



## **INFORME SEGUIMIENTO PROCESO ATENCIÓN AL USUARIO**

---

**PRIMER SEMESTRE 2014**

**OFICINA DE CONTROL INTERNO  
CANAL CAPITAL**

**Ivonne Andrea Torres Cruz**  
Jefe Oficina de Control Interno

**Carin Victoria Turizo Romero**  
Profesional de Control Interno

**Bogotá, D.C. 23 de Septiembre de 2014**





## **CONTENIDO**

INTRODUCCIÓN.....	4
ALCANCE:.....	4
INFORME SEGUIMIENTO PROCESO DE ATENCIÓN AL USUARIO .....	5
1. REQUERIMIENTOS RECIBIDOS EN LA ENTIDAD .....	5
2. TIPOLOGÍA.....	6
3. CANALES DE RECEPCIÓN.....	8
4. DIRECCIONAMIENTO DE LOS REQUERIMIENTOS .....	8
5. ESPACIO FÍSICO ATENCIÓN AL USUARIO .....	9
RECOMENDACIONES .....	10



## INTRODUCCIÓN

Atendiendo a lo estipulado en la normatividad y legislación colombiana, La Oficina de Control Interno de acuerdo con sus funciones y competencias concedidas por la Ley 87 de 1993, la resolución Interna 075 de 2009 y la Ley 1474 de 2011, en su artículo 76: "*La oficina de control interno deberá vigilar que la atención se preste de acuerdo con las normas legales vigentes y rendirá a la administración de la entidad un informe semestral sobre el particular*", con base en las anteriores disposiciones se realizó este informe de seguimiento al Proceso de Atención al Usuario de Canal Capital, teniendo en cuenta la información reportada por las áreas responsables.

### ALCANCE:

El presente informe de seguimiento se realizó sobre las acciones y reportes del primer semestre de la vigencia 2014, entregados por atención al usuario, atendiendo la normatividad vigente, la Ley No. 1474 de 2011 Estatuto Anticorrupción y Decreto No. 371 de 2010.

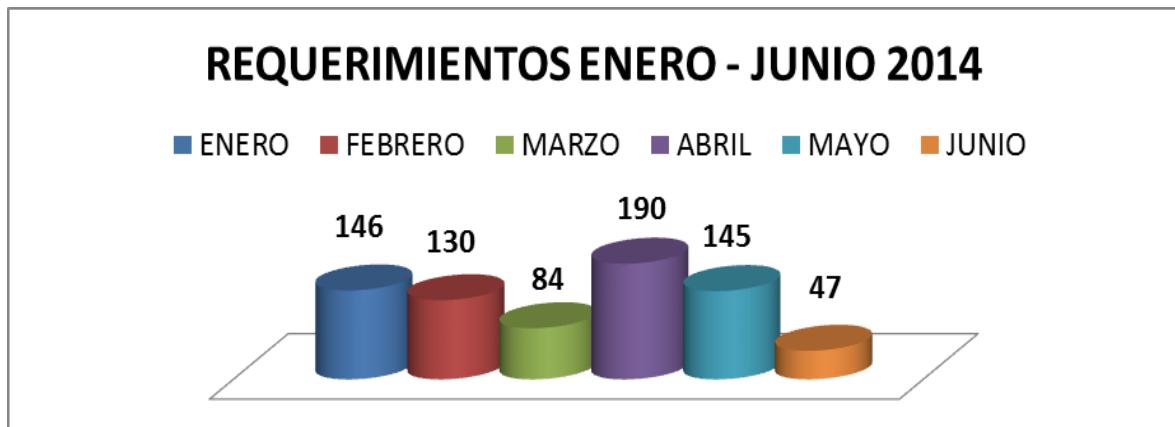


## INFORME SEGUIMIENTO PROCESO DE ATENCIÓN AL USUARIO

### 1. REQUERIMIENTOS RECIBIDOS EN LA ENTIDAD

En el primer semestre del año 2014 se recibieron un total de 742 requerimientos de los cuales el 91% fueron incluidos en el Sistema Distrital de Quejas y Soluciones, el otro 9% restante que equivale a 70 requerimientos no pudo ser tramitado ya que en las revisiones realizadas estos requerimientos no correspondían a Canal Capital. Incumpliendo con el numeral 3 del Art. 3, del Decreto 371 de 2010.

En la gráfica se refleja el flujo de requerimientos existentes en el primer semestre del año 2014:



Gráfica No. 1 Requerimientos Primer Semestre 2014

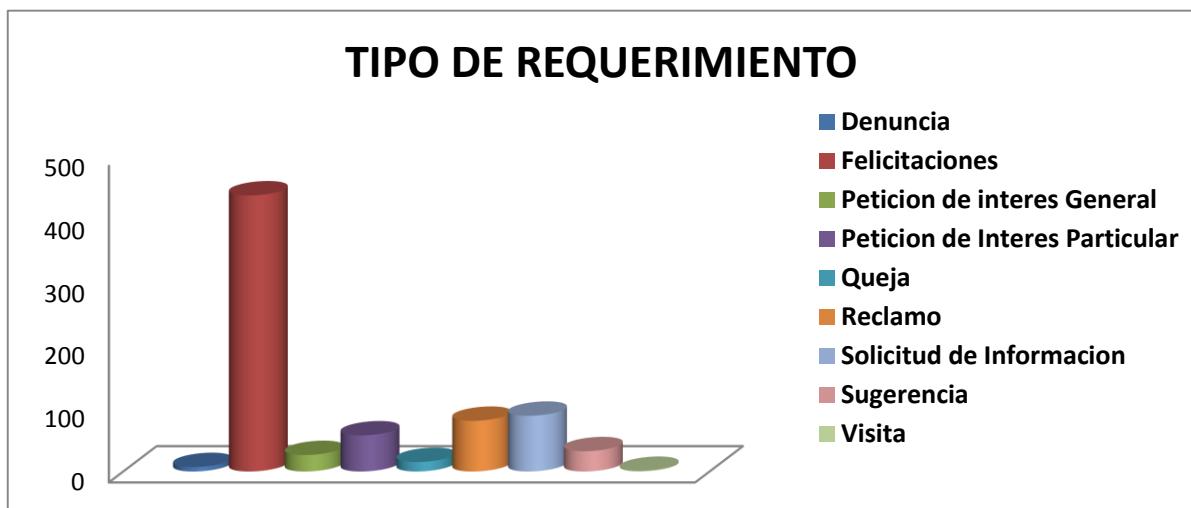
En la gráfica No. 1, se puede observar que en los meses de Abril y Mayo se presentaron un mayor número de requerimientos, sin embargo con relación al semestre inmediatamente anterior existe un incremento del 56% en el total de los requerimientos que llegaron a la entidad, el cual corresponde a un total de 329.

En el último mes existe una notable disminución del flujo de requerimientos que llegaron en el transcurso del semestre; mientras que en el segundo semestre del año 2013 los últimos meses presentaron una tendencia constante.

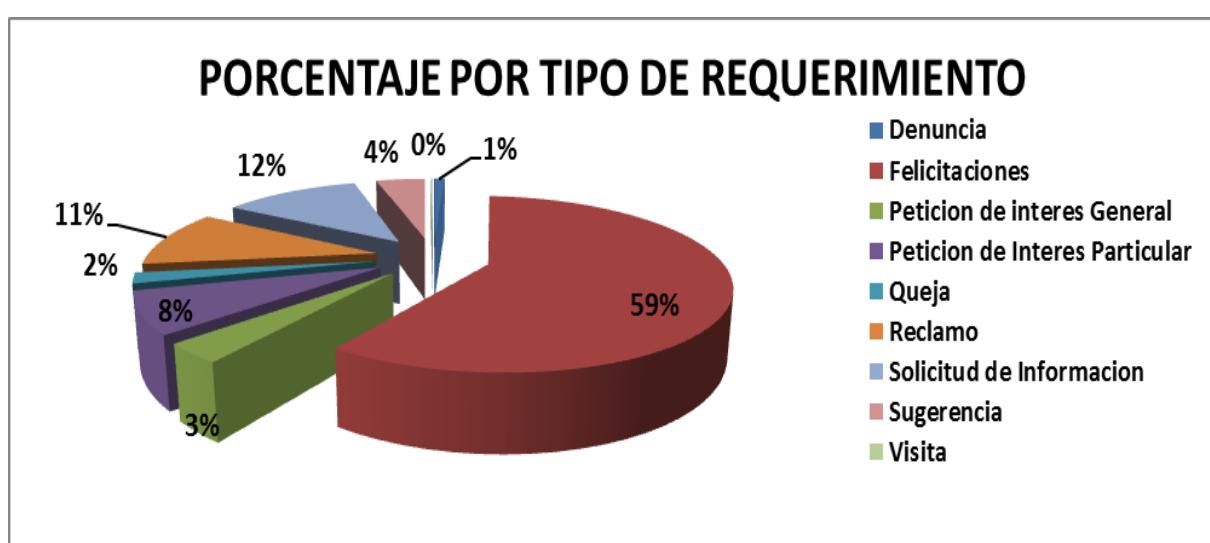


## 2. TIPOLOGÍA

Los requerimientos recibidos en el segundo semestre del 2014 se clasifican según la gráfica:



Así mismo el porcentaje de participación que tiene cada uno de estos tipos de requerimientos sobre el total recibido es el siguiente:



Gráfica No. 3 Porcentaje de Tipo de requerimiento

De la Gráfica No. 3 *Porcentaje de Tipo de requerimiento*, se concluye que:

- **Felicitaciones:** Tienen un porcentaje del 59% siendo el requerimiento con un mayor porcentaje, dichas felicitaciones van dirigidas a la Programación general y programas como: El Primer Café, la información sobre servicios públicos, así mismo como las transmisiones especiales (el Tercer Concierto de la Esperanza) y el tratamiento que



se le da a la información; para los televidentes Canal Capital se encuentra como una de las opciones públicas de televisión con mayor grado de aceptación y enfoque la defensa de los derechos humanos.

- **Solicitud de Información y copias:** Tiene un porcentaje del 12% el cual está enfocado en solicitud copias de programas, solicitud de prácticas, información sobre la señal de televisión, parrilla de programación.
- **Reclamos:** Tienen un porcentaje del 11%, principalmente sobre con la destitución del alcalde Mayor de Bogotá Gustavo Petro, ya que los televidentes reclaman que no existió imparcialidad en la información, también son por fallas en la señal y sobre los errores ortográficos que se presentan en los banner de las diferentes transmisiones del Canal.

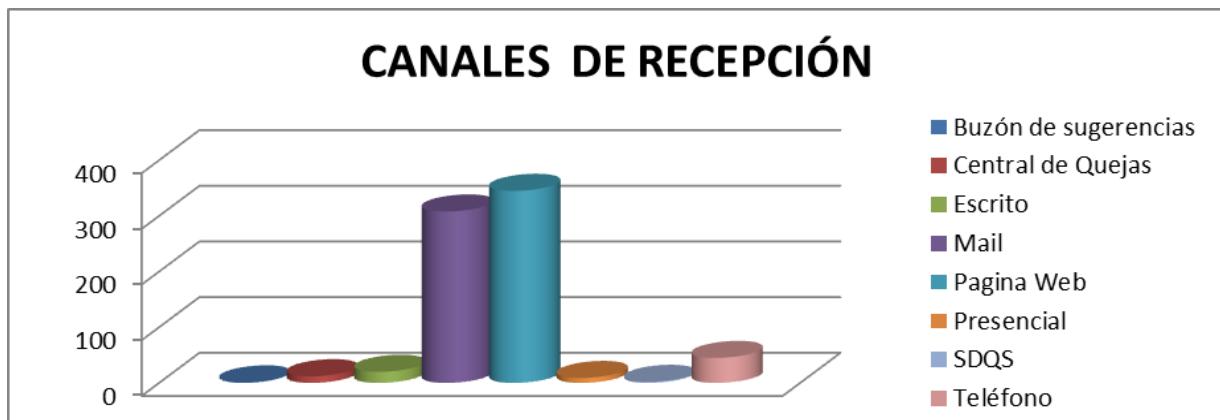
Es importante precisar que en el segundo semestre del año 2013 los reclamos fueron los tipos de requerimientos con el porcentaje más bajo por tal razón es necesarios realizar seguimiento a este tipo de requerimiento.

- **Peticiones de Interés particular:** Con un porcentaje del 8% se solicitan repeticiones de programas, participación de la ciudadanía en algunos programas, servicios sociales.
- **Sugerencias:** Con un porcentaje del 4%, estas son acerca de la programación donde sugieren programas científicos, programas sobre la gestión distrital y la música colombiana, Así mismo el servicio streaming, la página Web, transmisiones y proyectos de televisión, mejor expresión verbal de los presentadores.
- **Peticiones de Interés general:** Reporta un porcentaje del 3% se solicitan visitas al canal, retransmisión de la señal de Canal capital por parte de antenas comunitarias en la ciudad y en algunos municipios de la periferia y peticiones para el cubrimiento de eventos.
- **Quejas:** Con un porcentaje del 2% se han presentado quejas por la actitud y comportamiento de varios periodistas, principalmente por las opiniones personales dadas algunos presentadores del primer Café.
- **Denuncias:** Tienen un porcentaje del 2% y dirigidas a otras entidades como la de Aseo entre otras.
- **Visitas:** En este periodo solo se presentó un (01) requerimiento para hacer visita al canal por parte de una institución educativa (80 estudiantes).



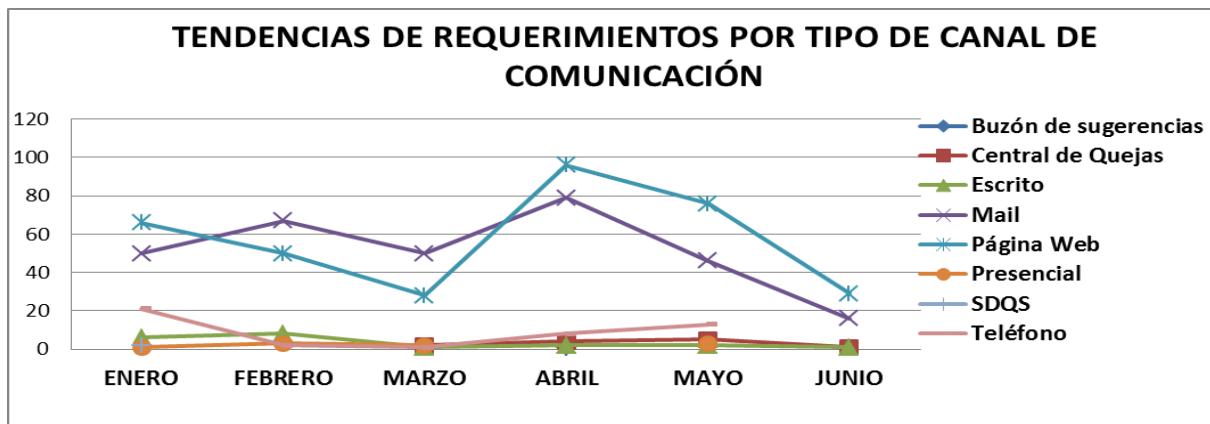
### 3. CANALES DE RECEPCIÓN

A continuación se relaciona la cantidad de requerimientos recibidos por canales de comunicación y su tendencia:



Grafica No 4 Requerimientos por canales de recepción

En cuanto al canal de comunicación para receptionar los requerimientos la tendencia muestra que los medios más utilizados son el correo electrónico (Mail) y la página Web.



Grafica No 5 Tendencia de los Requerimientos

### 4. DIRECCIONAMIENTO DE LOS REQUERIMIENTOS

En el primer semestre del año 2014, se evidencia que el 71% de los requerimientos fueron atendidos por la delega de Atención al usuario, lo que significa que solo el 22% de los requerimientos fueron direccionados a las dependencias por lo que no se está dando cumplimiento al numeral 4 del Art. 3, del Decreto 371 de 2010 donde se indica debe existir interacción efectiva con todas las dependencias para que conozcan las solicitudes, quejas, reclamos, sugerencias, solicitudes de información, entre otros, manifestados por los ciudadanos; el 7% restante corresponde a los requerimientos que fueron direccionados a otras entidades como Secretaría de Educación, Movilidad, Policía, Transmilenio entre otras.



En la siguiente tabla se relacionan la cantidad de requerimientos que llegaron a cada una de las áreas y que fueron cerradas con su respectiva respuesta:

Área de Direccionamiento	Cantidad
Atención al Usuario	526
Franja Informativa	50
Otras entidades distritales	40
Coordinación Técnica	24
Coordinación de Programación	22
Dirección Operativa	19
el primer café	10
Tráfico	10
Dirección de Noticias	8
Secretaría General	6
Sistemas	6
Franja Juvenil	4
Prensa y Comunicaciones	4
Documentales y Seriados	3
Ventas y Mercadeo	3
Franja Diversidades	2
Talento Humano	2
Control Interno	1
Gerencia General	1
Productor Ejecutivo	1
<b>Total</b>	<b>742</b>

Tabla No 1 Direccionamiento de los Requerimientos

## 5. ESPACIO FÍSICO ATENCIÓN AL USUARIO

Una vez realizado el seguimiento por la Oficina de Control Interno al puesto de trabajo de la delegada de atención al usuario, se evidenció que a pesar de que la Entidad realizó el traslado del puesto de trabajo del área de producción a la Subdirección Administrativa mejorando en algo las condiciones de atención al usuario, se continúa con debilidades tales como:

- No estar ubicada de forma estratégica, eso es en un lugar totalmente visible, con las adecuadas condiciones de atención a los usuarios, que se cuente con una ventanilla de atención y en un lugar que quede preferiblemente fuera de la entidad.
- El área de atención y la forma de llegar a ella no cuentan con señalización visible.
- Al tener la necesidad de ingresar a la entidad y subir escaleras y no tener visibilidad, ni señalización, se considera que la prestación del servicio de atención a los usuarios, no es de fácil acceso a la comunidad.

Por las razones anteriores la entidad está incumpliendo el numeral 5 del artículo 3 del Decreto No. 371 de 2010.



## RECOMENDACIONES

1. Redireccionar la totalidad de las solicitudes, quejas, reclamos, sugerencias, solicitudes de información y otros requerimientos que la comunidad interpone, a las áreas competentes con el fin de lograr mayor objetividad y eficacia en la solución de los mismos.
2. Ubicar el área de atención al usuario en un lugar estratégico y colocar la señalización necesaria con el fin de que los usuarios internos y externos la identifiquen clara y fácilmente.
3. Con el fin de que la información cuente con los principios de armonización y uniformidad, es necesario que la delegada del proceso de atención al ciudadano, consigne en los informes todos los requerimientos que llegan a la entidad para que en el momento del análisis de la información se presenten datos estandarizados y de una única fuente.
4. Es necesario que además de evaluar la satisfacción del usuario frente a la prestación del servicio de atención al usuario, es decir de la persona por la cual fue atendido el usuario, también se realicen las encuestas de satisfacción del cliente frente a los productos y servicios que presta el Canal. Lo anterior ya que actualmente se está incumpliendo el numeral 8.2.1 Satisfacción del Cliente de la Norma Técnica de calidad para la Gestión Pública NTC GP 1000:2009.
5. Se sugiere que se revisen las encuestas que se están implementando para evaluar el grado de satisfacción del usuario ya que únicamente se está evaluando el desempeño que tiene la funcionaria y no se ha incluido la prestación del servicio como tal.
6. Se sugiere que las encuestas realizadas a los usuarios se hagan con oportunidad, ya que se espera hasta el final del trimestre para efectuar las encuestas.
7. Se deben diferenciar las funciones que existen entre los cargos de Defensor del Ciudadano y Atención al Usuario ya que en este momento las funciones las tiene una sola persona.
8. Es necesario que revisen y ajusten las funciones de los cargos "Secretario General" y "Auxiliar de Ventas y Mercadeo", ya que son los únicos en la entidad que tienen funciones relacionadas con la Atención al usuario y el cargo de auxiliar solamente contempla una función relacionada con atención al usuario, siendo las demás relacionadas con las función de ventas y mercadeo. Igualmente este cargo depende de la Dirección Operativa, quien no tiene funciones de atención al usuario, como en cambio sí las tiene el cargo de "Secretario General". Esta desarticulación entre la jerarquización de funciones confunde el quehacer del auxiliar de ventas y mercadeo, ya que este cargo debe atender las instrucciones de dos jefes, uno por las funciones relacionadas con ventas y mercadeo que es el Director operativo y otro por la única función relacionada con la atención al usuario, que es el Secretario General. Igualmente el líder del proceso "Atención al Usuario" es el Secretario General, por lo



que es necesario ajustar esta situación a las necesidades reales y el "deber ser" del proceso.

- 9.** Es importante que desde el área operativa, se realice seguimiento y monitoreo sobre las fallas de señal y sobre los errores de redacción y ortográficos que se están presentando en la parrilla del canal. Lo anterior a que los reclamos pasaron de 17 en el segundo semestre de 2013, siendo en menor porcentaje, a 82 en el primer semestre de 2014 y la mayoría de las causas de los mismos, son las mencionadas anteriormente.
- 10.** Igualmente es necesario que la Dirección operativa, a través de la coordinación de Programación realicen una revisión sobre el lenguaje verbal y no verbal empleado en los programas que se emiten y principalmente sobre aquellos realizados en el sistema informativo y las franjas de análisis y de opinión, incluyendo allí el programa "El Primer Café", ya que 30 de las solitudes que realizaron los usuarios se refirieron al uso no adecuado del lenguaje verbal y no verbal. Lo anterior a fin de atender las solicitudes efectuadas por los televidentes.
- 11.** Durante el primer semestre de 2014, se presentaron 15 quejas relacionadas todas con la actitud y comportamiento de algunos periodistas, por lo que es necesario que el Director del Sistema Informativo realice seguimiento e imparta normas de conducta y comportamiento a los periodistas y presentadores que prestan sus servicios al Canal, ya que el ejemplo y la imagen cuentan en los momentos de verdad de los televidentes y de la población en general con la cual tenemos contacto. Igualmente a la Oficina de Control Interno, han llegado dos quejas verbales y dos escritas sobre el comportamiento de algunos periodistas, por lo que es necesario que se realicen los respectivos monitoreos y se tomen las acciones correctivas frente a esta situación que afecta la imagen del canal y el clima laboral de la entidad.
- 12.** En el primer semestre del año 2014, se evidencia que el 71% de los requerimientos fueron atendidos por la delega de Atención al usuario, lo que significa que sólo el 22% de los requerimientos fueron direccionados a las dependencias por lo que no se está dando cumplimiento al numeral 4 del Art. 3, del Decreto 371 de 2010 donde se indica debe existir interacción efectiva con todas las dependencias para que conozcan las solicitudes, quejas, reclamos, sugerencias, solicitudes de información, entre otros, manifestados por los ciudadanos.
- 13.** Por último es necesario recordar una de las máximas de la calidad, la cual es: "El buen cliente es el que se queja", nuestros televidentes son nuestra fuente primaria de información, por lo anterior es imperativo escucharlos y revisar y atender sus solicitudes, quejas, reclamos y sugerencias, así lograremos mantener la población que ya captamos y a través de ellos mismos, lograr más televidentes.

---

**IVONNE ANDREA TORRES CRUZ**  
JEFE OFICINA DE CONTROL INTERNO