerio de Educación Nacional mediante Resolución 2956 del 22 de marzo de 2019, en la cual el Ministerio reconoce la calidad de los procesos académicos- administrativos de la Universidad, manifestando que “se ha demostrado que la Universidad de Córdoba ha logrado niveles de calidad suficientes, para que de acuerdo con las normas que rigen la materia, sea reconocido públicamente”; vale la pena resaltar lo necesario que es garantizar que los servicios que presta el Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal (NAF) sean realizados con eficacia y funcionalidad, de manera que contribuya a la calidad educativa de los estudiantes e impacte positivamente a la comunidad en general, para lo cual es indispensable que estos sean conocidos a través de diferentes medios y así logren llegar al público objetivo; entonces, surge el cuestionamiento sobre la necesidad real de establecer nuevos mecanismos o lineamientos por medio de los cuales se logre difundir los servicios y que se logre llegar al público; y no seguir esperando que estos sigan respondiendo al seguir usando las mismas estrategias de difusión. (OROZCO, 2019)

De acuerdo con lo anterior, se debe realizar una mejor difusión que presta el punto NAF y se procederá a recolectar información sobre la forma de difundir los servicios prestados de datos, entrevista con la Coordinadora del NAF de la Universidad de Córdoba información en la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN sobre las estrategias ofrecidas por estos mismos para promocionarlos; la investigación y la observación, al conocer cómo se da este proceso desde las áreas responsables en la Universidad de Córdoba.

A través de las Encuestas de valoración de los servicios Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal diseñadas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN y aplicadas a una muestra de los asistentes mensuales. (OROZCO, 2019)

Una vez recolectada información sobre la forma de difundir contenido relacionado con temas contables, financieros y fiscales y los servicios del Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal NAF de la Universidad de Córdoba, a través de diferentes métodos como la entrevista a la Coordinadora de este, análisis de información, identificación de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas tanto internas como externas, y el respectivo diagnóstico, es pertinente resaltar:

- Se hace necesario ejecutar acciones que difundan los servicios ofrecidos por el Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal NAF y contenido en materia contable, financiera y fiscal, contribuyéndose así a una mayor calidad académica, e incidencia social al hacer un aporte significativo en la educación tributaria y financiera de la población monteriana. (OROZCO, 2019).

La creación de lineamientos para marketing digital a través de redes sociales representa un auténtico mecanismo para difundir contenido de temas contables, financieros y fiscales, estas iniciativas cada vez más van tomando fuerza puesto que en el país desde hace algunos años se viene generando conciencia de estos; además, permite la comunicación y la relación del NAF con el público objetivo. (OROZCO, 2019).

Teniendo en cuenta que las redes sociales se basan en la comunicación horizontal, de tú a tú entre usuarios, la escucha activa y la posibilidad de comentar lo que se comparte de forma fácil, contribuye a que la información publicada se replique de manera más fácil, y que el público objetivo vea con mayor cercanía al NAF. (OROZCO, 2019).

METODOLOGÍA IMPLEMENTADA

Para realizar la presente investigación se tiene como principal objetivo desarrollar la matriz DOFA en la cual se dará el resultado de estrategias para el fortalecimiento del punto NAF-UNICOMFACAUCA, con esto se mejorará la atención virtual, se requerirá de una metodología cualitativa para alcanzar los objetivos propuestos, la investigación se hace en la recolección de datos e información relevante para desarrollar la matriz DOFA.

Se realizó la recolección de la información con ayuda de los estudiantes que han hecho parte del punto NAF, también con los docentes que hacen parte de este servicio. Esta información se recolecto por medio de encuestas vía virtual en donde las personas lograron responder satisfactoriamente la pregunta. Lo que proporcionó una guía para la elaboración del diagnóstico y desarrollar las estrategias del punto NAF.

De igual manera al finalizar las asesorías a los usuarios del punto NAF, se les compartía un link el cual debían de diligenciar para establecer que tan satisfactorio fue el servicio y una casilla de observaciones para que notificarán cualquier inconsistencia.

Gracias a la labor realiza en el punto NAF, se pudo evidenciar de forma directa el ambiente interno en el que se encuentra. Esto es importante ya que se podrá dar con mayor alcance un diagnóstico que será base para el desarrollo del trabajo.

10.1. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Se inició recolectando la información de los aspectos que hacen falta en el Núcleo De Apoyo Contable y Fiscal NAF-UNICOMFACAUCA, con ayuda de consulta de datos y encuestas enviadas vía virtual con los estudiantes y docentes que han hecho parte de este servicio, también El coordinador del NAF- UNICOMFACAUCA y por supuesto de algunos contribuyentes que han adquirido el servicio.

10.2. ANALISIS DE LA INFORMACIÓN

De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas que se mencionan anteriormente se recolectó la información para obtener los datos pertinentes en la Alimentación de la matriz DOFA, se dio comienzo a un análisis teniendo en cuenta los aspectos que hace falta mejorar dentro y fuera de las NAF-UNICOMFACAUCA y crear estrategias que ayuden a fortalecer el servicio con ayuda del análisis DOFA.

10.3 DIAGNÓSTICO

Teniendo en cuenta el análisis que se llevará a cabo en cómo se ha implementado el servicio por parte de las NAF-UNICOMFACAUCA y como el público objetivo se ha enterado de la existencia de este, se podrán identificar que mejoras se deben hacer en la prestación del servicio en la comunidad corporativa y el público en general, y de esta manera tener bases, a continuación, se mencionarán las estrategias en el fortalecimiento de la publicidad de las NAF- UNICOMFACAUCA en la ciudad de Popayán.

Tabla 1 Lista de fortalezas

PREGUNTAS ORIENTADORAS	LISTA DE FORTALEZAS
¿Cuáles son los activos (tangibles e intangibles) más valiosos de las NAF UNICOMFACAUCA (actividades, capacidades, recursos)?	La corporación universitaria Comfacauca Unicomfauca cuenta con una excelente capacidad en redes inalámbricas, redes de comunicación.
	La corporación universitaria Comfacauca Unicomfauca cuenta con el apoyo de docentes capacitados para dirigir, controlar, y planear el punto NAF.
	Se puede apreciar que posee un buen lugar y ambiente de trabajo.

¿Cuáles son las principales fortalezas de las NAF UNICOMFACAUCA relacionadas con el desarrollo académico (docencia, investigación y extensión), bienestar e infraestructura?	La corporación universitaria ComfacaUCA UnicomfacaUCA gestiona y organiza eventos relacionados con los temas tributario, contable y fiscal.
	la corporación universitaria UnicomfacaUCA ha logrado ser uno de los primeros lugares en la gestión NAF en la atención al usuario.

Tabla 2 Debilidades

PREGUNTAS ORIENTADORAS	LISTA DE DEBILIDADES
¿Cuáles son las principales debilidades o problemas de las NAF-UNICOMFACAUCA?	No hay un fuerte acompañamiento por parte de los docentes encargados hacia los estudiantes que hacen parte del punto NAF.
	Dentro de la comunidad UNICOMFACAUCA no hay tanto conocimiento, ni divulgación y no hay uso de los servicios del punto NAF.
¿Cuáles son los obstáculos que pueden limitar el desempeño o el alcance de logros sostenibles en las NAF UNICOMFACAUCA?	No contar con un protocolo de atención al usuario y del servicio que presta el punto NAF.

Tabla 3 Oportunidades

PREGUNTAS ORIENTADORAS	LISTA DE OPORTUNIDADES
-------------------------------	-------------------------------

<p>¿Qué oportunidades existen para maximizar, mejorar o apoyar a las fortalezas existentes que se han identificado anteriormente?</p>	<p>La corporación universitaria unicomfacauca es el número uno en mayores atenciones a nivel nacional.</p>
	<p>La corporación universitaria Comfacauca Unicomfacauca, cuenta con un gran apoyo por parte de la DIAN y también por parte de la alcaldía municipal.</p>
	<p>La corporación universitaria Comfacauca unicomfacauca se puede fortalecer porque poseerá un excelente servicio.</p>
<p>¿Qué mejoras o apoyo se podría mejorar las deficiencias detectadas anteriormente?</p>	<p>La corporación universitaria unicomfacauca en el punto NAF, tendría la oportunidad de dar a conocer sus servicios a instituciones educativas para que desde allí se logre crear cultura tributaria.</p>
	<p>El punto NAF-Unicomfacauca puede mantener una relación a largo plazo, con un convenio que se tiene con la DIAN.</p>
<p>¿Qué oportunidades externas a la universidad (región, país, internacional) pueden ser identificadas?</p>	<p>La corporación universitaria Comfacauca Unicomfacauca puede ser uno de los grandes promotores de cultura tributaria dentro de la comunidad y a nivel nacional gracias a su gestión dentro del punto NAF.</p>

Tabla 4 Amenazas

PREGUNTAS ORIENTADORAS	LISTA DE AMENAZAS
¿Qué amenazas ponen en peligro las fortalezas identificadas anteriormente?	Una de las principales amenazas a las que las NAF- Unicomfacauca se enfrenta es la competencia por parte de las demás instituciones universitarias.
	Que la ciudadanía no opte por acceder al servicio a causa de las restricciones sanitarias del virus covid-19 brindado por parte de las NAF- Unicomfacauca.

Tabla 5 Impacto de fortalezas.

FORTALEZAS PARA TENER EN CUENTA	IMPACTO
La corporación Universitaria Comfacauca unicomfacauca gestiona y organiza eventos relacionados con los temas tributario, contable y fiscal.	Redacte, en forma breve, el resultado final que tendría la preparación ante cada una de las fortalezas priorizadas respecto al estado inicial analizado. Se podrían utilizar los eventos para aprovechar una oportunidad.
La corporación Universitaria Unicomfacauca ha logrado ser uno de los primeros lugares en la gestión NAF en la atención al usuario.	Ser una de las instituciones de educación superior principal en el fortalecimiento de la cultura tributaria, contable y fiscal a nivel nacional.
Se puede apreciar que posee un buen lugar y ambiente de trabajo	Que posea un gran espacio de trabajo del punto NAF para brindar el mejor servicio a la ciudadanía.

Tabla 6 Impacto de debilidades.

DEBILIDADES PARA TENER EN CUENTA	IMPACTO
No hay estrategia en la difusión y promoción de contenidos y servicio del punto NAF- Unicomfacauca.	Redacte, en forma breve, el resultado final que tendría la preparación ante cada una de las debilidades priorizadas respecto al estado inicial analizado Se obtendría mayor atención por parte de la ciudadanía que preste los servicios del punto NAF.
Dentro de la comunidad Unicomfacauca no hay tanto conocimiento, ni divulgación y no hay uso de los servicios del punto NAF.	Se tendría más apoyo por parte de la comunidad Unicomfacauca y sería un punto importante dentro de la comunidad.

Tabla 7 Impacto de oportunidades

OPORTUNIDADES PARA TENER EN CUENTA	IMPACTO
La Corporación Universitaria Unicomfacauca es el número uno en mayores atenciones a nivel nacional	Redacte, en forma breve, el resultado final que tendría la preparación ante cada una de las oportunidades priorizadas respecto al estado inicial analizado La Corporación Universitaria Comfacauca Unicomfacauca puede ser reconocida a nivel nacional como una de las mejores en su formación académica del programa de contaduría pública.
La Corporación Universitaria Comfacauca unicomfacauca puede fortalecer su imagen institucional dentro de la comunidad a la cual realiza su aporte social y a nivel nacional.	La corporación universitaria Comfacauca Unicomfacauca sería reconocida como un punto NAF importante a nivel local.

Tabla 8 Impacto de amenazas.

<p align="center">AMENAZAS PARA TENER EN CUENTA</p>	<p align="center">IMPACTO</p> <p>Redacte, en forma breve, el resultado final que tendría la preparación ante cada una de las amenazas priorizadas respecto al estado inicial analizado</p>
<p>Una de las principales amenazas a las que las NAF-Unicomfauca se enfrenta es la competencia por parte de las demás instituciones universitarias,</p>	<p>Podría bajar la calidad del servicio del punto NAF.</p>

Imagen No. 1 Análisis cruzado

		FACTORES EXTERNOS			
		OPORTUNIDADES EXTERNAS		AMENAZAS EXTERNAS	
		LA CORPORACIÓN UNIVERSITARIA UNICOMFACAUCA ES EL NUMERO UNO EN MAYORES ATENCIONES A NIVEL NACIONAL	LA CORPORACIÓN UNIVERSITARIA COMFACAUCA UNICOMFACAUCA PUEDE FORTALECER SU IMAGEN INSTITUCIONAL DENTRO DE LA COMUNIDAD A LA CUAL REALIZA SU APOORTE SOCIAL Y A NIVEL NACIONAL.	Una de las principales amenazas a las que las NAF-Unicomfauca se enfrenta es la competencia por parte de las demás instituciones universitarias,	
FACTORES	NUESTRAS FORTALEZAS	LA CORPORACIÓN UNIVRSITARIA COMFACAUCA UNICOMFACAUCA GESTIONA Y ORGANIZA EVENTOS RELACIONANDOS CON LOS TEMAS TRIBUTARIO, CONTABLE Y FISCAL.	INTERVENIR EN CADA PROGRAMA ACADEMICO PARA HACER DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DEL SERVICIO QUE BRINDA EL NAF-UNICOMFACAUCA.	IMPLEMENTAR CAPACITACION CONTINUA CON EL ACOMPAÑAMIENTO DE LOS DOCENTES HACIA LOS ESTUDIANTES QUE HAGAN PARTE DEL PUNTO NAF.	ORIENTAR DE MANERA CONTINUA AL ESTUDIANTE QUE HAGA PARTE DEL PUNTO NAF.
		SE PUEDE APRECIAR QUE POSEE UN BUEN LUGAR Y AMBIENTE DE TRABAJO	FORTALECER LAS REDES DE COMUNICACIÓN DE LA CORPORACIÓN PARA PODER DIFUNDIR LOS SERVICIOS QUE SE PRESTAN EN EL PUNTO NAF.	BUSCAR APOYO DENTRO DE LA COMUNIDAD UNICOMFACAUCA PARA INVERTIR EN UN BUEN ESPACIO Y ASÍ BRINDAR UN MEJOR SERVICIO.	TENER UN PROTOCOLO DE ATENCIÓN AL USUARIO PARA MEJORAR CADA DIA EL SERVICIO BRINDADO POR EL PUNTO NAF-UNICOMFACAUCA
PROPIOS	NUESTRAS DEBILIDADES	NO HAY ESTRATEGIA EN LA DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE CONTENIDOS Y SERVICIO DEL PUNTO NAF-UNICOMFACAUCA.	HACER USO DE LAS REDES DE COMUNICACIÓN DE LA CORPORACIÓN PARA OFRECER UN BUEN SERVICIO.	FORTALECER LA PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DEL SERVICIO	CRAR FOLLETOS PARA HACER PROMOCIÓN DEL SERVICIO QUE SE ESTÁ PRESTANDO DENTRO DEL PUNTO NAF-UNICOMFACAUCA
		DENTRO DE LA COMUNIDAD UNICOMFACAUCA NO HAY TANTO CONOCIMIENTO, NI DIVULGACIÓN Y NO HAY USO DE LOS SERVICIOS DEL PUNTO NAF.	DAR CAPACITACIONES A LOS PROGRAMAS ACADEMICOS	ATRAVES DE ACTIVIDADES CULTURALES INCENTIVAR Y DAR A CONOCER LA IMPORTANCIA QUE TIENE LA CULTURA TRIBUTARIA, CONTABLE Y FISCAL.	DAR SEGUIMIENTO DE LOS PROCESOS QUE SE HAGAN CON LA COMUNIDAD UNICOMFACAUCA.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9 Priorización.

ESTRATÉGIA	IMPACTO	EVALUACIÓN POR IMPORTANCIA PUNTAJE (P)					NOTA
		P1	P2	P3	P4	P5	
Intervenir en cada programa académico para hacer difusión y promoción del servicio que brinda el NAF-unicomfacauca.	Se generaría un gran aumento en la gestión del punto NAF, atención al usuario	100	100	90	100	100	98
Fortalecer las redes de comunicación de la corporación que son: la página web, radio y demás para poder difundir los servicios que se prestan en el punto NAF.	Crecimiento en la publicidad y promoción de los servicios que presta el NAF- atreves de las redes sociales y tanto de la página de la corporación como de la DIAN.	90	90	100	90	90	92
Tener un protocolo de atención al usuario para mejorar cada día el servicio brindado por el punto NAF-UNICOMFCAUCA	Que el punto NAF- Unicomfacauca sea reconocido por la atención al usuario y sea competente de las demás corporaciones.	100	100	100	90	90	96
Dar seguimiento de la gestión que haga cada uno de los estudiantes que haga parte del punto NAF para generar más compromiso.	Se genera un crecimiento constante dentro del punto NAF- UNICOMFCAUC A atreves de los estudiantes aptos para hacer parte de este servicio	100	100	80	100	100	96

Atreves de actividades culturales incentivar y dar a conocer la importancia que tiene la cultura tributaria, contable y fiscal.	Se crearía dentro de la comunidad unicomfacauca una gran importancia de la labor que hace el punto NAF	100	100	60	80	90	86
Implementar capacitación continua con el acompañamiento de los docentes hacia los estudiantes que hagan parte del punto NAF.	Que el estudiante esté apto para brindar la mejor asesoría en ámbito tributario, contable y fiscal al contribuyente.	80	100	70	100	100	90

Reglas

1. Cada profesional dará una calificación entre 0 a 100 puntos.
2. La nota será un valor promedio de las calificaciones.
3. Las estrategias de priorizarán del valor de la nota más alta a la más baja.
4. Las estrategias que no superen 50 puntos no será tenidas en cuenta

RESULTADOS ALCANZADOS, ANALISIS Y RECOMENDACIONES

Luego de analizada la información, se pudo identificar las siguientes estrategias del Núcleo De Apoyo Contable Y Fiscal de la universidad Unicomfacauca:

- Implementar capacitación continua con el acompañamiento de los docentes hacia los estudiantes que hagan parte del punto NAF.
- Crear un protocolo de atención al usuario para mejorar cada día el servicio brindado por el punto NAF-UNICOMFACAUCA.
- Por medio del porcentaje y nivel de asesorías brindadas realizar un seguimiento de la gestión que haga cada uno de los estudiantes que hagan parte del punto NAF.
- Intervenir en cada programa académico para hacer difusión y promoción del servicio que brinda el NAF-UNICOMFACAUCA.
- A través de actividades culturales intervenir para dar a conocer la importancia que tiene la cultura tributaria, contable y fiscal.

Teniendo en cuenta lo anterior se procede a identificar las estrategias que deben ser implementadas para mejorar y fortalecer el punto NAF-UNICOMFACAUCA le permita tomar las mejores decisiones a la hora de brindar un buen servicio de calidad y así poder cumplir con sus objetivos como Núcleos de apoyo contable y fiscal (NAF-UNICOMFACAUCA).

Es muy importante este aporte alcanzado en este trabajo ya que el punto NAF debe desarrollar estrategias para mejorar el servicio que está prestando y así mismo fortalecer la publicidad para que pueda brindar no solo un mejor servicio sino; poder satisfacer las diferentes necesidades de todos los contribuyentes que necesitan de este, también estar en una constante búsqueda de personas y de las comunidades que carezcan de este servicio tan importante para la ciudadanía.

PLANEACIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS PROPUESTAS

De acuerdo con los resultados que arrojó la evaluación de las estrategias propuestas realizada a los estudiantes que hicieron parte del punto NAF-Unicomfauca, se puede evidenciar que las estrategias más prioritarias son las siguientes:

- Intervenir en cada programa académico para hacer difusión y promoción del servicio que brinda el NAF-Unicomfauca.
- Tener un protocolo de atención al usuario para mejorar cada día el servicio brindado por el punto NAF-Unicomfauca.

Luego de identificar la priorización de las estrategias, se realiza el seguimiento y planeación de estas estrategias así:

- Intervenir en cada programa académico para hacer difusión y promoción del servicio que brinda el NAF-Unicomfauca.

Objetivo de la estrategia

Generar aumento en la gestión del punto NAF, atención al usuario.

12.2 Planeación de la estrategia

Esta estrategia se desarrollará para un periodo de 2021-2024 en el punto NAF-Unicomfauca, es importante este periodo de tiempo ya que hay abandono y desconocimiento de este servicio por parte de la comunidad Unicomfauca en todo el programa Académico y se debe tener siempre presente. para lo cual se identificó que la comunidad Unicomfauca no presta el servicio del Punto NAF, donde se hará mención a cada programa académico y se hará intervención durante las clases con ayuda de cada docente, también se aprovechará las actividades que realicen la corporación para hacer difusión del servicio, atreves de conferencias realizadas por la DIAN, realizar una mesada para brindar información acerca del servicio que presta el punto NAF-Unicomfauca.

12,3 seguimiento de la estrategia.

Es importante dar seguimiento de la implementación de la estrategia en el punto NAF-Unicomfauca y por esto se piensa desarrollar a través del método de Hoja de control, que consiste en generar una mayor facilidad en la obtención de datos, se conocerá un análisis del desempeño de esta estrategia dentro del punto NAF. Esta será por medio de una planilla Excel en la cual:

1. Se subirá en el correo y drive del punto NAF,
2. Donde los datos y seguimiento lo harán los estudiantes que hagan parte del punto NAF-Unicomfauca,
3. se hará un documento general y mensual.
4. Este control se llevará durante los meses de pasantía que cada estudiante realice
5. Se propone la siguiente Hoja de control:

Tabla 10. Hoja de control.

UNIVERSIDAD/FACULTAD:	CONTADURÍA PÚBLICA / DERECHO/ADM.EMPRESAS/ SOCIAL			
MATERIA:				
DESCENTE:				
FECHA:				
ACTIVIDAD:				
OBSERVACIONES:				
NO.	NOMBRE COMPLETO	CEDULA	TELÉFONO	CORREO ELECTRÓNICO

12,4 Análisis de la estrategia

Para determinar si es efectivo el plan estratégico propuesto se hará un análisis de la estrategia propuesta, esta se hará con ayuda del diagrama de Pareto, que es una técnica grafica sencilla para clasificar aspectos en orden de mayor a menor frecuencia, es una gráfica para organizar datos en diagrama de barras.

¿Cómo se hace el diagrama de Pareto en la estrategia?

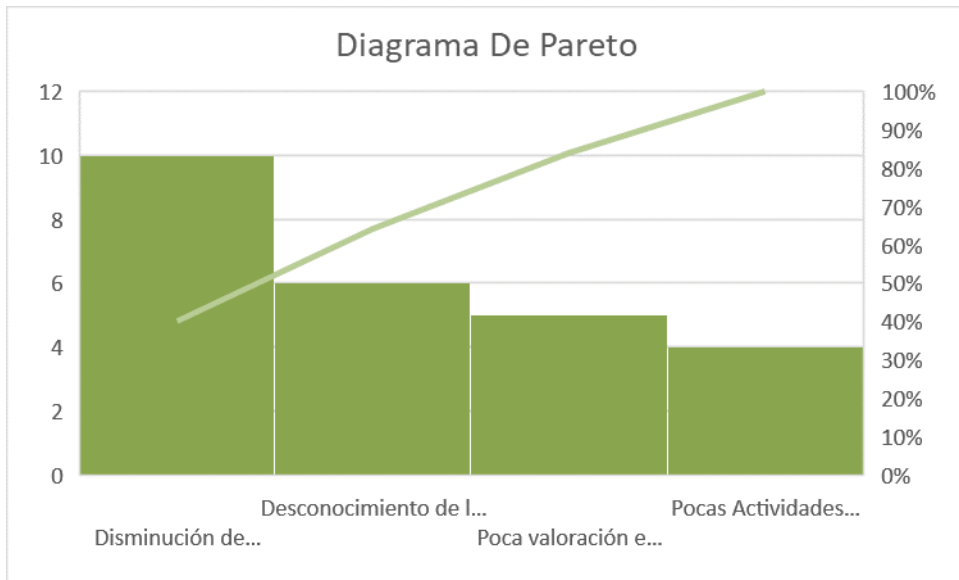
- A. Seleccionar los aspectos que se van a analizar ¿Cuál es el problema y las causas que se van a tratar
- B. Seleccionar la unidad de medida para el análisis, la cantidad de ocurrencias.

Para nuestro caso se propone lo siguiente:

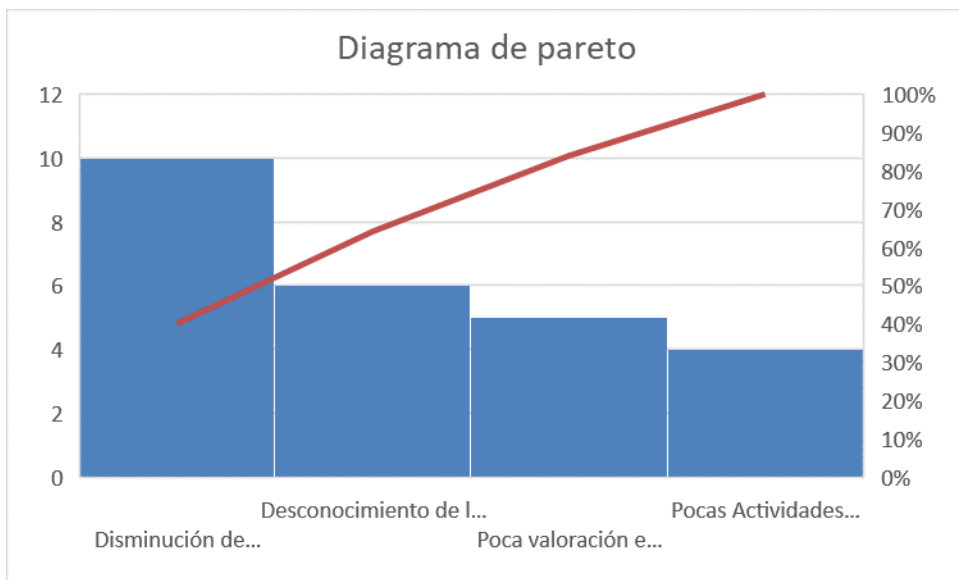
Tabla 10 Caso 1

PROBLEMA: La Comunidad UNICOMFACAUCA no hace uso del servicio que presta el Punto NAF.			
POSIBLES CAUSAS DEL PROBLEMA	FRECUENCIA CON LA QUE OCURRE	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
Poca valoración e importancia del punto NAF- UNICOMFACAUCA.	5	20%	20%
Desconocimiento de la cultura tributaria en la comunidad UNICOMFACAUCA	6	24%	44%
Disminución de prestación del servicio.	10	40%	84%

Pocas actividades realizadas por el punto NAF.	4	16%	100%
TOTAL	25	100%	



Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia.

En este caso, La causa que más peso tiene es: “Disminución de prestación del servicio” Por lo que se debe trabajar sobre esta causa buscando otras causas atreves de este diagrama de Pareto, para poder tener un resultado efectivo con la estrategia propuesta para mejorar el servicio que presta el NAF-Unicomfacauca.

- Tener un protocolo de atención al usuario para mejorar cada día el servicio brindado por el punto NAF-UNICOMFCAUCA.

12.5 objetivo de la estrategia

Establecer calidad en la atención del servicio del punto NAF-Unicomfacauca para ser competente de las demás corporaciones.

12.6 Planeación de la estrategia.

Esta estrategia se desarrollará para un periodo de 2021-2024 en el punto NAF-Unicomfacauca, se debe implantar dentro del desarrollo de las funciones que realiza el estudiante en el Punto NAF, ya que es una herramienta importante para el cumplimiento de brindar un servicio de calidad, y así mejorar el conocimiento de los estudiantes con los servicios que pide el usuario, ya que se ha podido evidenciar que hay poca capacitación a los estudiantes de los servicio que ofrece el punto NAF, También no se especifica un tiempo determinado para brindar un servicio eficiente y es este caso que se propone desarrollar esta estrategia atreves de un protocolo de servicio para cada estudiante que haga parte del NAF-Unicomfacauca.

12,7 • Seguimiento de la Estrategia a través del protocolo del servicio.

Es importante diseñar esta herramienta de Servicio ya que fomenta el cumplimiento de las actividades a desarrollar dentro del punto NAF-Unicomfacauca y brindar al estudiante una guía para aprender cada proceso del caso.

Dicho lo anterior se mostrará la propuesta del protocolo de servicio como herramienta para el desarrollo de cada caso.

En esta se puede Visualizar preguntas frecuentes que realizan los usuarios y su adecuada respuesta en cada caso, y enlaces de interés de los temas más frecuentes pedidos por los usuarios así:

LISTADO

Preguntas frecuentes y respuestas rápidas

Canales digitales NAF

1. ¿Cómo se realiza la inscripción de Pre RUT?

Rta. 1. Buenos Días. Me colabora con la información de sus datos personales tales como: su nombre, número de cédula, fecha de expedición, teléfono, correo electrónico y dirección de residencia para tramitarles y proceder a llenar el formulario de pre Rut como persona Natural.

2. ¿Cómo puedo agendar una cita virtual?

Rta. 2. Buenas tardes Isaac. Por supuesto, revisaré la agenda para comunicarle las fechas disponibles y así usted pueda elegir la que se ajuste mejor a sus necesidades. Se le estará informando vía telefónica, WhatsApp o correo electrónico su hora y fecha de la cita.

3. ¿Me puede ayudar en la creación del RUT?

Rta. 3. Buenas tardes pepita. Por supuesto, me puede enviar foto del documento de identificación y datos personales como lo es correo electrónico, teléfono, ubicación actividad económica.

4. ¿Me puede ayudar con la actualización del RUT?

Rta. 4.. Buenas tardes Fernando. por supuesto, me puede enviar número de identificación, y contraseña del usuario para poder acceder al documento.

En caso que no posea la información de contraseña de ingreso, se enviará a la DIAN sede principal de Popayán el número de cédula y nombre de usuario para ser Reseteada; después de ser habilitada se le hará el proceso de la nueva contraseña de ingreso al sistema.

5. ¿Me puede colaborar con un RUT para consorcio?

Rta. 5 buenas tardes Sofia. Por supuesto, para hacer el proceso necesito que me envíe por favor Certificado de Cámara y comercio, Contrato de consorcio, Acta de adjudicación, copia de documento de identificación, poder autenticado si es el caso.

ENLACES DE INTERÉS

- NÚCLEOS DE APOYO CONTABLE Y FISCAL - NAF EN COLOMBIA:
<https://youtu.be/mb8wpK1objg>

- RUT EN LINEA: <https://www.youtube.com/watch?v=cpPJUNTo 2cM>

- FORMULARIO DE REGISTRO DE ATENCIONES NAF PARA ESTUDIANTES

DIAN:<https://www.youtube.com/watch?v=LquzWDCEM&feature=youtu.be>

- Agendamiento de citas:

- NUMERACIÓN DE FACTURACIÓN:
<https://www.dian.gov.co/impuestos/sociedades/Paginas/numeraciondefacturacion.aspx>

- RÉGIMEN SIMPLE DE TRIBUTACIÓN:
<https://www.dian.gov.co/impuestos/RST/Paginas/default.aspx>

- Al final está todo lo relacionado con el pqsr es importante que sepamos del servicio debido a que hay situaciones que se deben resolver por este medio:
<https://www.dian.gov.co/atencionciudadano/contactenos/Paginas/PqrsDenuncias.aspx>

- INFORMACIÓN EXÓGENA:
<https://www.dian.gov.co/impuestos/sociedades/ExogenaTributaria/Paginas/default.aspx>

- RUT CONSORCIO: <https://youtu.be/9bj43wAfHqM>

12.8 Análisis de la estrategia.

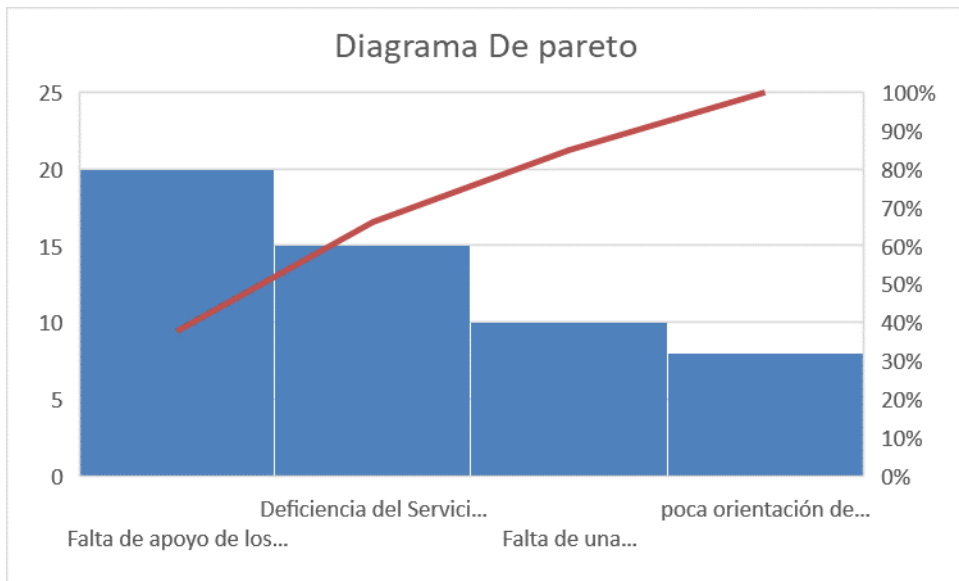
Para determinar si es efectivo el plan estratégico propuesto se hará un análisis de la estrategia propuesta, esta se hará con ayuda del diagrama de Pareto, que es una técnica grafica sencilla para clasificar aspectos en orden de mayor a menor frecuencia, es una gráfica para organizar datos en diagrama de barras.

De esta forma se utilizará de igual manera que con la anterior estrategia ya que nos ayuda a determinar la efectividad de esta.

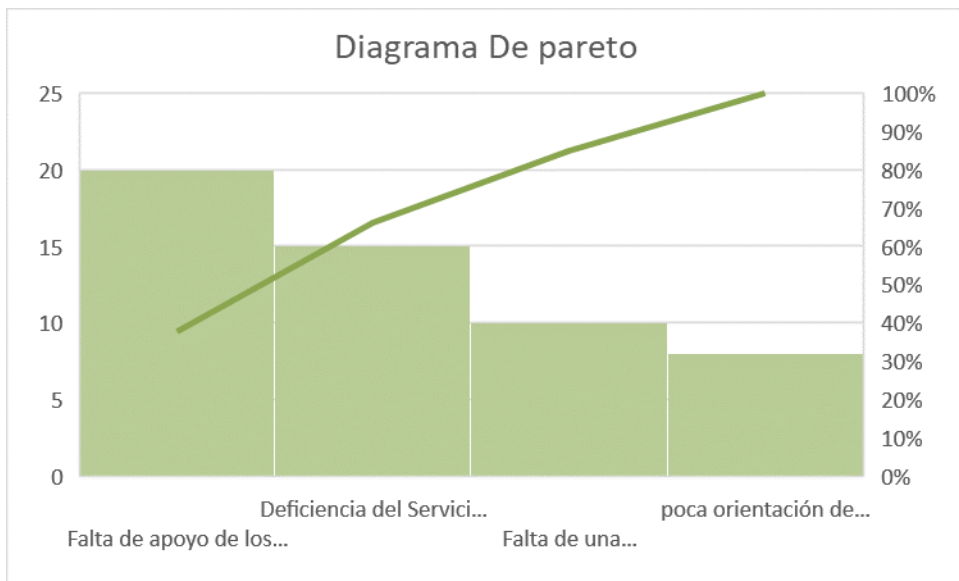
Para este caso se propone lo siguiente:

Tabla 11 Caso 2.

PROBLEMA: Falta de capacitación por parte del estudiante pasante en cada proceso que pide el usuario.			
POSIBLES CAUSAS DEL PROBLEMA	FRECUENCIA CON LA QUE OCURRE	PORCENTAJE	PORCENTAJE ACUMULADO
Deficiencia del Servicio del punto NAF hacia el usuario.	15	33%	33%
Falta de apoyo de los docentes hacia los estudiantes pasantes en el punto NAF.	20	44%	78%
Falta de una capacitación pertinente hacia el estudiante pasante.	10	22%	100%
TOTAL	45	100%	



Fuente: Elaboración Propia



Fuente: Elaboración Propia

En este caso la causa que más se tiene peso es “Falta de apoyo de los docentes hacia los estudiantes pasantes en el punto NAF.” Por lo que se debe trabajar sobre esta causa buscando otras causas, atreves de este diagrama de Pareto, para poder tener un resultado efectivo con la estrategia propuesta para mejorar el servicio que presta el NAF-Unicomfacauca.

13 CONCLUSIONES

Una vez recolectada la información y de realizar un diagnóstico previo sobre el diseño de estrategias para el fortalecimiento del punto NAF-UNICOMFACAUCA, a través de diferentes métodos; como el análisis de la información, haber tenido la oportunidad de hacer parte del servicio NAF, identificando las fortalezas, sus debilidades, Oportunidades y Amenazas tanto internas como externas, es pertinente resaltar:

- Se hace necesario ejecutar acciones que difundan los servicios ofrecidos por el Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal NAF y contenido en materia contable, financiera y fiscal, contribuyéndose así a una mayor calidad académica, e incidencia social al hacer un aporte a nivel académico y la comunidad payanesa.
- La creación de un diagnóstico para obtener así unas estrategias que permiten desarrollar de manera más minuciosa el fortalecer del servicio que presta el punto de Núcleos De Apoyo Contable y Fiscal (NAF), porque esto permite dar un bosquejo más claro para identificar esas fortalezas y debilidades que tiene el servicio y poder trabajar para mejorar cada día más en él, es tan importante fortalecerlo; ya que desde que se implementó ha traído beneficios tanto para los estudiantes de contaduría pública como para la ciudadanía en general.
- Si se logra fortalecer este servicio con ayuda de la matriz DOFA se mejoraría la atención del usuario, así como el conocimiento de los estudiantes de contaduría pública, el punto NAF-UNICOMFACAUCA se daría a conocer a diferentes comunidades de la ciudad de Popayán ya que en estos sectores hay desconocimiento de la educación tributaria.
- Las estrategias propuestas para mejorar el servicio del punto NAF, se puede identificar que son necesarias para el servicio, ya que al realizar una planeación estratégica con ayuda de la herramienta del diagrama de Pareto se puede generar un mayor alcance del análisis de los problemas y causas que puede afectar el servicio del Punto NAF y así poder concluir que estrategias son las mejores para la planeación en el mejoramiento del servicio.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla 12 Cronograma de Actividades.

ACTIVIDADES	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO
FORMULARIA PROPUESTA	X						
REVISAR TEXTOS		X					
ENTREVISTAS			X				
ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN				X	X		
IDENTIFICACIÓN DE LAS OPORTUNIDADES DE MEJORA						X	
PREPARACIÓN INFORME FINAL						X	

15.BIBLIOGRAFIA.

- H, S. (2016). *Gerencia Estrategica: teoria, metodologia, alineamiento implementación y mapas estrategicos*. Bogotá: 3R, editoriales recuperado Marzo 2016.
- HENRY, H. W. (1980). *Appraising a company's strengths and weaknesses*. 14(3), 76-61.
- OD. SARLI, R. R. (2015). *Analisis foda, una herramienta necesaria* . FACULTAD DE ODONTOLOGIA , UNcuyo.2015, Volumen 9. N 1.
- OROZCO, E. A. (2019). *PROPUESTA PARA LA CREACIÓN D ELINEAMINETOS DE MARKETING DIGITAL PARA EL NUCLEO DE APOYO CONTABLE Y FISCAL (NAF) EN EL MARCO DEL CONVENIO INTERINSTITUCIONAL SUSCRITO ENTRE LA UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA Y DIAN*. MONTERIA,CORDOBA.
- Rojas, J. L. (2009). *Procedimiento para la elaboración de un análisis FODA como una herramienta de planeacion estrategica en las empresas*.,
- Thomson, A. J. (1992). *STRATEGY FORMULATION END A IMPEMATION* . BOSTON: SED BOSTON, Maachusetts Richar irwin inc.Recuperado marzo 2016.
- WILHELM, W. R. (1992). *Changing corporate culture or corporate behavior? How to change your company*. *Academy of Management Executive*. 6(4) 72 76.
- Zúñiga., C. I. (s.f.). *METODOS DE ADMINISTRACIÓN DE CALIDAD*. CO: Data Warehousing e Inteligencia de Negocios.