

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA

Facultad Ciencias Económicas

Especialización en Finanzas y Administración Pública



ATENCIÓN AL CIUDADANO EN EL SECTOR PÚBLICO COMPARADA CON EL
SERVICIO AL CLIENTE EN UNA ENTIDAD FINANCIERA PRIVADA.

Asesor

Gabriel Ferrer

Presentado por el estudiante:

Yesenia Dorado Forero Cód. 4401367

BOGOTÁ

2013

Resumen. La atención al ciudadano constituye en una de los retos más grandes de las entidades públicas es por ello que este artículo establece una comparación entre estas y una entidad financiera del sector privado a fin de identificar oportunidades de mejora. En primera medida se desarrolla el concepto y cuál es el estado actual del servicio al cliente, seguido a ello se determina cual es la normativa en Colombia que rige para el sector público y para las entidades financieras privadas, así como la tecnología implementada en los diferentes procesos. Con el fin de realizar la comparación se establecen cuáles son las ventajas y desventajas de las entidades públicas y cuáles son sus oportunidades de mejora respecto a la entidad financiera privada. Por último se concluye entre los puntos más relevantes en la comparación, la normativa vigente y los alcances en el sector público.

Palabras clave: Entidades públicas, servicio al cliente, Entidad financiera privada, canales de atención.

INTRODUCCIÓN

Este documento compara la atención al ciudadano del sector público con el servicio al cliente de una entidad financiera privada para proponer nuevas estrategias que se puedan implementar en el sector público. Dada la incidencia que tiene el servicio de atención de las entidades públicas en la satisfacción de las necesidades de los ciudadanos, tanto de servicios como de información.

El gobierno ha orientado esfuerzos en la mejora de la atención al ciudadano acompañado de la política Buen Gobierno, ejemplo de ello es el Programa Nacional de Servicio al Ciudadano, sin embargo se busca identificar que opciones de mejora existen al comparar dichos esfuerzos con el sistema de atención al cliente de una entidad financiera del sector privado.

Para las organizaciones privadas en general el servicio al cliente implica un proceso relevante al momento de posicionarse en el mercado y de fidelizar a sus clientes, y aunque no puede considerarse que los ciudadanos son clientes porque las organizaciones del Estado no buscan un beneficio económico si se muestra la importancia de la interacción de estas con la ciudadanía.

Es por lo anterior, que el autor se motiva a ahondar en este tema, a identificar sus diferencias, ventajas y desventajas, distinguiendo lo público de lo privado y sin desconocer que las organizaciones estatales tienen una razón de ser o misión diferente de las entidades privadas que para el documento será del sector financiero.

El autor basa la importancia del escrito en su carácter de usuario de las entidades estatales y en el conocimiento del servicio al cliente en su labor profesional. Así mismo se apoya en la teoría de Gestión Pública como herramienta para entender la interacción del Estado con los ciudadanos.

EL SERVICIO AL CLIENTE COMO ELEMENTO INTANGIBLE DE LAS TRANSACCIONES COMERCIALES

El servicio al cliente es un conjunto de actividades interrelacionadas que permite a las organizaciones prestar a sus clientes o usuarios un servicio o producto de manera oportuna, en el lugar adecuado, satisfaciendo sus necesidades y expectativas, en lo que se integra también factores como precios y la imagen de la organización o empresa. Es preciso tener en cuenta, que un servicio no es algo del todo físico, es decir no está atado necesariamente a un bien, de hecho es intangible y hace referencia a actividades o beneficios que una organización le presta a sus usuarios o clientes.¹ El servicio es lo que brindan los empleados y la empresa para la cual trabajan y se representa en la puntualidad, en el cumplimiento de lo que se promete y su imagen; además no depende de un solo departamento de la empresa sino también de otras áreas².

El servicio al cliente se constituye en una herramienta fundamental para el desarrollo de la organización, desde allí se integran todos los procesos para cumplir con el objetivo ya sea de prestar un bien o en el caso de las organizaciones públicas un servicio a la población. Es la cara de la organización ante sus clientes o usuarios y una fuente importante de información por la integralidad con otras áreas.

¹ Martínez, L. (2007). Consideraciones teóricas sobre atención al cliente. Eumed.net [versión electrónica]. La Habana: Eumed.net, <http://www.eumed.net/ce/2007a/lmm.htm>

² Jiménez, J. C. (2010). *Arte Supremo, 50 prácticas de buena atención al cliente*. Caracas.

ANTECEDENTES DEL SERVICIO AL CLIENTE EN EL SECTORES PÚBLICO Y FINANCIERO PRIVADO

Para hablar de los antecedentes del servicio al ciudadano en el sector público, se hace necesario hablar del Decreto 01 de 1984 Código Contencioso Administrativo que establece como principios a tener en cuenta en la función administrativa: la economía, celeridad, eficacia, imparcialidad, publicidad y contradicción; que de manera integral buscan la eficiencia, transparencia y agilidad en procesos de servicio al ciudadano. Dichos principios se integran el Art 209 de la Constitución Política de 1991 ³y en este también se establece que la administración pública debe tener un control interno. En ese sentido, el art. 32 de la ley 489 de 1998 da sustento al actual Modelo Estándar de Control Interno, en el cual se determina que la democratización de la administración pública ésta orientada a la participación de la ciudadanía en la gestión pública a través de políticas, mecanismos de participación y de control social. Así mismo la ley 872 de 2003 da paso a la NTCGP 1000:2003 que en busca de garantizar los requisitos del cliente determina que debe existir una comunicación si es el caso a través de mecanismos de participación ciudadana en donde se pueda dar cuenta del conocimiento del producto o servicio que provee la entidad, la recepción de consultas, quejas o reclamos y hasta sugerencias.

³ Constitución Política. Capítulo V De la Función Administrativa.

Para el caso del sector financiero privado la normativa que da origen a la Ley 1328 de 2009 que está ligada a el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero⁴ donde se establece los lineamientos en cuanto a la defensoría del consumidor financiero y el proceso de quejas y reclamos, en lo que respecta a la atención a los consumidores.

ESTADO ACTUAL DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE

A lo largo de los últimos años diferentes autores han ahondado en la importancia del servicio al cliente y la implementación de estrategias que fortalezcan dicho proceso en las organizaciones. Estableciendo que debe haber un interés real por las necesidades de los clientes para así fidelizarlos, además la prestación del servicio debe estar integrada con empleados capacitados los cuales estén comprometidos con la organización y organizaciones con una visión bien definida⁵.

Siempre existe un momento donde se está en la posición de cliente o usuario y en la mayoría de los casos a pesar de que es un producto o servicio y unas características del mismo lo que atrae en principio, el servicio que una empresa u organización brinde hace que el interés se incremente o disminuya. Y para que una empresa preste un servicio al cliente de calidad y

⁴ Presidencia de la República. Decreto 663 de 1993 Cap. XIV Reglas relativas a la competencia y a la Protección Del Consumidor.

⁵ Ballard, J., Finch, F., Blanchard, K. (2005). *Clientemania. Nunca es demasiado tarde para construir una empresa centrada en el cliente*. Caracas: Grupo Editorial Norma.

oportuno, debe darse desde su alta dirección un estructura donde todo este encaminado a la satisfacción de necesidades del cliente y a generar valor agregado, pero esto no puede lograrse si no hay un compromiso de su capital humano por ello la importancia de su capacitación y de la cultura de servicio desde dentro de las organizaciones.

NORMATIVIDAD QUE REGULA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE EN COLOMBIA

En lo que respecta a la normativa del sector público, la plataforma para iniciar a hablar de la atención al ciudadano en las entidades públicas es El Programa Nacional de Servicio al Ciudadano. En primer lugar, es necesario hacer referencia al Decreto 1599 de 2005 que estructura el Modelo Estándar de Control Interno, en adelante MECI, que es el punto de partida para conocer las normas que tratan el servicio al ciudadano y la atención al cliente.

El Departamento Administrativo de la Función Pública es el encargado de administrar y distribuir los instrumentos para que las entidades públicas apliquen el MECI, que la ley determina que serán todas las entidades y organismos del Poder Público, en los organismos de control, electorales, el Banco de la República y las Empresas Industriales y Comerciales del Estado donde se tenga una participación del 90% de capital social. Bajo los principios de autocontrol, autorregulación y auto gestión se establece uno de los objetivos del MECI como es el de Control de Información, el cual fortalece la atención al ciudadano en el sentido que

establece que la información debe ser veraz, oportuna y debe garantizarse su publicidad, entre otras razones para control interno, externo y rendición de cuentas.

Sin duda si se habla del MECI no se puede dejar de lado su integración con el Sistema de Gestión de la Calidad⁶ y la Norma Técnica de Calidad en la Gestión Pública NTCGP 1000:2009 y su aporte a la atención al ciudadano. Puesto que esta última establece: “la alta dirección debe garantizar que los requisitos del cliente se determinan y se cumplen con el propósito de aumentar la satisfacción al cliente” (No. 5.2). A continuación se relaciona en un esquema la integralidad del MECI y la NTCGP en lo que se refiere a la atención y comunicación con el ciudadano.

Tabla 1. Comunicación con el cliente desde el MECI y la NTCGP.

Modelo Estándar de Control Interno	Norma Técnica de Calidad en la Gestión Pública
Subsistema: Control de gestión	7.2 Procesos relacionados con el cliente
Componente: Información	7.2.3. Comunicación con el cliente
Elemento: Información Primaria	
Intencionalidad del Modelo Estándar de Control Interno	Obtener los datos provenientes de fuentes externas con las cuales la entidad está en permanente contacto y determinar otras posibles variables que puedan afectar su desempeño.
Intencionalidad de la Norma Técnica de Calidad en la Gestión Pública	Establecer mecanismos para comunicar al cliente las especificaciones relacionadas del producto o la prestación del servicio y facilitar la comunicación del cliente con la entidad.
Aspectos comunes	Existe información disponible al cliente y medios para que esté en permanente contacto con la entidad. Ejemplos de mecanismos para la comunicación con el cliente son: -buzón de sugerencias

⁶ Congreso de la República. Ley 872 de 2003. Por la cual se crea el sistema de gestión de la calidad en la Rama Ejecutiva del Poder Público y en otras entidades prestadoras de servicios.

-
- peticiones, quejas y reclamos
 - participación ciudadana
 - página electrónica de la entidad
 - portal del Estado Colombiano (Gobierno en línea)

Modelo Estándar de Control Interno	Norma Técnica de Calidad en la Gestión Pública
Subsistema: Control de gestión	
Componente: Comunicación pública	7.2 Procesos relacionados con el cliente
Elemento: Medios de comunicación – comunicación informativa	7.2.3. Comunicación con el cliente
Intencionalidad del Modelo Estándar de Control Interno	Garantizar que mediante el establecimiento de procedimientos, métodos, recursos e instrumentos se difunda la información de la entidad sobre su funcionamiento, gestión y resultados en forma amplia y transparente a los diferentes grupos de interés (clientes y partes interesadas), dando cumplimiento al principio constitucional de la publicidad y transparencia.
Intencionalidad de la Norma Técnica de Calidad en la Gestión Pública	Establecer mecanismos para comunicar al cliente las especificaciones relacionadas del producto o la prestación del servicio y facilitar la comunicación del cliente con la entidad.
Aspectos comunes	<p>Existe información disponible al cliente y medios para que esté en permanente contacto con la entidad.</p> <p>Ejemplos de mecanismos para la comunicación con el cliente son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - respuestas a peticiones, quejas y reclamos electrónicos) - participación ciudadana - proceso de comunicación - canales de divulgación (carteleras, página electrónica, boletines, correos electrónicos).

Fuente: Norma Técnica de Calidad en la Gestión Pública 1000:2009.

Otra de las leyes que fortalece el sistema de atención al ciudadano en las entidades públicas es la Ley Antitrámites⁷ en la cual se establecen las disposiciones de los trámites que se

⁷ Congreso de Colombia. Ley 962 de 2005. Por la cual se dictan disposiciones sobre racionalización de trámites y procedimientos administrativos de los organismos y entidades del Estado y de los particulares que ejercen funciones públicas o prestan servicios públicos.

dan entre los ciudadanos y las entidades públicas. El Departamento Administrativo de la Función Pública (DAFP) coordina el Sistema Único de Información de Trámites (SUIT) que busca facilitar los procesos entre la Administración y los usuarios. Así mismo establece el fortalecimiento tecnológico el cual busca reducir los tiempos y costos en los trámites por parte de los usuarios de la administración pública, a través del apoyo del Ministerio de Comunicación y el DAFP. Lo que más fortalece esta ley en lo que a atención al ciudadano se refiere es que especifica que las quejas y reclamos del usuario se pueden interponer a través medios electrónicos o tecnológicos que deben proveer las entidades.

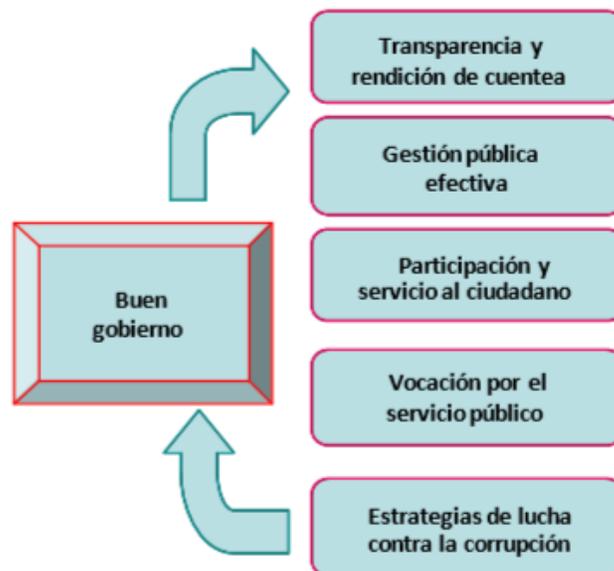
Por otro lado, desde el Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014 se establece la política de Buen Gobierno, participación ciudadana y lucha contra la corrupción⁸, que se relaciona directamente con la atención al ciudadano y busca un fortalecimiento de las instituciones del Estado. Teniendo en cuenta que, uno de los principales problemas de la administración es la corrupción lo que pretende es garantizar la transparencia a través de la rendición de cuentas, de prácticas de Buen Gobierno, de una interacción de los ciudadanos con las instituciones que fortalezcan la participación ciudadana y a su vez el mejoramiento de la administración pública y la democracia.

Esto se puede evidenciar en los principios que rigen el Buen Gobierno: transparencia, gestión pública efectiva, vocación por el servicio público, participación y servicio al ciudadano y

⁸ Departamento Nacional de Planeación. (2010-2014). Plan Nacional de Desarrollo. Cáp. VII Punto A

lucha contra la corrupción. El proceso de rendición de cuentas busca fortalecer la confianza de los ciudadanos hacia las instituciones, esto a través de un empoderamiento de los ciudadanos respecto a lo público y bajo herramientas que facilitan su interacción. Integrando su vez diferentes elementos que facilitan el dialogo y favorecen el acceso de la ciudadanía a las entidades, los tramites antes estas, su capacidad de respuesta y el conocimiento tanto de los ciudadanos como de los servidores públicos.

Figura 1. Principios de Buen Gobierno.



Fuente: Departamento Nacional de Planeación (2010-2014). *Plan Nacional de Desarrollo*.

Para lograr dichos procesos se deben dar espacios de dialogo con los ciudadanos teniendo en cuenta que el lenguaje debe ser claro, debe haber un aprovechamiento máximo de los medios

de comunicación enfocándose en la utilización de los canales electrónicos, para la toma de decisiones se debe contar con completo acceso a la información y así lograr un desarrollo sostenible. En síntesis, la política de Buen Gobierno en lo que respecta a la atención al ciudadano establece que se deben ahondar esfuerzos la cultura de servicio de los funcionarios públicos, en la mejora de los canales de comunicación y en el tratamiento de las solicitudes de los ciudadanos.

Por último, se debe tener en cuenta el Decreto 2623 de 2009 que establece la creación del Sistema Nacional de Servicio al Ciudadano, que se constituye en el sistema que administra, coordina y fortalece la atención y servicio a los ciudadanos por parte de las entidades públicas. Busca mejorar la calidad del servicio y la atención al ciudadano, así como, mejorar e implementar nuevas políticas, medios de comunicación con los ciudadanos que contribuyan al cumplimiento de su objetivo de creación.

La normativa vigente para el caso del sector privado en lo respecta al servicio al cliente y específicamente para entidades financieras es la ley 1328 de 2009 Del régimen de protección al consumidor financiero. Donde se establece que la Superintendencia Financiera de Colombia es entidad que vigila y emite políticas que garanticen la protección a los usuarios de las entidades financieras.

Dicha ley establece que las relaciones entre los consumidores financieros y la entidad deben propender por la satisfacción del cliente, suministrar la información de forma oportuna, transparente y completa. En cuanto a la respuesta de quejas y reclamos de los clientes se debe estar acorde en los tiempos establecidos y generar una mejora continua. Posteriormente, el Decreto 2555 de 2010 es por el cual se recopila y reexpiden las normas en materia del sector financiero, asegurador y del mercado de valores y se dictan otras disposiciones.

La entidad financiera ésta obligada a tener un Sistema de Atención al Consumidor SAC que garantice la educación financiera a los consumidores respecto a operaciones, servicios y entorno del sistema financiero, la debida capacitación a sus funcionarios para una correcta prestación del servicio así como el conocimiento de los procesos para atención de quejas reclamos y su medición para corregirlas.

Es por esto que la entidad financiera a través de la Gerencia de Servicio al Cliente establece el Sistema de Atención al Cliente, en adelante SAC, que no es más que un conjunto de actividades que en primer lugar realiza una caracterización de etapas del proceso: identificación del hecho, medición, control que contribuya a establecer medidas de mejoramiento, monitoreo que es la etapa de seguimiento y de establecimiento de indicadores y estadísticas.

El Sistema de Atención al Cliente para su desarrollo exitoso cuenta con elementos tales como: políticas claras y aplicables, procedimientos documentados y registrados, una estructura

organizacional y capacitación de los funcionarios y clientes para alcanzar una correcta cultura de educación financiera. La política institucional busca adoptar mejores prácticas en la gestión de servicio al cliente, es por ello que establece un código de Buen Gobierno Corporativo con base en pilares como: cultura de atención, servicio y respeto; fortalecimiento de procedimientos para quejas y reclamos; protección de derechos del consumidor financiero y propiciar la educación financiera.

Así mismo, establece una gestión de procesos de manera transversal, es decir, de principio a fin, de causa a efecto, de entradas a salidas, dando como resultado una secuencia de tipificación, identificación, información, causa, plan de acción, frecuencia, control, indicadores y por ultimo monitoreo.

Lo que permite esta secuencia de procesos y sobre todo la frecuencia es medir el riesgo que puede dar el hecho y la clasifica en una escala de 1 a 5 (rara, baja, media, alta y certeza) para determinar si el hecho se da de manera excepcional, pocas veces, algunas, en la mayoría o con seguridad el hecho se presenta. El nivel de riesgo se da al comparar la escala de frecuencia con una escala similar pero que en cambio mide el impacto que ocasiona el hecho (grave, mayor, moderado, menor o insignificante), permitiendo finalmente tomar decisiones en cuanto a acciones inmediatas, alteración de la alta gerencia, responsabilidad gerencial, procedimientos de rutina o administración mediante registro. En consecuencia una vez determinado el riesgo se establece el proceso de control que busca la disminución de este, por lo que, clasifica el control

en preventivo, de detección y correctivo, y a su vez deben ser suficientes, comprensibles, económicos, eficaces, eficientes, efectivos y oportunos.

En lo que respecta a la estructura organizacional lo que define son los niveles de responsabilidad y competencia en el proceso de servicio al cliente, donde se identifique claramente quienes ejercen el control, proceso de evaluación, como se provee la infraestructura que permita el desarrollo del sistema, a quien le compete garantizar la educación financiera de los consumidores en cuanto a procesos, servicios, mercado, tecnología, conocimiento de productos para que estos conozcan sus derechos y puedan tomar decisiones e interponer quejas o reclamos.

Para la entidad financiera el área de servicio al cliente es una fuente fundamental de información, pues desde allí es donde recopilan en un principio la información personal de los clientes, de sus productos y de sus necesidades y expectativas. Cuando se trata de ofrecer un servicio o un producto independientemente el tipo de organización no se puede dejar de lado cuales son las necesidades de los usuarios o clientes, y deben constituir el eje fundamental de cualquier proceso que se lleve cabo con el fin de satisfacer dichas necesidades.

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN APLICADAS A LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE EN COLOMBIA

Uno de los canales de servicio y atención al cliente y al ciudadano es los Call Center, en Colombia en su mayoría se encuentran contratados con terceros. Como es el caso de la entidad financiera este servicio lo tiene subcontratado con una empresa que presta dicho servicio, la cual ésta obligada a cumplir con la normativa que hace referencia a la seguridad de la información y como figura ante el cliente a garantizar la calidad de servicio.

La empresa de Call Center cuenta con diferentes mecanismos para garantizar tanto a su cliente para el caso la entidad financiera como al usuario final, un servicio transparente, oportuno y de calidad. Dichas empresas estructuran áreas de apoyo en busca del objetivo donde se capacita a los empleados, se monitorea constantemente el servicio prestado se definen estándares de calidad y prestación del servicio.

Así como la entidad financiera en su sistema de atención plantea la medición y creación de indicadores de servicio, estas empresas no están ajenas a ello, contractualmente con la entidad financiera se establecen indicadores de atención y servicio donde sin duda juegan un papel importante las áreas de apoyo y la tecnología implementada. Un valor agregado que ofrece la empresa de Call Center es la retroalimentación a la entidad financiera tanto de procesos que requieren una mejora, como de insatisfacciones de los clientes en cuanto al producto.

Para el caso de las entidades públicas, y dando alcance a la política de Buen Gobierno que busca intensificar el uso de los medios electrónicos, cada vez es más frecuente a estas el acceso a través de páginas de internet y chat de servicio. Todas las entidades públicas sino cuentan con un servicio de chat, por lo menos si con una página de internet y desde la misma la opción de envío de correos electrónicos y de contacto a través de envío de mensajes.

De igual manera la entidad financiera ha utilizado los canales electrónicos como herramienta para la atención al cliente y capacitación del consumidor financiero, cuenta con una página de internet que provee el servicio de chat, con un correo electrónico específico de servicio al cliente, y además integra otros canales para mejorar la transaccionalidad de las operaciones como los son mensaje de texto y acceso a información de los productos a través de celulares móviles más conocido como el servicio de Banca Móvil.

Los puntos de atención u oficinas de servicio al cliente juegan un papel importante en las organizaciones ya que son el canal que facilita el acceso a la información para los usuarios que aún no se involucran en la cultura de los canales telefónicos y electrónicos. Es así como entidades públicas y entidades financieras cuentan con un lugar específico para la atención de usuarios en el caso de lo público y clientes y usuarios en lo que respecta al área financiera. Así mismo la Radio y la Televisión son medios de comunicación que facilitan la publicidad de la información y capacitación a los usuarios, tanto de las entidades públicas como privadas. Aunque se ve más marcado con el Gobierno y la implementación de la estrategia Urna de Cristal.

ALCANCE DEL SERVICIO AL CLIENTE EN COLOMBIA.

Una de los programas más fuertes que ha utilizado el gobierno para la atención a los ciudadanos ha sido el programa Gobierno en Línea, el cual para el año 2011 logró una participación del 55% de los colombianos en la relaciones con el Estado. De los cuales el 49% manifestó haber interpuesto quejas o solicitudes ante una entidad pública, el 47% realizo por lo menos un trámite, el 36% realizo pagos a través de medios electrónicos de servicios o trámites y un 23% utiliza canales electrónicos para la participación en la definición de normas o planes políticos. Así mismo el 49% de los ciudadanos que se encuentran registrados en una red social un 23% ha interactuado con entidades públicas.

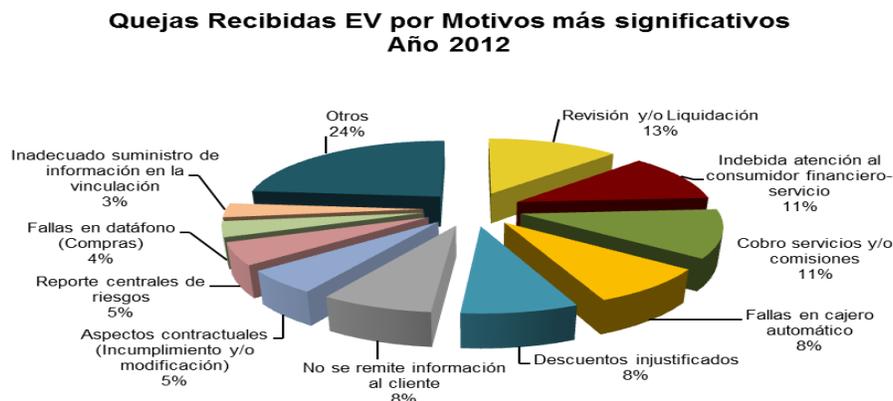
De igual manera, las empresas también en un 77% han interactuado con las entidades públicas a través de Gobierno en línea, las cuales en un 81% obtuvieron información de las entidades públicas, el 79% información de trámites, 55% peticiones a entidades públicas, 71% ha realizado pago de trámites y un 81% considera que Gobierno e línea facilita la interacción con las entidades públicas. Es así como en un 50% las discusiones de planes, programas y consultas de las entidades territoriales se han realizado a través de medios electrónicos.⁹

⁹Presidencia de la República (2012).Programa Gobierno en Línea. Recuperado de <http://www.programa.gobiernoenlinea.gov.co/nuestros-servicios.shtml?apc=b-x;x;x;x1-&x=132>

Un estudio realizado a finales de 2012, refleja que la iniciativa gubernamental Urna de Cristal se reconoce en 71.4% de los ciudadanos encuestados como una herramienta de comunicación directa con el Gobierno, siendo el mayor canal Internet. Quienes no conocen de la iniciativa manifiestan en un 94% que harían uso más fácilmente de Internet y las redes sociales.¹⁰

Para el caso de las entidades financieras el ente rector es la Superintendencia Financiera de Colombia, quien además de propender por el cumplimiento de las normas recopila información respecto a la protección del consumidor financiero. A continuación se relaciona información estadística de las quejas que los usuarios financieros interponen ante las entidades.

Figura No. 2 Motivos de Quejas a las Entidades Financieras



Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia

10 Presidencia de la República (2012). Plan de Participación 2013 Iniciativa Urna de Cristal. Recuperado de <https://docs.google.com/viewer?url=http://201.234.78.83/Documentos/PlandeParticipacionUrnadeCristal2013.pdf&chrome=true>

Para el año 2012, uno de los porcentajes más altos en las quejas interpuestas ante las entidades los constituye la indebida atención al consumidor financiero en un 11% y en falta de entrega de información en un 8%. Sin duda alguna todavía existe un reto importante en lo que se refiere a atención al cliente así como lo manifiesta Cuellar (2013), Presidente de Asobancaria:

Allí, nuevamente aunque ha habido grandes avances regulatorios y en términos de mecanismos de protección y de transmisión de información, reconocemos que el reto hacia adelante es grande a fin de mejorar los procedimientos de atención al cliente y estamos comprometidos con ello. (pág. 14)

Pero por otro lado, los canales electrónicos implementados por las entidades financieras si han fortalecido el acceso de los usuarios a las transacciones electrónicas y la consulta de información, generando un incremento del 34% de 2011 a 2012 en la cantidad de dinero transada a través del uso de internet y 78% en las consultas realizadas a través de Banca Móvil.¹¹

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LAS ENTIDADES PÚBLICAS.

Dado que para la entidad financiera privada es de gran de importancia la facilidad que se pueda dar al cliente y a los usuarios en la transaccionalidad de las operaciones financieras, proveen recursos como la página de internet, línea de atención y celulares móviles. Las

¹¹ ASOBANCARIA, (2013). IV Congreso de acceso a servicios financieros, sistemas y herramientas de pago. Inclusión financiera: un propósito de todos. *Discurso de instalación*. Pág. 5.

entidades públicas han hecho uso de estos canales también y aunque se hace más común la página de internet no está demás fortalecer el acceso telefónico y las aplicaciones móviles, para con esto llegar a personas que el uso de las herramientas web no es común o no es de fácil acceso.

El reto de brindar un acceso cada vez mayor a la población, para el caso de las entidades públicas no tiene punto de comparación respecto a la población que se dirige la entidad financiera, y el sector público se encuentra con desventajas en cuanto al tipo de población, puesto que la sociedad en Colombia no ha generado una cultura de utilización de los medios electrónicos, en muchos casos por el acceso a las herramientas tecnológicas y en otro por la falta de capacitación.

Desventaja que el gobierno ha intentado eliminar, y un punto a favor en ello es la implementación de los canales de radio y televisión que por tradición han hecho parte de los hogares en Colombia. El desconocimiento de lo público por parte de la población Colombiana es una gran barrera, sin embargo, el estado a través de la normativa y a partir de diferentes programas busca cambiar este panorama.

OPORTUNIDADES DE MEJORA EN EL SERVICIO AL CIUDADANO DE LAS ENTIDADES PÚBLICAS

Sin duda el reto para las entidades públicas es grande en el sentido que implementar nuevos canales de comunicación implica también facilitar el acceso de los ciudadanos y la capacitación para la utilización de los mismos, sin embargo, no se puede desconocer que el gobierno ha realizado un gran esfuerzo en garantizar el acceso de la ciudadanía a la información y a la participación. Las entidades del sector público encontrarían una gran ventaja en la tercerización de procesos como la atención telefónica, dado que es una de los mercados que ha tenido gran desarrollo en Colombia y actualmente son diferentes las empresas que proveen este tipo de servicios las cuales cuentan con la experiencia de diferentes tipo de empresas como clientes.

Uno de los canales que el gobierno ha utilizado y que ha servido en gran medida para acceder a la población joven y así mismo empezar a crear esa cultura de participación y acceso a la información ha sido las redes sociales. Actualmente todas las entidades, sino en su mayoría las del orden nacional, cuentan con una cuenta de Facebook o de Twitter, y así como la entidad financiera provee información a sus seguidores y tiene la opción de recepción de quejas y reclamos, estas redes se han convertido para las entidades del Estado y deben seguir constituyendo una herramienta de entrega de información y retroalimentación.

Así como una empresa privada y teniendo en cuenta que la cobertura para el Estado y las entidades del orden Nacional y Territorial constituye en un reto cada vez mayor, se hace necesario realizar una distinción de la población a la que se le presta determinado servicio o a la que se pretende brindar información. Sin desconocer con ello que el lenguaje que se emplee en todos los ámbitos debe ser claro y entendible para la ciudadanía en general, dado que se convierte en un elemento fundamental para el proceso de entendimiento de las necesidades de la población. Dicho entendimiento contribuye a encaminar los diferentes planes, programas y/o políticas que desde las entidades se busquen adelantar.

Como para las empresas privadas, en el sector público el servicio al ciudadano no se puede convertir en un hecho aislado dentro de las entidades, donde los funcionarios públicos no tengan una participación en la búsqueda de esa atención a la población y a su vez en la satisfacción de necesidades. Esta participación, parte del hecho que debe existir una filosofía de servicio, donde desde el capital humano de las entidades se perciba esa actitud, conciencia y compromiso que contribuya a sí mismo a la réplica de buenas prácticas a nivel interno de las organizaciones y porque no a otras del sector público fortaleciendo un proceso de mejora continua donde se le brinde al ciudadano una atención eficiente.

CONCLUSIONES

Desde la Constitución Colombiana se han establecido principios que sustentan normativamente el servicio al ciudadano por parte de las organizaciones del Estado, la legislación a lo largo de los últimos años denota una búsqueda por la integración de los sistemas de información, por el acceso a información confiable, de calidad y oportuna, por la participación ciudadana en los procesos políticos y por la satisfacción de las necesidades sociales y económicas de la población. Con una sociedad que poco a poco se empieza a cuestionar acerca del papel del Estado y a reclamar gobiernos que realmente encaminen al país al desarrollo y al crecimiento económico, con equidad y justicia, es así como se da la generación de políticas estatales de Buen Gobierno que buscan precisamente responderle a la población.

Del mismo modo, con la globalización de los mercados y el desarrollo de nuevas tecnologías el Estado no se queda corto en la implementación de herramientas que faciliten la interacción con la población, desde el uso de canales web hasta medios masivos y tradicionales como radio y televisión. Y aunque el reto de llevar la aplicación de las políticas a la práctica de las entidades no es sencillo, con el desarrollo de diferentes programas el Estado busca fortalecer los procesos de atención al ciudadano donde haya una participación de las entidades que retroalimente hacia una mejora continua.

Al sector público le queda aprender las buenas prácticas del sector privado para llegar a procesos eficaces, integrados con una cultura de servicio que nazca desde los mismos funcionarios públicos y encaminados a una cobertura cada vez mayor.

REFERENCIAS

- ASOBANCARIA, (2013). IV Congreso de acceso a servicios financieros, sistemas y herramientas de pago. Inclusión financiera: un propósito de todos. *Discurso de instalación*. Pág. 5.
- Ballard, J., Finch, F., Blanchard, K. (2005). Clientemanía. Nunca es demasiado tarde para construir una empresa centrada en el cliente. Caracas: Grupo Editorial Norma.
- Congreso de Colombia. Ley 87 de 1993. Por la cual se establecen normas para el ejercicio del control interno en las entidades y organismos del estado y se dictan otras disposiciones.
- Congreso de Colombia. Ley 872 de 2003. Por la cual se crea el sistema de gestión de la calidad en la Rama Ejecutiva del Poder Público y en otras entidades prestadoras de servicios.
- Congreso de Colombia. Ley 962 de 2005. Por la cual se dictan disposiciones sobre racionalización de trámites y procedimientos administrativos de los organismos y entidades del Estado y de los particulares que ejercen funciones públicas o prestan servicios públicos.
- Congreso de Colombia. Ley 1328 de 2009. Por la cual se dictan normas en materia financiera, de seguros, del mercado de valores y otras disposiciones.
- Constitución Política. Capítulo V De la Función Administrativa.
- Departamento Nacional de Planeación (2010-2014). Plan Nacional de Desarrollo. Cap. VII
- JIMENEZ, Juan Carlos (2010). Arte Supremo, 50 prácticas de buena atención al cliente. Caracas
- Martínez, L. (2007). Consideraciones teóricas sobre atención al cliente. Eumed.net [versión electrónica]. La Habana: Eumed.net, <http://www.eumed.net/ce/2007a/lmm.htm>
- Norma Técnica de Calidad en la Gestión Pública NTCGP 1000:2004
- Presidencia de la República. Decreto 1 de 1984. Código Contencioso Administrativo.
- Presidencia de la República. Decreto 663 de 1993. Por medio del cual se actualiza el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero y se modifica su titulación y numeración. Pte. Tercera.

Presidencia de la República. Decreto 663 de 1993 Cap. XIV Reglas relativas a la competencia y a la Protección Del Consumidor.

Presidencia de la República. Decreto 1599 de 2005. Por el cual se adopta el Modelo Estándar de Control Interno para el Estado Colombiano.

Presidencia de la República. Decreto 2623 de 2009. Por el cual se crea el Sistema Nacional de Servicio al Ciudadano.

Presidencia de la República (2012). Programa Gobierno en Línea. Recuperado de <http://www.programa.gobiernoenlinea.gov.co/nuestros-servicios.shtml?apc=b-x;x;x1-&x=132>

Presidencia de la República (2012). Plan de Participación 2013 Iniciativa Urna de Cristal. Recuperado de <https://docs.google.com/viewer?url=http://201.234.78.83/Documentos/PlandeParticipacionUrnadecristal2013.pdf&chrome=true>