

**LA INEFICIENCIA EN LA ALCALDÍA DE CHÍA, BRILLA POR SU PERMANENCIA
EN LA ATENCIÓN AL CIUDADANO**

Línea de Investigación: Estudios Contemporáneos en Gestión y Organizaciones
Sub-Línea: Responsabilidad Social y Desarrollo Humano



Luisa Fernanda Rojas León

Ensayo Argumentativo

Directora Del Trabajo De Grado

Ms.c. Patricia Carreño

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
CAJICÁ
Noviembre 2016

LA INEFICIENCIA EN LA ALCALDÍA DE CHÍA, BRILLA POR SU PERMANENCIA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE

``Acérquese lo más posible a sus clientes. Tan cerca de hecho, que pueda decirles lo que necesitan mucho antes de que se den cuenta por si mismos``

Steve Jobs

INTRODUCCIÓN

Mantener un servicio al ciudadano excelente es un reto significativo para cualquier organización, a medida que transcurre el tiempo se van presentando diferentes transformaciones en el mundo y son cada vez más las necesidades que se deben suplir.

Por esta razón el gobierno nacional por medio de cada uno de sus entes, frente a la globalización y los cambios presentados requiere presentar una estrategia de desarrollo y gestión efectiva que permita satisfacer cada una de las necesidades de consumo de todos los ciudadanos.

Para desempeñar a cabalidad con esto la Alcaldía Municipal de Chía se ve obligada a crear e implementar nuevos modelos alrededor de calidad del servicio que orienten a la ciudadanía a la generación de fidelización y satisfacción frente a la prestación de una mejor atención.

Como lo define el autor Humberto Serna Gómez (2006) citado por García Bustamante, C. (2014) en donde define que, El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos .De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa. (pág.2)

Para cumplir a cabalidad con esta premisa es necesario entender que la búsqueda de la satisfacción se basa en la excelente comunicación con el cliente, no solo identificando estas necesidades que requiere satisfacer de forma integral sino dejando claro y cumpliendo correctamente con las promesas hechas por la entidad a la ciudadanía.

Del mismo modo se menciona la importancia de hacer un cambio en la perspectiva que se tiene del funcionario público, para ello es necesario buscar un cambio de conducta en los funcionarios de la Alcaldía, en donde se refleje la importancia que tiene la gestión de la calidad en la organización.

(ICONTEC, Norma NTC ISO 10001 sobre Servicio al Cliente, 2009) Define:

Que las directrices para los códigos de conducta de las organizaciones proporcionan una orientación para la planificación, el diseño, el desarrollo, la implementación, el mantenimiento y la mejora de los códigos de conducta para la satisfacción del cliente. Es decir, orienta a las empresas que desean plasmar las promesas (relacionadas con su conducta) hechas a sus clientes, a través de un código de conducta. (2009, p3)

Ligado a lo anterior, la alcaldía debe plasmar su misión y visión en relación con el comportamiento de las reglas la resolución de peticiones, quejas y reclamos en donde se le de valor a la sociedad y a cada uno los derechos básicos de la ciudadanía.

La (ICONTEC, Norma NTC ISO 10002 Gestión de la Calidad. Satisfacción del Cliente, 2009). Define: Directrices para el tratamiento de las quejas en las organizaciones proporciona orientaciones para el diseño e implementación de un proceso de tratamiento de quejas eficaz y eficiente para todo tipo de actividades comerciales o no comerciales. (2009, p3)

Es importante resaltar sobre la implementación de estrategias como una ventaja competitiva por medio de un servicio efectivo.

Como lo define el autor Karl Albrecht (1988) citado por García Bustamante, C. (2014) el servicio es hoy negocio de negocios y la capacidad de servir a los clientes efectiva y eficientemente es un problema que toda la organización debe afrontar. (2009, p3)

También se utilizó la búsqueda de modelos que a través del análisis determinen las prácticas y técnicas correctas que se deben llevar a cabo en la administración para cumplir con el desarrollo de la metodología en la gerencia efectiva del servicio, para aumentar la fidelización y expectativa positiva de los Ciudadanos del Municipio

Este Municipio, Chía, ubicado en el Departamento de Cundinamarca, región de la Sabana y situada a 27 Kilómetros de Bogotá, Distrito Capital. El municipio tiene límites al occidente con los Municipios de Cota Tabio y Tenjo y al norte con Cajicá.

Las principales actividades económicas en Chía han sido la agricultura la floricultura y la ganadería, las cuales aún tienen gran importancia en el municipio a pesar de su diversificación.

Actualmente cuenta con la concentración de empresas y algunas industrias de lácteos, de manufactura y artesanías como la pintura, escultura y carpintería, así mismo la oferta gastronómica que lleva consigo el crecimiento turístico del municipio, siendo un sector relevante para la economía puesto que existe gran variedad de restaurantes, bares y centros comerciales.

Chía cuenta con una población de 123.673 habitantes, tiene una extensión territorial de 79 Kilómetros cuadrados de los cuales 608 hectáreas corresponden al área urbana y 7314 hectáreas de área rural divididos en nueve veredas las cuales son: Fagua, Tiquiza, Fonqueta, Cerca de Piedra, Bojaca, Samaria, La Balsa, Yerbabuena y Fusca.

El Municipio al pasar los años ha mostrado un notorio crecimiento dado la movilidad de la población de la Capital a la sabana, generando así un desarrollo urbanístico, según la Secretaria de Planeación Chía pasó de tener 97.896 habitantes en el 2005, a 170.000 en el 2010.

Chía al igual que varios Municipios aledaños a la capital atraen a mas pobladores, por factores que influyen en la toma de decisión de cambiar su lugar de residencia en la capital por municipios conexos, entre los factores más relevantes encontramos que el municipio cuenta con la existencia de diferentes centros educativos como la Universidad de la Sabana, la Universidad de Cundinamarca,

UNICOC, Manuela Beltrán y campus de universidades como el Bosque al igual el de la Universidad Militar en un Municipio cercano.

Agregando a lo anterior Chía tiene una ventaja frente a la capital en temas de vivienda, en donde con el presupuesto planteado para comprar un apartamento de pocos metros en Bogotá, se puede comprar una casa campestre con un metraje mucho más representante a las afueras que le permitirá disfrutar de un hermoso paisaje y alternativas que en la ciudad no son fáciles de encontrar.

Cabe anotar que Chía es también Municipio reconocido a nivel nacional por su gastronomía, restaurantes, bares y centros comerciales que son de atractivo para las familias modernas.

Esto implica para el Municipio una proyección de ampliación de vivienda, servicios públicos, salud, educación, vías y transporte de acuerdo a las necesidades del entorno y así satisfacer la demanda y el desarrollo poblacional.

En Chía, la Alcaldía Municipal tiene como misión la prestación de servicios a todos los habitantes del Municipio, buscando el manejo eficiente de los recursos y velando por la efectiva atención y mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad, además de esto promueve el mejoramiento social y cumple con todas las funciones que le son asignadas por la constitución y las leyes.

La Alcaldía está constituida por 302 empleados repartidos en 12 secretarías y 16 direcciones, entre las que se destacan la Secretaría de Educación, Desarrollo Social, Salud, Medio Ambiente, Tránsito, Secretaría de Hacienda, Obras Públicas, Secretaría de Gobierno, Prensa, Inspección de Policía, Comisaría de Familia entre otras.

Estas a su vez son las encargadas de asegurar la pertinencia, cobertura y calidad en la prestación de cada uno de los servicios ofrecidos.

Sin embargo los servicios de atención al ciudadano y de gestión en la prestación de servicio al cliente son cada vez más criticados y cuestionados por parte de la ciudadanía, dada la poca credibilidad de los funcionarios públicos, la crítica abundante de las malas gestiones políticas, lo tedioso que puede llegar a ser la ejecución de cualquier tipo de trámite y la deficiente capacitación de personal a la

hora de atender y brindar una cálida y oportuna solución a las peticiones de la ciudadanía.

Esto se puede evidenciar en la cantidad de quejas, derechos de petición, tutelas y reclamos que a diario se radican en cada una de las dependencias de la administración, son aproximadamente 138 quejas al semestre presentadas en cada dependencia.

Entonces: ¿Qué estrategias son las más adecuadas en la mejora del servicio y atención al ciudadano en la Alcaldía de Chía?

Una adecuada atención al Ciudadano en la Alcaldía de Chía debe generar un servicio de satisfacción y sentido de pertenencia el cual solo se logra mejorando los modelos de atención actuales.

El servicio a la Ciudadanía como necesidad fundamental.

De acuerdo con la teoría de la Motivación Humana de Maslow. A (1943), citado por Pereira Silva, J. (2015), el ser humano tiene necesidades fundamentales que se presentan desde el momento mismo del nacimiento. Dichas necesidades son vitales para su existencia, para su mantenimiento y para el desarrollo tanto físico como mental. Ver fig. 1.



Figura No 1. Triangulo de las necesidades de Maslow. Angarita, J, (2007) Teoría De Las Necesidades De Maslow.

A medida que nuestras necesidades van siendo satisfechas van apareciendo en un rango ascendente otras que debemos cubrir, Yendo de las más básicas hasta las de más alto nivel esas que llamamos de autorrealización o de sueños cumplidos.

De acuerdo con (Angarita, 2007) Analizando estas necesidades, vemos que Maslow agrupó en su análisis, las distintas necesidades que debe cubrir cada individuo, señala las necesidades básicas, como las necesidades fisiológicas las necesidades primarias, como los son comer, dormir, respirar, las que todo ser humano necesita para vivir en cinco niveles de la siguiente forma:

Necesidades de seguridad y protección, necesidades de seguridad, comprende seguridad básica, empleo y salud la necesidad de empleo, la importancia de obtener los recursos necesarios para subsistir, la seguridad moral, se destaca de igual manera el núcleo familiar, la idea de hogar y propiedad.

Necesidades de afiliación y afecto, abarca las necesidades Sociales comprende, los afectos, amistades y la importancia de pertenecer a un grupo, el desarrollo afectivo de las personas y los niveles relacionales de la sociedad.

Necesidades de estima, en esta se encuentran aquellas de reconocimiento, la libertad, independencia, reconocimiento y ser aceptado por la sociedad donde Maslow describió dos tipos de necesidades de estima, una alta y otra baja.

En cuanto a la Autorrealización o autoactualización En este último nivel, de acuerdo con el autor se encuentra que esas necesidades de realización integral, las que nos brindan y generan la felicidad absoluta con las que nos sentimos realizados y satisfechos con nuestra vida, tales como “motivación de crecimiento”, “necesidad de ser” y “autorrealización”. Se encuentran en la cima de la jerarquía y cuando estas se satisfacen se encuentra el sentido a la vida.

La teoría señala que los seres humanos a medida que vamos cubriendo nuestras necesidades, siempre queremos alcanzar el nivel superior es decir queremos más de lo que tenemos y requerimos superarnos, por lo cual buscamos cubrirlas de la mejor manera.

Estos factores que son temas de día a día, y que están consignados en la Constitución como un mecanismo para garantizar el cumplimiento de los derechos y deberes que tienen todos los ciudadanos Colombianos y que están contemplados en la Constitución Política en su artículo 2, el cual define:

Son fines esenciales del Estado: servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución; facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la Nación; defender la independencia nacional, mantener la integridad territorial y asegurar la convivencia pacífica y la vigencia de un orden justo. Las autoridades de la República están instituidas para proteger a todas las personas residentes en Colombia, en su vida, honra, bienes, creencias, y demás derechos y libertades, y para asegurar el cumplimiento de los deberes sociales del Estado y de los particulares. Constitución Política de Colombia (1991, p13)

Es por ello que la alcaldía cuenta con diferentes secretarías las cuales son las encargadas de velar por una prestación oportuna del servicio, y son sus funcionarios los principales precursores de que esto funcione a cabalidad.

Bajo esta perspectiva es importante señalar lo importante que es para la misma contar con estrategias que permitan la ejecución eficaz de la atención.

Modelos de Gerencia del Servicio y Atención al Ciudadano.

Según lo afirman (Vargas Quiñones & Aldana de Vega, 2014) ``los valores son la base de la cultura de la calidad y el servicio``, en donde la calidad depende de las personas que prestan el servicio desde el momento mismo de la educación brindada en sus hogares así como la actitud y la vocación de cada uno de estos.

(Vargas Quiñones & Aldana de Vega, 2014), señalan que el enfoque de calidad está estrechamente relacionado con los valores y virtudes de las personas que conforman la organización, tanto como su entorno específico como el familiar, la empresa privada o la entidad estatal. Se sabe que el comportamiento humano es el que crea y desarrolla una cultura organizacional

y sus valores que son identificadores y diferenciadores en las organizaciones. (2011,p39)

Las personas a partir de sus experiencias tienen la capacidad de reconocer sus virtudes estableciendo sus comportamientos y conocimientos que los llevan a explorar sus vocaciones, permitiendo así la manifestación de valores y hábitos que ayudan y complementan a la organización en busca de su objetivo.

(Vargas Quiñones & Aldana de Vega, 2014) Define que el individuo interactúa con su mundo y con las demás personas manifestando los valores sociales en su ejercicio profesional. De esta articulación se genera, por un lado, una empatía hacia sus valores personales y, por otro, los comparativos para vivir la interrelación eficaz en medio de la cultura organizacional.(2014,p42). Ver fig. 2.

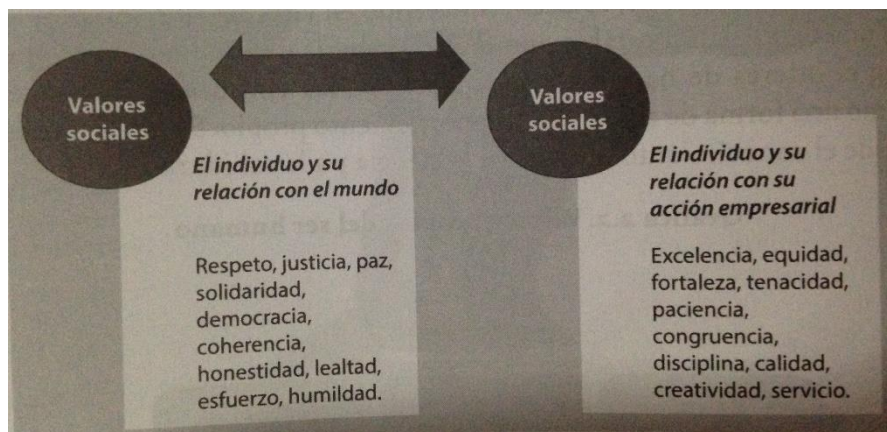


Figura No 2. Valores para la actuación en la organización.(Vargas Quiñones & Aldana de Vega, 2014)

Como los principales valores que se destacan en la actuación de la organización citados por (Vargas Quiñones & Aldana de Vega, 2014) se encuentran:

La **Prudencia** que indica los caminos y medios para las decisiones y para actuar bien, analizar el presente y proyectar el futuro, asimismo, **la amistad**, considerada como un valor en el hay intereses, metas y valores comunes con algunas personas; **Autodominio** que mide el control y dominio que la propia persona ejerce sobre sus actos.

Seguido por la **confianza** que es el valor máspreciado con el que cuenta una relación, es la seguridad firme que alguien tiene en el otro, la calidad, búsqueda permanente de la perfección del servicio, en el producto y en los seres humanos, la

creatividad que se caracteriza por un pensamiento original, imaginación constructiva, que lleva a la generación de nuevas ideas para encontrar soluciones originales.

La **Justicia**, que es la definición clásica dice que es la voluntad constante de dar la otra persona o grupo lo que es debido, la **solidaridad**, que implica el orden y la generosidad para dar a los demás lo mejor de sí, empezando por el núcleo personal, familiar, laboral y social, la **Fortaleza**, que es la fuerza que nos dispone a emprender;

Al igual que la **Laboriosidad** que es la potencialidad para trabajar con competencia técnica y profesional y llegar al final de las actividades propuestas, **la puntualidad**, es la disciplina de estar a tiempo para cumplir las obligaciones en las cuales nos hemos comprometido y por último, **la verdad**, este es un valor trascendental por excelencia, es la coherencia y consistencia entre la palabra y la acción.

Los valores son conocidos como la base de la construcción de la cultura, cuyo propósito es diferenciar a las organizaciones unas de otras y hacer transformaciones.(2014,p45)

Es indispensable destacar que para una buena prestación de un servicio, la cultura determina una parte muy importante e interviene en cualquier tipo de organización actuando en su calidad y prestación, donde la cultura está completamente inmersa.

Así, pues, se puede deducir la importancia que tiene la calidad en el servicio, generando transformaciones en las organizaciones, haciendo que estas cambien positivamente.

La calidad se convierte en punto importante y en un constante que día a día deben adquirir las organización y convertirla en parte de su cultura, como lo dicen (Vargas Quiñones & Aldana de Vega, 2014), la calidad es una fuente de progreso y un componente imprescindible de productos y servicios.

Entonces la calidad es el pilar del progreso, donde el cliente es primero y se requiere que en las compañías se amplíen estrategias enfocadas a este, creándose proyectos eficaces, ágiles que conduzcan a estas a caminos emprendedores satisfaciendo expectativas y cumpliendo promesas. Ver Fig.3.

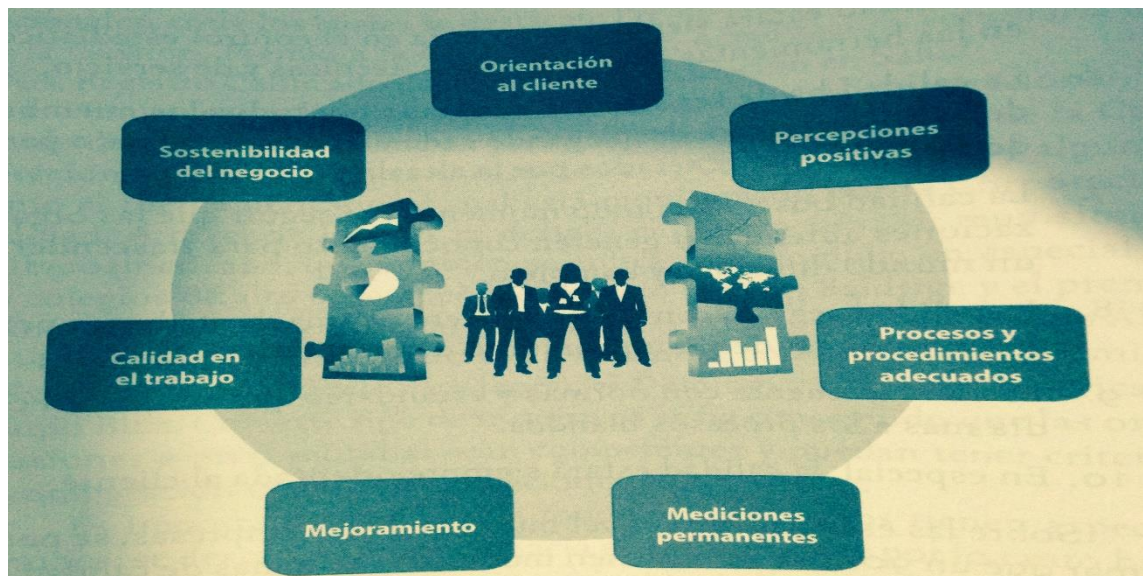


Figura Nº 3. Pasado, presente y futuro de la calidad. (Vargas Quiñones & Aldana de Vega, 2014)

Como principio diferenciador, se debe apropiarse como principio, la calidad donde prevalezca la importancia de hacer el trabajo bien desde el comienzo, donde los modelos, la perfecta gerencia de la calidad y las normas se conviertan en una cultura orientada siempre al cliente.

Un punto importante en resaltar es lo significativo que ha sido y la ventaja, oportunidades que han generado las diferentes normas que por medio de certificaciones y calificaciones de calidad obligan a las compañías a ser mejores cada día.

Normas como la NTC-ISO 10001 establece la importancia de mantener un nivel muy elevado de satisfacción del cliente, utilizando un código de conducta que consta de promesas que consta de diferentes determinantes

La NTC-ISO 10001 establece: Un código de conducta para la satisfacción del cliente puede ser parte de un enfoque eficaz para la gestión de quejas. Esto implica:

- a) La prevención de las quejas, utilizando un código de conducta apropiado para la satisfacción del cliente.
- b) El tratamiento interno de las quejas, por ejemplo cuando se reciben manifestaciones de satisfacción.
- c) La resolución de conflictos de forma externa, para aquellas situaciones en las que las quejas no pueden tratarse satisfactoriamente de forma interna. (2009,p9)

Esta norma suministra y orienta a la organización en el manejo de lineamientos que cumplan con la satisfacción del cliente cubriendo sus necesidades y expectativas reduciendo la probabilidad de quejas y rigiendo una conducta correcta en los funcionarios de toda empresa.

Añádase a esto la norma NTC-ISO 10002 que direcciona al efectivo tratamiento de las quejas, beneficiando así tanto al cliente como a la organización.

Esta indica que el tratamiento de quejas puede llevar a la mejora de la reputación de la organización, independientemente de su tamaño, ubicación y sector. Alentando la retroalimentación del cliente, incluyendo las quejas si los clientes no están satisfechos, se pueden ofrecer oportunidades para conservar o incrementar la lealtad y aprobación del cliente y mejorar la competitividad local e internacional.(2009,p22).

Con todo lo anterior es necesario poner en práctica estrategias y modelos que brinden una luz en el camino a seguir.

Según (Albrecht & Zemke, 1991) citado por (Vargas Quiñones & Aldana de Vega, 2014) define el servicio como el conjunto de actividades o hechos aislados o secuencia de actos trabados, de duración y localización definida, realizados gracias a medios humanos y materiales, puestos a disposición d un cliente individual o colectivo, según procesos, procedimientos y comportamientos que tienen un valor económico y por tanto traen beneficios o satisfacciones como factor de diferenciación. (2014,p153)

Las organizaciones se deben basar en una gerencia del servicio eficaz, como la descrita por (Albrecht & Zemke, 1991) en donde una estrategia está determinada por diferentes estándares del servicio y juega un papel tan importante en las compañías, como lo describen en su triángulo del servicio. Ver fig 4.



Figura Nº 4. Triangulo del Servicio. (Albrecht & Zemke, 1991)

El triángulo representa una estructura en donde el corazón y parte esencial es el cliente.

El lado derecho incorpora la gente que da los servicios, los empleados los que pueden o no tener contacto con el cliente y el personal gerencial, altos mandos que supervisan.

Los directivos de la compañía deben ser capaces de entrenar al personal para que este alerta a atender las necesidades del cliente.

En la parte izquierda el triángulo personifica el sistema, que permite al personal dar el servicio al cliente, este debe ser amigable con el cliente, debe respaldar al personal y debe ser adaptado para servir al cliente y no a la organización, las instalaciones físicas, las políticas, los procedimientos y los métodos de comunicación que sean capaces de comunicar: *estamos para satisfacer sus necesidades.*

En la parte superior se encuentra la estrategia, la cual se considera como la unificadora que orienta a la atención de la gente de la organización hacia las prioridades reales del cliente y focaliza a toda la organización, tomando en cuenta como elementos básicos, la misión, los valores, principios y objetivos que son propósitos de las organizaciones.

Y por último el triángulo muestra en el centro de todo al cliente, es principal y la razón por la cual todos los demás factores existen y se logra una completa experiencia de servicio al cliente. Se define como todo ser humano que espera que la organización o las personas que la componen de solución o respuesta de algún tipo a su necesidad o inquietud y que además se ajuste a sus necesidades y expectativas.

Adicional a esto (Albrecht & Zemke, 1991) señala las tres características comunes de las mejores organizaciones de servicios.

La primera estrategia es una **estrategia de servicio bien concebida** esta orienta a la atención de la gente de la organización hacia las prioridades del cliente, como segunda característica se encuentra el **Personal que tiene contacto con el público**, a través de algunos de los directivos han estimulado y ayudado a sus empleados a mantener su atención fija en las necesidades del cliente, estado y ánimo del mismo que conduce a un nivel de sensibilidad atención y voluntad de ayudar que

impacta al cliente y la tercera característica es, los **Sistemas amables para el cliente**, el sistema está diseñado para la conveniencia del cliente y no para la de la organización. (1991,p31).

Con esto pretende dejar claro que el servicio es un conjunto de actitudes que determinan comportamientos orientados al cliente en relación con sus intereses, expectativas, necesidades y anhelos.

(Albrecht & Zemke, 1991) Citado por (Vargas Quiñones & Aldana de Vega, 2014) Centra su teoría en vender al cliente lo que desea basándose en diez principios:

En primer lugar, conocer al cliente según sus preferencias y como persona, seguido por la aplicación de momentos de verdad a la formación de la opinión, la calidad en el servicio, el producto y el costo.

Así como manejar la libreta de calificaciones del cliente, investigar la percepción del cliente, reconocer al cliente, hablar frente frente.

Al igual que manejar las encuestas centradas en el cuándo, el por qué y el cómo, analizar la información, hacer propuestas y cerrar el ciclo.

El autor aporta un concepto de calidad apuntando a la cadena de valor, en donde la calidad es la capacidad de ofrecer un servicio con sentido definido. (2014, p 120)

Así mismo (Albrecht & Zemke, 1991) citado por (Vargas Quiñones & Aldana de Vega, 2014) desarrolla siete puntos para medir la calidad del servicio los cuales son:

En primer lugar la capacidad de respuesta, la Atención, la comunicación fluida, entendible y a tiempo, accesibilidad para quitar la incertidumbre.

También se requiere de amabilidad en la atención y en el trato, credibilidad expresada en hechos, comprensión de las necesidades y expectativas del cliente. (2014,p 120)

Partiendo de este esquema podemos deducir cuán importante es la calidad, y el mantenerla como mecanismo diferenciador para ofrecer lo mejor al cliente se convierte en factor diferenciador.

Según (Gomez, 2006) El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. (2006,p19)

Este autor abarca la importancia del cambio tecnológico, la llegada del internet y sistemas que permiten fomentar la comunicación con el cliente, establece que el servicio es la revolución y que las compañías deben asumir la tarea de diseñar, administrar y evaluar el servicio como el nuevo producto.

Con esto (Gomez, 2006) repasa 7 elementos claves que deben adquirir las empresas enfocadas a la prestación de servicios, por medio de una tipología enmarcada así:

Todas las compañías requieren **conocer a profundidad sus clientes**, esto solo se logra con la **realización de investigaciones permanentes y sistemáticas** sobre el cliente, sus necesidades y sus niveles de satisfacción: auditoria del servicio.

Del mismo modo tener una estrategia, **un sistema de servicio a sus clientes**, **hacer seguimiento permanente de los niveles de satisfacción** y tomar acciones reales del **mejoramiento frente a las necesidades y expectativas de sus clientes**, expresadas en los índices de satisfacción.

Se hace completamente necesario **participa sistemáticamente a sus clientes internos sobre los niveles de satisfacción de los clientes externos**, pues al tener conocimiento claro de este se enfrenta cualquier tipo de situación.

También se deben diseñar, **estrategias de mercadeo interno y venta interna** que generan la participación de los clientes internos en la prestación de un servicio de excelencia, partiendo de la satisfacción y compromiso de sus colaboradores.(2006,p20)

Convirtiéndose estos en elementos claves que generan una ventaja competitiva, en donde el servicio al cliente externo hay que venderlo primero dentro y después fuera, donde el cliente interno toma valor diferenciador y estratégico dentro de la organización.

Para enfatizar esto (Gomez, 2006) indica que las organizaciones se enfocan en las pirámides en donde el alto nivel se encuentra en el primer eslabón y es este en el que se centran dejando a los clientes, ciudadanos en lo último de la pirámide.

Se enfocan en la importancia de respetar las jerarquías, en que los tramites sean exhaustivos y dispendiosos y que las decisiones se tomen en el nivel más alto, una organización concebida de esta manera no podrá prestar un buen servicio.

(Gomez, 2006) Plantea la inversión de la pirámide, como el inicio de la revolución de la gestión de clientes. Ver Fig 5.



Figura Nº 5. Inversión de la Pirámide. (Gomez, 2006)

(Gomez, 2006) Resalta que una organización concebida de esta manera en donde se centraliza y se concentra la importancia en los altos mandos, se convierte en una organización burocrática sin ninguna clase de sensibilidad, sometida a instancias y procesos que llegan hasta los niveles más altos.

Por ende se entendería que al invertir la pirámide, la importancia radicaría en los mandos operativos, los que tiene la línea de contacto directa con el cliente, es allí donde se da a conocer la organización.

Como lo señala (Gomez, 2006) una empresa es mala o buena en la mente del cliente, dependiendo de la calidad de su relación con el hombre de contacto, que representa en ese instante la organización.

La importancia de mejorar el servicio de atención al ciudadano en la Alcaldía Municipal de Chía.

Para la alcaldía municipal la ciudadanía es el centro y el deber ser, está comprometida con la satisfacción de las necesidades de la población la cual debe ser eficiente, transparente y cumplir a cabalidad las directrices nacionales mediante la

efectiva y eficaz prestación de los diferentes servicios como los son, salud educación, seguridad, economía y demás.

Pese que la administración Municipal ha trabajado arduamente en la mejora e implementación de estrategias para una atención al ciudadano eficaz, se presenta un constante inconformismo con la atención que allí se presta, encontrando incrementos mensuales en la radicación de peticiones, tutelas quejas y reclamos por insatisfacción en el servicio. Ver Tab 1.

Tabla Nº 1 Consolidado de Quejas Año 2016.

Radicado	Canal	Eje temático	Tipo de requerimiento
2016PQR3855	Personal	CAMPAÑAS	Queja o Reclamo
2016PQR5214	Personal	COMUNICACIONES ENTE TERRITORIAL	Queja o Reclamo
2016PQR5832	Personal	COMUNICACIONES ENTES DE CONTROL	Queja o Reclamo
2016PQR5511	Personal	COMUNICACIONES ENTIDADES PRIVADAS	Queja o Reclamo
2016PQR5878	Personal	COMUNICACIONES MEN	Queja o Reclamo
2016PQR5643	Personal	DIRECTRICES ORDEN NACIONAL, DEPARTAMENTAL Y/O MUNICIPAL.	Queja o Reclamo
2016PQR4439	Personal	ESTRATEGIAS AMPLIACION DE COBERTURA	Queja o Reclamo
2016PQR2918	Personal	GESTIÓN DE INFORMACION	Queja o Reclamo
2016PQR4457	Personal	INCONSISTENCIAS DE NOMINA	Queja o Reclamo
2016PQR6093	Web	INFRAESTRUCTURAFISICA	Queja o Reclamo
2016PQR4945	Correo Certif	NECESIDADES DE PLANTA	Queja o Reclamo
2016PQR6366	Web	NOVEDADES	Queja o Reclamo
2016PQR4531	Web	NOVEDADES DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS	Queja o Reclamo
2016PQR5342	Web	PAZ Y SALVO	Queja o Reclamo
2016PQR2232	Personal	QUEJAS CONTRA ENTIDADES EDUCATIVAS GRATUIDAD TOTAL	Queja o Reclamo
2016PQR2531	Personal	QUEJAS CONTRA ESTABLECIMIENTOS EDUCATIVOS (GRATUIDAD)	Queja o Reclamo
2016PQR5579	Personal	QUEJAS CONTRA INSTITUCIONES EDUCATIVAS - ACOSO LABORAL	Queja o Reclamo
2016PQR5713	Personal	QUEJAS CONTRA INSTITUCIONES EDUCATIVAS (GOBIERNO Y DIRECCIÓN)	Queja o Reclamo
2016PQR6511	Personal	QUEJAS CONTRA SERVIDORES PUBLICOS	Queja o Reclamo
2016PQR3652	Personal	QUEJAS POR FALTAS GRAVES (VIOLACIÓN, ACOSO, MALTRATO)	Queja o Reclamo
2016PQR5152	Web	QUEJAS POR SERVICIOS DE SALUD	Queja o Reclamo
2016PQR3727	Personal	SERVIDORES PUBLICOS AMENAZADOS	Queja o Reclamo

Tabla Nº 1. Fuente. (Ciudadano, 2016)

En la tabla se puede observar un muestreo de las quejas, reclamos y derechos de petición presentados en el año 2016, se presentan quejas con diferentes tipos de ejes temáticos, en donde se refleja el inconformismo por parte de la ciudadanía frente a la atención prestada y a las respuestas débiles y sin fundamentos presentadas.

Se puede observar que se radican, derechos de petición quejas y reclamos por inconformismos con el tratamiento de peticiones o el trato dado por parte de los funcionarios.

Se puede percibir que las personas encargadas de la atención a la ciudadanía no dan lo mejor de sí, que sus actitudes son déspotas y el tratamiento que dan a las

peticiones no es el adecuado, esto se observa en la cantidad de requerimientos que mes a mes se encuentran vencidos.

El consolidado arrojo que en lo que lleva del año 2016 se han presentado 116 quejas, es decir en promedio 11 quejas por mes.

Adicional a esto se observa por medio del Sistema de Atención al Ciudadano que los funcionarios, no dan respuestas oportunas y de calidad, pues en lo corrido del mes de Noviembre del año 2016 han dejado vencer 3 requerimientos, dando así incumplimiento a la normatividad y a sus funciones establecidas como funcionarios públicos. Ver fig 6.

Requerimientos						
Resumen :						
Consolidado Entidad						
Vencidos	A tiempo	Finalizados a Tiempo Mes	Finalizados Fuera de Tiempo Mes	Total Mes	Requerimientos WEB Abiertos	Requerimientos por reasignar
2	692	195	1	392	1	0

Figura Nº 6. Consolidado de Requerimientos de la Entidad Noviembre Año 2016. Fuente. (Ciudadano, 2016)

Situación que genera conflicto tanto interno como externo dentro de la administración municipal, y deja claro la falta de compromiso por parte de los empleados.

Actualmente la administración municipal cuenta con con dos sistemas encargados de brindar solución a las peticiones quejas o reclamos de la ciudadanía, uno de ellos es el Sistema llamado Corrycom, en el cual la ciudadanía radica sus peticiones, que por medio de mensajería interna son allegadas a cada uno de los funcionarios competentes, y estas son medidas y monitoreadas por medio de la oficina de Control interno Disciplinario según su resolución y efectiva respuesta.

Otro de los sistemas utilizados por la administración, es el Sistema de Atención al Ciudadano SAC, el cual es monitoreado por el Ministerio de Educación y la Presidencia de la República.

Este busca dar una contestación efectiva a la ciudadanía por intermedio de un sistema en donde la oportunidad y la calidad de las respuestas son eje fundamental, por medio de este, tanto los funcionarios como la ciudadanía pueden radicar o consultar sus requerimientos, y es el administrador el encargado de monitorear el uso

adecuado de este y validar el cumplimiento de las leyes y cumplimiento al manual de funciones de los empleados de la alcaldía.

De la misma manera la administración adopta el Plan Anticorrupción y de Atención al ciudadano (Chia, 2016) el cual define:

Que por medio de la ley 1417 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 de control de la gestión pública``. Establece en su artículo 73 ``Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano. Cada entidad del orden nacional, departamental y municipal deberá elaborar anualmente una estrategia de lucha contera la corrupción y la atención al ciudadano. Dicha estrategia contemplara, entre otras cosas, el mapa de riesgos de corrupción en la respectiva entidad, las medidas concretas para mitigar esos riesgos, las estrategias anti trámites y los mecanismos para mejora de la atención al ciudadano. (2016,p7).

Este plan (Chia, 2016), busca facilitar el acceso a los servicios que brinda la administración pública, en donde cada entidad debe simplificar, estandarizar, eliminar y optimizar los tramites existentes, así como acercar al ciudadano a los servicios que presta el estado.

A partir de esto se puede concluir que la alcaldía Municipal de Chía, a pesar ed sus números estrategias en mejora de atención al ciudadano, requiere adoptar un modelo de compromiso y valores, como el planteado por (Vargas Quiñones & Aldana de Vega, 2014).

Es necesario la implementación de buenas prácticas en donde el enfoque sea hacia los funcionarios, en el cual se promueva el servicio a la población, por medio de valores que reflejen el buen servicio pues son los valores la base de la cultura de la calidad y el servicio.

La excelencia de la administración viene del servicio prestado, en donde la capacitación y el enfoque a unas metas establecidas son clave.

Las personas que conforman el equipo de atención deben salir del paradigma y brindar una atención adecuada, por medio de buenas prácticas en donde la respuesta e información brindada supere las expectativas y sean reconocidos por impulsar y promover un desempeño correcto.

Como lo señalan (Vargas Quiñones & Aldana de Vega, 2014) el enfoque de calidad está estrechamente relacionado con los valores y virtudes de las personas que conforman la organización, tanto como su entorno específico como el familiar, la empresa privada o la entidad estatal. Se sabe que el comportamiento humano es el que crea y desarrolla una cultura organizacional y sus valores que son identificadores y diferenciadores en las organizaciones. (2011,p39)

Se debe tener claro que es de vital importancia el trabajo en equipo, el estar motivado pero principalmente el mantener una actitud positiva frente a la ciudadanía, dar lo mejor se si, brindando cordialidad y respeto.

Esto generara un aumento de la confianza frente a la entidad pública, mejorando la imagen y reputación.

Se requiere anudar esfuerzos bajo la indicio que cada funcionario hace parte de un proceso, cuya diligencia es con la misión de servir a la ciudadanía.

Es necesario mejorar la accesibilidad y uso de los trámites y servicios de la administración, y dejar claro que no solo el acceso y uso de las tecnologías es lo importante, si no el tratamiento que se le den a estos.

Esto solo se logra con el compromiso de los funcionarios y resaltando valores como los que resaltan (Vargas Quiñones & Aldana de Vega, 2014):

La **Laboriosidad** que es la potencialidad para trabajar con competencia técnica y profesional y llegar al final de las actividades propuestas, **la puntualidad**, es la disciplina de estar a tiempo para cumplir las obligaciones en las cuales nos hemos comprometido y por último, **la verdad**, este es un valor trascendental por excelencia, es la coherencia y consistencia entre la palabra y la acción.

Valores que destacaran a la Alcaldía frente a la Ciudadanía reflejando el interés del estado en resolver sus necesidades, en entregar servicios que mejoren su calidad de vida y lleguen a satisfacer desde sus necesidades más básicas hasta estas que superes sus expectativas.

REFERENCIAS

- Albrecht, K., & Zemke, R. (Febrero de 1991). *Gerencia del Servicio*. Homewood, USA: Legis.
- ALCALDIA DE CHIA. (2016). *Alcaldía de Chía*. Obtenido de Alcaldía de Chía: <http://www.chia-cundinamarca.gov.co/index.php/demografia-chia>
- Alcaldía de Chía. (2016). *Alcaldía de Chía*. Obtenido de <http://10.10.16.9/kawak/index.php>
- Angarita, J. R. (2007). *TEORÍA DE LAS NECESIDADES DE MASLOW*.
- Bautista, C. M. (05 de Marzo de 2014). Cambio de Actitud Alternativa clara para el mejoramiento de Servicio al Cliente. Bogotá DC, Colombia.
- Chia, A. M. (Septiembre de 2016). *Plan Anticorrupcion y de Atención al Ciudadano*. Obtenido de <http://www.chia-cundinamarca.gov.co/normatividad/anticorrupcion2016/septiembre2016>
- Ciudadano, S. d. (Noviembre de 2016). *Sistema de Atención al Ciudadano SAC* . Obtenido de sac.gestionsecretariasdeeducacion.gov.co
- Constituyente, A. N. (1991). *Constitucion Política de Colombia*. Bogota DC.
- Gomez, H. S. (Marzo de 2006). *Servicio al Cliente Una Nueva Vision: Clientes Para Siempre*. Bogotá DC, Colombia: Panamericana.
- ICONTEC, i. C. (2009). *Norma NTC ISO 10001 sobre Servicio al Cliente*. Bogota.
- ICONTEC, i. C. (2009). *Norma NTC ISO 10002 Gestión de la Calidad. Satisfacción del Cliente*. Bogota.
- Secretaría de Planeación. (2015). *Alcaldía de Chía*. Obtenido de <http://www.chia-cundinamarca.gov.co/>
- Vargas Quiñones, M. E., & Aldana de Vega, L. A. (2014). *Calidad y Servicio: conceptos y herramientas*. Chia, Cundinamarca, Colombia: ECOE.