

Proyecto de Investigación:

**Propuesta del modelo de medición de satisfacción al ciudadano del canal de
atención presencial del SIMIT**

Elaborado por:

Diana Zuleidy Cañón Durán

Miller Hernando Castillo Reina

Paola Zabina Camargo Herrera

Paula Andrea Ríos Ríos

Universidad EAN

Especialización en Inteligencia Comercial y Mercadeo

Especialización en Gerencia de Proyectos

Seminario de Investigación de Pregrado

Bogotá

6 de junio de 2025

Resumen

Este proyecto de investigación propone un modelo de medición de la satisfacción ciudadana en los puntos de atención presencial del Sistema Integrado de Información sobre Multas y Sanciones por Infracciones de Tránsito (SIMIT), administrado por la Federación Colombiana de Municipios. La iniciativa surge como respuesta a los hallazgos de la Contraloría General de la República, que evidenciaron la ausencia de mecanismos de evaluación en la atención al ciudadano.

El estudio adopta un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, transversal y de alcance descriptivo-correlacional. Se aplicó una encuesta estructurada a 49 empleados de atención al usuario en diferentes puntos SIMIT del país, evaluando variables como satisfacción, experiencia, imagen institucional y percepción de la entidad pública.

Los resultados revelan una alta correlación entre la satisfacción del usuario y factores como la calidad de la información, la experiencia del personal y el tiempo de espera. Asimismo, se identificaron oportunidades de mejora en la comunicación institucional y en la infraestructura tecnológica.

El modelo propuesto busca estandarizar la evaluación del servicio, fortalecer la imagen institucional y promover una cultura organizacional centrada en el ciudadano, contribuyendo así a la mejora continua y a la legitimidad del sistema SIMIT.

Abstract

This research project proposes a satisfaction measurement model for the in-person service channels of the Integrated Information System on Traffic Fines and Sanctions (SIMIT), managed by the Colombian Federation of Municipalities. The initiative responds to findings by the Office of the Comptroller General, which highlighted the lack of evaluation mechanisms in citizen service.

The study adopts a quantitative approach, with a non-experimental, cross-sectional, and descriptive-correlational design. A structured survey was applied to 49 customer service employees across various SIMIT service points nationwide, evaluating variables such as satisfaction, experience, institutional image, and public entity perception.

The results reveal a strong correlation between user satisfaction and factors such as information quality, staff experience, and waiting time. Additionally, opportunities for improvement were identified in institutional communication and technological infrastructure.

The proposed model aims to standardize service evaluation, strengthen institutional image, and promote a citizen-centered organizational culture, thereby contributing to continuous improvement and the legitimacy of the SIMIT system.

Planteamiento del Problema

La Federación Colombiana de Municipios (FCM) es una persona jurídica sin ánimo de lucro, de naturaleza asociativa y de carácter gremial, que se rige por el derecho privado, organizada con base en la libertad de asociación prevista en el artículo 38 de la Constitución Política. A ella pertenecen por derecho propio todos los municipios, distritos y asociaciones de municipios del país y tiene como finalidad la defensa de sus intereses. Su personería jurídica es propia y diferente de la de sus asociados, con autonomía administrativa y patrimonio propio.

Por disposición del artículo 10 de la Ley 769 de 2002, “Código Nacional de Tránsito Terrestre”, a la Federación Colombiana de Municipios, le ha sido asignada una función pública consistente en implementar y mantener actualizado a nivel nacional, un Sistema Integrado de Información sobre las Multas y Sanciones por Infracciones de Tránsito – Simit, en el cual se consolidan los registros de infractores a nivel nacional para garantizar la no realización de trámites cuando el infractor no se encuentre a paz y salvo por concepto de multas de tránsito.

Así mismo, la Federación Colombiana de Municipios en virtud de la función administrativa que le fue asignada, ha desarrollado la misma bajo la figura de concesión, a través de la cual, apoya su gestión en terceros privados que cuentan con la suficiente experticia, idoneidad y recursos de inversión, requeridos para la prestación de los servicios encomendados.

En complemento del sistema, la función pública debe soportarse en una operación en territorio que garantice para su ejecución la consideración de procesos homogéneos - estandarizados, que permitan el seguimiento y evaluación de eficiencias (indicadores / acuerdos de servicio). Estas actividades deben tener especial foco en el relacionamiento con las autoridades de tránsito municipal y demás involucrados del Municipio, gestionando acciones para la identificación, atención, coordinación de necesidades Inter partes, mediante herramientas de mesa de ayuda, procesos de relacionamiento dirigidos hacia el fortalecimiento de la función pública bajo la participación y el acercamiento hacia el ciudadano.

Finalmente, el ejercicio de la función ejercida por la FCM, cuenta con la supervisión de entidades gubernamentales tales como la Contraloría general de la República, quien semestralmente realiza un proceso de auditoría, en la que valida la operación del sistema mediante la evaluación de más de 50 indicadores de gestión, en la que vincula la operatividad realizada por las concesiones, y finaliza el proceso bajo un informe de hallazgos y novedades, a los que la FCM tiene un tiempo determinado para reformular y atender lo requerido, en línea del mejoramiento de la operatividad.

En el segundo semestre del año 2024, la Contraloría realizó un proceso de auditoría, en la cual, y bajo el hallazgo 7. Referenció que, la FCM deberá vincular la evaluación de la totalidad de los canales de atención al ciudadano, entendiendo que, a nivel nacional, las concesiones suman más de 300 puntos de atención SIMIT, así como incorpora la atención de 5 centros de atención SIMIT, con una alta afluencia de atención a la ciudadanía, pero que, a la fecha no existe una referencia de la percepción de la prestación del servicio ofertado. Por tal motivo, para la FCM se hace necesaria la formulación de un plan de medición al canal de atención al ciudadano, el cual deberá ser implementado por la totalidad de las concesiones, con el fin de no solo dar cumplimiento a lo requerido por la Contraloría, sino también presentar la operación del sistema, en términos de eficacia y eficiencia para con la ciudadanía.

Por lo anterior, esta investigación parte de presentarse como bases para la toma de decisiones y el fortalecimiento del sistema administrado por la FCM, en términos de cumplimiento de los deberes establecidos en su función pública.

Descripción del Problema

En primera medida, el ejercicio de la función pública concentra su operación en el sistema de información –SIMIT, el cual se caracteriza por la mayor automatización de procesos, Inter operatividad integral, gobernabilidad de datos e información, gobierno de TI, optimización en desarrollos y funcionalidades, entre otros; todas estas soportadas en herramientas tecnológicas que apoyan la gestión de levantamiento de

información desde el origen, la eficiencia de la operación, la generación de información relevante que soporte la toma de decisiones y seguimiento general del sistema.

La condición de administrador del Sistema Integrado de Multas y Sanciones por Infracciones a las Normas de Tránsito Simit, impone a la Federación Colombiana de Municipios, obligaciones en relación con el sistema, que van más allá de consolidar la información que se recibe de las autoridades de tránsito territoriales en materia de multas y sanciones por infracciones a las normas de tránsito, lo que quiere decir, que requiere generar estrategias constantes que permitan seguir posicionando su importante rol de órgano de apoyo de las autoridades de tránsito territoriales y a la ciudadanía.

El ejercicio de la función ejercida por la FCM, cuenta con la supervisión de entidades gubernamentales tales como la Contraloría general de la República, quien semestralmente realiza un proceso de auditoría, en la que valida la operación del sistema mediante la evaluación de más de 50 indicadores de gestión, en la que vincula la operatividad realizada por las concesiones, y finaliza el proceso bajo un informe de hallazgos y novedades, a los que la FCM tiene un tiempo determinado para reformular y atender lo requerido, en línea del mejoramiento de la operatividad.

En el segundo semestre del año 2024, la Contraloría realizó un proceso de auditoría, en la cual, y bajo el hallazgo 7. Referenció que, la FCM deberá vincular la evaluación de la totalidad de los canales de atención al ciudadano, entendiendo que, a nivel nacional, las concesiones suman más de 300 puntos de atención SIMIT, así como incorpora la atención de 5 centros de atención SIMIT, con una alta afluencia de atención a la ciudadanía, pero que, a la fecha no existe una referencia de la percepción de la prestación del servicio ofertado. Por tal motivo, para la FCM se hace necesaria la formulación de un plan de medición al canal de atención al ciudadano, el cual deberá ser implementado por la totalidad de las concesiones, con el fin de no solo dar cumplimiento a lo requerido por la Contraloría, sino también presentar la operación del sistema, en términos de eficacia y eficiencia para con la ciudadanía.

De acuerdo con los motivos mencionados anteriormente, el equipo de investigación identifica el problema y en la búsqueda de una solución plantea la

siguiente presenta para el desarrollo del ejercicio académico ¿Cómo diseñar un modelo de medición y evaluación de la atención prestada a la ciudadanía, bajo los canales presenciales del sistema SIMIT?.

Este proyecto de investigación se encuentra enmarcado en el campo de Investigación definido por la Universidad EAN, Emprendimiento y gerencia, dentro del grupo de investigación Gerencia en las Grandes, Pequeñas Medianas Empresas G3Pymes, en la línea de investigación Modernización de organizaciones.

Objetivos

Objetivo general

Proponer un modelo de evaluación que permita la medición de la experiencia y satisfacción de los ciudadanos de los puntos de Atención SIMIT y Centros de Atención SIMIT, manteniendo así la buena imagen institucional de la Federación Colombiana de Municipios como entidad pública.

Objetivos específicos

1. Proponer un sistema de evaluación, que permita medir el impacto del modelo implementado y realizar ajustes para mejorar su eficiencia y efectividad.
2. Identificar las principales variables o atributos que los usuarios de los puntos SIMIT, valoran para calificar la adecuada prestación y satisfacción del servicio.
3. Determinar oportunidades de mejora en los mecanismos internos de comunicación, control y gestión normativa dentro de la entidad.
4. Explorar la percepción del personal sobre el alineamiento entre los objetivos institucionales del SIMIT y sus funciones operativas.

Justificación

Esta investigación tiene como objetivo fundamental cumplir con la requisición de la Contraloría y los lineamientos establecidos en las políticas públicas para las entidades que prestan servicios a la ciudadanía. Además, representa una oportunidad para mejorar la eficiencia y eficacia del sistema SIMIT, lo que impactará positivamente en la FCM y en la satisfacción de los usuarios. Los resultados permitirán a la FCM tomar decisiones informadas, basadas en la percepción real de los usuarios, optimizando y fortaleciendo los canales de atención y adaptando su rol como entidad de apoyo.

El modelo de medición propuesto proporcionará una herramienta estandarizada para evaluar la calidad del servicio en todos los puntos de atención, facilitando la identificación de áreas de mejora y la implementación de medidas correctivas. Este estudio también puede servir como referencia metodológica para otras entidades públicas que busquen medir la satisfacción de los usuarios en servicios similares. Así mismo, busca aportar teóricamente al campo de la gestión pública, explorando la medición de modelos de satisfacción de otros sectores e implementando las mejores prácticas.

Marco Teórico

La función pública, núcleo estructural del Estado, exige no solo apego a principios como la legalidad, la eficiencia y la transparencia, sino también una orientación decidida hacia la generación de valor público. Este imperativo cobra especial relevancia en entidades como la Federación Colombiana de Municipios (FCM), responsable del Sistema Integrado de Información sobre Multas y Sanciones por Infracciones de Tránsito (SIMIT), una plataforma creada bajo el amparo de la Ley 769 de 2002 con el fin de garantizar la uniformidad en la aplicación de sanciones. No obstante, informes recientes de la Contraloría General (2024) evidencian deficiencias en la atención al ciudadano, lo que plantea la necesidad de analizar su gestión desde una perspectiva que integre lo normativo, lo organizacional y lo perceptivo.

En este sentido, enfoques como la burocracia weberiana y la Nueva Gestión Pública (NGP) ofrecen marcos útiles para comprender las tensiones entre la racionalidad legal-formal y la necesidad de un servicio más orientado al ciudadano. A ello se suman propuestas contemporáneas como la gobernanza multiactoral que insisten en una gestión pública participativa, basada en la corresponsabilidad entre instituciones y ciudadanía. En este entramado, el SIMIT no puede limitarse al cumplimiento técnico-normativo, sino que debe proyectarse como un sistema legítimo, confiable y sensible a las demandas sociales.

Es en este punto donde la imagen institucional se posiciona como una dimensión estratégica, entendida no solo como percepción visual, sino como la síntesis simbólica de la credibilidad, transparencia y calidad del servicio percibido. Dicha imagen se configura a partir de la coherencia entre la identidad corporativa, los mensajes institucionales y la experiencia real de los usuarios. Los puntos de atención, tanto físicos como virtuales, se convierten así en espacios clave para la validación cotidiana de esa imagen, donde factores como la actitud del personal, la claridad de los trámites y la infraestructura disponible moldean directamente la legitimidad del sistema.

Desde esta perspectiva, la experiencia del usuario emerge como el hilo conductor que articula la percepción institucional con la efectividad operativa. Más allá de lo técnico, se trata de gestionar las emociones, expectativas y valoraciones que

surgen en cada interacción. Modelos que subrayan la importancia de formar servidores públicos capaces de ofrecer experiencias memorables, mientras el enfoque de omnicanalidad plantea el reto de integrar de manera fluida los canales presenciales y digitales. Esto requiere no solo infraestructura, sino también un clima laboral favorable y una plantilla motivada, ya que la actitud del funcionario incide directamente en la percepción ciudadana. Herramientas como los sistemas CRM permiten personalizar la atención, gestionar datos de forma estratégica y responder de manera proactiva a las necesidades del usuario.

La satisfacción ciudadana, en este marco, no puede ser entendida como un resultado aislado, sino como el reflejo de la alineación entre la promesa institucional y la experiencia vivida. De acuerdo con la norma ISO 10004:2019, debe evaluarse considerando tanto aspectos objetivos como dimensiones emocionales y contextuales. El modelo Q+4D aporta una visión integral al incluir criterios como calidad del trámite, adecuación a necesidades individuales, condiciones del entorno y percepción institucional. Finalmente, la incorporación de la retroalimentación ciudadana mediante herramientas como el Ciclo PHVA (Deming) permite cerrar el bucle de mejora continua, convirtiendo los datos en decisiones que transformen de forma tangible la experiencia de los usuarios.

En conjunto, estos conceptos no pueden abordarse de forma fragmentada. La función pública, la imagen institucional, la experiencia del usuario y su satisfacción deben analizarse como componentes interdependientes de una gestión pública moderna y centrada en las personas. En el caso del SIMIT, esto implica trascender el enfoque sancionador y adoptar una lógica de servicio que equilibre la eficiencia administrativa con el fortalecimiento de la confianza ciudadana.

1. Entidad pública

La función pública constituye uno de los pilares esenciales de la administración del Estado y de las entidades que ejercen funciones delegadas de carácter público. Es, en esencia, la expresión de la voluntad estatal en el cumplimiento de fines colectivos a

través de una estructura organizativa que se rige por principios de legalidad, eficiencia, eficacia, responsabilidad, imparcialidad y transparencia. La Federación Colombiana de Municipios (FCM), como entidad sin ánimo de lucro con personería jurídica propia, juega un papel crucial en la implementación y gestión de diversos sistemas administrativos, entre ellos el Sistema Integrado de Información sobre las Multas y Sanciones por Infracciones de Tránsito (SIMIT). Esta entidad tiene la responsabilidad de consolidar la información de los infractores a nivel nacional, lo cual contribuye a la eficiencia y equidad en la aplicación de sanciones por infracciones de tránsito (Ley 769 de 2002).

La plataforma SIMIT, administrado por la FCM, refleja un esfuerzo por modernizar la gestión pública en Colombia, buscando soluciones que no solo se enfoquen en la eficiencia operativa, sino que también promuevan la transparencia y el acercamiento hacia la ciudadanía. Sin embargo, como se refleja en el hallazgo de la Contraloría General de la República en 2024, es necesario mejorar la atención al ciudadano, evaluando de manera sistemática la calidad del servicio ofrecido en los más de 300 puntos de atención SIMIT a nivel nacional.

Teoría Burocrática

La teoría burocrática formulada por Max Weber es fundamental para comprender el funcionamiento de la función pública. Weber concibió a la burocracia como la forma organizativa más racional para la administración de grandes estructuras, caracterizada por una jerarquía clara, especialización de funciones, reglas estrictas y un sistema de autoridad legal-racional. Weber. (1922). Economía y sociedad. Editorial Fondo de Cultura Económica.

En este sentido, la función pública se desarrolla dentro de un marco normativo que asegura la uniformidad en la toma de decisiones y la imparcialidad en la prestación de servicios públicos; este enfoque asegura que las decisiones en las entidades públicas se tomen de manera objetiva y no influenciada por intereses personales.

Esta teoría establece que las organizaciones burocráticas son la forma más racional y eficiente de administración pública, ya que se basan en procedimientos estandarizados y un orden jerárquico definido. Esta teoría ha influido en la estructura de muchas instituciones públicas en Colombia, incluida la FCM, en su gestión del SIMIT; puesto que, la implementación de un sistema estandarizado que permita la consolidación de información de infractores es un claro ejemplo de cómo la burocracia busca garantizar la imparcialidad y eficiencia en la administración pública.

Gobernanza y Participación Ciudadana en la Gestión del SIMIT

El concepto de gobernanza, desarrollado por autores como Rhodes (1996) y Osborne y Gaebler (1992), se refiere a la gestión pública como un proceso colaborativo que va más allá de la administración burocrática tradicional. En el contexto del SIMIT, la gobernanza implica la participación de diversos actores, incluidos los ciudadanos, las autoridades de tránsito y sus equipos de apoyo, las concesiones e interventoría; la colaboración entre estas partes es esencial para el fortalecimiento de la función pública, especialmente cuando se trata de mejorar la calidad del servicio al ciudadano y garantizar que el sistema funcione de manera eficiente.

Como lo destaca Stoker (1998), la gobernanza es un proceso que requiere la integración de diversos actores para la toma de decisiones y la ejecución de políticas públicas. En este sentido, la FCM debe asegurar que la totalidad de los actores se integren con el fin de que operen de manera mancomunada y coherente, con el fin de que exista un flujo de información adecuado entre estas. Para ello, la implementación de mecanismos de evaluación de la satisfacción ciudadana es fundamental, tal como lo requiere la Contraloría, para fortalecer la calidad del servicio y garantizar la eficiencia del sistema.

Rendición de Cuentas y Transparencia en la Administración Pública

La rendición de cuentas es un principio esencial en la gestión pública, como lo argumenta Behn (2001), quien señala que la transparencia y la responsabilidad en la administración pública son fundamentales para garantizar la confianza de la ciudadanía; en el caso para la FCM, la rendición de cuentas implica no solo la correcta aplicación de las sanciones, sino también la evaluación continua de los procesos administrativos y de atención al ciudadano. Los informes de la Contraloría y la necesidad de implementar un sistema de medición de la satisfacción del usuario responden a la demanda de mayor responsabilidad en la gestión pública.

La implementación de un plan de medición de la calidad del servicio, como lo exige la Contraloría, es una medida clave para asegurar que la FCM cumpla con los estándares de calidad y eficiencia en la prestación de sus servicios. El uso de indicadores de rendimiento y la evaluación periódica de la operatividad del sistema son herramientas esenciales para garantizar que el sistema no solo sea eficaz, sino que también responda a las necesidades y expectativas de los ciudadanos.

El Neoinstitucionalismo y su Relación con la Gestión del SIMIT

El enfoque neoinstitucionalista, desarrollado por North (1990) y Ríos Patrón (2018), pone énfasis en el papel de las instituciones como las reglas del juego que estructuran la interacción social y económica. En el contexto del SIMIT, las instituciones encargadas de la gestión de las multas y sanciones, como la FCM, juegan un papel central en la creación de las normas y procedimientos que regulan el sistema. Sin embargo, como lo señala el neoinstitucionalismo, las instituciones deben ser flexibles y adaptarse a los cambios sociales y económicos. Esto implica que la FCM debe ser capaz de ajustarse a las necesidades emergentes de la ciudadanía, especialmente en lo que respecta a la calidad del servicio y la atención al usuario.

El neoinstitucionalismo también sugiere que las reformas institucionales deben ser impulsadas por una comprensión profunda de las interacciones sociales y políticas.

En este sentido, la evaluación de la percepción de los usuarios y la implementación de cambios en función de esta retroalimentación son pasos importantes para mejorar la operatividad del SIMIT.

La Necesidad de Fortalecer el Sistema SIMIT a través de la Función Pública.

La investigación presentada busca abordar la problemática identificada por la Contraloría General de la República en relación con la falta de medición de la calidad del servicio en los puntos de atención SIMIT. A partir de los marcos teóricos expuestos, se puede concluir que la mejora de la función pública en este ámbito requiere un enfoque integral que incluya no solo la eficiencia en la ejecución de las sanciones, sino también la transparencia, la participación ciudadana y la rendición de cuentas. La implementación de un plan de medición de la satisfacción del usuario, junto con la evaluación continua de los indicadores de gestión, permitirá a la FCM mejorar la operatividad del sistema y fortalecer la confianza de los ciudadanos en la administración pública.

Nueva Gestión Pública (NGP)

La Nueva Gestión Pública (NGP), surgida en los años 80, introdujo un enfoque orientado a resultados, eficiencia y servicio al cliente en la administración estatal. Según Oszlak (1997), este paradigma impulsa la adopción de prácticas gerenciales propias del sector privado, promoviendo la descentralización, la autonomía operativa y la evaluación por desempeño. En el contexto del SIMIT, la implementación de este modelo permite optimizar los mecanismos frente a la implementación de evaluaciones de desempeño, o aplicación de técnicas de medición con el fin de facilitar la experiencia del ciudadano frente al servicio.

Teoría de la Agencia

La teoría de la agencia, formulada por Jensen y Meckling (1976), analiza la relación entre un principal (ciudadanía o Estado) y un agente (funcionarios públicos), destacando la necesidad de mecanismos de supervisión para garantizar que el agente actúe en el interés del principal. Esta teoría resulta pertinente en el análisis de la función pública ejercida por la FCM, al establecer que el cumplimiento efectivo de las responsabilidades delegadas requiere de auditorías externas, como las realizadas por la Contraloría General de la República.

Enfoque Sistémico

El enfoque sistémico, desarrollado por Bertalanffy (1968), propone que las organizaciones deben entenderse como sistemas abiertos que interactúan con su entorno. Este marco permite analizar la función pública como una red de procesos interdependientes en la que participan entidades gubernamentales, concesionarios y ciudadanos. La eficiencia de la operación del SIMIT depende de la articulación entre estos actores y de la capacidad del sistema para adaptarse a los cambios regulatorios y sociales.

Enfoque de Calidad Total

El enfoque de calidad total, difundido por autores como Deming (1986) y Juran (1988), plantea la necesidad de establecer una cultura organizacional centrada en la mejora continua, la satisfacción del usuario y la estandarización de procesos. En la función pública, este modelo se traduce en la implementación de procedimientos homogéneos, la evaluación de indicadores de desempeño y la gestión eficiente de recursos, elementos esenciales en la operación del SIMIT bajo la supervisión de la Contraloría.

La función pública, fundamentada en teorías como la burocracia weberiana, la nueva gestión pública, la teoría de la agencia, el enfoque sistémico y la gestión por

calidad total, constituye el eje estructural sobre el cual se deben consolidar los mecanismos de administración en entidades que cumplen mandatos estatales, como es el caso de la Federación Colombiana de Municipios.

El caso específico del SIMIT ilustra cómo una organización privada puede desempeñar una función pública mediante concesiones, y cómo esto implica el cumplimiento de altos estándares de transparencia, eficiencia y rendición de cuentas. En este contexto, la función pública no solo garantiza la legalidad de las actuaciones, sino que promueve una cultura institucional orientada al servicio ciudadano. Esta investigación cobra especial importancia frente al planteamiento del problema, el cual se origina en la necesidad de evaluar y fortalecer los canales de atención al ciudadano, una exigencia derivada de los hallazgos realizados por la Contraloría en el segundo semestre del año 2024.

La aplicación efectiva de los principios de la función pública permitirá a la FCM no solo cumplir con los mandatos legales, sino también avanzar hacia un modelo de gestión integral que consolide la confianza ciudadana, mejore los niveles de cumplimiento de las sanciones de tránsito y asegure la sostenibilidad de la operatividad del SIMIT.

2. Imagen Institucional

La imagen institucional es un concepto estratégico que refleja cómo es percibida una organización por sus distintos públicos, en función de sus experiencias, interacciones y comunicaciones. Esta percepción trasciende los elementos visuales como logotipos o colores corporativos, abarcando dimensiones intangibles como la credibilidad, la transparencia y la calidad del servicio. En el ámbito público, y particularmente en instituciones como el Sistema Integrado de Información sobre Multas y Sanciones por Infracciones de Tránsito (SIMIT) en Colombia, la imagen institucional se convierte en un componente esencial para la generación de confianza ciudadana y la consolidación de la legitimidad institucional.

Desde una perspectiva teórica, la imagen institucional se construye a partir de tres dimensiones interrelacionadas: la identidad corporativa “lo que la organización es”,

la comunicación institucional “lo que la organización dice” y la reputación “lo que los públicos perciben” (Capriotti, 2013). La coherencia entre estas dimensiones es clave para proyectar una imagen sólida. En el caso del SIMIT, esta coherencia se expresa en la forma en que la entidad comunica sus procedimientos, en la experiencia real del usuario al acceder a sus servicios, y en la percepción general que ello genera en la ciudadanía.

Uno de los espacios más sensibles donde se configura esta imagen es el punto de atención al usuario. Lejos de ser una simple instancia operativa, estos espacios funcionan como escenarios simbólicos donde se materializa el compromiso institucional con los principios de eficiencia, legalidad y servicio. La interacción del ciudadano con los funcionarios del SIMIT en estos puntos influye significativamente en la construcción de su imagen institucional, ya que es en estos encuentros donde se valida, refuerza o cuestiona la reputación de la entidad (Pérez, 2020).

La gestión profesional de la imagen institucional implica una articulación transversal de múltiples factores organizacionales. Según Alessandri (2008), es necesario integrar esfuerzos entre todos los niveles institucionales para garantizar coherencia entre la identidad proyectada y la experiencia del usuario. En este sentido, la actitud, competencia y compromiso del personal de atención se convierten en factores críticos. Investigaciones sobre clima laboral demuestran que los empleados que se sienten valorados, motivados y capacitados tienden a ofrecer un mejor servicio, contribuyendo positivamente a la percepción pública.

En línea con lo anterior, la gestión por competencias se presenta como una herramienta clave para reforzar la imagen institucional en contextos públicos. Este modelo permite seleccionar y desarrollar personal no solo por sus habilidades técnicas, sino también por competencias blandas como la empatía, la escucha activa y la resolución de conflictos. Para el SIMIT, la formación continua en estas áreas es fundamental, ya que sus usuarios a menudo acuden con inconformidades o situaciones conflictivas, lo que exige un trato cuidadoso y profesional que refuerce la imagen institucional.

La comunicación institucional, por su parte, debe ser entendida como una función estratégica más que meramente instrumental. De acuerdo con Fombrun y Van Riel (2004), una comunicación clara, oportuna y accesible reduce la incertidumbre del usuario y fortalece la confiabilidad percibida. En el SIMIT, esto implica que los mensajes que se emiten desde sus canales oficiales deben ser consistentes y comprensibles, ofreciendo al ciudadano información precisa sobre trámites, requisitos y tiempos de respuesta, tanto en medios digitales como en atención presencial.

En la actualidad, la innovación tecnológica también juega un papel crucial en la percepción institucional. Los ciudadanos esperan que las entidades públicas cuenten con plataformas digitales intuitivas, funcionales y seguras. Una interfaz ineficiente o la falta de respuesta oportuna en medios electrónicos puede deteriorar rápidamente la imagen institucional. Por ello, el SIMIT debe invertir en infraestructura tecnológica que agilice trámites y mejore la experiencia digital del usuario.

La dimensión ética también es indispensable en la gestión de la imagen institucional. Las entidades públicas deben actuar con transparencia, legalidad y equidad, principios que deben reflejarse en cada contacto con los usuarios. Una imagen institucional sólida no se construye con campañas publicitarias, sino con prácticas coherentes y sostenidas. En el caso del SIMIT, cada punto de atención debe ser una extensión tangible de estos principios, contribuyendo a generar relaciones de respeto y credibilidad con los ciudadanos.

Asimismo, la imagen institucional del SIMIT tiene un impacto directo en la legitimidad del sistema de tránsito colombiano. Si el ciudadano percibe que las sanciones y trámites son justos, eficientes y bien gestionados, estará más dispuesto a cumplir las normas. En cambio, una imagen asociada con la ineficiencia, la corrupción o el maltrato genera rechazo, resistencia y desconfianza institucional (García & Mendoza, 2017).

En conclusión, la imagen institucional en entidades públicas como el SIMIT debe ser gestionada de forma integral, considerando factores como la identidad organizacional, la calidad de la comunicación, la capacitación del personal y la modernización tecnológica. Solo a través de una gestión coherente, ética y centrada en

el ciudadano, es posible consolidar una imagen institucional positiva, que no solo mejore la experiencia del usuario en los puntos de atención, sino que fortalezca la legitimidad del sistema de tránsito y fomente una cultura ciudadana basada en la legalidad y la corresponsabilidad.

3. Experiencia

La experiencia, tanto del trabajador como del consumidor final en el SIMIT, se puede interpretar como el conjunto de percepciones, emociones y evaluaciones que se derivan de todas las interacciones con la entidad. Según Castillejo (2023), la experiencia del cliente (CX) es “la suma o agregación de las percepciones y sensaciones de las clientes debido a todas sus interacciones con una empresa o marca”. Complementariamente, QuestionPro la define como el conjunto de experiencias que tiene un cliente con una marca durante el tiempo en que existe una relación de servicio, destacando que una mejor experiencia incrementa la retención, genera nuevos leads y aumenta el valor de la relación (Castillejo, 2023, p. 24).

En el caso del SIMIT, la experiencia puede gestionarse siguiendo modelos como el de Disney, donde los empleados reciben capacitación rigurosa y tienen libertad para tomar decisiones que sorprendan y deleiten al usuario, agregando toques personales que hacen única la experiencia de servicio (Castillejo, 2023, p. 29). Esta visión se alinea con la evolución de la economía de servicios hacia la economía de la experiencia, donde el valor percibido por el cliente se incrementa por el componente emocional y personal de la interacción, permitiendo diferenciación y una valoración especialmente alta por parte del usuario (Castillejo, 2023, p. 29).

Chiavenato (2022) destaca que el comportamiento organizacional es fundamental para entender cómo las actitudes, motivaciones y relaciones interpersonales dentro de una organización impactan directamente en el desempeño y la satisfacción laboral de los empleados. Dentro del marco del SIMIT, la experiencia del trabajador no solo se basa en los procedimientos y recursos existentes, sino también en elementos psicológicos y sociales que impactan en su dedicación y rendimiento. La

motivación, el liderazgo efectivo, la comunicación interna y el clima organizacional son elementos que configuran la experiencia del trabajador y, por ende, afectan la calidad del servicio al ciudadano (Chiavenato, 2022).

La gestión de la experiencia del cliente (CX) ha adquirido tal relevancia que, en la práctica, muchas organizaciones han creado departamentos específicos para su administración. Un estudio realizado por DEC y Deloitte revela que el 58% de las empresas encuestadas cuentan con un departamento exclusivo de Experiencia del Cliente, mientras que un 12% delega esta responsabilidad en Marketing, un 9% en el área Comercial y un 8% en Operaciones (Castillejo, 2023, p. 33). Esto evidencia que la gestión de la experiencia es un eje estratégico transversal en la estructura organizacional moderna.

El propósito central de medir la experiencia es obtener información valiosa para mejorar la satisfacción y lealtad del cliente, identificar áreas de mejora y detectar posibles problemas en el servicio (Castillejo, 2023, p. 39). Sin embargo, la experiencia no solo debe centrarse en el usuario externo; también es fundamental comprender qué aspectos son significativos para los colaboradores y cómo se conectan emocionalmente con la organización. Reconfigurar las interacciones internas para que sean más gratificantes impacta directamente en el compromiso de los empleados y, por ende, en los resultados organizacionales (Castillejo, 2023, p. 149).

Casos de éxito empresarial subrayan la relevancia de una fuerte cultura interna enfocada en el cliente. Por ejemplo, Grupo Bimbo ha desarrollado una filosofía centrada en la persona, promoviendo el bienestar y el desarrollo profesional de sus colaboradores, lo que se traduce en una mejor experiencia para el cliente final (Castillejo, 2023, p. 154). Asimismo, HomeServe ha implementado el concepto de “Clientología”, basado en la investigación, análisis y mejora continua, involucrando tanto a empleados como a clientes en la definición de compromisos de servicio y fomentando una cultura de transparencia, claridad, facilidad, rapidez y escucha (Córdoba & Genís, 2015, pp. 108-110). En la misma línea, ALSA ha destacado la importancia de involucrar a todos los empleados en la entrega de la experiencia,

reconociendo que cada colaborador tiene una influencia directa en la percepción del cliente (Córdoba & Genís, 2015, pp. 111-112).

Desde la perspectiva académica, la experiencia del cliente se compone de pensamientos, emociones y valoraciones que ocurren durante o como resultado de un encuentro con la organización (Goode et al., 2010; Gupta & Vajic, 2000). La gestión efectiva de estas emociones y conocimientos en los puntos de contacto relevantes es una prioridad estratégica, especialmente en contextos con múltiples canales de interacción (Gallardo-García et al., 2024; Verhoef et al., 2009).

La gestión de la experiencia del cliente (CXM) constituye un enfoque estratégico esencial, que implica crear, gestionar y optimizar experiencias positivas y significativas a lo largo de la interacción con la organización. El CXM se apoya en modelos de madurez y medición como los de CXPA, Forrester y Qualtrics, los cuales identifican categorías e ítems críticos para lograr una implementación práctica exitosa, permitiendo a las organizaciones ofrecer experiencias consistentes, eficaces y rentables (Gallardo-García et al., 2024).

Brunetta (2024) aporta que la gestión de la relación con el cliente (CRM, por sus siglas en inglés) es una herramienta fundamental para personalizar, automatizar y optimizar la experiencia tanto del usuario como del empleado en organizaciones de servicios. El CRM permite centralizar la información relevante de cada interacción, facilitando un conocimiento profundo del usuario y anticipando sus necesidades. En el ámbito público, como el SIMIT, la implementación de estrategias CRM contribuye a:

- Mejorar la trazabilidad de los trámites y solicitudes de los ciudadanos.
- Facilitar la segmentación y personalización del servicio de atención, ajustando respuestas y soluciones de acuerdo con el perfil y el historial del cliente.
- Elaborar informes y evaluaciones que detectan patrones de satisfacción e insatisfacción, facilitando la toma de decisiones fundamentada en información.
- Integrar los canales presenciales y digitales, garantizando una experiencia coherente y eficiente en todos los puntos de contacto (Brunetta, 2024).

Brunetta (2024) subraya que la clave del éxito en la gestión de la experiencia radica en la combinación de tecnología, procesos y cultura organizacional orientada al cliente. Un CRM adecuadamente puesto en marcha no solo incrementa la eficacia en las operaciones, sino que también robustece la relación de confianza y la imagen favorable de la organización, elementos esenciales en el sector público.

Dirsehan (2020) complementa esta visión al destacar la importancia de la omnicanalidad en la gestión de la experiencia del cliente. En un mundo donde los usuarios interactúan a través de múltiples canales (presencial, telefónico, digital), es crucial que las organizaciones ofrezcan una experiencia coherente, integrada y personalizada en cada punto de contacto. La omnicanalidad implica:

- Integrar todos los canales de comunicación y servicio en una plataforma unificada.
- Proporcionar al usuario la capacidad de comenzar una interacción en un canal y prolongarla en otro sin alterar información o contexto.
- Ajustando la comunicación y las propuestas a los gustos y requerimientos del usuario.
- Utilizar datos y análisis para comprender el comportamiento del usuario y optimizar la experiencia en todos los canales (Dirsehan, 2020).

Dentro del marco del SIMIT, la puesta en marcha de una estrategia omnicanal respaldada por un CRM posibilita incrementar la eficiencia, la transparencia y la satisfacción del usuario, proporcionando una experiencia consistente y personalizada en cada punto de contacto.

En resumen, tanto la bibliografía como los ejemplos de éxito evidencian que la experiencia, tanto del cliente como del trabajador, es un elemento esencial en la administración de servicios públicos como SIMIT. La evaluación y administración estratégica de la experiencia posibilitan potenciar la dedicación interna, incrementar la satisfacción del usuario y lograr resultados organizacionales sustentables.

4. Satisfacción

La satisfacción del cliente es un concepto ampliamente estudiado tanto en el ámbito académico como en el empresarial, debido a su estrecha relación con la fidelidad, la rentabilidad y la sostenibilidad de las organizaciones. Se define generalmente como el grado de conformidad entre las expectativas previas del cliente y la percepción posterior al consumo de un producto o servicio.

En el ámbito de la gestión de calidad, la satisfacción del cliente ha adquirido una relevancia estratégica, al ser considerada no solo como un indicador del desempeño organizacional, sino también como un factor crítico para la sostenibilidad y el crecimiento competitivo.

La norma **ISO 10004:2019**, titulada Gestión de la calidad. Satisfacción del cliente. Directrices para el seguimiento y medición, establece un marco de referencia técnico y metodológico que permite a las organizaciones diseñar e implementar procesos eficaces de monitoreo de la satisfacción. Esta guía proporciona lineamientos para planificar, recopilar, analizar y utilizar información relacionada con la percepción del cliente, todo ello con el objetivo de fomentar la mejora continua (International Organization for Standardization, 2019). La inclusión de este enfoque en los procesos de evaluación organizacional no solo permite conocer el nivel de satisfacción, sino también identificar las causas de insatisfacción y establecer planes de acción correctivos.

Desde una perspectiva teórica, la gestión de la satisfacción del cliente se relaciona con diversos modelos clásicos de calidad, como el Ciclo PHVA (Planear–Hacer–Verificar–Actuar) propuesto por Deming, en donde la retroalimentación del cliente cumple una función esencial en la etapa de verificación y ajuste de los procesos (Evans & Lindsay, 2020).

La utilidad de esta norma trasciende el ámbito industrial y puede aplicarse en sectores como los servicios, la educación, la salud y la administración pública. Por ejemplo, en investigaciones de mercados o estudios de calidad percibida, los

lineamientos de la ISO 10004 pueden emplearse para desarrollar instrumentos de medición confiables y válidos. Esto incluye la definición de indicadores de satisfacción, el diseño de encuestas estructuradas, la segmentación de clientes, y el uso de técnicas estadísticas para analizar los resultados y facilitar la toma de decisiones basada en datos.

Además, la norma enfatiza la importancia de integrar los procesos de medición de la satisfacción del cliente en el sistema de gestión de calidad de la organización. Esto implica que la información recogida debe ser considerada por la alta dirección y utilizada para establecer políticas, objetivos y estrategias de mejora. De este modo, el monitoreo de la satisfacción deja de ser una actividad aislada para convertirse en una parte integral del desempeño organizacional, alineada con los objetivos estratégicos (International Organization for Standardization, 2019).

La calidad, en este ámbito, no solo se vincula con la eficiencia y eficacia del servicio, sino también con la participación activa de las personas usuarias en su evaluación. Este fenómeno, aunque subjetivo, puede ser abordado de manera mediante el diseño de instrumentos de medición adecuados, que permitan transformar percepciones individuales en datos útiles para la toma de decisiones estratégicas.

Según Prats Darder (2011), medir la satisfacción del cliente es una tarea compleja que requiere del conocimiento técnico y metodológico adecuado, así como de una correcta interpretación de los resultados para que estos se traduzcan en acciones concretas dentro de los procesos de mejora continua. En su obra *Métodos para medir la satisfacción del cliente*, el autor propone un enfoque sistemático que abarca desde la planificación del estudio hasta la gestión de la información obtenida, proporcionando una guía completa para quienes buscan implementar sistemas eficaces de medición de la experiencia del cliente.

Uno de los principales aportes del autor radica en la clasificación y descripción detallada de los métodos disponibles para medir la satisfacción. Estos incluyen enfoques cuantitativos, como las encuestas estructuradas con escalas de valoración (Likert, diferencial semántico, NPS, etc.), y enfoques cualitativos, como las entrevistas abiertas, los grupos focales y el análisis del discurso. Cada método tiene ventajas y

limitaciones, y su selección depende de factores como los objetivos del estudio, el tipo de clientes, los recursos disponibles y la naturaleza del producto o servicio evaluado (Prats Darder, 2011).

Además, el autor enfatiza la importancia de establecer atributos clave que influyen en la percepción del cliente, como la calidad percibida, la relación calidad-precio, el trato recibido, la accesibilidad, el cumplimiento de plazos, la facilidad de uso, entre otros. La identificación y priorización de estos atributos permite construir cuestionarios más relevantes y específicos, lo cual aumenta la fiabilidad y validez del instrumento de medición. Prats Darder (2011) sugiere que estos atributos deben seleccionarse a partir de una combinación de revisión documental, entrevistas exploratorias y análisis histórico de reclamaciones o sugerencias.

Desde otra postura, Molino Cortés (2011) señala que la evaluación desde la calidad percibida de los productos o servicios que se ofrecen no resulta insuficiente para explicar la satisfacción de manera integral, ya que la percepción del cliente está influenciada por otros elementos que no se capturan únicamente con la medición de la calidad. De esta forma, el modelo Q+4D amplía la evaluación de la satisfacción incluyendo una visión global del proceso, que abarca no solo las características tangibles del servicio, sino también los factores emocionales y subjetivos que forman parte de la experiencia del cliente.

El modelo Q+4D se compone de la dimensión Q, que se refiere a la calidad percibida del producto o servicio continúa siendo el pilar determinante de la satisfacción del cliente o usuario, logrando la capacidad de cumplir con las expectativas y necesidades de este. Así mismo aborda, otras cuatro dimensiones denominadas:

D1 Adaptación a las expectativas del cliente, relacionada con la capacidad de la empresa de anticiparse y adaptarse a las expectativas cambiantes del cliente, respondiendo no solo a si el producto o servicio es de buena calidad, sino que también si responde a lo que el cliente espera en un momento determinado.

D2 Entorno físico y humano D3, y D4, desde esta perspectiva se establece que la experiencia y satisfacción del cliente o usuario no solo está relacionada con la interacción con el producto o servicio si no que, también con el entorno en donde se

produce o desarrolla dicha interacción, el impacto del entorno físico como el diseño de las instalaciones, la limpieza, y el ambiente general y humano, la interacción con los empleados, la amabilidad, la capacitación del personal, son factores que pueden aumentar significativamente la percepción positiva del cliente (Molino Cortés, 2011).

D3: Imagen y reputación del proveedor, esta dimensión aborda cómo la percepción que tiene el cliente de la empresa, su confiabilidad y prestigio, influye en la satisfacción general. Una marca bien posicionada en la mente del consumidor, que se asocia con calidad, confianza y responsabilidad social, puede generar una mayor lealtad y satisfacción, independientemente de la calidad inmediata del servicio o producto (Molino Cortés, 2011).

D4: Relación emocional y confianza generada, los factores emocionales y psicológicos en la experiencia del cliente. La relación emocional que el cliente establece con la empresa, basada en la confianza, el respeto y la percepción de ser valorado, es determinante para lograr una alta satisfacción.

En la revisión de los enfoques normativos, modelos de gestión y aportes teóricos sobre la satisfacción del cliente evidencia su relevancia como componente estratégico en la evaluación del desempeño organizacional, tanto en el ámbito privado como en el público. En el contexto del Sistema Integrado de Multas y Sanciones por Infracciones de Tránsito (SIMIT), la satisfacción del ciudadano adquiere un papel central, al constituirse en un criterio clave para garantizar la legitimidad institucional, la mejora de la calidad del servicio y el cumplimiento de los requerimientos establecidos por los entes de control.

La norma ISO 10004:2019 proporciona un marco metodológico robusto que permite establecer procesos sistemáticos para la medición y análisis de la percepción ciudadana, facilitando la identificación de oportunidades de mejora en los servicios prestados. Complementariamente, la integración del Ciclo PHVA fortalece la gestión de calidad mediante un enfoque de mejora continua, mientras que el modelo Q+4D amplía la comprensión de la experiencia del usuario, al incluir dimensiones emocionales, contextuales y relacionales que inciden en la percepción de satisfacción.

Así, la satisfacción del ciudadano no solo se convierte en un indicador clave para la evaluación de la gestión pública, sino también en una herramienta fundamental para el fortalecimiento institucional, la transparencia, y la mejora sostenida de los servicios ofrecidos a la comunidad.

La calidad de la experiencia y el nivel de satisfacción de los distintos actores se reflejan directamente en la imagen institucional que la entidad proyecta ante la sociedad. Elementos como la transparencia, la coherencia entre los valores institucionales y las prácticas diarias, así como la capacidad de respuesta y adaptación, resultan esenciales para consolidar una reputación positiva y una percepción de legitimidad. En este sentido, las organizaciones que invierten en la formación, el bienestar y la inclusión de sus colaboradores logran impactos significativos tanto en la percepción interna como externa de la entidad.

Para concluir, tanto la evidencia teórica como los casos de éxito analizados demuestran que la satisfacción y la experiencia de empleados y usuarios constituyen factores determinantes para fortalecer la imagen institucional y alcanzar la misión de una entidad pública como el SIMIT. Una gestión adecuada de estos aspectos no solo incrementa la confianza de los ciudadanos, sino que también impulsa la motivación y el compromiso del personal, generando un entorno organizacional más sólido y orientado al servicio.

Por lo tanto, priorizar la gestión y medición de los indicadores de experiencia y satisfacción debe ser una estrategia central para las entidades públicas, ya que contribuye al cumplimiento de su misión, fortalece su imagen y legitima su actuar ante la ciudadanía. La implementación de modelos de medición y mejora continua, fundamentados en la participación de empleados y usuarios, permitirá al SIMIT avanzar hacia una cultura organizacional enfocada en el servicio, la excelencia y la innovación, consolidando así su posición como referente de eficiencia y transparencia en la administración pública.

Marco Institucional



Figura 1 Federación Colombiana de Municipios. (sf). Nuestra historia Federación Colombiana de Municipios. <https://www.fcm.org.co/historia/>

Nuestros Principios



Nuestros Valores



Nuestros objetivos estratégicos

Valor Social	1 Incrementar el valor que entregamos a los municipios mediante nuevas líneas de soluciones que faciliten el empoderamiento de los municipios.
Aliados en el Desarrollo Municipal	2 Fortalecer la estrategia de consecución de recursos para la generación de proyectos de impacto en el territorio.
Presencia y Cercanía	3 Gestionar con efectividad el Sistema Integral de Información sobre Multas y Sanciones por Infracciones de Tránsito
Vocería y Representación	4 Ampliar y afianzar la presencia de la FCM en el territorio de manera permanente
Capital Humano	5 Fortalecer el posicionamiento estratégico de la FCM como la entidad especializada en el desarrollo municipal
Referente de Conocimiento	6 Incidir en la instancias Gubernamentales en los temas claves de descentralización, siendo voceros de los gobiernos locales
	7 Facilitar la transformación cultural de la FCM
	8 Facilitar la operación de la FCM como "Laboratorio de innovación y aprendizaje municipal"

Figura 2 Federación Colombiana de Municipios. (sf). Nuestra historia. Federación Colombiana de

Municipios.

Institucionalidad

es una representación colectiva, de creencias, ideas, valores, principio, respecto de la trascendencia, fiabilidad, legitimidad y validez de la existencia y funciones de una entidad pública, de todas en su conjunto y del Estado en general.

Desde tal concepción, debemos notar que la operación del Sistema Integrado de Multas e Infracciones de Tránsito-SIMIT, es un factor que aglomera y coordina la actividad de todos los organismos de tránsito en el país, así como que nutre de información otras plataformas y complementa la acción no solo de autoridades de tránsito de orden local, regional y nacional, sino que también permite mejorar desempeño en todos los sectores que son transversales a su desarrollo.

Es decir que dado el alcance nacional, que el sistema integrado de multas e infracciones de tránsito SIMIT, le ha dado a cada territorio y autoridad de tránsito, se ha ponderado y hecho relevante la labor que cumplen todos los gobiernos territoriales en materia de seguridad vial y en las demás áreas que le son afines, permitiendo que se generen espacios de divulgación y aceptación de políticas públicas territoriales y representatividad de todos los organismos de tránsito, ante instancias nacionales, en una dinámica que permitió disminuir la brecha normativa y el desconocimiento de las particularidades de las regiones.

Desde otro enfoque, la centralización de la información de comparendos y multas de infracciones de tránsito, en una base de datos accesible, organizada y segura que sirve a los propósitos y fines de las autoridades de tránsito de manera concatenada y solidaria, es una materialización del principio de colaboración armónica de los órganos del estado. Y este principio guía el camino de las políticas públicas que competen a una concepción del estado contemporáneo, en el que, a través de las tecnologías de la información y la comunicación, se transforma la acción de la cualquier entidad pública, por local que sea, en una acción de estado, empoderando la institucionalidad que debe acompañar el buen desempeño de toda la actividad administrativa.

La operación actual del Sistema Integrado de Información sobre las Multas y Sanciones por Infracciones de Tránsito se ha desarrollado con base en un esquema normativo de orden constitucional, legal y reglamentario, que es sustento de su existencia y la de sus aliados operadores. Su desarrollo en igual manera responde a una estructura normativa de orden legal y reglamentaria, que ha evolucionado con la operación, presentando desafíos y al mismo tiempo ventajas y oportunidades para mejorar.

El análisis normativo se aborda desde una perspectiva jerárquica de las normas, partiendo de aquellas de rango constitucional que le dan sustento y validez a la operación, para continuar con las de orden legal y reglamentario que señalan las condiciones de su creación, así como las particularidades de su funcionamiento.

Orden Constitucional

a. Constitución Política, artículo 24.

“Todo colombiano, con las limitaciones que establezca la ley, tiene derecho a circular libremente por el territorio nacional, a entrar y salir de él, y a permanecer y residenciarse en Colombia.”

Este apartado constitucional consagra el conocido jurisprudencialmente como derecho fundamental a “libertad de locomoción”, sin embargo, la previsión que contiene este postulado, “con las limitaciones que establezca la ley”, dan la certeza de que, como resulta lógico, el señalado no es un derecho absoluto y encuentra sus límites en las disposiciones que la Ley, de forma razonada, le imponga.

De forma más clara la Corte Constitucional en el fallo SU-257 de mayo 28 de 1997, M. P. José Gregorio Hernández Galindo, indicó que acorde con el artículo 24 superior, dicha libertad “consiste en el derecho que tienen todos los colombianos de circular libremente por el territorio nacional, de entrar y salir de él, y de permanecer y residenciarse en Colombia”. Con todo, en el citado fallo se explicó que dicha prerrogativa no es incondicional, pues es posible establecer limitaciones a su ejercicio, “buscando conciliarla con otros derechos o con los principios rectores de todo el sistema”. Lo anterior, sin que tales restricciones conlleven la “supresión o el desvanecimiento del derecho fundamental”, pues se entiende que no pueden

desconocer su núcleo esencial, no siendo posible que el ejercicio de tal libertad sea impracticable, a través de medidas que impidan su ejercicio en su “sustrato mínimo e inviolable”. Igualmente, en dicha providencia, la Corte Constitucional puntualizó que es viable por razones de prevalencia del interés general, establecer reglas que obliguen al individuo y le resten posibilidades de movimiento en el territorio, “siempre que no se soslayen los principios, valores y derechos constitucionales.”

Bajo todas las previsiones señaladas, que contienen el discurso esencial interpretativo del artículo 24 superior, se dio paso a la formulación del Código Nacional de Tránsito, constituido este como una Ley que desarrolla el principio de las limitaciones legales necesarias a la llamada libertad de locomoción en el territorio nacional.

b. Constitución Política. Art. 210.

«Los particulares pueden cumplir funciones administrativas en las condiciones que señale la Ley.»

c. Constitución Política. Art. 365.

“Los servicios públicos son inherentes a la finalidad social del Estado. Es deber del Estado asegurar su prestación eficiente a todos los habitantes del territorio nacional”.

“Los servicios públicos estarán sometidos al régimen jurídico que fije la ley, podrán ser prestados por el Estado, directa o indirectamente, por comunidades organizadas, o por particulares. En todo caso, el Estado mantendrá la regulación, el control y la vigilancia de dichos servicios. Si por razones de soberanía o de interés social, el Estado, mediante ley aprobada por la mayoría de los miembros de una y otra cámara, por iniciativa del Gobierno decide reservarse determinadas actividades estratégicas o servicios públicos, deberá indemnizar previa y plenamente a las personas que, en virtud de dicha ley, queden privadas del ejercicio de una actividad lícita.”

El transcrito artículo 365 constitucional, consagra la responsabilidad del estado frente al cumplimiento de los servicios públicos a su cargo, a su vez igualmente declara la facultad que tienen los responsables de estos servicios para operarlos de forma

directa o a través de terceros particulares, lo que da cimiento constitucional a diversos contratos estatales, particularmente y para efectos del presente análisis los referentes a concesiones de servicios.

Respecto de estos la Corte Constitucional ha señalado en sentencia C711-96 que “la concesión de servicios públicos implica autorizar a un particular, para que éste satisfaga, inmediata y permanentemente, una necesidad colectiva que es responsabilidad del Estado. La concesión de servicios públicos es un acto complejo, en el cual el concesionario se equipará a un agente público, cuyas obligaciones están determinadas por disposiciones de carácter legal y reglamentario, pero cuyos derechos y obligaciones se determinan contractualmente”.

Orden Legal

A continuación, se señalan las normas legales pertinentes, su vínculo frente al proceso y los artículos básicos para el análisis y entendimiento de la operación del Sistema Integrado de Información sobre las Multas y Sanciones por Infracciones de Tránsito -SIMIT.

Decreto Ley 624 de 1989.

Estatuto Tributario. Establece procedimiento general de cobro coactivo.

b. Ley 80 de 1993.

La ley 80 de 1993 comprende el articulado del Estatuto General de Contratación de la Administración Pública. Si bien la Federación Colombiana de Municipios se rige para su contratación en general por el régimen derecho privado y su manual de contratación, en ejercicio de la función asignada, al ser de carácter público, se adelantan los procedimientos necesarios según aplique a través de los protocolos establecidos en este Estatuto General de Contratación.

c. Ley 769 de 2002.

La Ley 769 de 2002 es la norma legal por medio de la cual se expide el Código Nacional de Tránsito Terrestre, este es el compendio de previsiones y limitaciones que el legislador ha querido establecer para la libertad de locomoción de todos los habitantes del territorio nacional, particularmente en sus desplazamientos por las vías públicas y las privadas abiertas al público.

Es necesario señalar que en su totalidad esta norma representa un estatuto del tránsito, por tal razón es, en su integridad de interés, para la operación, sin embargo, a efectos de análisis nos remitiremos a los apartados que representan la mayor especificidad y relevancia para la presente exposición.

En el mismo sentido, debemos señalar que las múltiples modificaciones que ha sufrido la norma, a través de otras leyes, dada la técnica legislativa, se entienden incluidas en el texto de la original y bajo ese entendido referiremos a la nomenclatura de esta, sin desconocer aquellas que la han modificado que serán señaladas a modo de referencia.

Artículo 3o. Autoridades de tránsito, modificado por el art.2, Ley 1383 de 2010.

Este apartado de la Ley 769 de 2002, es relevante en la medida que designa de forma jerárquica las que deben ser reconocidas como autoridades de tránsito, clasificación útil a efectos de determinar el carácter vinculante de sus disposiciones y el conducto regular de los procesos operativos del sistema.

Artículo 6o. organismos de tránsito.

Este artículo define quienes pueden ser organismos de tránsito en cada jurisdicción y delimita competencias de estas, frente a otras autoridades de tránsito.

«Serán organismos de tránsito en su respectiva jurisdicción:

- a) Los departamentos administrativos, institutos distritales y/o municipales de tránsito;
- b) Los designados por la autoridad local única y exclusivamente en los municipios donde no hay autoridad de tránsito;

- c) Las secretarías municipales de tránsito dentro del área urbana de su respectivo municipio y los corregimientos;
- d) Las secretarías distritales de tránsito dentro del área urbana de los distritos especiales;
- e) Las secretarías departamentales de tránsito o el organismo designado por la autoridad, única y exclusivamente en los municipios donde no haya autoridad de tránsito.

PARÁGRAFO 1o. En el ámbito nacional será competente el Ministerio de Transporte y los organismos de tránsito en su respectiva jurisdicción para cumplir las funciones que les sean asignadas en este código.»

Artículo 7o. cumplimiento régimen normativo.

Este artículo entrega una orden clara a las autoridades de tránsito, faculta a esas autoridades para adoptar medidas que les permitan funcionar de manera más eficiente, y establece el principio de cooperación entre las mismas.

“Las autoridades de tránsito velarán por la seguridad de las personas y las cosas en la vía pública y privadas abiertas al público. Sus funciones serán de carácter regulatorio y sancionatorio y sus acciones deben ser orientadas a la prevención y la asistencia técnica y humana a los usuarios de las vías.” ...

Artículo 10. Sistema integrado de información sobre las multas y sanciones por infracciones de tránsito.

Este artículo, pertenece al capítulo III de la Ley en estudio, denominado “Registros de Información” y en este apartado ordena a la Federación Colombiana de Municipios, crear el sistema integrado de información sobre las multas y sanciones por infracciones de tránsito a nivel nacional, le entrega una fuente de financiación para los efectos y desarrolla la base operativa sobre la que debe funcionar el sistema.

“Con el propósito de contribuir al mejoramiento de los ingresos de los municipios, se autoriza a la Federación Colombiana de Municipios para implementar y mantener actualizado a nivel nacional, un sistema integrado de información sobre las multas y sanciones por infracciones de tránsito (SIMIT), por lo cual percibirá el 10% por

la administración del sistema cuando se cancele el valor adeudado. En ningún caso podrá ser inferior a medio salario mínimo diario legal vigente.”

“PARÁGRAFO. En las dependencias de los organismos de tránsito y transportes de las entidades territoriales existirá una sede del SIMIT, con el fin de obtener la información para el consolidado nacional y para garantizar que no se efectúe ningún trámite de los que son competencia de los organismos de tránsito en donde se encuentre involucrado el infractor en cualquier calidad, si éste no se encuentra a paz y salvo.”

Artículo 11. Características de la información de los registros.

En este artículo el legislador establece un plazo para la entrada en funcionamiento del sistema integrado de información sobre las multas y sanciones por infracciones de tránsito (SIMIT) y otorga autonomía a la Federación para definir la modalidad en la cual adelantará la operación. De igual modo presenta la generalidad de la interoperabilidad entre ese sistema y el Registro Único Nacional de Tránsito, RUNT.

“Toda la información contenida en el sistema integrado de información SIMIT, será de carácter público. Las características, el montaje la operación y actualización de la información del sistema, serán determinadas por la Federación Colombiana de Municipios, la cual dispondrá de un plazo máximo de dos (2) años prorrogables por una sola vez, por un término de un (1) año, contados a partir de la fecha de sanción de la presente ley para poner en funcionamiento el sistema integrado de información SIMIT.”

“Una vez implementado el sistema integrado de información sobre las multas y sanciones por infracciones de tránsito (SIMIT), la Federación Colombiana de Municipios entregará la información al Ministerio de Transporte para que sea incorporada al Registro Único Nacional de Tránsito, RUNT.”

Declarado EXEQUIBLE por la Corte Constitucional mediante Sentencia C-385 de 2002.

Artículo 93. Control De Infracciones De Conductores. Modificado por el artículo 204 del Decreto 019 de 2012.

«Los Organismos de Tránsito deberán reportar diariamente al Registro Único Nacional de Tránsito RUNT, las infracciones impuestas por violación a las normas de tránsito.»

Artículo 131. Multas. Artículo modificado por el artículo 21 de la ley 1383 de 2010 y adicionado por la Ley 1696 de 2013.

Este artículo, con sus respectivas modificaciones y adiciones, representa el eje del proceso contravencional, ya que tipifica las conductas que se convierten en contravenciones al tránsito y establece las sanciones que les corresponden en cada caso, por lo cual su importancia logística es determinante para el proceso de operación del sistema.

Artículo 134 - 136. Artículos que establecen: artículo 134: Jurisdicción y competencia, artículo 135 modificado por el artículo 22 de la Ley 1383 de 2010 consagra el Procedimiento y el artículo 136 modificado por el artículo 205 del Decreto 019 de 2012, adicionado por la Ley 1843 de 2017 (parágrafo segundo) y modificado y adicionado el artículo 118 del Decreto Ley 2106 de 2019 (numerales 1 y 2 y parágrafo transitorio) y adicionado por el artículo 23 de la Ley 2050 de 2020, desarrolla lo correspondiente a Reducción de la multa.

Estos tres apartados de la Ley 769, comprenden el núcleo esencial del debido proceso administrativo en materia de contravenciones de tránsito, por tal razón su importancia para la operación en tanto del fortalecimiento del mismo, se genera mayor eficiencia en el recaudo.

Artículo 140. Cobro Coactivo.

En este apartado se confiere la facultad a los organismos de tránsito para exigir vía coactiva el pago de las multas producto de las infracciones de tránsito.

Artículo 159. Cumplimiento. Artículo modificado por el artículo 206 del decreto 19 de 2012.

Este artículo comprende varias disposiciones de carácter relevante. Establece término de prescripción de las sanciones, y faculta a las autoridades de tránsito para contratar la gestión del cobro de las multas, además distribuye lo concerniente al

recaudo de aquellas que sean impuestos sobre las vías nacionales, por parte del personal de Policía de Carreteras.

Artículo 160. Destinación de multas y sanciones. Artículo modificado por el artículo 306 de la Ley 1955 de 2019.

“De conformidad con las normas presupuestales respectivas, el recaudo por concepto de multas y sanciones por infracciones de tránsito, se destinará a la ejecución de los planes y proyectos del sector movilidad, en aspectos tales como planes de tránsito, transporte y movilidad, educación, dotación de equipos, combustible, seguridad vial, operación e infraestructura vial del servicio de transporte público de pasajeros, transporte no motorizado, y gestión del sistema de recaudo de las multas, salvo en lo que corresponde a la Federación Colombiana de Municipios”.

Este artículo establece y ordena para todas las autoridades dar destinación específica al producto del recaudo de las multas por infracciones de tránsito,

Artículo 161. Caducidad. Modificado por el artículo 11 de la Ley 1843 de 2017.

En este apartado se establece el término de caducidad para el proceso sancionatorio de los comparendos por infracciones de tránsito.

d. Ley 903 de 2004.

Por la cual se hacen algunas modificaciones a la ley 769 de 2002.

e. Ley 1005 de 2006.

Por la cual se adiciona y modifica el Código Nacional de Tránsito Terrestre, Ley 769 de 2002.

f. Ley 1066 de 2006.

Obligación de las entidades públicas de gestionar la cartera a su favor.

g. Ley 1150 de 2007.

Introduce medidas para la eficiencia y la transparencia en la Ley 80 de 1993 y se dictan otras disposiciones generales sobre la contratación con recursos públicos.

h. Ley 1310 de 2009.

Mediante la cual se unifican normas sobre agentes de tránsito y transporte y grupos de control vial de las entidades territoriales y se dictan otras disposiciones.

i. Ley 1383 de 2010.

Por la cual se reforma la Ley 769 de 2002 - Código Nacional de Tránsito, y se dictan otras disposiciones.

j. Ley 1397 de 2010

Por medio de la cual se modifica la Ley 769 de 2002.

k. Ley 1474 de 2011

Por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública.

l. Ley 1437 de 2011.

Código de Procedimiento Administrativo y de Lo Contencioso Administrativo.

m. Ley 1503 de 2011.

Por la cual se promueve la formación de hábitos, comportamientos y conductas seguros en la vía y se dictan otras disposiciones.

n. Decreto Ley 019-2012.

Por el cual se dictan normas para suprimir o reformar regulaciones, procedimientos y trámites innecesarios existentes en la Administración Pública.

o. Ley 1696 de 2013.

Por medio de la cual se dictan disposiciones penales y administrativas para sancionar la conducción bajo el influjo del alcohol u otras sustancias psicoactivas.

p. Ley 1730 de 2014

Por la cual se sustituye el contenido del artículo 128 de la Ley 769 de 2002 – Código Nacional de Tránsito Terrestre.

q. Decreto 1082 de 2015. Departamento Administrativo de Planeación Nacional.

Por medio de la cual se introducen medidas para la eficiencia y la transparencia en la Ley 80 de 1993 y se dictan disposiciones generales sobre la contratación con Recursos Públicos.

r. Ley 1753 de 2015.

Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 “Todos por un nuevo país”.

s. Ley 1843 de 2017.

Por medio de la cual se regula la instalación y puesta en marcha de sistemas automáticos, semiautomáticos y otros medios tecnológicos para la detección de infracciones y se dictan otras disposiciones.

t. Ley 1955 de 2019.

Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 “Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad”

u. Ley 2106 de 2019:

Por el cual se dictan normas para simplificar, suprimir y reformar trámites, procesos y procedimientos innecesarios existentes en la administración pública. Ley.

v. Ley 2027 de 2020:

Por medio de la cual se establece amnistía a los deudores de tránsito, se posibilita la suscripción de acuerdos de pago por deuda de los derechos de tránsito a las autoridades de tránsito y se dictan otras disposiciones.

w. Decreto Legislativo 678 de 2020:

Por medio del cual se establecen medidas para la gestión tributaria, financiera y presupuestal de las entidades territoriales, en el marco de la Emergencia Económica, Social y Ecológica declarada mediante el Decreto 637 de 2020.

x. Ley 2027 de 2020:

Por medio de la cual se modifica y adiciona la ley 1503 de 2011 y se dictan otras disposiciones en seguridad vial y tránsito

y. Ley 2052 de 2020

Por medio de la cual se establecen disposiciones, transversales a la rama ejecutiva del nivel nacional y territorial y a los particulares que cumplan funciones públicas y/o administrativas, en relación con la racionalización de trámites y se dictan otras disposiciones

1.3. Orden Reglamentario.

En el marco de lo que concierne a la operación del Sistema Integrado de Información sobre las Multas y Sanciones por Infracciones de Tránsito de Tránsito, existen diversas autoridades y actores que producen normas de carácter reglamentario,

que tienen carácter vinculante frente al ejercicio de la función asignada o respecto de la operación en sí misma.

- a. Resolución 3846 de 1993 Ministerio de Transporte. Por medio de la cual se establecen pautas para la creación, funcionamiento, y reglamentación de los organismos de tránsito.
- b. Resolución 3027 de 2010. Actualiza la codificación de las infracciones de tránsito, de conformidad con lo establecido en la Ley 1383 de 2010, se adopta el Manual de Infracciones.
- c. Resolución 3442 de 2010 del Ministerio de Transporte. Por medio de las cuales se establece el procedimiento para la asignación de rangos de las órdenes de comparendo Único Nacional de Tránsito.
- d. Resolución 0792 de 2013 Ministerio de Transporte. Adopta el procedimiento y las condiciones técnicas de homologación y recertificación de servicios web, para la activación e interacción de actores con el Registro Único Nacional de Tránsito -RUNT.
- e. Resolución 5832 de 2013. Modifica el artículo 2 de la resolución 366 de 2013, sobre validación de infracciones de tránsito en trámites de vehículos en leasing o renting.
- f. Resolución 20203040011245 de 2020: Por la cual se establece criterios técnicos de seguridad vial para la instalación y operación de los sistemas automáticos, semiautomáticos, y otros medios tecnológicos para la detección de presuntas infracciones a tránsito y se dictan otras disposiciones.

Orden Jurisprudencial y doctrina

- a. Corte constitucional, Sentencia C-385 de 2003.
"3.6. La creación de ese sistema de información sobre multas y sanciones por infracciones de tránsito y el funcionamiento continuo y eficiente del mismo, trae como consecuencia necesaria una mayor posibilidad de recaudo de las sumas de dinero

causadas por ese concepto a favor de las entidades territoriales municipales, es decir, que es ese un mecanismo ideado por el legislador para contribuir de esa manera a mejorar los ingresos municipales".

«Declarar EXEQUIBLES los artículos 10 y 11 de la Ley 769 de 2002 “por la cual se expide el Código Nacional de Tránsito Terrestre y se dictan otras disposiciones”, salvo las expresiones “todas” y “o en aquellas donde la Federación lo considere necesario” contenidas en el párrafo del citado artículo 10 de la ley mencionada, que se declaran INEXEQUIBLES.»

b. Corte constitucional, Sentencia C-477 de 2003.

«Entonces, resulta ajustado al Ordenamiento Superior el segmento normativo acusado del citado artículo 160 de la Ley 769 de 2002, porque sencillamente lo que hace es reiterar la determinación contenida en el artículo 10 del citado ordenamiento legal según la cual el 10% de los recaudos por concepto de multas y sanciones de tránsito será destinado a la Federación Colombiana de Municipios para pagar la administración del SIMIT, por lo cual dicho porcentaje no puede ingresar a los fiscos territoriales para ser aplicado en los planes de tránsito, educación, dotación de equipos, combustible y seguridad vial.»

c. Concepto 1589 del 5 de agosto de 2004. Sala de Consulta y Servicio Civil, Consejo de Estado

«En la Sentencia C-495 de 1998, a propósito de una disposición contenida en el Decreto Ley 1344 de 1979, modificada por el artículo 112 de la Ley 33 de 1986, en la cual el legislador estableció que las entidades territoriales debían destinar los recursos recaudados por concepto de multas de tránsito a planes de educación y seguridad vial, esa Corporación no sólo aclaró que las multas son ingresos no tributarios, sino que precisó que el legislador tiene plenas facultades para establecer, sin violar la autonomía constitucional de las entidades territoriales, el destino de dichos recursos en tanto son rentas de carácter nacional puesto que su fuente es el Código Nacional de Tránsito.4»

"En consecuencia, no quebranta el legislador la autonomía tributaria municipal o distrital cuando le asigna a una renta nacional una destinación especial.»

1. Dadas las características del sistema, su finalidad y lo previsto en el artículo 10 de la ley 769 de 2002, el porcentaje que se destinará a la implementación y mantenimiento del sistema debe calcularse sobre todos los recursos recaudados por concepto de multas de tránsito en general, independientemente de si se imponen sobre las vías nacionales o las que se impongan en una jurisdicción específica por los organismos de tránsito respectivos.

d. Concepto 2007EE63573 del 27 de diciembre de 2007, Contraloría General de la República.

«Este sistema debe ser acogido por todos los organismos de tránsito sin requerir formalización adicional alguna interpartes, ya que es creado por la ley con efectos genéricos en todo el territorio nacional, independientemente de propósitos particulares de cada organismo de tránsito, pues los efectos que se pretenden son integrales. La creación del SIMIT su uso y acogida, no podría ser potestativa, ya que no tendría sentido la creación por mandato legal de un sistema que estaría subutilizado y en caso extremo abandonado a su suerte por la posibilidad de ser admitido por los municipios según el criterio del mandatario de turno, poniendo en riesgo la seguridad jurídica, el ordenamiento legal y el logro supremo de los derechos fundamentales por lo que tiene que velar todo funcionario público. Esto además afectaría de forma contundente las finanzas públicas, en la medida que los recursos de los organismos de tránsito que cumplieren con las normas podrían ser insuficientes, si unos o la gran mayoría según el criterio que tengan, deciden no cumplir con la transferencia del 10% de los recaudos por concepto de multas y sanciones por infracciones de tránsito, quedando la aplicación de la norma a voluntad del funcionario.»

e. Concepto 108 de 2008 Secretaría General Alcaldía Mayor de Bogotá D.C Interpretación de los artículos 10 y 11 de la Ley 769 de 2002, posición institucional del Distrito Capital.

f. Sentencia AP-33 de 2008 Juzgado treinta y cinco (35) Administrativo del circuito judicial de Bogotá D. C.

Ordena a la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C cumplir con el mandato establecido en los artículos 10 y 11 de la Ley 769 de 2002. El Tribunal Administrativo de Cundinamarca., confirmó la presente Sentencia, mediante fallo de abril 30 de 2009.

g. Corte Constitucional Sentencia Constitucionalidad C 038 de 06 de febrero de 2020.

Declara la inexecutable del párrafo 1º del artículo 8º de la Ley 1843 de 2017 en lo referente a la solidaridad entre propietario y conductor en la responsabilidad por infracciones de tránsito detectadas por medios técnicos y tecnológicos.

Metodología

Primer nivel

Enfoque, alcance y diseño de la investigación

De acuerdo con el problema planteado, es necesario delimitar y establecer el enfoque de investigación desde las perspectivas cuantitativa, cualitativa o mixta y el diseño de investigación elegido para el estudio. En el caso del curso de Seminario de investigación, los diseños planteados son de tipo no experimental: no hay manipulación de variables, transversal: hay un solo momento de recolección de datos, de tipo de estudio descriptivo, correlacional o aplicado: para intervención en una organización o modelo de aplicación.

Primer nivel: Enfoque, alcance y diseño de la investigación

1. Enfoque de investigación

El estudio se desarrolla en un enfoque cuantitativo, debido a que busca medir y analizar de manera numérica las variables de Entidad pública, Satisfacción, Experiencia, imagen institucional en los puntos de atención SIMIT. Esta metodología facilita la recolección de datos estructurados para detectar patrones, correlaciones y tendencias a través de métodos estadísticos.

2. Alcance de la investigación

El alcance corresponde a un estudio **descriptivo-correlacional**:

Descriptivo: Cuantifica y describe las características de las variables como lo son satisfacción, experiencia e imagen institucional y desde estas perspectivas analizar subcategorías, por ejemplo: nivel de satisfacción de empleados, percepción de imagen institucional, formación, protocolos, evaluación de los recursos físicos, etc.

Correlacional: Analiza relaciones entre variables, ejemplo: cómo la experiencia del empleado se correlaciona con la imagen institucional del SIMIT.

Este alcance se justifica porque el objetivo es diagnosticar la situación actual del SIMIT y proponer mejoras basadas en evidencia, sin manipular variables desde un modelo de medición y evaluación de la atención prestada a la ciudadanía, bajo los canales presenciales del sistema SIMIT.

3. Diseño de investigación

Este estudio adopta un diseño no experimental transversal de tipo aplicado, alineado con los objetivos de diagnóstico y mejora de la gestión del SIMIT. Este diseño está caracterizado por:

3.1. Enfoque no experimental

No se manipulan variables, sino que se observan fenómenos en su contexto natural. De acuerdo con el alcance del ejercicio académico no es posible intervenir en los procesos operativos del SIMIT, lo que permite examinar la realidad actual sin modificaciones.

3.2. Corte transversal

Los datos se recolectan en un único momento por medio de un formulario en Google Forms. Este enfoque es viable para el curso de Seminario de Investigación, que requiere resultados en plazos acotados.

3.3. Alcance aplicado

Busca resolver un problema concreto: proponer un modelo de medición y mejora como entidad pública teniendo en cuenta la experiencia, satisfacción e imagen institucional en los puntos de atención SIMIT.

El estudio tiene como finalidad medir variables de forma numérica (satisfacción, experiencia, imagen institucional, etc.) y analizar relaciones estadísticas entre ellas. Este tipo de objetivos se alinean directamente con un enfoque cuantitativo, que permite obtener datos estructurados, comparables y generalizables.

Un enfoque cualitativo, centrado en la exploración profunda de percepciones o significados, no sería el más adecuado cuando lo que se busca es obtener resultados representativos y comparables entre grupos.

El diseño es no experimental y transversal, lo que implica la recolección de datos en un único momento, sin intervención ni manipulación de variables. Este tipo de diseño se apoya mejor en métodos cuantitativos, ya que busca diagnosticar una situación actual a partir de datos estadísticos.

El enfoque cualitativo, al requerir observación prolongada, entrevistas o grupos focales, demandaría más tiempo y recursos, lo cual no es viable en el marco temporal y metodológico de este ejercicio académico.

Definición conceptual de Variables

1. Entidad Publica

Una entidad pública es una organización que forma parte de la estructura del Estado y cuya existencia responde a la necesidad de satisfacer derechos, proveer bienes comunes y garantizar el bienestar colectivo. A diferencia de las entidades privadas, su lógica de operación está regida por principios constitucionales como legalidad, equidad, eficiencia y control ciudadano. Estas entidades, que pueden ser centrales o descentralizadas, autónomas o dependientes, tienen como mandato prioritario gestionar recursos públicos para atender finalidades sociales legítimas (García, 2012).

Más que un simple aparato administrativo, la entidad pública actúa como un nodo de intermediación entre el Estado y la ciudadanía. En palabras de Muñoz Machado (2010), su singularidad radica en que, incluso cuando gozan de personalidad jurídica y autonomía funcional, su razón de ser es inseparable del interés público y del marco normativo que regula su actuación (p. 58). Esta condición las obliga a operar con transparencia, probidad y una lógica de servicio que trasciende lo meramente operativo.

En el contexto actual de gobernanza, las entidades públicas enfrentan crecientes demandas de legitimidad, eficacia y comunicación estratégica. Esto implica no solo cumplir con sus objetivos administrativos, sino también construir una relación simbólica de confianza y credibilidad con la sociedad a la que sirven.

2. Imagen institucional

La imagen institucional constituye una representación simbólica, construida socialmente, de cómo una organización es percibida por sus públicos internos y externos. No se trata de un simple reflejo de su identidad corporativa, sino de una síntesis dinámica de percepciones, experiencias y valoraciones que emergen de la interacción entre lo que la institución comunica, cómo actúa y cómo es interpretada por la sociedad (Capriotti, 2009). Esta imagen, lejos de ser estática, se configura continuamente en un proceso dialógico donde la coherencia entre discurso y acción institucional resulta fundamental.

Villafañe (2006) sostiene que la imagen institucional se convierte en un “activo intangible de alto valor estratégico”, ya que influye directamente en la confianza que los ciudadanos y otros actores depositan en la institución. La gestión profesional de esta imagen no solo se orienta a mejorar la percepción pública, sino también a alinear la cultura organizacional con los valores que se desea proyectar, fortaleciendo así la reputación y legitimidad de la entidad en el largo plazo.

En contextos de alta exigencia pública, como ocurre con las entidades del Estado, la imagen institucional adquiere una dimensión ética: está íntimamente vinculada a la transparencia, la responsabilidad social y el cumplimiento del interés general. Por tanto, su construcción no puede desligarse del compromiso institucional con la rendición de cuentas y el servicio público efectivo.

3. Experiencia

De acuerdo con Castillejo (2023) se podría definir, de acuerdo con IBM (2023), “por definición estricta, la experiencia del cliente o CX es la suma o agregación de las

percepciones y sensaciones de los clientes, debidas a todas sus interacciones con una empresa o marca”.

4. Satisfacción

Se define como la percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos. (International Organization for Standardization, 2019).

Definición operacional

Las variables de la investigación se medirán a través de un formulario digital estructurado con escalas tipo Likert (1-5), preguntas de opción múltiple y preguntas abiertas y cerradas (Sí/No). La recolección de datos será en un único momento (diseño transversal) y estará dirigida a empleados del SIMIT en áreas de servicio.

A continuación, se presenta un análisis integral del enfoque de las variables:

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones propuestas
Entidad Pública	Organización del Estado encargada de ofrecer servicios a la ciudadanía bajo principios de legalidad, eficiencia y transparencia.	Se refiere al sistema SIMIT como entidad responsable de gestionar información sobre infracciones de tránsito y prestar atención al ciudadano en puntos físicos de servicio (Puntos de atención SIMIT).	- Rendición de cuentas
			- Normatividad y cumplimiento
Satisfacción	Grado en que las expectativas del ciudadano respecto al servicio recibido son cumplidas o superadas.	Se mide a través de la percepción del ciudadano sobre la calidad del servicio recibido en los puntos de atención del SIMIT, por medio de una escala tipo Likert en el formulario.	- Atención recibida
			- Tiempo de respuesta
			- Claridad en la información
			- Instalaciones físicas
			- Calidad del servicio
			- Mecanismos de recolección de datos
Experiencia			- Resolución de trámites
			- Capacitación

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones propuestas
	Conjunto de percepciones y emociones generadas durante la interacción del ciudadano con la entidad pública.	Se evalúa mediante preguntas que indagan por el trato del personal, comodidad del entorno, facilidad del proceso y nivel de satisfacción general, a través de indicadores cuantificables.	<ul style="list-style-type: none"> - Comodidad del espacio - Facilidad del proceso - Orientación y acompañamiento - Ambiente físico y señalización
Imagen Institucional	Percepción general que tienen los ciudadanos sobre la identidad, credibilidad, confianza y reputación de una entidad pública, basada en sus experiencias y valores comunicados.	Se evalúa mediante la opinión del ciudadano respecto a la coherencia entre lo que la entidad dice y hace, su transparencia y la confianza que genera. Se mide con indicadores en encuestas estructuradas.	<ul style="list-style-type: none"> - Confianza y credibilidad - Coherencia institucional - Transparencia en la gestión - Reputación - Percepción general

Población y Muestra

La población que se tomara como objeto de estudio está conformada por los empleados del SIMIT que laboran en las áreas de servicio. Estos empleados se caracterizan por estar directamente involucrados en la atención presencial al ciudadano, gestión de trámites y aplicación de procesos internos relacionados las variables en estudio.

Considerando las limitaciones de tiempo y recursos propios del contexto académico, se optó por la aplicación de un muestreo no probabilístico por conveniencia. Esta técnica permite seleccionar a los participantes que se encuentren disponibles y dispuestos a responder el formulario digital durante el periodo de recolección de datos, lo cual es adecuado para estudios descriptivos y correlacionales en contextos organizacionales donde el acceso puede ser restringido.

La población está conformada por 294 operadores de diferentes puntos de atención SIMIT y centros de atención SIMIT a nivel nacional. Dado el acceso limitado a bases de datos institucionales, se utilizará un muestreo no probabilístico por conveniencia, donde se proyecta recolectar un mínimo de n=49 encuestas.

Segundo nivel

Selección de métodos o instrumentos para recolección de información

Esta encuesta tiene como propósito recopilar información clave sobre la percepción que tienen los empleados y especialistas que laboran en los puntos de atención del sistema SIMIT, respecto a diversos factores que inciden directamente en la experiencia del usuario. Se evaluarán dimensiones como la satisfacción con los procesos internos, la calidad de la atención prestada, la imagen institucional que proyecta la entidad, y el grado en que los servicios ofrecidos reflejan los valores que debe representar una entidad pública, tales como transparencia, eficiencia, accesibilidad y orientación al ciudadano. La información recolectada permitirá identificar fortalezas y oportunidades de mejora en el servicio, con el objetivo de garantizar una atención más humana, oportuna y coherente con el rol social del SIMIT.

Podrá ingresar a la encuesta a través del siguiente link:

<https://forms.office.com/r/eNWkKYCYFj>

Técnicas de análisis de datos

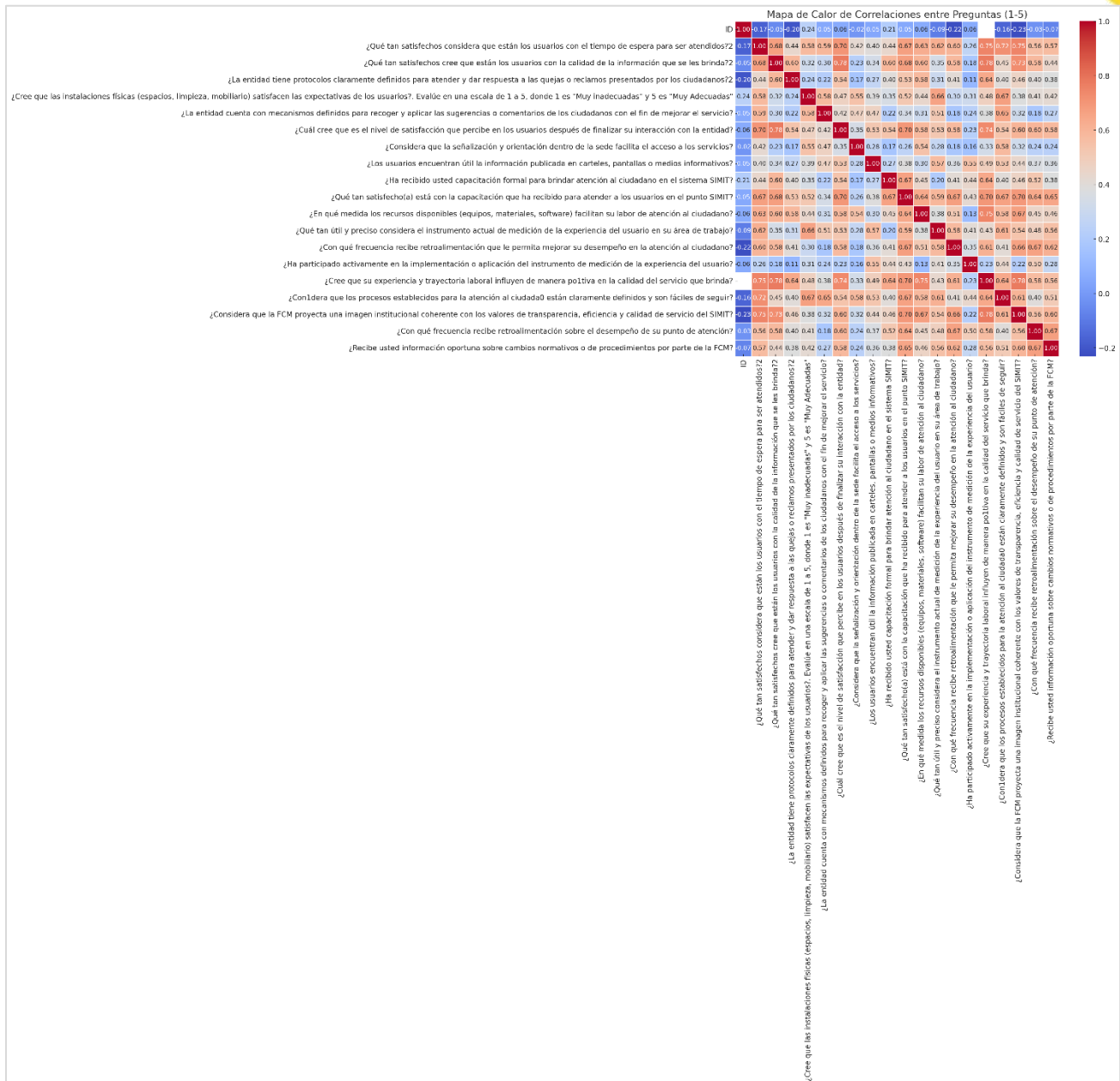
Los datos recolectados serán analizados con técnicas estadísticas descriptivas y correlacionales, con apoyo de Excel. Con este análisis se espera presentar los resultados de forma visual haciendo uso de tablas y gráficos que permitan identificar y mostrarse de forma clara y comprensible relaciones significativas entre las variables experiencia, satisfacción e imagen institucional.

Análisis y discusión de los resultados

El propósito principal de esta investigación es obtener información relevante para mejorar la satisfacción e identificar las áreas de mejora y detectar los posibles problemas en el servicio (Castillejo, 2023). Además, se considera fundamental comprender cómo los empleados se conectan emocionalmente con la organización, buscando fortalecer este vínculo a través de interacciones más gratificantes y satisfactorias (Castillejo, 2023). Las preguntas del cuestionario están orientadas a medir lo siguiente:

- La percepción de los empleados sobre la calidad de la atención y los recursos disponibles.
- El proceso de capacitación para ejercer su trabajo diario.
- La satisfacción con los procesos internos y la comunicación institucional.
- La percepción sobre la cultura organizacional y el compromiso de la entidad con el bienestar y desarrollo profesional.

Para alcanzar esto, se realizaron 49 encuestas aleatorias a los diferentes funcionarios de las zonas del SIMIT; con las 4 variables analizadas se realizaron 24 preguntas con las cuales se construyó la siguiente matriz correlación:



Una vez analizados los datos, se encontraron los siguientes hallazgos:

1. Satisfacción de Usuario

En el análisis de la satisfacción percibida por el usuario se correlaciona con 4 variables o atributos altamente valorados:

- Calidad de la información brindada (≈ 0.78)
- Experiencia y trayectoria laboral del empleado (≈ 0.74)
- Tiempo de espera (≈ 0.70)
- Capacitación del personal (≈ 0.70)

Interpretación:

Los resultados validan que la calidad de la información y la experiencia del empleado son los principales impulsores de la satisfacción en el SIMIT, coincidiendo con los modelos de gestión de Disney y HomeServe. Aunque el tiempo de espera y la capacitación son relevantes, su impacto es moderado, lo que sugiere la necesidad de abordarlos de manera integral (ej: combinando tecnología y formación). Estos hallazgos respaldan la propuesta de implementar un CRM para centralizar información y un sistema de medición continua de la experiencia, tal como recomienda Brunetta (2024).

2. Calidad de la información, capacitación y experiencia del empleado

- El 98% de los empleados reportó recibir capacitación periódica para atender a los usuarios en los puntos SIMIT.
- La media de satisfacción con la capacitación fue de 4.4/5, de los cuales el 96% indicó estar satisfecho y muy satisfecho frente a esta capacitación.

Interpretación:

Los resultados reflejan que la capacitación es un factor esencial para la experiencia del empleado, ya que incrementa la satisfacción, el compromiso y la calidad del servicio ofrecido. Empresas como Grupo Bimbo han demostrado que invertir en el desarrollo

profesional de los empleados contribuye a una cultura organizacional positiva y a la retención del talento.

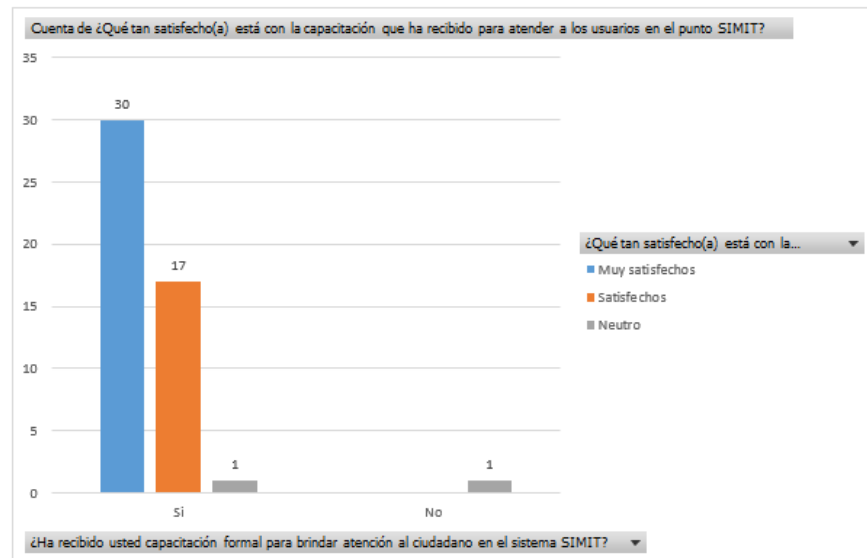


Figura 4 Grafica de pregunta 10 de la encuesta realizada. Elaboración propia.

3. Satisfacción del usuario con el tiempo de espera y Satisfacción del usuario con la calidad de la información

Las calificaciones en los dos atributos son altas y recurrentes en los mismos registros. Lo que sugiere que, cuando el encuestado percibe que los usuarios están muy satisfechos con el tiempo de espera, también percibe alta satisfacción con la calidad de la información.

Existe una fuerte relación positiva entre ambas variables. Esto sugiere que la calidad de la información y la eficiencia en el tiempo de atención son factores que tienen impacto en la satisfacción del usuario al finalizar la atención.

17. ¿Considera que la FCM proyecta una imagen institucional coherente con los valores de transparencia, eficiencia y calidad de servicio del SIMIT? (0 punto)

● Totalmente de acuerdo	37
● De acuerdo	11
● Neutral	1
● En desacuerdo	0
● Totalmente en desacuerdo	0

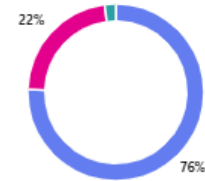


Figura 6 Grafica de pregunta 17 de la encuesta realizada. Elaboración propia.

21. En su experiencia, ¿los procesos internos del SIMIT están alineados con las obligaciones normativas y administrativas que rigen a las entidades públicas? (0 punto)

● Totalmente de acuerdo	27
● De acuerdo	20
● Neutral	2
● En desacuerdo	0
● Totalmente en desacuerdo	0

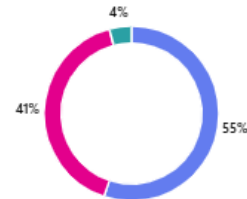


Figura 7 Grafica de pregunta 21 Percepción de transparencia vs. coherencia institución de la encuesta realizada. Elaboración propia.

5. Recursos disponibles (equipos/software) y calidad del servicio percibida

Al analizar la correlación de estas dos variables el resultado arrojado es de (0.60), siendo otras variables anteriormente mencionadas mucho más fuertes en la satisfacción final del usuario. Promedio de calificación 4,7/5.

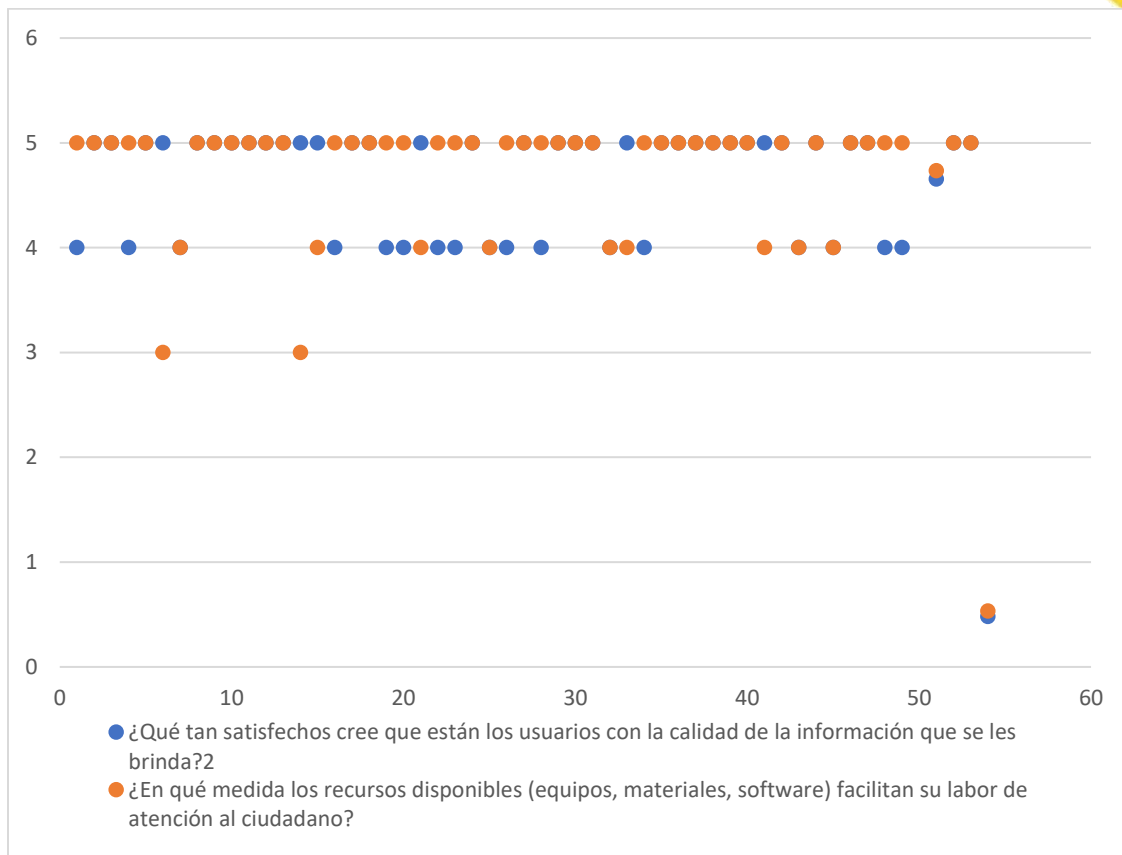


Figura 8. Grafica de dispersión de la encuesta realizada. Elaboración propia.

Sin embargo, en la pregunta: Desde su rol, *¿Qué aspectos cree que podrían fortalecerse para mejorar la percepción externa del SIMIT?*

En varias respuestas mencionan la importancia de mejorar la plataforma tecnológica y la comunicación hacia los usuarios, lo que puede impactar directamente en la satisfacción percibida.

Estos resultados respaldan la teoría de Castillejo (2023), quien destaca que la experiencia del cliente no depende de un único factor, sino de la integración de múltiples dimensiones, como la autonomía del empleado, la claridad en los procesos y la coherencia entre valores y prácticas institucionales.



Figura 9. Nube de palabras generadas a partir de las respuestas de la encuesta aplicada a los participantes del estudio. Elaboración propia.

6. Evaluación del instrumento actual de medición:

Pregunta: ¿Qué tan útil y preciso considera el instrumento actual de medición de la experiencia del usuario en su área de trabajo?

El 90% de los funcionarios encuestados han dado una calificación de Efectivo y Muy efectivo el instrumento actual de medición, siendo un piloto propuesto desde la zona 3 de SIMIT para evaluar la satisfacción del usuario.

12. ¿Qué tan útil y preciso considera el instrumento actual de medición de la experiencia del usuario en su área de trabajo? (0 punto)



Figura 10. Grafica de pregunta 12 de la encuesta realizada. Elaboración propia.

7. Propuesta de modelo de medición basado en hallazgos

A partir de los resultados, se diseñó un modelo de gestión con tres fases:



Figura 11. Propuesta de modelo de medición basado en hallazgos. Elaboración propia.

Análisis y discusión

Al examinar los datos recolectados, se evidencia que la mayoría de los encuestados perciben altos niveles de satisfacción por parte de los usuarios, especialmente en aspectos como el tiempo de espera y la calidad de la información brindada. La media de satisfacción para estos factores supera el 4 sobre 5, lo que indica una experiencia positiva en la mayoría de los puntos de contacto. De igual manera, existe una percepción favorable respecto a la capacitación recibida y los recursos disponibles para la atención, aunque con áreas de mejora identificadas.

Sin embargo, el análisis también revela aspectos recurrentes que requieren atención. Uno de los retos más señalados es la necesidad de mejorar la claridad de la información en la plataforma digital del SIMIT, lo que coincide con lo planteado por García Carbonell (2021), quien resalta la importancia de una comunicación simple y efectiva para reducir malentendidos y fortalecer la confianza institucional. Así mismo,

los empleados sugieren la implementación de campañas informativas más frecuentes y accesibles, lo que permitiría a los usuarios comprender mejor los procesos y obligaciones, alineándose con los principios de transparencia y orientación al cliente destacados en los modelos de HomeServe y ALSA (Córdoba & Genís, 2015).

Por otro lado, la optimización de los procesos tecnológicos emerge como una prioridad. Aunque los recursos y herramientas actuales son valorados positivamente, un porcentaje significativo de empleados considera que la actualización tecnológica es indispensable para mantener la eficiencia y la calidad en la atención. Este hallazgo se alinea con las recomendaciones de Gallardo-García et al. (2024) sobre la necesidad de invertir en tecnología para potenciar la experiencia tanto del cliente como del empleado.

Finalmente, la gestión estratégica de la experiencia, entendida como la suma de percepciones y emociones a lo largo de todas las interacciones con la entidad, se consolida como un factor diferenciador y prioritario para el SIMIT. La literatura revisada y los resultados obtenidos coinciden en que la satisfacción del usuario no depende únicamente de la rapidez o la resolución de trámites, sino de una experiencia integral que abarca la calidad de la información, la capacitación, la infraestructura y la comunicación efectiva.

Conclusiones

- El análisis evidencia una percepción general de satisfacción tanto en los empleados como en los usuarios del SIMIT, especialmente en lo que respecta al tiempo de espera y la calidad de la información. Sin embargo, persisten oportunidades de mejora en la comunicación institucional, la actualización tecnológica y la capacitación continua del personal.
- La satisfacción del usuario está fuertemente asociada a factores como la calidad y claridad de la información, la adecuación de las instalaciones y la eficiencia de los procesos. La capacitación y la retroalimentación periódica no solo mejoran la atención brindada, sino que también fortalecen la percepción positiva de la entidad pública.
- Los resultados sugieren que mejorar la calidad de la información y reducir los tiempos de espera podrían incrementar significativamente la satisfacción del usuario. Además, la calidad de la atención de la infraestructura y la señalización en los puntos de son elementos que no deben descuidarse, ya que influyen directamente en la percepción global del servicio.
- Finalmente, se concluye que la capacitación y los recursos adecuados están estrechamente vinculados con una atención de mayor calidad. Para el SIMIT, avanzar hacia una gestión integral de la experiencia —que combine la formación continua, la tecnología, la comunicación efectiva y la cultura organizacional orientada al cliente— permitirá consolidar su imagen institucional y posicionarse como referente de excelencia en el sector público.

Referencias

- Alessandri, S. (2008). La gestión profesional de la imagen corporativa. McGrawHill.
- Brunetta, H. (2024). CRM: la guía definitiva: estrategias y tácticas de gerenciamiento de la relación con los clientes: (2 ed.). Pluma Digital Ediciones. <https://elibro-net.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/es/lc/bibliotecaean/titulos/261663>
- Carmen Dueñas Zambrana, Gallardo-García, P.,J., Dolores, R. S., & María de las Olas Palma-García. (2024). International Organization for Standardization. (2019). Gestión de la calidad. Satisfacción del cliente. Directrices para el seguimiento y medición (ISO 10004:2019). ISO. <https://ecollection-icontec-org.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/normavw.aspx?ID=76459>
- Castillejo, G. (2023). Cómo medir la experiencia del cliente y del empleado: un enfoque integral (1 ed.). Pluma Digital Ediciones. <https://elibro-net.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/es/ereader/bibliotecaean/250208>
- Capriotti, P. (2013). La imagen corporativa: teoría y práctica de la identificación institucional. ESIC.
- Capriotti, P. (2009). Branding corporativo: Fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa. Ariel.
- Chávez Becker, C. (2023). La gobernanza participativa: teoría, crítica y perspectivas para la reforma política. Revista del CLAD Reforma y Democracia, (88), 59-87.
- Córdoba, A., & Genís, J. (2015). Experiencia de Cliente: 50 casos de éxito (1 ed.). LID Editorial España. <https://elibro-net.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/es/ereader/bibliotecaean/269711>

Costa, J. (2004). La imagen corporativa: teoría y práctica de la identificación institucional. Barcelona: Ediciones Paidós.

Chiavenato, I. (2022). Comportamiento Organizacional. McGraw-Hill Interamericana. <https://www-ebooks7-24-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/?il=20753>

Decreto 1083 de 2015. Función Pública. (n.d.). Decreto 1083 de 2015. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=41249>

Ley 489 de 1998 Función Pública. (n.d.). <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=186>

Dirsehan, T. (Ed.). (2020). Managing customer experiences in an omnichannel world : Melody of online and offline environments in the customer journey. Emerald Publishing Limited.

Fombrun, C., & Van Riel, C. (2004). Fame & Fortune: How Successful Companies Build Winning Reputations. Prentice Hall.

García, M., & Mendoza, J. (2017). Imagen institucional y su relación con la reputación de la empresa. Revista de Administración Pública.

García, J. A. (2012). Administración pública y gestión institucional. Editorial Síntesis.

Gallardo-García, J., Pagán-Castaño, E., Sánchez-García, J., & Guijarro-García, M. (2024).

González, L., & López, R. (2016). Clima laboral y percepción de la imagen institucional. Editorial UABC.

González, J., & Ramírez, M. (2018). Clima laboral y percepción de la imagen institucional. *Revista Científica Visión de Futuro*.

La medición de la calidad percibida y la satisfacción con la atención de las personas usuarias de Servicios Sociales: Análisis teórico y metodológico. [Measuring perceived quality and satisfaction of service users in social services: at heoretical and methodological analysis] *Cuadernos De Trabajo Social*, 37(2), 387-397. <https://doi-org.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/10.5209/cuts.93059>

Martínez, S. (2017). La comunicación institucional y la imagen corporativa en las empresas públicas. *Revista de Estudios Sociales*.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (n.d.). Informe Encuesta de Satisfacción y Percepción. <https://www.mincit.gov.co/servicio-ciudadano/enlaces-de-interes/informe-encuesta-de-satisfaccion-y-percepcion>

Molino Cortés, J. P. D. (2011). Modelo Q+4D: cómo medir la satisfacción del cliente más allá de la calidad percibida: (ed.). AENOR - Asociación Española de Normalización y Certificación. <https://elibro-net.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/es/lc/bibliotecaean/titulos/53560>

Muñoz Machado, S. (2010). Derecho público de las comunidades autónomas (8.^a ed.). Tecnos.
Pensamiento & Gestión. (2019). Comunicación: reputación y crecimiento empresarial. Universidad del Norte.

North, D. C. (1990). *Institutions, Institutional Change, and Economic Performance*. Cambridge University Press.

Osborne, D., & Gaebler, T. (1992). *Reinventing Government: How the Entrepreneurial Spirit is Transforming the Public Sector*. Addison-Wesley.

Pérez, A., & Delgado, E. (2021). La comunicación institucional y la imagen corporativa en las empresas públicas. *Pensamiento & Gestión*.

Pérez, L. (2020). Imagen institucional y su relación con la reputación de la empresa. *Revista de Comunicación Organizacional*.

PRATS DARDER, P. (2011). *Métodos para medir la satisfacción del cliente*. ed. Madrid: AENOR - Asociación Española de Normalización y Certificación, 2011. 63 p. Disponible en: <https://elibro-net.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/es/ereader/bibliotecaean/53565?page=20>. Consultado en: 11 Mar 2025

Reyes, M. (2018). Vigencia de la Teoría Burocrática de Max Weber y su relación con la satisfacción laboral en una institución pública de Quito [Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar]. Repositorio UASB.

Ríos Patrón, E. (2018). El neoinstitucionalismo económico: una visión crítica desde América Latina. *Revista de Ciencias Sociales*, 24(2), 123-138.

Rojas, F. (2019). *Gestión por competencias en el contexto de imagen institucional en las instituciones públicas*. Ediciones Uniandes.

Silva-Treviño, J. G., Macías-Hernández, B. A., Tello-Leal, E., & Delgado-Rivas, J. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. [The relationship between service quality, customer satisfaction, and customer loyalty: A case study of a trading company in Mexico] *CienciaUAT*, 15(2), 85-101. <https://doi-org.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>

Stoker, G. (1998). *Governance as Theory: Five Propositions*. *International Social Science Journal*, 50(155), 17–28.

Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios. (2023, febrero). Nivel de satisfacción del usuario – II semestre 2022. [Archivo PDF].

<https://superservicios.gov.co/sites/default/files/2023-02/Nivel-de-satisfaccion-del-usuario-II-semester-2022.pdf>

Verhoef, P. C., Lemon, K. N., Parasuraman, A., Roggeveen, A., Tsiros, M., & Schlesinger, L. A. (2009).

Villafañe, J. (2006). La gestión profesional de la imagen corporativa. Pirámide.

Villafañe, J. (2004). La imagen pública: Una ingeniería social. Pirámide.

Villafañe, J. (2001). La gestión profesional de la imagen corporativa. Madrid: Pirámide.

Weber, M. (1922). Economía y sociedad. Editorial Fondo de Cultura Económica.