

# XIII Congreso y IV Internacional de Servicios Públicos y TIC

Muestra Empresarial, Tecnológica y Financiera



Superintendencia  
Servicios Públicos  
República de Colombia



**Andesco**

Asociación Nacional de Empresas de  
Servicios Públicos y Comunicaciones

Junio 22, 23 y 24 de 2011  
Medellín, Colombia  
Centro de Convenciones Plaza Mayor

# CONFEVOCOLTIC'S

**“Confederación Colombiana de Comités de Desarrollo y Control Social y sus Vocales de Control de los Servicios Públicos Domiciliarios y las TIC's”**



# GUSTAVO ALZATE FORERO

VOCAL DE CONTROL DEPARTAMENTO DE RISARALDA  
PRESIDENTE ASOCOVOCOR –  
(Asociación Comités y Vocales de Control de Risaralda)

PRESIDENTE DE CONFEVOCOLTIC`S  
“Confederación Colombiana de Comités de Desarrollo y Control Social y sus  
Vocales de Control de los Servicios Públicos Domiciliarios y las TIC's”

ASESOR EN SPDTIC`S



# MISIÓN



Promover la Articulación de los actores (Ministerios, Comisiones, Superintendencias, Prestadores y Usuarios) de los servicios públicos domiciliarios tecnologías de la información y las comunicaciones con el fin de fortalecer el control social, Empoderar de conocimiento la participación de los usuarios a través de los Comités de Desarrollo y Control Social con su Vocal de Control a los servicios públicos domiciliarios y las tecnologías de la información y Comunicaciones en pos de una política pública del control social participativo y representativo; generando capital social en asocio con los actores de los Servicios Públicos.



# VISIÓN



Una Confederación Posicionada, Reconocida y Respetada por los Organismos de Regulación y Articulada con los organismos de control de Colombia, siendo el enlace entre las empresas prestadoras y los usuarios de los servicios con el fin de deliberar sobre todo lo relacionado con los servicios públicos domiciliarios, Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, actividades inherentes y afines.



# Nuestra Labor

Intercambiar conocimientos, experiencias y apoyar a los vocales en su gestión comunitaria.

Contribuir con gestiones para que los Servicios Públicos Domiciliarios, Tecnologías de la Información y las Comunicaciones sean prestados con eficiencia, calidad y continuidad

Diseñar estrategias para el desarrollo de proyectos en Servicios Públicos Domiciliarios y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones



Articular los actores de los servicios públicos domiciliarios, tecnologías de la información y las comunicaciones

# TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION Y LAS COMUNICACIONES

## ¿SERVICIO AL CLIENTE?

0

## ¿SERVICIO AL USUARIO?



## Características de los Servicios Públicos.

Según la doctrina y el ordenamiento jurídico que los rige, los rasgos más resaltantes de los servicios públicos pueden compendiarse así:

- Todo servicio público debe suministrarse con un criterio técnico gerencial y con cuidadosa consideración a las funciones del proceso administrativo científico: planificación, coordinación, dirección, control y evaluación, tanto en su concepción orgánica como en el sentido material y operativo.
- Debe funcionar de manera permanente, es decir, de manera regular y continua para que pueda satisfacer necesidades de las comunidades por sobre los intereses de quienes los prestan.
- La prestación del servicio público no debe perseguir principalmente fines de lucro; se antepone el interés de la comunidad a los fines del beneficio económico de personas, organismos o entidades públicas o privadas que los proporcionan.



## LA PARTICIPACION Y EN CONTROL SOCIAL EN LAS COMUNICACIONES



La participación y el control social en las comunicaciones como una expresión ciudadana en búsqueda de la transparencia y la equidad social, basado en los derechos y responsabilidades, que le asisten a los usuarios de las comunicaciones; en especial los de la telefonía móvil celular (TMC), sustentados en la participación ciudadana con responsabilidad social en mejora de la calidad del servicio.

## ¿Servicio al Cliente?

En el comercio y el marketing, un cliente es quien accede a un producto o servicio por medio de una transacción financiera (dinero) u otro medio de pago. Quien compra, es el comprador, y quien consume el consumidor. Normalmente, cliente, comprador y consumidor son la misma persona.

Como se puede entender en definición anterior, en las Tecnologías de la Información y Comunicaciones el trato como clientes al momento de acceder al servicio se debe tener claro las pretensiones del regulador, ya que también se hace referencia al estatuto del consumidor.



## ¿Servicio al Cliente?

Con la expedición de la resolución 3066 Mayo 18 2011, “Por la cual se establece el Régimen Integral de Protección de los Derechos de los Usuarios de Servicios de Comunicaciones” y que la ley 1341 de 2010 dejó claro que la intervención del Estado debe garantizar la protección de los derechos de los usuarios, velando por la calidad, eficiencia y adecuada provisión de los servicios en un entorno de libre y leal competencia.



Hoy los usuarios de las TIC’S se encuentra sumergido con dos identidades como (Cliente / Usuario), es por ello que debemos tener claro las circunstancias de cliente conforme a las transacciones comerciales y empresariales así:



## Un cliente:

- Debe ser la persona más importante.
- Está comprando un producto y un servicio
- Debe ser el propósito del operador.
- Debe ser tratado como un ser humano de carne y hueso con sentimientos y emociones (como uno), y no una fría estadística.
- Debe ser considerado la parte más importante del negocio y servicio que se ofrece.
- Es una persona que trae sus necesidades y deseos y la misión debe ser satisfacerlo.
- Debe ser merecedor del trato más cordial y atento que le se le pueda brindar.
- Es alguien a quien se le debe complacer y no alguien con quien discute o confronta.
- Es la fuente de vida del negocio y de cualquier otro.



## ¿Qué busca obtener el cliente cuando compra?

- Un precio razonable
- Una adecuada calidad por lo que paga
- Una atención amable y personalizada
- Un buen servicio de entrega a domicilio
- Un horario cómodo para ir a comprar (corrido o tener abierto también el fin de semana)
- Cierta proximidad geográfica, si fuera posible
- Posibilidad de comprar a crédito (tarjeta o cheques)
- Una razonable variedad de oferta, (marcas poco conocidas junto a las líderes)



## Propuestas:



•Se requiere de una política de atención al usuario de las TIC's, personalizada ya que en la actualidad esta solo se presta en las ciudades capitales, lo que ha originado un alto grado de insatisfacción, puesto que las reclamaciones que se hacen por medio de Call Center, no es efectiva y se dilatan, generando un alto grado de abuso de posición dominante por parte de los operadores.

•Que para aquellas operaciones de ofertas promocionales, cambio de planes que se hacen por medio de operadoras telefónicas, donde se manifiesta que la llamada esta siendo grabada, se puedan desistir de estas en la misma forma y no tenga que desplazarse el usuario hasta las instalaciones de servicio al cliente si no que lo pueda hacer por el mismo medio.

# MUCHAS GRACIAS

