



AGENCIA NACIONAL DE
MINERÍA

POLÍTICA



SERVICIO A LA CIUDADANÍA
Y GRUPOS DE INTERÉS



Modelo de Atención
para Grupos de
Interés y Comunidades

1. OBJE TIVO

Establecer los lineamientos que permitan orientar, estandarizar y fortalecer la atención integrada, eficiente y oportuna a los usuarios o grupos de interés de la Agencia Nacional de Minería, con el fin de garantizar una cultura de servicio efectiva y amigable con la ciudadanía, a través de excelentes experiencias de servicio.

2. AL CANCE

Esta política está dirigida a todos los funcionarios y contratistas de la Agencia Nacional de Minería; así como a todos sus usuarios o grupos de interés.

3. DESA RROLLO

I. Introducción

La Agencia Nacional de Minería-ANM, entidad clave en el desarrollo de país y la administración de sus recursos mineros, direcciona su gestión y operación en función de sus usuarios o grupos de interés. Razón por la cual, establece un servicio al ciudadano con calidad, oportunidad y efectividad; estructurado desde

espacios de participación, acceso a la información y transparencia.

Nuestros funcionarios y colaboradores más allá de atender las disposiciones legales vigentes, asumen un compromiso personal y profesional durante el desarrollo de sus actividades, que se fundamenta en principios de: respeto, gestión efectiva, igualdad, vocación de servicio y lucha contra la corrupción. Cada servidor público vinculado con la Agencia Nacional de Minería-ANM, cumple un papel fundamental en la prestación de los servicios de la entidad, a través de una adecuada articulación y ejecución de sus procesos, procedimientos, trámites y servicios.

Es así que, en la gestión diaria e institucional de la ANM, cada momento de verdad es una oportunidad para generar satisfacción y confianza, tanto a grupos de interés como a comunidades, conforme a nuestros valores.

La política de servicio de la ANM se fundamenta en **14 objetivos** que se presentan a continuación.

II. Objetivos

1. Promover las buenas prácticas de servicio orientadas a potenciar el desarrollo de la minería en Colombia, bajo los pilares del Modelo de Atención a Grupos de Interés y Comunidad – MAGIC:

Orientación al servicio, transparencia, sostenibilidad, excelencia operativa y omnicanalidad. **(PILARES DEL SERVICIO)**

2. Identificar, viabilizar y establecer mecanismos, canales o actividades que permitan el ejercicio de la construcción participativa, cuyo propósito fundamental es mantener una comunicación constante y fluida con la ciudadanía, en garantía de sus derechos, partiendo de las sugerencias que realizan los ciudadanos a través de los distintos medios dispuestos actualmente para la atención a la ciudadanía. **(CONSTRUCCIÓN PARTICIPATIVA)**

3. Atender de manera oportuna, con calidad y de fondo, las peticiones, quejas, reclamos, solicitudes de información, denuncias o sugerencias, de la ciudadanía, las cuales deben ser resueltas por los servidores públicos y contratistas de la ANM, procurando la mejora en la ejecución de los procesos de la Entidad, dando estricto cumplimiento a lo establecido en la Ley 1755 de 2015 y el procedimiento interno establecido para este fin, de tal forma que la minería en Colombia tenga respuestas oportunas a los requerimientos de los usuarios y grupos de interés. **(OPORTUNIDAD DEL SERVICIO)**

4. Actuar bajo la premisa del principio de máxima publicidad y los 10 principios de transparencia y acceso a la información pública, de

que trata la ley 1712 de 2014 y teniendo especial atención con las observaciones y peticiones de veedurías y grupos o entes de control. **(TRANSPARENCIA ANTE EL CONTROL)**

5. Presentar un reporte de las solicitudes radicadas o recibidas y procesadas al interior de la Entidad, a la Alta Dirección, de manera trimestral y publicarlo en el portal web de la Entidad, para conocimiento de la ciudadanía, con el objetivo de que la alta dirección pueda tener insumos que le permitan, hacer un control efectivo de los procesos internos y la toma de decisiones en materia de servicio. **(INFORMACIÓN PARA LA TOMA DE DECISIONES)**

6. Garantizar el goce efectivo de los derechos de los ciudadanos y grupos de interés, mediante el acceso a los trámites, OPA y servicios de la Agencia Nacional de Minería- ANM, en condiciones de igualdad. **(SERVICIO IGUALITARIO)**

7. Garantizar un servicio de la misma calidad para todos los ciudadanos, fortaleciendo en la ANM la cultura del servicio incluyente, optimizando y adecuando todos los canales de



atención a las necesidades de la población. Permitiendo así, que sean tenidas en cuenta las diferencias individuales y naturales existentes en cualquier sociedad, reconociendo la importancia de realizar ajustes razonables, con el fin de garantizar que todos los ciudadanos y mineros colombianos, puedan participar efectivamente de las oportunidades de desarrollo y acceder a los trámites y servicios de la ANM. (SERVICIO INCLUYENTE)

8. Crear una cultura colaborativa para el manejo de la información de bases de datos, dentro de la Entidad, para lo cual, en pro de la innovación y desarrollo tecnológico de la agencia, la interconectividad entre sistemas de bases de datos desde fuentes primarias, hasta bases de datos de inteligencia de negocios o analítica, debe crearse y gestionarse, pensando en el beneficio para la toma de decisiones, la creación de indicadores y el desarrollo de alarmas que permitan conocer el estado de nuestra organización, en materia de servicio desde diferentes ópticas. (servicio, operación, administración de canales, disponibilidad, entre otras) (ANALÍTICA DE SERVICIO).

9. Realizar las adecuaciones necesarias a todos los canales de la Agencia Nacional de Minería- ANM, para la atención de peticiones formuladas verbalmente por la ciudadanía, a través de canales presenciales y no presenciales; en cumplimiento a lo establecido en el

Decreto 1166 de 2016, promoviendo así la celeridad de los trámites de la minería en el país. (ATENCIÓN A PETICIÓN VERBAL)

10. Medir el nivel de satisfacción de la atención que se presta a los usuarios mineros y grupos de interés de la Entidad, cuyos resultados serán insumo para la formulación e implementación de acciones de mejoramiento por parte de las diversas dependencias, servidores y contratistas de la Entidad, con el objetivo de implementarlas en todos los niveles de servicio disponible en la agencia. (MEDICIÓN CON VALOR)

11. Caracterizar a los ciudadanos y grupos de interés de la Entidad, a fin de tener en cuenta sus necesidades, intereses, expectativas y preferencias al momento de presentarles la oferta de los servicios mineros que presta la Entidad, de tal forma que éstos sean brindados de manera focalizada para responder satisfactoriamente a sus inquietudes, sugerencias, observaciones y lograr su participación activa e incluyente. (CARACTERIZACIÓN CON VALOR)

12. Formar a los servidores públicos de la ANM, que presten atención a los usuarios, en temas relacionados con las dimensiones



de la atención integral al ciudadano, con el fin de fortalecer sus competencias, potenciar sus habilidades y vocación hacia el servicio. (FORMACIÓN PARA EL SERVICIO)

13. Establecer y acoger según el contexto de la ANM, las políticas, estrategias, programas, metodologías, herramientas, mecanismos y actividades definidos por el Programa Nacional de Servicio al Ciudadano, el Departamento Administrativo de la Función Pública y demás lineamientos de Gobierno nacional, encaminados a fortalecer el

servicio al ciudadano y a los grupos de interés. (ALINEACIÓN PARA EL SERVICIO)

14. Apropiar todas las capacidades organizacionales relacionadas con el servicio y la atención a grupos de interés, dentro del funcionamiento de la entidad, implementando las acciones necesarias de tal forma que, se asegure una gestión integral y transversal de los requerimientos alineada con el propósito de la ANM. (APROPIACIÓN DE LA GESTIÓN PARA EL SERVICIO)



PILARES DE SERVICIO

Orientación de Servicio



2 Transparencia



3 Sostenibilidad



4 Excelencia Operativa



5 Omnicanalidad





1. Orientación de Servicio

Traducida en la voluntad de cada funcionario, para resolver desde su cargo las inquietudes y solicitudes del usuario y con comportamientos concretos como son: el escucharlos, verificar la información (asegurarse que aquello que entendió es lo mismo que éste quiso decirle, practicando la comunicación asertiva), y argumentarle con cifras, datos y hechos, manifestando en todo momento respeto por él (genero, estrato social, edad, forma de comunicarse, vestirse).

La orientación de servicio se da con los lineamientos definidos por la Alta Dirección de la ANM, al percibirse como una cadena que impacta al usuario en cada proceso.

Esta depende de la disposición de los funcionarios y demás personas que interactúan con el usuario en nombre de la ANM y refleja el compromiso de las personas con el propósito principal de la misma.

Aspectos claves

a) Cumplir con los horarios acordados a la necesidad de los usuarios: Esto indica al usuario que nos importa y que cumplimos lo que prometemos.

b) Señalización visible y comprensible: El usuario quiere sentir que estando en el punto

(Puntos de Atención Regional - PAR), todo se dispone para atenderlo. Puestos de trabajo organizados y con los implementos necesarios para la atención.

c) Empatía y amabilidad genuina de los funcionarios: Es una de las variables que más valoran las personas al interactuar con Entidades de servicio. Los protocolos de servicio nos permitirán dar lineamientos para conseguir que este aspecto clave, se materialice en el servicio en la ANM.

d) Disposición para entregar la información solicitada: En todos los canales se debe tener la información actualizada y a la mano para entregarla a los grupos de interés, sin embargo, lo importante es estar en la disposición de escuchar al usuario y entregar la información clara y pertinente.

e) Orientación en los trámites, OPA y servicios: No obstante tener un orientador, hace parte vital de un modelo de atención, la cultura de servicio. Es decir que todas las personas que hacen parte de la ANM estén dispuestas a ayudar y guiar al usuario.



Factores críticos de éxito

a) Información completa y unificada:

Un factor que determina la satisfacción del usuario es que la información sea la misma en todos los canales con los que interactúe y de parte de todas las personas de la ANM.

b) Sentido de propiedad del proceso de atención por parte del funcionario:

Un compromiso con la implementación del modelo, debe ser que cada funcionario se sienta parte del proceso.

c) Velocidad de respuesta:

Si bien es cierto, cada trámite u OPA requiere una gestión y esta conlleva unos tiempos específicos, también lo es que el usuario espera la respuesta y solución de sus solicitudes, de manera rápida o por lo menos en los tiempos prometidos. Esto demuestra nuestra orientación de servicio.

d) Generadores de preocupación:

Los tiempos en los que dejamos de interactuar con el cliente y éste se encuentra a la espera de respuesta, generan en él inquietud y preocupación. Es por esta razón que debemos estar en constante comunicación, informando el estado de la gestión y/o informarle cómo puede averiguarlo.

e) Capacidad resolutive

La orientación de servicio también se demuestra cuando la Entidad está en capacidad de solucionar a tiempo los requerimientos. Un desajuste en la cantidad de recurso humano, un error en los procesos, la falla de alguna herramienta tecnológica, invita a una mala percepción por parte de los grupos de interés.

2. Transparencia

Entendida como una garantía legal, un valor organizacional o un elemento que contribuye a fortalecer los valores de la democracia, nuestros Puntos de Atención Regional, reflejan en toda su estructura la transparencia a través de la visibilidad de los procesos, las personas y nuestro actuar.

Traducido también en la filosofía de compartirle a nuestros grupos de interés información veraz, pertinente y confiabilidad en un repositorio único de información de trámites de la ANM.

La transparencia institucional permite a la ANM, aumentar su credibilidad ante todos los grupos de interés, potencializando así, la inversión en el sector.



Aspectos claves

a) Política de servicio al usuario y valores de la ANM en un lugar visible:

Es un compromiso con nuestros grupos de interés y debemos compartirlo con ellos. Dejarlo de manera clara y explícita, denota transparencia.

b) Respuestas estandarizadas al usuario:

Fortalece la equidad ya que no queda sujeto a la forma de responder de cada usuario.

c) Información veraz y confiable:

Es por esta razón que es clave tener a disposición herramientas como la página web con la información en un lenguaje claro, sencillo y común, que se mantenga actualizada y a la mano de cualquier funcionario que interactúe con el usuario.

d) Instancias conocidas para los requerimientos de usuarios:

Brindar al usuario la información de las instancias por la cuales debe pasar su requerimiento, dará a este, más confianza. Seguir el estado de su trámite y por cuales canales será atendido.

Factores críticos de éxito

a) Congruencia de comportamiento del funcionario dentro y fuera de la ANM:

Cada funcionario hace parte de la imagen de la ANM. Por esta razón, dentro y

fuera de ella debe actuar con respeto por el ciudadano, y hacerlo bajo los valores y principios de la Entidad.

b) Conflicto de interés:

Evitar los conflictos de interés e informar sobre situaciones que conlleven a esto es señal de coherencia con éste pilar.

c) Unificación de Información de canales:

Todos los canales disponibles a la ciudadanía deben contar con la misma información de trámites y servicios de la Entidad, esto permitirá que los usuarios tengan acceso a la misma información desde cualquier forma de comunicación, siendo así transparentes en la información brindada.

d) Procesos de inducción y reinducción al personal:

Debido a los constantes cambios normativos, legales, de procedimiento, entre otros, es necesario que se realicen procesos de inducción y reinducción constantemente y es clave para que las personas que atienden a los usuarios y grupos de interés brinden un servicio cada vez mejor.

e) Información de proyectos:

Brindar a los usuarios y grupos de interés el conocimiento de los diferentes proyectos con los que cuenta la Entidad para cada vigencia.

3. Sostenibilidad

Hoy la sostenibilidad debe ser concebida como estrategia de negocio, ya que las personas, el entorno y el medio ambiente son quienes soportan las actividades que realiza una Entidad. Como todo proceso dentro de la ANM, la sostenibilidad debe ser llevada al plano de la gestión, con esa mirada un punto de atención presencial debe ser coherente a través del manejo eficiente de recursos, promoviendo ambientes de trabajo y atención sanos, saludables y seguros entre otros que contribuyan al desarrollo de la misión de la ANM.

La sostenibilidad demuestra coherencia, ya que la ANM administra recursos del Estado y debe promover este pilar en cada proceso y en cada canal de interacción.

Aspectos claves

a) Conocimiento del sector y su evolución: Al ser una Entidad que administra recursos, es clave evolucionar al ritmo de nuestro entorno. La coherencia entre lo que promovemos y lo que somos, impacta la percepción del ciudadano.

b) Armonía con el medio ambiente y la misionalidad La Entidad está comprometida con la calidad de sus servicios, la protección del medio ambiente; a

través del cumplimiento legal, identificando peligros, aspectos ambientales, valorando riesgos e impactos, generando información íntegra, confiable y disponible; mejorando continuamente la efectividad de sus procesos, para la satisfacción de los grupos de interés, soportado por un equipo de trabajo competente, responsable y en continuo crecimiento.

c) Balance social de gestión:

En cada momento de verdad de cada grupo de interés es importante resaltar el aporte que la ANM hace a la economía colombiana, a la generación de trabajo y a los recursos económicos que el país requiere para su desarrollo.

d) Rentabilidad social: La mejor calidad de vida que se logra en las regiones, como resultado del papel de la ANM y el sector minero, debe expresarse inclusive, por parte de cada funcionario independientemente de los medios que existen para hacerlo.

Factores críticos de éxito

a) Visión de largo plazo: Esto le permitirá a la Entidad hacer cambios de impacto y optimizar los recursos.

b) Entornos de trabajo sanos: Entendiendo que quienes pasan más tiempo en el punto de

atención son los funcionarios y no los visitantes, se hace necesario propender por la calidad de vida de éstos. Un ambiente más natural, permite disminuir riesgos en salud de los trabajadores, relaciones más cordiales, mayor disposición a cuidar los recursos, entre otros.

c) Alineamiento Organizacional: Cuando la Entidad se preocupa genuinamente por su gente, ellos a su vez sienten más compromiso con la Entidad y su propósito.

4. Excelencia Operativa

Para desarrollar generación de valor público, los puntos de atención deberán brindar respuesta oportuna con la mayor eficiencia posible y propendiendo por la satisfacción de los grupos de interés y usuarios.

Evitar reprocesos y costos adicionales, demuestra el compromiso de la Entidad con su razón de ser, al igual que la mejora continua, genuina preocupación por el ahorro y eficiencia en el manejo de los recursos.

Aspectos claves

a) Cadena de valor: Desde la inducción es importante ubicar a los funcionarios y contratistas dentro del mapa de procesos y la cadena de valor de la ANM, lo que se traducirá en un mayor compromiso de ellos por optimizar su gestión.

b) Procesos en función del cliente: Colocar al usuario como la variable independiente es estratégico para apuntarle a una mayor eficiencia

c) Prácticas efectivas de trabajo: Eliminar prácticas de trabajo que destruyen valor es una estrategia clave, es el propósito de la ANM. Ejemplo: hablarle en un lenguaje muy técnico, formatos complejos, etc. Establecer muchas instancias internas incrementa el tiempo de respuesta (burocracia). Para lo cual un protocolo de servicio diseñado para la ANM, brindará lineamientos claros en materia de lenguaje, expresión y formas de atención en los distintos canales propuestos.

d) Líderes para la ejecución: Propiciar en todo momento el desarrollo de los funcionarios de tal manera que esto apunte a formarlos como líderes que ejecutan y hacen que las cosas pasen.

e) Clima laboral: Asegurar que las condiciones funcionen, estilo de dirección, comunicación de arriba hacia abajo: suficiente, pertinente y oportuna.

f) Empoderamiento: Equilibrio entre la responsabilidad asignada a cada funcionario de la ANM y la autoridad y competencia para desarrollarla.



Factores críticos de éxito

a) Resistencia al cambio: Es natural que se presente, ya que como seres humanos cuando nos acostumbramos a hacer las tareas de una forma, deseamos que siga de esta forma. Sin embargo, esta resistencia puede generar, reprocesos, costos extra debido a errores, etc.

b) Alineamiento en función del cliente: Principalmente se debe trabajar en la percepción que tienen los funcionarios de la razón de ser de la ANM. Entender que el ciudadano requiere atención y servicio, es el reto en la implementación de un nuevo modelo.

c) Sentido de urgencia y celeridad: es una característica que se debe promover en los equipos de trabajo. Inicia con la unificación del concepto de urgencia, pues con el día a día laboral, se vuelve común su utilización y pierde el valor real que tiene.

d) Responsabilidad: Entender que toda acción trae una consecuencia y este sentido, ir en contravía de los cambios también impactará a la ANM y a sus grupos de interés.

5. Omnicanalidad

Los grupos de interés y públicos en general, deben tener la oportunidad de interactuar con la ANM por el canal de su preferencia. Sin embargo, existen canales que lo benefician en tiempo y resolutivez.

Implementar y poner a disposición los diferentes canales en el punto de atención presencial, permite ayudar al usuario a realizar una sana transición a la virtualización.

De igual forma, permite realizar un seguimiento y evaluación de las implementaciones tecnológicas desde la visual del usuario. Será entonces importante escucharlo y tener en cuenta sus puntos de vista para la toma de decisiones al interior de la Entidad.

La omnicanalidad va más allá de poner disponibles todos los canales para que el usuario escoja el de su preferencia, aborda todo el ciclo de la relación del usuario con la Entidad, donde se establece una comunicación e interacción coherente, consistente y sin diferencias o vacíos por los distintos canales que el usuario quiera usar para interactuar, (presencial, web, app, contact center, chat, chatbot, mail, etc.). Para poder alcanzar eso, es necesario que haya una coordinación de todas las áreas que interactúen en la ANM, directa o indirectamente, con el usuario, para presentarse ante este con una sola voz.



Aspectos claves

a) Información estandarizada y compartida por todos los canales:

Desde los procesos misionales se debe propender por tener esta información actualizada y verificar que sea la misma en todos los canales.

b) Comunicación permanente con los grupos de interés:

El aprovechamiento de cada interacción nos permite mejorar y conocer si el usuario se siente bien informado.

c) Orientación: Constante y por todos los canales para llevar al usuario al uso óptimo de los mismos.

d) Accesibilidad: A fin de incluir aspectos relacionados con la estandarización de canales para personas con diversas limitaciones o discapacidades (Servicio Incluyente).

Factores clave de éxito

a) Impulso a ciudadanía y grupos de interés hacia el uso de los canales virtuales:

En nuestros canales se recibe a todo usuario, con el mismo interés de atenderle. Sin embargo, es deber de toda la Entidad, llevarlo a un mayor beneficio en cuanto el uso de su tiempo y la resolución de sus

requerimientos, incentivar el uso de canales electrónicos para la ejecución de los trámites y servicios, le permite a la Entidad fortalecerse, en este factor clave de éxito.

b) Congruencia institucional frente al cambio:

El cambio inicia adentro. Por esta razón, son los funcionarios los primeros en ser capacitados para el uso de herramientas virtuales.

c) Acompañamiento y educación a los usuarios:

La tecnología es una herramienta, que si no es utilizada pierde su valor. En este sentido, los esfuerzos deben enfocarse hacia educar al usuario y llevarlo a los canales óptimos según sus necesidades, incentivando y promoviendo la virtualidad como una alternativa positiva para los usuarios.

4. DEFINICIONES

4.1. Atención: Momento de verdad que el grupo de interés experimenta en la interacción con la institución.

4.2. Canal: Medio por el cual se comunican los grupos de interés con la Entidad para establecer la interacción.

4.3. Lineamiento: Directriz que permite visualizar el camino a seguir para el logro del objetivo, a través de la descripción de conductas específicas de los funcionarios.

4.4. MAGIC: Modelo de Atención a Grupos de Interés y Comunidad.

4.5. Política: Una política organizacional o institucional, es una directriz que desde la alta dirección surge como un mandato, que los funcionarios y contratistas deben cumplir en aras del propósito de ella, de su promesa de valor frente al ciudadano (cliente, grupo de interés, etc.), y que le proporciona orden a su interior

4.6. Servicio: Acción orientada a ayudar, orientar, informar o cubrir una necesidad de un grupo de personas o un usuario de la Entidad. Es la respuesta que permite al usuario la sensación de experiencia positiva o negativa.

4.7. Pilar: Soporte que sustenta un modelo o forma de actuar de una Entidad o institución.

4.8. Protocolo: Es un conjunto de conductas y normas necesarias para generar o mantener una cultura institucional.

4.9. Requerimiento: Es la necesidad expresada por un

usuario, Entidad Gubernamental, Ente de Control, o ciudadano en general, para ser cubierta o resuelta por la Entidad.

4.10. Retroalimentación: La retroalimentación es una oportunidad que tienen las organizaciones para comunicarse con sus usuarios. De esta forma pueden recibir sus opiniones, sugerencias y quejas respecto a los productos, los servicios y la atención recibida en los puntos de atención y diferentes canales. La retroalimentación permite recabar información importante para poder mejorar la oferta, el servicio o la atención. El objetivo de esta, es que las organizaciones mejoren y los usuarios se sienta satisfechos.

4.11. Trámite: conjunto de pasos o la serie de acciones regulados por el Estado y llevados a cabo por los usuarios para obtener un determinado producto, garantizar la prestación adecuada de un servicio, el reconocimiento de un derecho, la regulación de una actividad de especial interés para la sociedad o, la debida ejecución y control de acciones propias de la función pública, con el propósito de facilitar el ejercicio de los derechos ciudadanos.

4.12 Otros Procedimientos Administrativos: Proceso de retroinformación entre el ciudadano y la institución, que permite mejorar el servicio.



POLÍTICA DE SERVICIO AL CIUDADANO

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS



1.



PILARES DEL
SERVICIO

2.



CONSTRUCCIÓN
PARTICIPATIVA

3.



OPORTUNIDAD
DEL SERVICIO

4.



TRANSPARENCIA
ANTE EL CONTROL

5.



INFORMACIÓN PARA
LA TOMA DE
DECISIONES

6.



SERVICIO
IGUALITARIO

7.



SERVICIO
INCLUYENTE

8.



ANALÍTICA
DE SERVICIO

9.



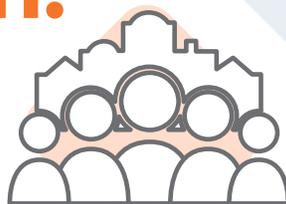
ATENCIÓN A
PETICIÓN VERBAL

10.



MEDICIÓN
CON VALOR

11.



CARACTERIZACIÓN
CON VALOR

12.



FORMACIÓN PARA
EL SERVICIO

13.



ALINEACIÓN PARA
EL SERVICIO

14.



APROPIACIÓN DE LA
GESTIÓN PARA EL
SERVICIO



Modelo de Atención
para Grupos de
Interés y Comunidades