



SISTEMA DE GESTIÓN DE ATENCIÓN AL CIUDADANO



SISTEMA DE GESTIÓN DE ATENCIÓN AL CIUDADANO



RECTOR

Brigadier General Hugo Rodríguez Durán

VICERRECTOR GENERAL

Mayor General Jairo Alfonso Aponte Prieto

VICERRECTORA ACADÉMICA

Olga Lucía Illera Correal

VICERRECTORA DE INVESTIGACIONES

Ingeniera Hilda Marcela Iregui Guerrero

VICERRECTOR SEDE CAMPUS NUEVA GRANADA

Brigadier General Héctor Eduardo Peña Porras

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

Capitán de Navío Rafael Antonio Tovar Mondragón

JEFE OFICINA ASESORA DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO E INTELIGENCIA COMPETITIVA

Doctor José William Castro Salgado

Grupos de interés: un compromiso con responsabilidad social

© Universidad Militar Nueva Granada

Primera edición: noviembre de 2018

Todos los derechos reservados y se acoge en un todo a la Ley 23 de 1982, artículo 32

Edición y textos:

Doctor José William Castro Salgado

Jefe Oficina Asesora de Direcciónamiento Estratégico e Inteligencia Competitiva

Sección Atención al Ciudadano.

Concepto gráfico, diseño y diagramación:

Diana Guayara V.

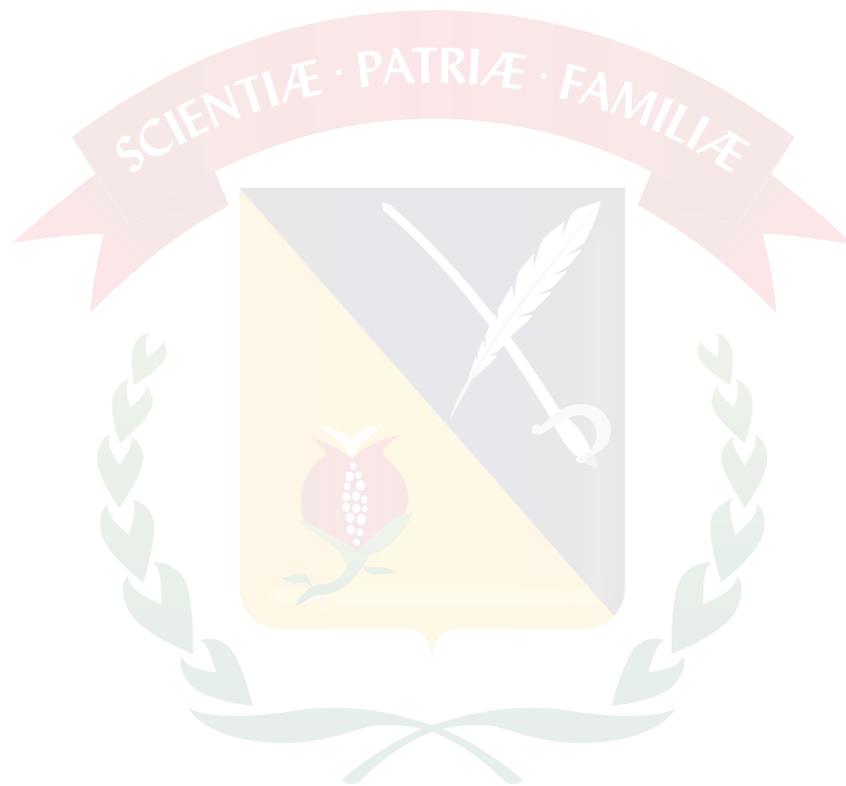
Este libro hace parte de las memorias del estudio prospectivo para la Universidad Militar Nueva Granada al 2035.

® Bogotá D. C.



Contenido

<i>Presentación</i>	7
<i>Objetivo 1. Arreglos institucionales de espacios para la atención a Grupos de Interés</i>	9
1.1 Estrategia	9
1.2 Proceso de implementación	10
Portales de auto atención y omnicanalidad universitaria / egresado	10
Omnicanalidad para el manejo de quejas, reclamos y solicitudes	10
Campañas de email marketing para prospectos actualización de datos	11
Monitoreo de redes sociales y gestión de casos por redes sociales	11
Reportes y analíticos de actividades	11
<i>Objetivo 2. Procesos y procedimientos</i>	12
2.1 Proceso PQRSDF	12
2.2 Estrategias	14
<i>Objetivo 3. Cultura de servicio</i>	15
3.1 Estrategias	15
<i>Objetivo 4. Estructura física y tecnológica para el servicio</i>	17
4.1 Modalidades de atención al usuario	17
4.2 Canales de atención	17
Atención presencial	17
Atención telefónica	19
Atención virtual	19
4.3 Estrategia	19
<i>Objetivo 5. Medición de calidad del servicio</i>	20
5.1 Estrategia	20
<i>Objetivo 6. Información completa y clara</i>	21
6.1 Estrategia	21
<i>Referencias</i>	23





Presentación

En el entendido que la Responsabilidad Social en la Universidad Militar Nueva Granada es tomada como: “La praxis desarrollada a partir de los desafíos que plantean el sistema educativo colombiano, el Proyecto Institucional y el Plan de Desarrollo Institucional, y que permitan dar soluciones efectivas a la sociedad en general y en especial a los miembros del Sector Defensa”¹, y en virtud de las buenas prácticas, se desarrolla el **Sistema de Gestión de Atención al Ciudadano**, alineado al Modelo de Gestión Pública Eficiente de Atención al Ciudadano (CONPES 3785), mediante el cual se establecen estrategias que promueven la eficiencia y efectividad con la que los grupos de interés acceden a la información, dando paso a la mejora continua de las capacidades para atender sus requerimientos con oportunidad y calidad.

Con estos lineamientos y teniendo un enfoque basado en el cliente y una visión de largo plazo, la universidad fundamenta su **Sistema de Gestión de Atención al Ciudadano** en seis objetivos (Figura 1).

¹ Universidad Militar Nueva Granada (2013). *Plan de Desarrollo Institucional 2009-2019*. Bogotá, Colombia: Universidad Militar Nueva Granada.

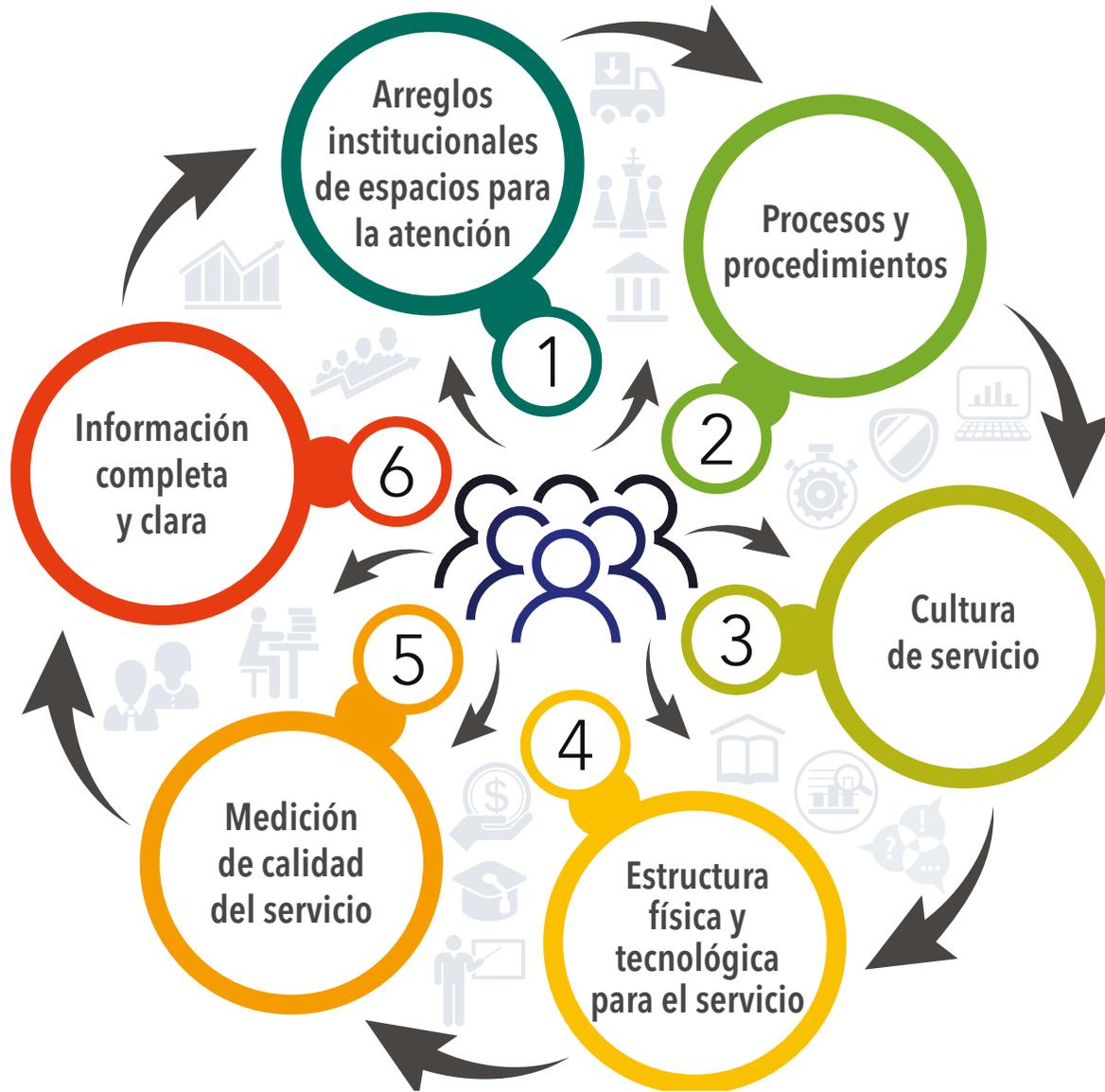
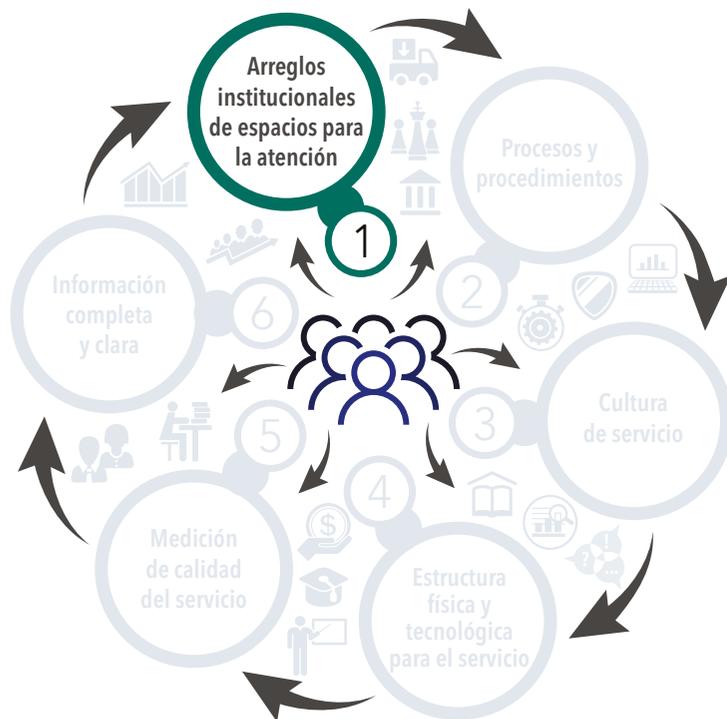


Figura 1. Objetivos Sistema de Gestión de Atención al Ciudadano.

Fuente: elaboración propia.

Objetivo 1. Arreglos institucionales de espacios para la atención a Grupos de Interés



Cuando se habla de *arreglos institucionales*, se hace referencia al compromiso institucional que se tiene respecto al tema de atención al ciudadano y la formulación de acciones de mejora al interior de la universidad.

1.1 ESTRATEGIA

Con el objetivo de mejorar el servicio que se brinda, la UMNG está diseñando –con apoyo de la Oficina Asesora de Tecnologías de la Información y Comunicaciones– un software de integración de información (CRM) que facilitará la unificación y actualización de datos en un solo sitio, permitiendo el acceso a la información que requiera cada dependencia en su momento, para evitar el redireccionamiento de solicitudes de los grupos de interés, ofrecer solución inmediata y enriquecer la relación que la institución tiene con estos (Figura 2).

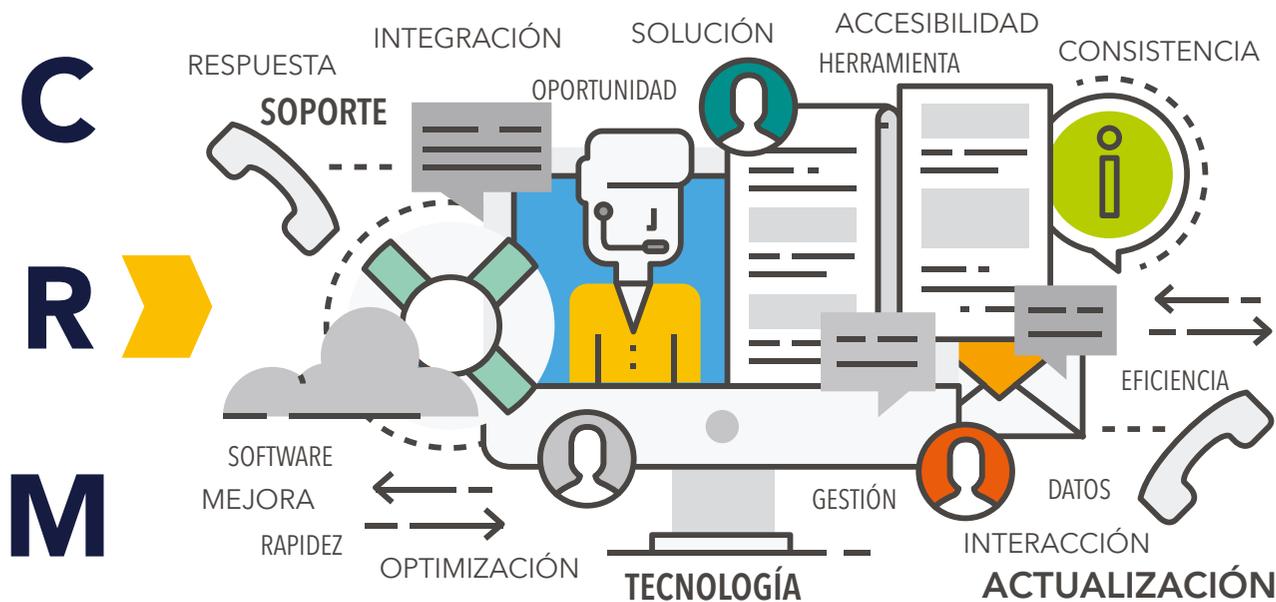


Figura 2. CRM para atención al ciudadano.

Fuente: elaboración propia.

1.2 PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN

La Oficina Asesora de Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones ha venido gestionando actividades que permitan alcanzar un modelo de victorias tempranas, que favorece la implementación de cinco (5) mejoras importantes, así:

Portales de auto atención y omnicanalidad universitaria / egresado

Consiste en el desarrollo de un portal responsivo completamente funcional para formatos web y web móvil, que aportará una vista integral de información básica del

solicitante, así como la lista de sus casos y el estado en el que estos se encuentran.

En ese mismo sentido, el portal de auto atención para egresados proporcionará contenido de acceso privado y diferenciado, y tendrá en esencia las mismas características del portal de atención para la comunidad universitaria.

Omnicanalidad para el manejo de quejas, reclamos y solicitudes

Actualmente el trámite de PQRSDF se hace por medio del módulo KAWAK, en el cual se recibe y da respuesta a solicitudes de los grupos de interés. La propuesta de

contar con una única mesa de ayuda en donde la Sección de Atención al Ciudadano maneje de forma centralizada las solicitudes, reclamos y peticiones enviadas por los grupos de interés, permitirá monitorear y actualizar los tiempos de respuesta, utilizar la base de conocimiento para dar respuesta, configurar textos estándar por canal para homogeneizar las comunicaciones con la comunidad universitaria y establecer hasta cinco (5) acuerdos de nivel de servicio para la atención de PQRSDF.

Campañas de email marketing para prospectos actualización de datos

La universidad cuenta actualmente solo con algunos canales que permiten el envío de información a la comunidad neogranadina por parte de las distintas unidades académico-administrativas. La implementación del modelo de victorias tempranas permitirá la centralización del envío de correos de marketing o mailings en un solo punto y el uso de correos para notificar a estudiantes, docentes y demás interesados de la comunidad universitaria en cuanto a la radicación de solicitudes y la respuesta de estas.

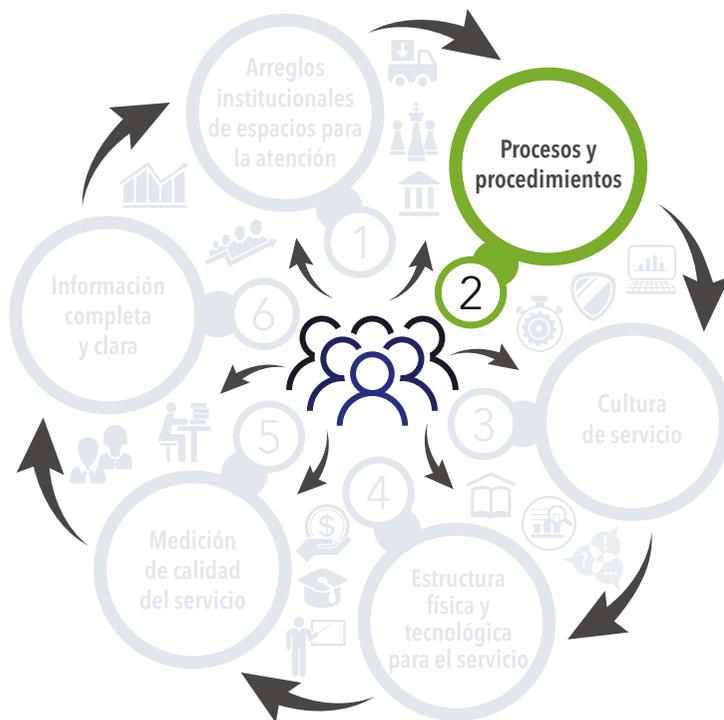
Monitoreo de redes sociales y gestión de casos por redes sociales

La interacción institución-grupo de interés, por medio de las redes sociales, le permite a la UMNG establecer relaciones que lleven al cumplimiento de sus objetivos y alcanzar posicionamiento web. Actualmente la universidad cuenta con perfiles en Facebook, Twitter e Instagram. El monitoreo en un solo punto que se pretende realizar a estas cuentas permitirá la obtención de temas, tendencias y mensajes relevantes acerca de la imagen que se percibe de la universidad; dar respuesta directamente sobre la red social y comprender a los grupos de interés para priorizar y enfocar interacciones, permitiendo el aumento de la productividad.

Reportes y analíticos de actividades

Esta solución permitirá la consolidación de estadísticas acerca del desempeño y cumplimiento de indicadores de gestión, conocer cómo se encuentra la universidad con relación a la competencia, además de ser base para la implementación de planes de mejora.

Objetivo 2. Procesos y procedimientos



Actualmente se cuenta con un Manual de Atención al Ciudadano dirigido a los funcionarios de la planta global, empleados públicos y contratistas que se encuentran directa o indirectamente involucrados con la atención a grupos de interés. Dentro de este se encuentran explícitas diversas herramientas sobre la manera de actuar frente a requerimientos que realice el ciudadano, ya sea de forma presencial o virtual.

A su vez, existen protocolos de ingreso y atención inmersos en el manual, que especifican las acciones que los funcionarios deben realizar para la correcta prestación del servicio.

2.1 PROCESO PQRSDF

Como se mencionó anteriormente, el manejo de peticiones, quejas, reclamos, sugerencias y felicitaciones se hace a través del módulo de KAWAK administrado por la sección de Atención al Ciudadano, lo que permite sistematizar ese procedimiento (Figura 3).

<http://www.umng.edu.co>

Una vez se encuentre en la página web de la universidad, diríjase y de clic en la opción PQR, ubicada en la parte superior derecha



Cuando se encuentre en la página de peticiones, quejas, reclamos, sugerencias y denuncias de la UMNG, de clic en "Ingrese aquí", como se indica en la imagen



Principial Nueva Incidencia

Por favor escriba su Incidencia. Si tiene dudas sobre la categoría haga clic en Definiciones

Las referencias en cada campo indican a qué campo se obligaron

INFORMACIÓN DEL USUARIO

Nombre del cliente: Email:

Documento de identidad: Tipo Solicitante:

País: Departamento:

Ciudad: Celular:

Teléfono fijo:

REPORTEACIÓN SOLICITUD

Categoría:

Producto:

Asunto:

Descripción:

Adjuntos:

Para comenzar a llenar el formulario de presentación de PQR, debe dar clic en la opción "Enviar incidencia", que se encuentra en la parte inferior de la pantalla

Email:

Número de Incidencia:

Complete los campos del formulario y de clic en "Enviar"

Tenga en cuenta que los tiempos de respuesta establecidos por la UMNG, de conformidad con la Ley 1755 de 2015, art. 14

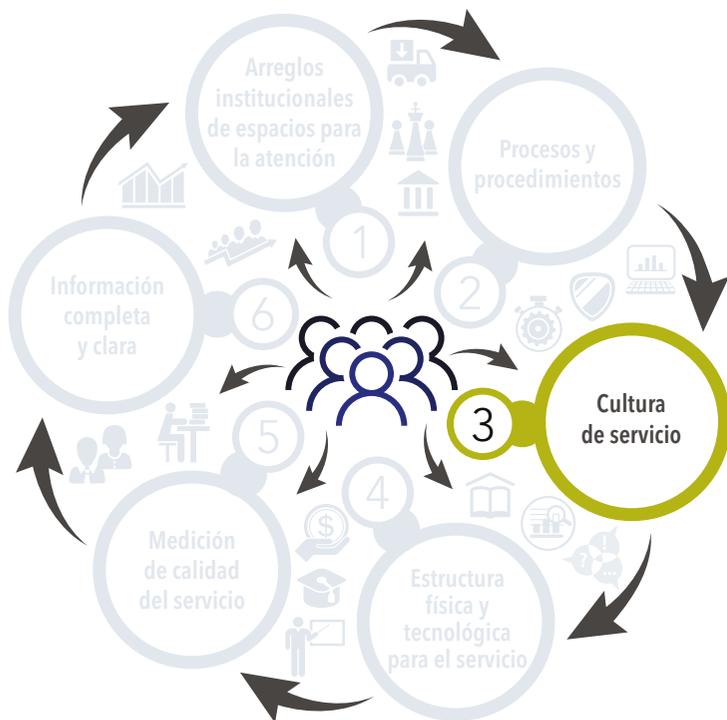
Figura 3. Proceso de ingreso a PQRSDF.

Fuente: elaboración propia.

2.2 ESTRATEGIAS

- Promover la evaluación de trámites existentes que pueden realizarse por medio del canal virtual, para dar cumplimiento así a las actividades descritas en el Plan Anticorrupción.
- Incentivar el uso de medios tecnológicos que faciliten los procesos, tanto en los funcionarios como en los grupos de interés.

Objetivo 3. Cultura de servicio



Cuando se habla de cultura, se hace referencia a capacitaciones, campañas, eventos y demás actividades que la UMNG realiza para generar conciencia en los funcionarios acerca de la importancia de prestar un servicio de calidad a los grupos de interés.

En ese sentido, la Universidad ha venido adelantando actividades que invitan a los funcionarios a mejorar el servicio que se presta a los grupos de interés, en especial a través del canal telefónico, haciendo énfasis en la responsabilidad que tiene el funcionario de contestar el teléfono y atender solicitudes por este medio, mejorando así la percepción y satisfacción de estos.

3.1 ESTRATEGIAS

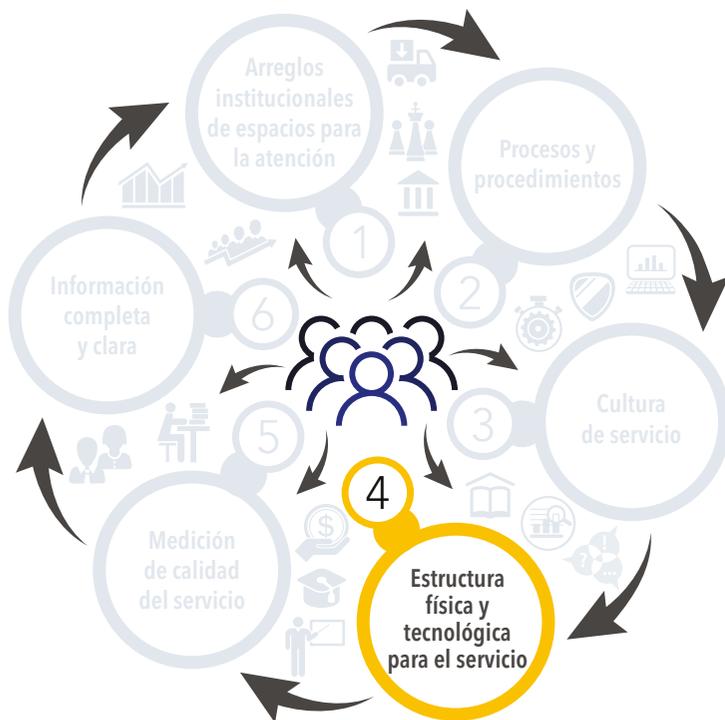
Establecer una cultura de atención a grupos de interés a través de campañas, talleres informativos, capacitaciones y demás actividades que se realicen de forma semestral, en la cual se haga partícipe a la comunidad neogranadina directamente implicada con la atención de solicitudes y se creen hábitos de buena actitud, disposición, toma

de decisiones, establecimiento de relaciones grupos de interés-institución y demás factores que permitan incrementar el nivel de satisfacción de los mismos.

A su vez, dentro del desarrollo de estas actividades, es importante que se reconozca la buena gestión que los funcionarios han realizado anteriormente, teniendo como

referencia los niveles de satisfacción logrados, pues de esta forma se establece una motivación que los lleve al mejoramiento de la atención que brindan. Los incentivos que se darán a los funcionarios se establecerán en el momento en que se realice la actividad de identificación de estos.

Objetivo 4. Estructura física y tecnológica para el servicio



4.1 MODALIDADES DE ATENCIÓN AL USUARIO

Para interactuar con los grupos de interés, la Universidad Militar Nueva Granada cuenta con tres modalidades de comunicación: presencial, telefónica y virtual (Figura 4).

4.2 CANALES DE ATENCIÓN

La UMNG coloca a disposición del ciudadano los medios más comunes y de fácil acceso para atender sus solicitudes:

Atención presencial

Se brinda directamente en las instalaciones de la UMNG, independiente de la sede a la que el ciudadano se dirija.

Características:

- Se establece un contacto visual con el interlocutor.
- Se brinda información de todos los trámites y servicios de la UMNG, posibilitando realizar o iniciar varios de ellos.
- El horario de atención presencial al ciudadano está sujeto al horario de atención de las oficinas de la UMNG.



Figura 4. Modalidades de atención al usuario.

Fuente: elaboración propia.

Es importante resaltar que el papel que juegan los funcionarios involucrados en la atención presencial se ve enmarcado por su actitud y disposición de servicio; por ende, deben cumplir con los requisitos que se encuentran en el Manual de Atención al Ciudadano:

- Presentación personal.
- Conducta.
- Puesto de trabajo.

Atención telefónica

Tiene como objetivo atender las consultas y demandas de los ciudadanos que se comuniquen por este canal sobre información de trámites y servicios que se realizan en la universidad.

Características:

- Posibilita que el ciudadano acceda a toda la información que requiera sin necesidad de desplazarse a las instalaciones de la Universidad.
- Ofrece atención de calidad y de acuerdo a los principios de atención.
- En la página web de la universidad <http://www.umng.edu.co/> se pueden encontrar las extensiones de cada dependencia, permitiéndole al ciudadano realizar directamente la llamada al área de su interés.

Atención virtual

El canal web de atención se desarrolla en la interacción de los ciudadanos con la universidad a través de los correos electrónicos atencionalciudadano@unimilitar.edu.co y PQR@unimilitar.edu.co además del Formulario PQR en el módulo de KAWAK.

Características:

- Canal abierto (disponibilidad los siete días de la semana, las 24 horas del día).
- Tiene la misma capacidad, efectividad y formalidad de respuesta que los otros canales.

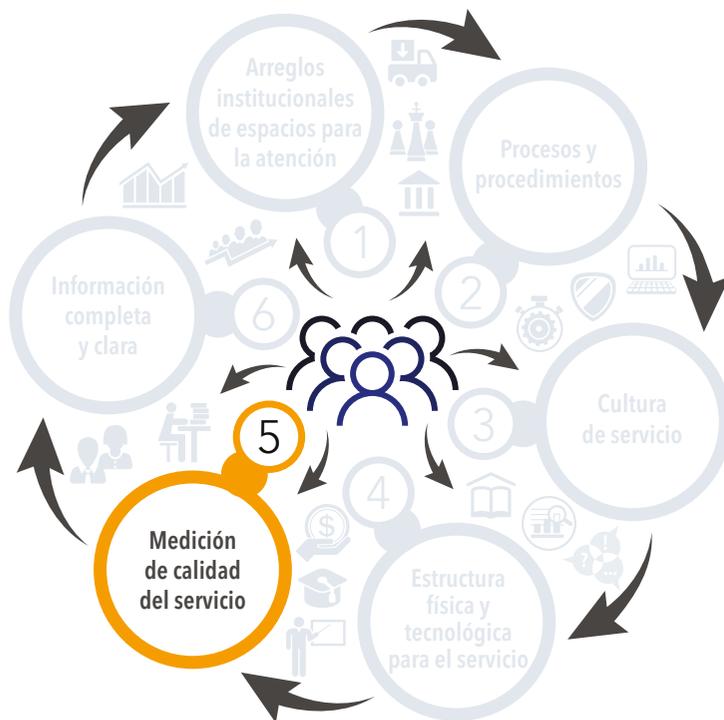
Aspectos a tener en cuenta:

- La respuesta al ciudadano se debe dar en forma concreta y clara, usando lenguaje que evite términos técnicos.
- Se dirige al nombre del ciudadano que realiza la petición o solicitud, exceptuando los casos en que no se identifique, en estos el destinatario es genérico.

4.3 ESTRATEGIA

Además de los tres canales con que cuenta la UMNG para brindar información a los grupos de interés, establecer **Kioscos Informativos** como cuarto canal de atención, brindando información consistente, para que tanto los estudiantes como las personas externas a la Universidad y demás grupos de interés obtengan la misma información ante cualquier solicitud que realicen. Estos kioscos proporcionarán información de forma interactiva, debido a su capacidad de presentarla mediante gráficos, videos y fotografías, y estarán ubicados en todas las sedes.

Objetivo 5. Medición de calidad del servicio

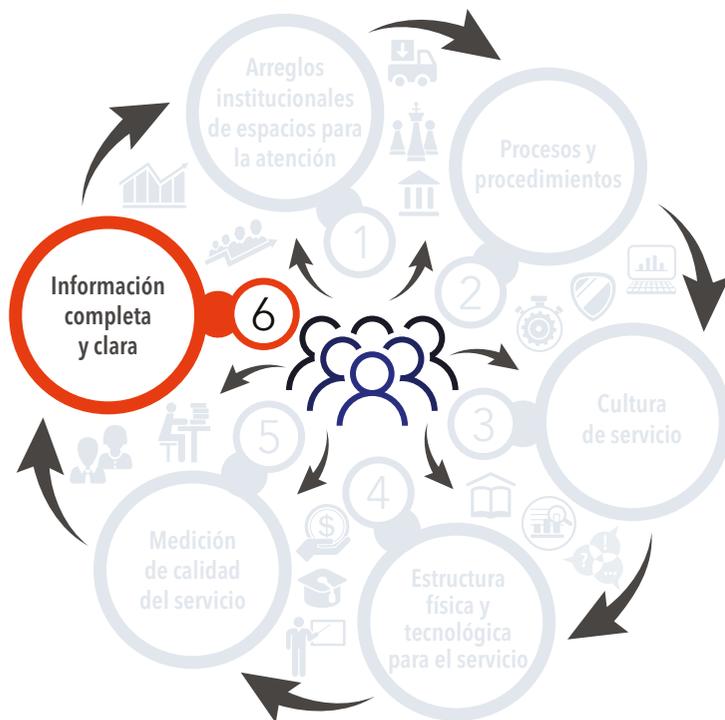


Como entidad pública, para la Universidad Militar Nueva Granada es importante conocer la percepción que tienen sus grupos de interés tanto internos como externos. Por ello se encuentra realizando encuestas que permitan conocer el nivel de satisfacción una vez se da solución a su requerimiento, a través de la Oficina Asesora de Direccionamiento Estratégico e Inteligencia Competitiva.

5.1 ESTRATEGIA

Realizar encuestas enfocadas al interior de algunas divisiones para conocer el grado de satisfacción de los grupos de interés con relación al servicio que los funcionarios prestan. La unificación de estas encuestas permite conocer de forma general tanto el nivel de satisfacción como la percepción que estos grupos tienen acerca de la atención brindada por la institución, permitiendo la identificación de falencias e implementación de acciones de mejora, de forma periódica.

Objetivo 6. Información completa y clara



La Oficina Asesora de Direccionamiento Estratégico e Inteligencia Competitiva, a través de la Sección de Atención al Ciudadano, se encuentra efectuando la revisión a la página web y la aplicación móvil, identificando falencias y elaborando propuestas de mejora que se comparten con cada dependencia responsable para que sean ellos mismos quienes las implementen, lo anterior con el fin de proveer información actualizada a los grupos de interés.

Para que este proceso tenga éxito una vez se comparten las propuestas de mejora, se establece un plazo máximo para la actualización.

6.1 ESTRATEGIA

Actualizar de forma periódica las preguntas frecuentes y el directorio telefónico que se encuentran en la página web de la Universidad, además de continuar con la revisión que se hace en general a esta y a la aplicación móvil, para garantizar que los grupos de interés accedan a información correcta sobre la forma, el lugar y el tiempo con el que se atenderá su solicitud.

En cuanto a la actualización del directorio telefónico es necesaria la participación y colaboración de cada dependencia académico-administrativa para obtener información de sus funcionarios como:

- Extensión.
- Nombres completos.

- Procesos que desarrolla.
- Correo electrónico.

La alimentación de la base de datos para la actualización del directorio telefónico se hará por medio de solicitud enviada por correo electrónico a cada dependencia, con un plazo máximo para enviar la información.



Referencias

- Consejo Nacional de Política Económica y Social. (15 de Marzo de 2010). *MinTic*. Obtenido de https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3507_documento.pdf
- Consejo Nacional de Política Económica y Social. (09 de Diciembre de 2013). Obtenido de http://www2.igac.gov.co/igac_web/normograma_files/CONPES%203785%20DE%202013.pdf
- Departamento Administrativo de la Función Pública. (16 de Mayo de 2018). *Función Pública*. Obtenido de Función Pública: <http://www.funcionpublica.gov.co/documents/418537/506977/Modelo+de+Servicio+al+Ciudadano+2017/cb387d66-6f52-4568-b075-c492ffa6a8c1>
- Organización Internacional de Estandarización. (2010). *International Organization for Standardization*. Obtenido de https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/discovering_iso_26000-es.pdf
- Universidad Militar Nueva Granada. (30 de Junio de 2017). Obtenido de Módulo KAWAK.
- Universidad Militar Nueva Granada. (02 de Mayo de 2018). Obtenido de Módulo KAWAK.

SISTEMA DE GESTIÓN DE ATENCIÓN AL CIUDADANO



Una **universidad** de
y para **todos**