

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i1.5043

Una nueva forma de relacionarse con la dian, los consultorios NAF a traves de medios virtuales

Emilio Alberto Bolaños Rojas

emiliobolanosrojas@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-1866-7033>

Contador Público

Magister en Educación

Oscar Cortes Chala

Chala9306@yahoo.com

<https://orcid.org/0000-0003-4770-0584>

Economista

Magister en Gerencia Financiera y Tributaria

Liceth Guilombo Endo

profelicethguilombo@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-6201-6134>

Psicóloga

Magister en Gestión de la tecnología educativa

Solange Calderon Garzon

Solange-2409@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-3446-4597>

Psicóloga

Magister en Administración de Organizaciones

Octavio Bermudez Ahumada

obermudeza@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-4514-7618>

Administrador de empresas

Magister en proyectos de desarrollo sostenible

Correspondencia: emiliobolanosrojas@gmail.com

Artículo recibido 18 enero 2023 Aceptado para publicación: 18 febrero 2023

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

Todo el contenido de **Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar**, publicados en este sitio están disponibles bajo

Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) 

Cómo citar: Bolaños Rojas, E. A., Cortes Chala, O., Guilombo Endo, L., Calderon Garzon, S., & Bermudez Ahumada, O. (2023). Una nueva forma de relacionarse con la dian, los consultorios NAF a traves de medios virtuales. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 7(1), 9166-9179. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i1.5043

RESUMEN

Los consultorios – NAF son una iniciativa innovadora pensada en orientar en materia contable y tributaria, funciona como una práctica de responsabilidad social a la fecha implementada por diferentes universidades del país. Desde la experiencia en uno de estos campos, algo que predomina es la necesidad de estar posicionados en internet. Este artículo es producto de una investigación descriptiva con enfoque mixto, realizada para fundamentar la creación de un sitio web con canales de atención virtual en el Consultorio – NAF del municipio de Neiva; se practicó una encuesta y se determinó el grado en que las personas utilizan sitios de consultoría y su opinión de los mismos; esto con el propósito de que todos puedan aplicar mejoras tecnológicas y hacer de esta iniciativa algo más efectivo, pues los encuestados no solo necesitan sino que exigen lugares confiables de consulta. Interesante que a futuro sean los consultorios – NAF quienes puedan proporcionar esto.

Palabras claves: *consultorios – NAF, canales virtuales, sitios web, consultoría, servicios.*

A new way of being related to the DIAN the offices – NAF across virtual means

ABSTRACT

The offices – NAF is an innovative initiative thought of facing in countable and tributary matter, it works like a social responsibility practice to the date implemented by different universities of the country. From the experience in one of these fields, something over that it predominates is the need to be positioned in Internet. This article is a product of a descriptive investigation with mixed approach, realized to base the creation of a web site with channels of virtual attention on the Office – NAF; he practised a survey on himself and there decided the grade in which the persons use places of consultancy and its opinion of the same ones; this with the intention of which they all could apply technological progress and do of this initiative some more cash, since the interrogated persons not only need but they demand reliable consultation places. Interesting that to future are the offices – NAF who could provide this.

Keywords: *offices – NAF;, virtual channels; web sites; consultancy; services.*

INTRODUCCIÓN

Una iniciativa, una estrategia, una práctica, son varios los términos que describen a Los Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal (NAF), la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN”, adopto esta iniciativa, por ser uno de los mecanismos de mayor éxito por la integración transversal de Instituciones Educativas, estudiantes, comunidad y autoridades fiscales, y al ser una de sus funciones promover el cumplimiento voluntario de las obligaciones formales, es como al final llegan Los NAF al país (Resolución 000047, 2016).

Basándonos en la experiencia acumulada en el campo de práctica tras la atención de usuarios, podemos decir que los niveles de desinformación son altos, las personas realizan consultas que muchos creerán básicas, pero así es, en general el contribuyente es poco lo que conoce de sus obligaciones tanto formales como sustanciales, acostumbra a actuar acorde a lo indicado por el contador, o a lo que suele consultar y no entiende su verdadera responsabilidad, lo trascendental es que en un mundo donde estamos expuestos a todo tipo de información no sabemos que es peor: no tenerla o tenerla pero equivocada; sucede más a menudo en niveles socioeconómicos bajos, por eso es que estas iniciativas tienen plasmado el sentido de responsabilidad social y se enfocan sobre todo en orientar a este tipo de población más necesitada. Algo a considerar y a partir de lo cual se desprende en sí, el objetivo de este artículo, es el tema de las atenciones virtuales, la mayor parte de las consultas que percibe el consultorio – NAF al que pertenecemos, se hacen por medio de correo electrónico, teléfono, es decir: de forma virtual y al preguntar cómo se enteraron de los servicios, manifiestan que a través de internet, por lo tanto esto deja ver la necesidad de que un consultorio de este tipo se encuentre en la web y cuente con canales de atención virtual más personalizados y efectivos, que proyecte los servicios y permita llegar a más personas.

Este artículo aborda la nueva estrategia implementada por la administración tributaria, para llegar a los contribuyentes y la forma en que los medios virtuales hacen de esto algo más innovador y efectivo; El propósito es hacer énfasis en estas experiencias, que funcionan con sentido de responsabilidad social y transmitir ideas para que entre todos seamos más contundentes y cumplamos con el verdadero propósito de Los NAF y los valores de cada una de nuestras universidades, no olvidemos que cuando se trata de

servir las diferencias no existen. El artículo se divide en cinco apartados: Aspectos teóricos, metodología, resultados y conclusiones.

ASPECTOS TEÓRICOS

Los Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal – NAF desde su reglamentación en Colombia han sido implementados por diferentes universidades, por mencionar algunas, la Universidad Surcolombiana de la ciudad de Neiva –Huila, brinda un espacio de atención permanente, donde estudiantes y docentes, ofrecen orientación básica y capacitación en materia fiscal a personas naturales y también jurídicas, desde luego que sin ningún tipo de retribución económica (Universidad Surcolombiana [Usco], 2019). Por otro lado la Universidad Libre, presta el servicio de forma presencial y a través de brigadas especiales realizadas en ciertos sectores y en determinadas épocas (Universidad Libre, 2016). En el caso de la Universidad Javeriana, aparte de tener espacios presenciales cuenta con atenciones virtuales mediante su “Consultorio Contable Javeriano” (Universidad Javeriana, 2016). Y también las diferentes universidades del departamento, en diferentes sedes, algunas con atenciones virtuales, pero este no es el hecho, lo importante es resaltar que la mayoría no cuentan con un sitio web que los identifique y permita realizar atenciones virtuales, no es que exista alguna norma que lo exija, pero es importante comprender en que momento de la vida nos encontramos, damos una mirada al pasado y somos irreconocibles, hemos evolucionado día a día con cada paso en la historia, la tecnología ha cambiado nuestra forma de pensar y actuar, las redes sociales y diferentes sitios (páginas web, blog) constituyen un medio efectivo y eficiente para llegar e interactuar con las personas, una página web - blog es una herramienta de implementación en ámbitos empresarial, educativos, de negocios y en todos los casos genera lo mismo: escalar y dar un paso más arriba en crecimiento. Podríamos decir que son una carta de presentación ante el público que busca facilidades, referencias, que necesita creer en algo autentico y real, de ahí la importancia de actuar con responsabilidad y poder generar confianza en las personas.

No es obligatorio pero la DIAN especifica que en caso que las universidades decidan realizar atención por canales virtuales (redes sociales, chat, u otros mecanismos) deberán contar con la plataforma idónea para la prestación de los mismos (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales [DIAN], 2018). Es cuestión de adaptarse al entorno, Los NAF al ser una iniciativa original de Brasil y posteriormente expandida por toda Latinoamérica, no

funciona bajo un modelo estándar, sino que cada país, cada universidad y cada administración tributaria lo adaptan a su realidad, ofreciendo los servicios que consideran oportunos (Blasco, 2018).

Pero por un momento pensemos como contadores o administradores, si resulta más útil ver los Consultorio – NAF como un tipo de empresa que necesita de buenas decisiones para avanzar y llegar a los clientes, entonces hagámoslo, en este caso los clientes son todas esas personas que necesitan de orientación y no tienen como pagar una asesoría, por lo tanto el mercado es amplio, implementemos estrategias para conseguir “clientes”. Con esta forma paralela de abordar el tema, algo que no puede faltar hoy en una empresa es estar posicionada en internet; contar con un sitio web paso hace mucho tiempo de ser un lujo a ser una necesidad, porque es casi una regla que los usuarios y consumidores de nuestros días, realicen una búsqueda por Internet antes de adquirir un bien o servicio (Ugalde, 2016). Y ya aquí deja de ser paralelo porque lo mismo aplica si verdaderamente queremos generar un impacto positivo en el país con la implementación de estos consultorios, hay que avanzar al mismo paso de la tecnología para ser eficientes.

METODOLOGÍA

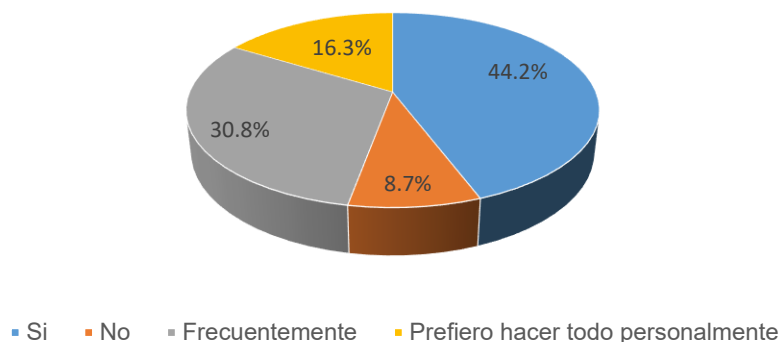
Este artículo es producto de una investigación realizada para fundamentar la creación de un sitio web con canales de atención virtual en el Consultorio – NAF Neiva, fue de tipo descriptivo con un enfoque mixto cualitativo y cuantitativo aplicamos una encuesta con un total de 104 respuestas validas, en relación a la muestra de usuarios del consultorio, esto permitió analizar resultados de forma gráfica. Para la parte investigativa se manejó un enfoque internacional, en el uso de fuentes secundarias de información, tomando en cuenta el origen de la NAF, el contexto global de las TIC y de las redes sociales, por último, la encuesta realizada, se practicó a usuarios en general del Consultorio en la ciudad de Neiva, Huila, Colombia.

RESULTADOS

Los resultados luego del respectivo análisis cualitativo y cuantitativo arrojaron conclusiones y recomendaciones pertinentes frente al uso y preferencias de las personas hacia los sitios web de consultoría, así como sus inquietudes para darle la confianza y creer en los servicios que se presten; para una mejor comprensión, el número de gráficos estará dividido en dos partes: resultados generales y específicos.

Resultados generales

Gráfico 1: ¿Utiliza generalmente algún tipo de servicio virtual ofrecido, ejemplo por: Bancos, entidades (DIAN, Cámara de comercio), sitios de asesorías, ¿sitios de compras?



Fuente: Elaboración propia

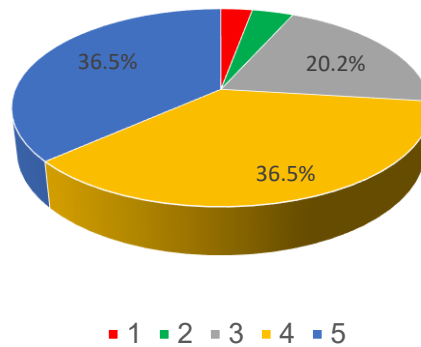
La grafica muestra como el 44.2% de los encuestados utiliza algún servicio virtual e incluso un 30,8% lo hace con frecuencia, lo que justifica algunas palabras expresadas anteriormente: simplemente las personas están buscando facilidades, están haciendo uso de la web, por eso hay que avanzar al mismo paso, debemos estar actualizados.

Quizá un motivo de que algunas personas prefieran hacer todo de forma presencial y no utilicen los medios virtuales es que aún falta ganar esa confianza necesaria y seguridad a la hora de utilizar estos servicios, no dejemos pasar que así como el mundo virtual tiene beneficios, también puede prestarse para fines delictivos o con intereses diferentes a los plasmados, esto causa desinterés y alejamiento de las personas al contemplar, que con acelerado desarrollo de la tecnología, las estafas ya no sólo se están cometiendo a través de engaños telefónicos o captando víctimas en las calles, ahora las redes sociales y el mundo virtual abrieron una ventana más a estos delincuentes (Garzón, 2019). Es importante resaltar esto, porque el sitio web que se implemente, recolectara información personas para los respectivos trámites.

Existen factores que hacen que una persona utilice pocas o ninguna herramienta tecnológica, podemos empezar por la personalidad, la falta de conocimiento, la resistencia al cambio y en la mayoría de los casos todo esto se asocia directamente con la edad; es cierto que la tecnología contribuye a que aumente la brecha generacional por la capacidad de adaptación, y la sociedad no logra integrar a los adultos mayores (Moral, 2015). Sin embargo no todo es atribuible a la edad, hay que tener en cuenta la

personalidad pero desde el punto de vista cultural, el entorno y porque no, el aspecto económico que rodea a esa persona.

Gráfico 2: En una escala de 1 a 5. ¿Qué tan presente esta la tecnología en su día?

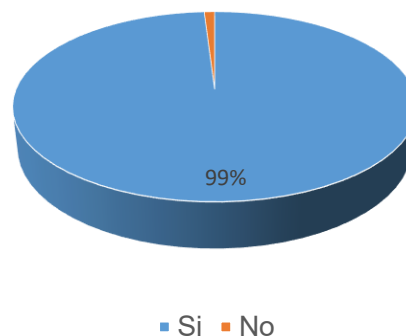


Fuente: Elaboración propia.

La mayoría asegura hacer uso de la tecnología en una proporción considerable, con porcentajes superiores a partir los tres (3) puntos y aquí puede entrar nuevamente en contexto la pregunta anterior (ver gráfico 1) pues los encuestados que marcaron un puntaje inferior a dos (2) son en general los mismos que no utilizan los medios virtuales, dando a entender que su opinión no es específica hacia el uso de los sitios web, simplemente la tecnología no está tan presente en su día a día.

Texto introductorio para la pregunta siguiente: A través del tiempo la tecnología ha avanzado hasta el punto en que en la actualidad permite que hagamos gran parte de nuestras actividades de forma virtual, podemos hacer pagos, consultar información, buscar asesorías, estudiar, trabajar.

Gráfico 3: Tomando en cuenta lo anterior, ¿Apoya usted el uso plataformas digitales y sitios web?



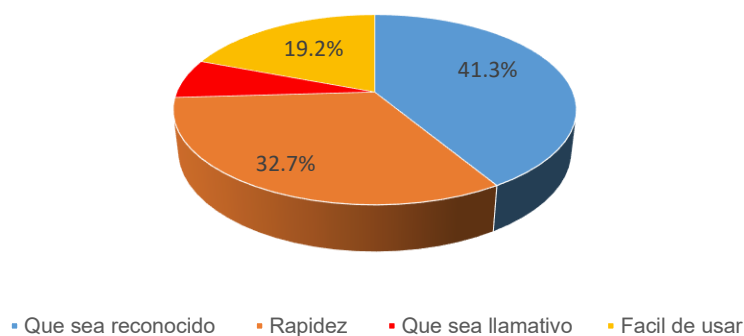
Fuente: Elaboración propia

En el día a día actual, es inevitable no hacer algún tipo de consulta, búsqueda o asesoría por internet, por eso se diseñaron estas preguntas generales, para abordar el tema de la tecnología de los medios virtuales desde un punto de vista amplio y además necesario para concluir que el uso de los sitios web es aceptado por la mayor parte de las personas (esto con proporción a nuestra muestra), las respuestas son a favor, demostrando un interés hacia estas herramientas y apoyando su uso.

Resultados específicos

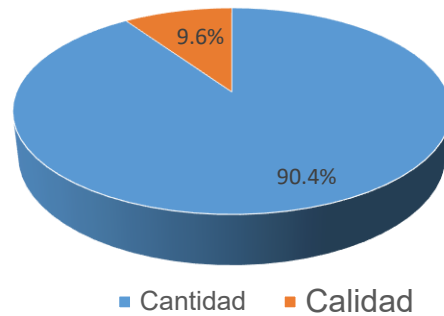
- ¿Cómo debe ser un sitio web de asesorías y consultas de información ideal para las personas? Es uno de los interrogantes fundamentales de este trabajo.

Gráfico 4: Cuándo busca información o una asesoría en internet ¿Qué es lo primero que observa del sitio web?



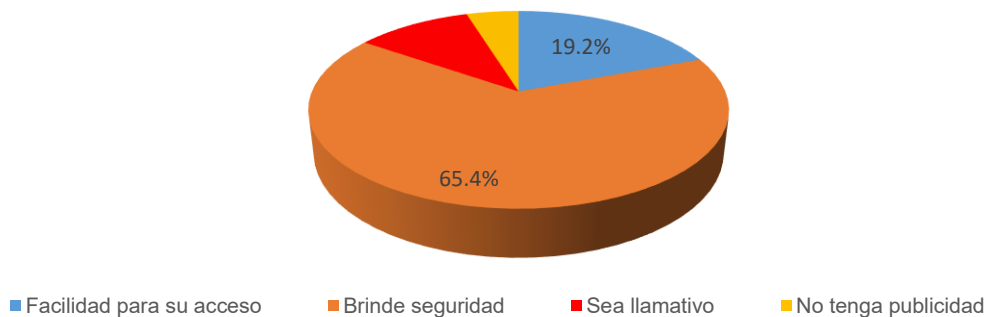
Fuente: Elaboración propia

Tres variables con un porcentaje significativo dan lugar a más de una interpretación y resulta curioso el solo hecho de pensar, por que alguien se fija en la rapidez o en otros apartados cuando está en juego la seguridad y la calidad de la información, pero si un poco más del 40% exactamente el 41,3% prefiere que el sitio web sea reconocido; y es que los medios de comunicación desde la llegada esplendorosa del internet se digitalizaron y a razón de eso dejaron de ser los únicos con la capacidad de publicar noticias, sabemos que en la actualidad cualquier persona comparte información y solo le toma un instante y el error está al pensar que gracias a eso estamos mejor informados, pero no es así ahora es más complicado saber si lo que leemos es verdad o no (Ros, 2019). No es solo producto de nuestro parecer, ni de algunas personas al decir, que el internet esta infestado de información falsa y que las personas están conscientes de eso por lo tanto buscan y prefieren calidad muy por encima de cantidades.

Gráfico 5: Prefiere usted encontrar cantidad de información o poca pero que sea segura.

Fuente: Elaboración propia

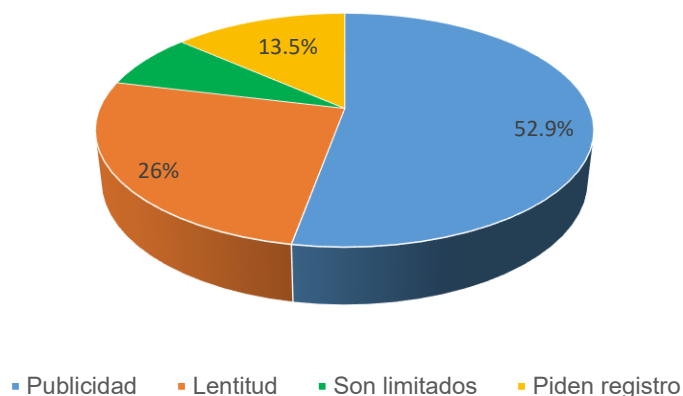
Los consultorios - NAF que decidan implementar un sitio web y prestar sus servicios de forma virtual deben usar esto a su favor, generando contenido profesional, cuidando su reputación en las atenciones, esto marcará la diferencia y cautivará a las personas a recomendar y seguir utilizando de los servicios que se presten.

Gráfico 6: Que debe tener un sitio web que preste servicios de asesorías y consultas de información.

Fuente: Elaboración propia

Seguridad a la hora de consultar: resulta un tanto evidente pero sigue habiendo variables por abordar, es hora de continuar con el análisis de una de las preguntas anteriores (ver gráfico 4). Un porcentaje se fija en la rapidez y en la facilidad de uso de los sitios web. Pueden aquí influir las experiencias personales, no es relevante que en algunos casos la lentitud y complejidad de acceso, puede hacernos perder el interés en un sitio web, el rendimiento es malo, la publicidad abunda, hay ventanas emergentes y el contenido se ve interrumpido.

Gráfico 7: Que no soporta de los sitios web de consultoría que generalmente visita

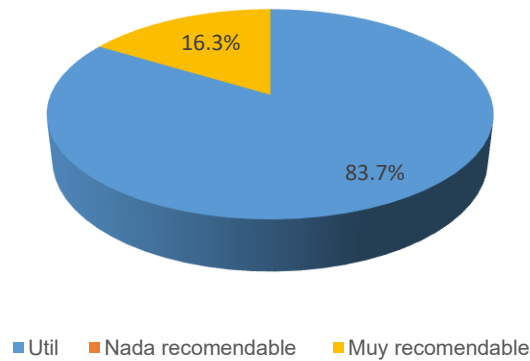


Fuente: Elaboración propia

La publicidad es característica de cualquier sitio web y sin excepción la tienen los de consultas de información y asesorías, de hecho una vez comienzan a tener buena aceptación, se aprovechan y abusos del manejo de la publicidad, de alguna forma los anuncios nos persiguen a través de los medios que tengamos para navegar, pero si vemos no es lo único que suele incomodar a los usuarios, la lentitud, las restricciones y la obligación a registrarse también son cosas que hacer perder el interés.

Seguramente centrándonos en la publicidad, explicaremos las demás variables: existen estudios que analizan las inquietudes de los internautas, ejemplo el estudio “Navegantes de la red”, realizado año tras año y en el cual uno de los temas que siempre predomina es el de la publicidad en los sitios web, para el año 2019 en su 21ª edición este estudio aseguro que los internautas consideran el exceso de publicidad en la red como su principal inquietud, por delante incluso de la velocidad de navegación y es que una es causante de la otra, la publicad afecta el rendimiento de cualquier página, por eso el 60,4% de los encuestados de este estudio siente que hay demasiada publicidad, obligando a usar diversos bloqueadores de anuncio; todo esto prueba que la publicidad, la lentitud y demás características, disminuye el interés de las personas al querer visitar nuevamente el mismo sitio web, el 74% de los usuarios del estudio se ha mostrado de acuerdo con la afirmación “Dejo de visitar un sitio web si presenta excesiva publicidad (Prnoticias, 2019).

Gráfico 8: En conclusión los sitios web de asesorías son para usted una herramienta.



Fuente: Elaboración propia

Utilidad: un término amplio relacionado con la capacidad de servir, no se percibía acabar con un total de encuestados a favor de los sitios web de asesoría y consultoría de información, pero es lo que demuestra esta última gráfica, su utilidad es incuestionable, a pesar de las diferentes circunstancias que afectan el verdadero poder de los sitios web, pero si podemos decir que hacen falta lugares confiables donde consultar y en esto, los Consultorios – NAF tienen un buen futuro, pues cuentan con las capacidades y el apoyo de entidades tan importantes como la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN, para prestar servicios de calidad; solo se deben proyectar y utilizar el mundo virtual como una herramienta a su favor.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Los consultorios – NAF tienen una gran oportunidad de avanzar, de ganar credibilidad y por ende ayudar a las personas, en su misión está plasmado el sentido de responsabilidad social que hace falta para generar cambios importantes, sabemos que hay desinformación, que aunque tengamos infinidad de fuentes para consultar, no podemos confiar en su contenido, un apartado que se puede fortalecer, si los consultorios se proyectan hacia los medios virtuales; las personas están haciendo uso de la web por sus facilidades y hay que avanzar al mismo paso.

Un sitio web de este tipo debe ser diseñado con el objetivo de prestar un mejor y más amplios servicio a las personas, por lo tanto es recomendable priorizar eso por encima de cualquier variable.

Por ser Internet el medio donde se apoya el sitio web, la información que este se comparta será pública, siendo un recurso valioso pero a su vez exige un grado de

responsabilidad en su administración, debe mantenerse actualizado porque será una herramienta de comunicación, donde las personas que ingresan, podrán buscar contenidos y asesorías en tiempo real.

Ganar la confianza de las personas será lo primordial, por eso hay que velar por que el sitio web sea siempre eficiente, ágil, sin problemas de acceso, con moderada publicidad y con contenido profesional, en el apartado de seguridad, se debe tener un total control de la información, si es necesario solicitar información personal, debe contar con las políticas de tratamiento de datos, y por último toda la información, consultas, asesorías, deberán ser ejecutadas con responsabilidad, ya que esto es un factor determinante para el reconocimiento y opinión del sitio web y a su vez del consultorio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Blasco, J. (2018). *Buenas prácticas para el desarrollo de los Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal (NAF)*. Madrid (España): Programa EUROsociAL.

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales [DIAN]. (Diciembre de 2018). *Guía general para la implementación y funcionamiento de los núcleos de apoyo contable y fiscal en Colombia*. Obtenido de <https://www.dian.gov.co/atencionciudadano/Naf/InformacionGeneral/Documentos/GuiaInformacionGeneral.pdf>

Garzón, L. P. (12 de Octubre de 2019). *Las estafas más comunes que afectan a los colombianos*. Obtenido de RCN Radio: <https://www.rcnradio.com/economia/las-estafas-mas-comunes-que-afectan-los-colombianos>

Moral, T. D. (09 de Octubre de 2015). *El adulto mayor frente a las nuevas tecnologías*. Obtenido de La Prensa : https://www.prensa.com/tecnologia/TECNOLOGIA-ABUELO-EDUCACION-INFORMATICA-SOCIEDAD-FAMILIA_0_4318818254.html

Prnoticias. (07 de Marzo de 2019). *El exceso de publicidad, principal inquietud de los internautas*. Obtenido de prnoticias: <https://prnoticias.com/marketing/prmarketing/20172526-exceso-publicidad-inquietud-internautas>

Resolución 000047. *Por la cual se adoptan los Núcleos de Apoyo Contable y Fiscal – NAF*, Bogotá D.C, 10 de junio de 2016

- Ros, L. (14 de Mayo de 2019). *Internet, un océano de desinformación* . Obtenido de La Vanguardia: <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20190510/462145544809/internet-desinformacion-noticias-falsas.html>
- Ugalde, D. G. (22 de Septiembre de 2016). *¿Por qué es tan importante contar con un sitio web?* Obtenido de dinterweb: <https://blog.dinterweb.com/por-que-es-tan-importante-contar-con-un-sitio-web>
- Universidad Libre. (08 de Julio de 2016). *Lanzamiento NAF Convenio DIAN - Universidad Libre*. Obtenido de Universidad Libre: <http://www.unilibre.edu.co/bogota/ul/noticias/noticias-universitarias/2423-lanzamiento-naf-convenio-dian-universidad-libre>
- Universidad Javeriana. (05 de Diciembre de 2016). *¿Qué son los NAF?* Obtenido de Universidad Javeriana: https://cea.javeriana.edu.co/documents/153049/5486699/apoyo_fiscal_NAF_folleto.pdf/1e1d4c9d-c5fb-452d-a9ee-06e1df6ff760
- Universidad Surcolombiana [Usco]. (10 de Junio de 2019). *Consultorio Empresarial y Contable, Usco presente*. Obtenido de Universidad Surcolombiana: <http://comunicacionesusco.edu.co/consultorio-empresarial-y-contable-usco-presente/>
- Muñoz, F. (2018). Evaluación del desempeño de los consultorios contables en Colombia. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Económicas*, 4(2), 36-48.
- Morales, M. (2019). Los consultorios contables en México: evolución, desafíos y perspectivas. *Contaduría y Administración*, 64(3), e1969. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2019.1969>
- Quiroz, J. (2017). Análisis de los servicios que brindan los consultorios contables en Lima, Perú. *Revista Científica de Administración*, 5(1), 37-48.
- Cañizares, M., & Sánchez, A. (2020). La importancia de la tecnología en los consultorios contables. *Revista de Investigación Académica*, 21, 1-10.
- Rivera, D., & Pérez, M. (2019). Los desafíos de los consultorios contables en la era digital. *Revista de Contabilidad y Finanzas*, 30(2), 95-108. <https://doi.org/10.33979/revconfin.v30i2.602>