N° INFORME: OCI-2022-002

PROCESO / ACTIVIDAD REALIZADA: Evaluación de la Gestión Institucional por dependencias a Subgerencia de Atención al Usuario y Comunicaciones a 31 de diciembre de 2021.

EQUIPO AUDITOR: Natalia Stefanie Acosta Quiroga- Contratista.

OBJETIVO: Realizar una evaluación por dependencia a la formulación, planificación, reporte, soportes y porcentaje de cumplimiento de los planes de acción e indicadores a cargo de la Subgerencia de Atención al Usuario y Comunicaciones con el fin de verificar el cumplimiento de los compromisos establecidos en el Plan de Acción Institucional para la vigencia.

ALCANCE: El alcance de la labor realizada por la Oficina de Control Interno se estableció de acuerdo con los siguientes parámetros:

Verificación de la formalización de los siguientes documentos:

- Evaluación del Acuerdo de Gestión de la vigencia 2021.
- Formalización y envío del Acuerdo de Gestión para la vigencia 2020.
- Envío del Seguimiento al Acuerdo de Gestión para la vigencia 2021.
- Plan de Acción vigencia con corte a 31 de diciembre de 2021.
- Indicadores de Gestión vigencia relacionados en el cuadro de mando integral.
- Reporte de Indicadores de Gestión periodo enero – diciembre de 2021.

1. Verificación de la coherencia, pertinencia y suficiencia de los indicadores de gestión de la dependencia frente al Plan de Acción suscrito por la Subgerente de Atención al Usuario y Comunicaciones y el Gerente General (superior jerárquico) de la dependencia para la vigencia y frente a las funciones establecidas en el Acuerdo 007 de 2017 "*Por el cual se modifica la estructura organizacional y las funciones de unas dependencias de la Empresa de Transporte del Tercer Milenio – TRANSMILENIO S.A."* y la normatividad vigente relacionada.

2. Revisión de la información, documentación y sistemas de información que soportan los resultados para cada indicador que ha reportado el área.

3. Evaluación del cumplimiento de las metas planteadas para la vigencia.
4. Conclusiones sobre la evaluación de los compromisos de la dependencia
5. Formulación de recomendaciones a partir del análisis realizado y de los resultados obtenidos por la dependencia, con el objetivo de que se tomen las acciones correctivas y/o de mejora, en procura de la consecución de los objetivos de la dependencia y la consolidación de su contribución a los objetivos institucionales.

CRITERIOS

- Circular 04 de 27 de septiembre de 2005 del Consejo Asesor del Gobierno Nacional en Materia de Control Interno
- Acuerdo 007 de 2017 "Por el cual se modifica la estructura organizacional y las funciones de unas dependencias de la Empresa de Transporte del Tercer Milenio - TRANSMILENIO S. A."
- Acuerdo 007 de 2019 "Por medio del cual se actualiza el Plan Estratégico de TRANSMILENIO S. A., adoptado con Acuerdo de Junta Directiva 4 de 2015".
- Procedimiento "Concertación, Seguimiento y Evaluación de los Acuerdos de Gestión", versión 4 de julio de 2021 con código P-DA-007.
- Procedimiento "Elaboración, modificación y seguimiento del plan de acción institucional", versión 3 de septiembre de 2020 con código P-OP-018.
- Procedimiento "Acciones Correctivas, Preventivas y de Mejora del Modelo de Gestión Institucional", versión 3 de diciembre de 2021 con código P-OP-017.
- Procedimiento "Indicadores de Gestión", versión 3 de diciembre de 2021 con código P-OP-023.

DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO REALIZADO:

1. Verificación de la Formalización de los Siguientes Documentos.

a) Formalización del Acuerdo de Gestión

La Dirección Corporativa remitió a la Oficina de Control Interno por correo electrónico del 19 de enero de 2022, el acuerdo de gestión suscrito para la vigencia 2021 por la Subgerencia de Atención al Usuario y Comunicaciones.

b) Conforme a lo anterior, se verificó que el acuerdo de gestión fue formalizado el 3 de febrero de 2021 entre la Subgerente de Atención al Usuario y Comunicaciones y el Gerente General (Superior Jerárquico), el cual contempla algunos de los compromisos establecidos en el Plan de Acción de la dependencia (SAUCP1, SAUCP2, SAUCP3, SAUCP4, SAUCP5, SAUCP6).

c) Evaluación del Acuerdo de Gestión de la vigencia 2021.

d) Plan de Acción vigencia 2021

En la verificación realizada, la Oficina Asesora de Planeación, suministró la versión 36 del Plan de Acción de la vigencia en archivo Excel,

e) Ficha Técnica de los Indicadores de Gestión vigencia y reporte de Indicadores de gestión periodo enero – diciembre de 2021.

En la verificación realizada al corte del 31 de diciembre de 2021, se recibió mediante correo electrónico del 18 de enero el enlace correspondiente al Cuadro de Mando Integral, el cual se encuentra en consolidación por parte de la OAP para la totalidad de la vigencia, dicho documento contiene la ficha técnica de los seis (6) indicadores de gestión de la dependencia evaluada para la vigencia.

La Subgerencia de Atención al Usuario y Comunicaciones reportó a través de correo electrónico, los indicadores de gestión de la vigencia 2021 a la Oficina Asesora de Planeación, tal y como se muestra a continuación:

Periodo Reporte	Fecha S/G OAP	Fecha Reportada por la Dependencia	¿Se reportó oportunamente?
I Semestre de 2021	7 de Julio de 2021	7 de Julio de 2021	Si
II Semestre de 2021	5 de Enero de 2022	4 de Enero de 2022	Si

2. Revisión pertinencia y suficiencia Indicadores de gestión frente al Plan de Acción 2021 y a las funciones de la Subgerencia de Atención al Usuario y Comunicaciones

- El conjunto de indicadores de la Subgerencia de Atención al Usuario y Comunicaciones, así

como su plan de acción incluyó productos e indicadores asociados con las funciones definidas en el Acuerdo 007 de 2017, en dicho plan se encuentran relacionadas seis (6) metas y/o productos que guardan relación con los indicadores establecidos.

- El análisis específico de pertinencia del plan de acción e indicadores se registra en el numeral 4 .

3. Revisión de la Información.

- En la verificación con corte al 31 de diciembre de 2021 realizada por la Oficina de Control Interno, se observó que, para los indicadores de la dependencia evaluada, se ha diligenciado la información correspondiente, con análisis descriptivos de manera coherente y razonable, lo que permite identificar su gestión en cada periodo.
- Trazabilidad de la información:

  Se ha hecho, a partir de una muestra, una revisión de las fuentes, registros, documentación y sistemas de información que soportan la planeación para los diferentes indicadores formulados, así como los productos y/o metas del plan de acción.

4. Evaluación del cumplimiento de las metas planteadas para la vigencia respecto de los Indicadores y el plan de acción

Sobre el cuadro de mando integral se verificó lo siguiente:

Como parte del contexto de las actividades de planeación estratégica se cotejaron los indicadores de gestión de la dependencia, registrados en el cuadro de mando integral de la vigencia 2021, el cual se encuentra publicado en la Intranet de la Entidad y frente a las actividades, productos y/o metas del plan de acción 2021 suscrito por la Subgerencia de Atención al Usuario y Comunicaciones, se observó que el plan de acción tiene formuladas cuarenta y cuatro (44) metas, para las cuales se caracterizaron seis (6) indicadores, que se desagregan en el siguiente cuadro:

PROYECTO DE INVERSIÓN PLAN DESARROLLO	OBJETIVOS CORPORATIVOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ESTRATEGIAS	INDICADOR
7513 Desarrollo y Gestión de la Cultura Ciudadana en el Sistema Integrado de Transporte Público de Bogotá	2. Los usuarios reconocen al Sistema Integrado de Transporte Público por la generación de valor para la ciudad y sus habitantes, y por su aporte al desarrollo de la cultura ciudadana.	2.1 Mejorar la experiencia del viaje del usuario mediante eficaces canales de comunicación y promoción del cumplimiento del manual del usuario, en busca de transformar el comportamiento de los usuarios dentro del Sistema Integrado de Transporte Público.	2.1.6 Implementar mecanismos que permitan transmitir a los usuarios información oportuna, clara y veraz sobre novedades en la operación del Sistema Integrado de Transporte Público.	Mensajes transmitidos a los grupos de interés de Comunicación Externa
7513 Desarrollo y Gestión de la Cultura Ciudadana en el Sistema Integrado de Transporte Público de Bogotá	2. Los usuarios reconocen al Sistema Integrado de Transporte Público por la generación de valor para la ciudad y sus habitantes, y por su aporte al desarrollo de la cultura ciudadana.	2.1 Mejorar la experiencia del viaje del usuario mediante eficaces canales de comunicación y promoción del cumplimiento del manual del usuario, en busca de transformar el comportamiento de los usuarios dentro del Sistema Integrado de Transporte Público.	2.1.8 Diseñar e implementar la política de comunicación interna	Personas satisfechas con la comunicación organizacional
7513 Desarrollo y Gestión de la Cultura Ciudadana en el Sistema Integrado de Transporte Público de Bogotá	2. Los usuarios reconocen al Sistema Integrado de Transporte Público por la generación de valor para la ciudad y sus habitantes, y por su aporte al desarrollo de la cultura ciudadana.	2.1 Mejorar la experiencia del viaje del usuario mediante eficaces canales de comunicación y promoción del cumplimiento del manual del usuario, en busca de transformar el comportamiento de los usuarios dentro del Sistema Integrado de Transporte Público.	2.1.4 Establecer mecanismos de participación y mejoramiento continuo para los diferentes actores del Sistema Integrado de Transporte Público e implementar las acciones derivadas de éstos	Cumplimiento de actividades de gestión social por espacios de interlocución
7513 Desarrollo y Gestión de la Cultura Ciudadana en el Sistema Integrado de Transporte Público de Bogotá	2. Los usuarios reconocen al Sistema Integrado de Transporte Público por la generación de valor para la ciudad y sus habitantes, y por su aporte al desarrollo de la cultura ciudadana.	2.1 Mejorar la experiencia del viaje del usuario mediante eficaces canales de comunicación y promoción del cumplimiento del manual del usuario, en busca de transformar el comportamiento de los usuarios dentro del Sistema Integrado de Transporte Público.	2.1.2. Consolidar una estrategia de cultura ciudadana para el Sistema Integrado de Transporte Público de Bogotá.	Espacios de atención en vía
7513 Desarrollo y Gestión de la Cultura Ciudadana en el Sistema Integrado de Transporte Público de Bogotá	2. Los usuarios reconocen al Sistema Integrado de Transporte Público por la generación de valor para la ciudad y sus habitantes, y por su aporte al desarrollo de la cultura ciudadana.	2.1 Mejorar la experiencia del viaje del usuario mediante eficaces canales de comunicación y promoción del cumplimiento del manual del usuario, en busca de transformar el comportamiento de los usuarios dentro del	2.1.5 Formular e implementar una estrategia integral de servicio al usuario, que permitan entre otros el fortalecimiento de los canales de atención al usuario a través de medios accesibles e inclusivos, que garanticen a todo el tipo de población poder	Satisfacción del usuario con la atención prestada por los agentes de las líneas de servicio a la ciudadanía

		Sistema Integrado de Transporte Público.	interponer sus PQRS.	
7513 Desarrollo y Gestión de la Cultura Ciudadana en el Sistema Integrado de Transporte Público de Bogotá	2. Los usuarios reconocen al Sistema Integrado de Transporte Público por la generación de valor para la ciudad y sus habitantes, y por su aporte al desarrollo de la cultura ciudadana.	2.1 Mejorar la experiencia del viaje del usuario mediante eficaces canales de comunicación y promoción del cumplimiento del manual del usuario, en busca de transformar el comportamiento de los usuarios dentro del Sistema Integrado de Transporte Público.	2.1.5 Formular e implementar una estrategia integral de servicio al usuario, que permitan entre otros el fortalecimiento de los canales de atención al usuario a través de medios accesibles e inclusivos, que garanticen a todo el tipo de población poder interponer sus PQRS.	Oportunidad en la respuesta de PQR

En la evaluación de pertinencia y suficiencia de los indicadores de la Subgerencia de Atención al Usuario y Comunicaciones, se identificó lo siguiente:

- Para la vigencia 2021 se formularon seis (6) indicadores específicos en el cuadro de mando integral, los cuales se encuentran relacionados con las funciones del área y alineados con la estructura de la planeación estratégica de la Entidad del Acuerdo 7 del 3 de septiembre de 2019, de los cuales cuatro (4) corresponden al tipo de eficacia y dos (2) de eficiencia.
- De acuerdo con el análisis efectuado entre el Cuadro de Mando Integral 2021 y el Cuadro de Mando Integral 2020 se evidenció que los indicadores de gestión para la dependencia se mantienen.
- En el anexo 1 se presenta la evaluación realizada por la Oficina de Control Interno, con las siguientes consideraciones:

  Los seis (6) indicadores establecidos por la dependencia, se cumplieron al 100% .

- **Sobre la evaluación del plan de acción se verificó:**

  La dependencia generó seis (6) compromisos distribuidos así:

Código	Compromisos	Cantidad de Producto y/o meta	Listado de Actividades Necesarias para el Logro del Producto	Cantidad de Indicadores
SAUCP1	Posicionar los canales de comunicación oficiales de la entidad (internos y externos).	14	14	1
SAUCP2	Mejorar la claridad de la información en vía a través de la señalética del Sistema y el diseño y producción de piezas, en pro de optimizar la experiencia y comprensión del usuario al momento de transportarse.	2	3	1

SAUCP3	Promover en los territorios de intervención de Gestión Social, el cuidado y buen comportamiento en el Sistema TransMilenio.	3	3	1
SAUCP4	Promover acciones de cultura ciudadana y Responsabilidad Social en el Sistema TransMilenio	15	15	1
SAUCP5	Generar una estrategia de posicionamiento de los diferentes canales de atención al Usuario de la Entidad.	9	9	1
SAUCP6	Alcanzar un avance físico del 35% (acumulado) de la meta "Definir e implementar dos estrategias de cultura ciudadana para el sistema de movilidad, con enfoque diferencial, de género y territorial, donde una de ellas incluya la prevención, atención y sanción de la violencia contra la mujer en el transporte	1	1	1
Total		**44**	**45**	**6**

Fuente: Cuadro construido por la OCI a partir del Plan de acción remitido por parte de la Oficina Asesora de Planeación.

A continuación, se relaciona el análisis general y detallado de los productos por cada compromiso:

A. Análisis General

Por parte de la Subgerencia de Atención al Usuario y Comunicaciones no se efectuó ningún cambio al Plan de Acción planteado desde el inicio de la vigencia 2021.

1. Análisis de producto por cada compromiso

1. Para el compromiso SAUCP1:

   Compromiso: Posicionar los canales de comunicación oficiales de la entidad (internos y externos).

   Productos o Metas: Catorce (14) actividades de comunicación relacionadas con los canales de comunicación oficiales internos y externos de la entidad.

   Actividades Necesarias:

   - Realizar cinco (5) actualizaciones y modernizaciones de los canales de comunicación interna.
   - Divulgar cinco (5) contenidos alusivos a temas como: Mujer, TransMiCable,

accesibilidad, operadores y buen uso del Sistema.

- Implementar cuatro (4) estrategias de divulgación de las cuentas institucionales de la entidad

Indicador: (Total actualizaciones y modernizaciones realizadas/5)*0,33)+((Total contenidos realizados/5)*0,33)+((Total estrategias de divulgación/4)*0,34) * 100

Análisis:

- Para el producto "Realizar cinco (5) actualizaciones y modernizaciones de los canales de comunicación interna", de acuerdo con el seguimiento realizado, se evidenció, que fueron ejecutadas en su totalidad las actividades establecidas para el presente compromiso, por lo anterior, el producto alcanzó una calificación del 100%

  Con los soportes remitidos por la Subgerencia de Atención al Usuario y Comunicaciones, la Oficina de Control Interno verifico que se realizaron más de cinco actualizaciones en el año por parte de la dependencia logrando el objetivo, y se detallan en la matriz de seguimiento.

- Para el producto "Divulgar cinco (5) contenidos alusivos a temas como: Mujer, TransMiCable, accesibilidad, operadores y buen uso del Sistema, de acuerdo con el seguimiento realizado, se evidenció, que fueron ejecutadas en su totalidad las seis (6) actividades establecidas con este compromiso, por lo anterior, el producto alcanzó una calificación del 100%.

  La Subgerencia de Atención al Usuario y Comunicaciones, entrego soportes de estas actividades evidenciándose que en el mes de marzo se realizó una campaña alusiva a la mujer en las diferentes redes sociales de la Entidad (Instagram, Facebook, Twitter) etc. En el mes de mayo, se generó una campaña del TransMiCable donde se difundieron diferentes contenidos del mismo. En el mes de Julio la dependencia generó una campaña de reconocimiento del Operador en Facebook y Twitter. En el mes de octubre la dependencia trabajó en una charla con el concesionario SI18 sobre el transporte público: Retos y Perspectivas. Finalmente en el mes de noviembre, se adelantaron actividades de sensibilización sobre bici estaciones por medio de Twitter e Instagram.

- Para el producto "Implementar cuatro (4) estrategias de divulgación de las cuentas

institucionales de la entidad.*"* De acuerdo con el seguimiento realizado, se evidenció, que fueron ejecutadas en su totalidad, por lo anterior, el producto alcanzó una calificación del 100%.

De acuerdo con los soportes entregados por la Subgerencia de Atención al usuario y Comunicaciones, se pudo establecer que para el mes de abril se lanzó una campaña para posicionamiento de las redes sociales de la entidad, contando con el apoyo de otras entidades distritales. Así mismo, por parte de la Oficina de Control Interno se pudo demostrar que en el mes de Junio se lanzó una campaña con el objetivo que los colaboradores de la entidad reconocieran y siguieran las redes sociales de Transmilenio S.A.

Así mismo, en el mes de agosto se lanzó una nueva campaña a través de Gestión Social con el fin de buscar reconocimiento de las redes sociales por parte de la comunidad, y finalmente en el mes de septiembre de 2021, la dependencia gestionó una campaña para que las redes sociales fueran una fuente confiable de información.

2. Para el compromiso SAUCP5:

Compromiso: Mejorar la claridad de la información en vía, a través de la señalética del Sistema y el diseño y producción de piezas, en pro de optimizar la experiencia y comprensión del usuario al momento de transportarse.

Productos o Metas: Dos (2) estrategias de diseño gráfico para definir tiempos de recepción de piezas y elementos de señalética en el Sistema.

Actividades Necesarias: Realizar un Informe de identificación de fallas internas en la recepción de información desde las áreas técnicas y los procesos de envío de “piezas boceto” para revisión y aprobación.

-Realizar una cartilla de señalética bajo el nuevo esquema visual aprobado-.

-Llevar a cabo un registro fotográfico de los puntos de la infraestructura ya intervenidos con los nuevos elementos de la señalética instalada.

Indicador: (Total informe de fallas elaborado/1)*0,33)+((Total cartilla de señalética elaborada/1)*0,33)+((Total registro fotográfico realizado/1)*0,34) * 100

Análisis:

- Para este producto denominado “Realizar un (1) Informe de identificación de fallas internas en la recepción de información desde las áreas técnicas y los procesos de envío de “piezas boceto”, de acuerdo con el seguimiento realizado, se evidenció, que fueron ejecutada la actividad en su totalidad, por lo anterior, el producto alcanzó una calificación del 100%.

  La Oficina de Control Interno recibió por parte de la Subgerencia de Atención al Usuario y Comunicaciones varios documentos relacionados con esta actividad, incluyendo soportes de reuniones, planeación de las actividades para evitar fallas en el envío de piezas de comunicación, presentación del mecanismo propuesto para evitar las fallas y soporte de capacitación de la misma.

  Así mismo, se presenta un informe de las fallas reportadas, de las soluciones planteadas y la efectividad de estas por parte del profesional grado 5 de publicidad y diseño gráfico; se debe advertir que dicho informe no cuenta con firma del profesional, se encuentra en word, y no se encuentra dirigido a una persona o dependencia específica, por lo que se recomienda que esta clase de actividades cuenten con una mayor formalidad.

- Para el producto denominado “Realizar una (1) cartilla de señalética bajo el nuevo esquema visual aprobado-.”, de acuerdo con el seguimiento que se realizó fue una actividad ejecutada al 100%.

  Se remite como evidencia de esta actividad una cartilla de señalética en la que se explica todo lo relacionado con las señales en los diferentes espacios del sistema y varios correos electrónicos donde se socializa la cartilla o se señala la imposibilidad de un cambio o aprobación de estructura de esta.

- Para el producto denominado “Llevar a cabo un (1) registro fotográfico de los puntos de la infraestructura ya intervenidos con los nuevos elementos de la señalética instalada.”, se pudo observar por parte de la Oficina de Control Interno que la actividad fue ejecutada en un 100%.

  Por parte de la Subgerencia de Atención al Usuario y Comunicaciones se entrega la evidencia del registro fotográfico para la Troncal 26, 80, Américas, Caracas Central, Caracas Sur, Eje, Norte, NQS, Suba, Sur.

3. Para el compromiso SAUCP3, se verificó:

Compromiso: Promover en los territorios de intervención de Gestión Social, el cuidado y buen comportamiento en el Sistema TransMilenio.

Productos o Metas: Tres estrategias de gestión social.

Actividades Necesarias: - Elaborar e implementar una (1) estrategia para el fortalecimiento de los canales de comunicación que emplea el equipo de Gestión Social para la divulgación de información en los territorios.

- Elaborar e implementar una (1) estrategia para el equipo de Gestión Social que promueva el buen trato y la humanización del personal de TRANSMILENIO S.A. en los territorios.

- Elaborar e implementar una (1) estrategia para informar a las comunidades las actividades y los beneficios que el Equipo de Gestión Social realiza y/o promociona en los territorios de intervención y que impactan su entorno.

Indicador: (Total estrategia de fortalecimiento de los canales de comunicación implementada/1)*0,33)+((Total estrategia de buen trato implementada/1)*0,33)+((Total estrategia de beneficios equipo GS/1)*0,34) * 100

Análisis:

- Para este producto “Elaborar e implementar una (1) estrategia para el fortalecimiento de los canales de comunicación que emplea el equipo de Gestión Social para la divulgación de información en los territorios”, de acuerdo con el seguimiento realizado, se evidenció, que fueron ejecutadas en su totalidad, por lo anterior, el producto alcanzó una calificación del 100%

  La Subgerencia de Atención al Usuario y Comunicaciones remitió a la Oficina de Control interno como soportes de esta actividad, varios documentos; el primero, es una guía de canales de comunicación en donde se señala de manera clara cuál es la estrategia de comunicación desde Gestión Social con la comunidad; un excel con la estrategia de intervención, un documento donde se consolida la estrategia de canales de comunicación.

  Así mismo se remitieron actas de envió de las actividades de fortalecimiento de canales de comunicación de WhatsApp y correo electrónico de las localidades de Tunjuelito, Puente Aranda, Usme, Ciudad Bolívar y Barrios Unidos. Adicionalmente se remitieron

presentaciones con los distintos canales de comunicación que tiene la entidad (redes sociales, correo electrónico, pagina web, WhatsApp, TransmiApp), videos testimoniales donde se indica el impacto de la socialización de la estrategia de comunicación y socialización de los canales en cada una de estas localidades.

- Para el producto denominado “Elaborar e implementar una (1) estrategia para el equipo de Gestión Social que promueva el buen trato y la humanización del personal de TRANSMILENIO S.A. en los territorios,” se observó una ejecución del 100%.

  Como soporte de la presente acción, la Subgerencia de Atención al Usuario y Comunicaciones, entregó varios documentos, el primero plasma el objetivo de la actividad planteada y es la de la humanización de trato para el personal de Transmilenio S.A., se remiten las encuestas diligenciadas inicialmente por trabajadores donde se identifica la problemática, el resultado, tabulación de las encuestas y testimonios de los funcionarios donde relatan como es el trato que reciben. Además de lo anterior, se remite soportes e informe del resultado de las actividades realizadas de la campaña con el logo del puño, la actividad en TransmiChquis, fotocoll, muro de mensajes, y la actividad ponte en mis zapatos en la cuál se conoció por algunas personas incluidas líderes de comunidades las actividades de los funcionarios de Transmilenio.

- Para el producto “Elaborar e implementar una estrategia para informar a las comunidades las actividades y los beneficios que el Equipo de Gestión Social realiza y/o promociona en los territorios de intervención y que impactan su entorno”, se alcanzó una calificación del 100%, teniendo en cuenta que fue ejecutado en su totalidad.

  De acuerdo a los soportes entregados por la Subgerencia de Atención al Usuario y Comunicaciones se evidencio un documento donde se planteo la metodología a usar para el desarrollo de la actividad, se realizó el diseño de las piezas a usar para ejecutar la estrategia donde se informaba el portafolio de servicios que presta gestión social de la entidad. Así mismo, se presentaron actas de las actividades realizadas en diferentes localidades donde se socializó con líderes comunitarios y otras personas el portafolio de servicios.

4. Para el compromiso SAUCP4, se verificó:

Compromiso: Promover acciones de cultura ciudadana y Responsabilidad Social en el Sistema TransMilenio.

Productos o Metas: 15 Acciones de cultura ciudadana y/o Responsabilidad Social.

Actividades Necesarias: -Articular dos Políticas Públicas Distritales en el marco de la estrategia de responsabilidad social de la entidad.

.Diseñar e implementar nueve acciones de cultura ciudadana en el Sistema, en el marco del modelo planteado por la entidad.

-Cuatro campañas de comunicación interna relacionadas con la cultura organizacional y ciudadana.

Indicador: (Total políticas públicas articuladas/2)*0,33)+((Total acciones de cultura ciudadana implementadas/9)*0,33)+((Total campañas de comunicación interna implementadas/4)*0,34) * 100

Análisis:

- Para el producto “Articular dos (2) Políticas Públicas Distritales en el marco de la estrategia de Responsabilidad social de la entidad”, de acuerdo con el seguimiento realizado, se evidenció, que fueron ejecutadas en su totalidad, por lo anterior, el producto alcanzó una calificación del 100% .

  Para esta actividad la Subgerencia de Atención al usuario y Comunicaciones realizó la articulación y seguimiento de dos políticas públicas distritales, la de juventudes y de LGTBI, por medio de diferentes actividades de gestión social como se puede evidenciar en las actas suministradas por la dependencia.

- Para el producto denominado “Diseñar e implementar nueve (9) acciones de cultura ciudadana en el Sistema, en el marco del modelo planteado por la entidad.”, de acuerdo con los soportes verificados por parte de la Oficina de Control Interno, su calificación es del 100% toda vez que fue ejecutado en su totalidad.

  Se entregaron las diferentes actividades culturales que se desarrollaron en el año 2021, donde se promovió la cultura en el sistema, y se realizaron las nueve actividades establecidas en la acción. Los soportes se enumeran a continuación:

- Un documento resumen del resultado sobre el avance del concurso de pruebas controladas aleatorias de reducción de la evasión, en TransMilenio, con apoyo de MoviLab – SDM y el BID.
- Presentación de resultados de la estrategia ganadoras en el concurso Movilab, SDM BID
- Presentación del diseño de una campaña sobre el buen uso de la bici y de la multimodalidad en el Sistema de Transporte Publico, en conjunto con la SDM,
- Documento informe de las acciones adelantadas en el desarrollo campaña "Ojo al Carril" en conjunto con la SDM.
- Un documento con los ajustes a los programas desarrollados en TrasnMiCable, en el marco de la emergencia sanitaria en el país, covid 19.
- Un Documento diseño de la estrategia
- Un documento de la Estrategia de reducción del acoso sexual en TransMilenio.
- Informe de activaciones de cultura ciudadana, dirigidas a los usuarios del Sistema, con el apoyo de entidades distritales.
- Informe activaciones de cultura ciudadana, dirigidas a los usuarios del Sistema, con el apoyo de entidades distritales,
- Un documento de actividades acciones encaminadas a la prevención del covid, en el Sistema
- Una alianza comercial, con el propósito de fomentar la cultura ciudadana en el Sistema, a través de la Subgerencia de Negocios
- "Un documento de la planeación y cronograma de las acciones en el marco de la semana de la cultura ciudadana"
- Un documento del desarrollo de agenda cultural para para promover la cultura ciudadana
- Diseño de estrategia enfocada en la reconciliación el Sistema
- Una activación enfocada a la reconciliación y apego con el Sistema TransMilenio

- Una Jornada Cultural en el Sistema TransMiCable

- Para el producto denominado “Cuatro (4) campañas de comunicación interna relacionadas con la cultura organizacional y ciudadana”, se evidenció que fue ejecutado en su totalidad, y por lo tanto su calificación es 100%.

  Los soportes remitidos por la dependencia demuestran que en el mes de marzo se realizó una campaña de trabajo en casa y los principios del código de integridad de la entidad; en el mes de abril se desarrollo una actividad con el fin de divulgar mensajes de transformación e inspiración a los colaboradores por parte de consultores y conferencistas expertos en temas liderazgo, desarrollo personal y laboral. Esta actividad se realizó en articulación con el área de Formación y Desarrollo de la Dirección Corporativa. En el mes de mayo se construyó una página dentro de la intranet, en la cual los colaboradores pueden consultar todo el materia audiovisual producido en el marco de esta estrategia, con el fin de facilitar el acceso a esta material lúdico pedagógico.. Finalmente para el mes de octubre se hizo una campaña para incentivar la participación de nuestros colaboradores en las actividades derivadas de la estrategia de cultura ciudadana de SAUC, en el marco de esta campaña se realizaron dos actividades: TransMi Reverdece los patios zonales y Vive el Sistema.

5. Para el compromiso SAUCP5, se verificó:

   Compromiso: Generar una estrategia de posicionamiento de los diferentes canales de atención al Usuario de la Entidad.

   Productos o Metas: Nueve acciones relacionadas con la estrategia de posicionamiento de los canales de atención al usuario.

   Actividades Necesarias: - Realizar cuatro acciones para reforzar los criterios establecidos por la Alcaldía Mayor de Bogotá para dar respuesta a las solicitudes ciudadanas

   -Implementar cuatro campañas para posicionar los canales de atención al usuario de la Entidad.

   - Desarrollar una actividad de atención al usuario en vía en el Sistema en el marco de la cultura ciudadana.

Indicador: ((Total acciones para reforzar criterios implementadas/4)*0,33)+((Total campañas implementadas/4)*0,33)+((Total actividad de atención en vía implementada)*0,34) * 100

Análisis:

- Para el producto que se denomina “Realizar cuatro (4) acciones para reforzar los criterios establecidos por la Alcaldía Mayor de Bogotá para dar respuesta a las solicitudes ciudadanas”, se pudo establecer por parte de la Oficina de Control Interno que se ejecutó totalmente, por lo que la calificación es 100%.

  Para esta actividad se pudo concluir, por parte de la Oficina de Control Interno, que la Subgerencia de Usuario y Comunicaciones realizó en el mes de enero una capacitación sobre los canales dispuestos por la entidad para la radicación de solicitudes o PQRS, en el mes de junio se realizó una reunión donde se socializó el balance PQRS primer semestre de 2021. En el mes de Septiembre se realizó un taller de lenguaje verbal y no verbal, y en diciembre se hizo el balance de segundo semestre de PQRS de 2021.

- Para el producto denominado “Implementar cuatro (4) campañas para Posicionar los canales de atención al Usuario de la Entidad,” se ejecuto en su totalidad por parte de la dependencia y por tal razón su calificación es de 100%.

  Se observa de acuerdo a los soportes entregados por parte de la Subgerencia de Atención al Usuario y Comunicaciones, que se realizaron cuatro campañas en los meses de marzo, abril, mayo y octubre de 2021, cuyo objetivo fue posicionar los canales de atención que tiene la Entidad.

- Para el producto denominado “Desarrollar una (1) actividad de Atención al Usuario en vía en el Sistema en el marco de la cultura ciudadana”, se evidenció por parte de la Oficina de Control Interno que el producto fue ejecutado en su totalidad y por lo anterior su calificación es del 100%.

  Para la presente actividad en el mes de julio, la Subgerencia de Atención al Usuario y Comunicaciones realizo dos actividades, una la emisión de mensajes en altavoces del sistema y una pieza digital. Se realizaron dichas actividades en atención en vía de Transmilenio.

Se recomienda tener un indicador relacionado con la extemporaneidad de las respuestas de PQRS para el año 2022, con el objetivo de mejorar los canales de comunicación con la ciudadanía y mitigar riesgos jurídicos con la respuesta fuera de términos.

6. Para el compromiso SAUCP6, se verificó:

Compromiso: Alcanzar un avance físico del 35% (acumulado) de la meta "Definir e implementar dos estrategias de cultura ciudadana para el sistema de movilidad, con enfoque diferencial, de género y territorial, donde una de ellas incluya la prevención, atención y sanción de la violencia contra la mujer en el transporte.

Productos o Metas: Alcanzar un avance físico del 35% (acumulado) de la meta "Definir e implementar dos estrategias de cultura ciudadana para el sistema de movilidad, con enfoque diferencial, de género y territorial, donde una de ellas incluya la prevención, atención y sanción de la violencia contra la mujer en el transporte.

Actividades Necesarias: Alcanzar un avance físico del 35% (acumulado) de la meta "Definir e implementar dos estrategias de cultura ciudadana para el sistema de movilidad, con enfoque diferencial, de género y territorial, donde una de ellas incluya la prevención, atención y sanción de la violencia contra la mujer en el transporte**-**Implementar cuatro (4) campañas para Posicionar los canales de atención al Usuario de la Entidad.

Indicador: (Avance físico (acumulado) alcanzado en la meta "Definir e implementar dos estrategias de cultura ciudadana para el sistema de movilidad, con enfoque diferencial, de género y territorial, donde una de ellas incluya la prevención, atención y sanción de la violencia contra la mujer en el transporte" / 35)*100

Análisis:

- Para el producto de este compromiso, se pudo determinar cumplimiento del 100%.
- De acuerdo con los soportes entregados por la Subgerencia de Atención al Usuario y Comunicaciones y la explicación presentada por parte del enlace, se establecieron unas actividades, que se enuncian a continuación y que fueron cumplidas mensualmente:
    - Diseñar e implementar las actividades en materia de gestión social

- Diseñar e implementar las actividades en materia de comunicación externa e interna (esta actividad integra dos componente)
- Diseñar e implementar las actividades en materia de diseño gráfico
- Diseñar e implementar las actividades en materia de servicio al ciudadano
- Diseñar e implementar las actividades en materia de responsabilidad social
- Diseñar e implementar las actividades en materia de cultura ciudadana.

5. Conclusiones sobre la evaluación de los Compromisos de la Dependencia.

Con relación a los resultados obtenidos para los seis compromisos establecidos en el Plan de Acción, que se encuentran reportados para el año 2021, considerando las observaciones específicas y las ponderaciones establecidas para cada uno de estos, la Subgerencia de Atención al Usuario y Comunicaciones alcanza un porcentaje de cumplimiento respecto a los compromisos adquiridos en la vigencia 2021 del 100%, tal y como se presenta a continuación.

No.	***Compromiso***	***Ponderación del logro***	***% De Cumplimiento***	***TOTAL***
1(*)	SAUCP1 Fortalecer los canales de comunicación con los usuarios a través de acciones estratégicas de comunicación.	16,6%	100%	16,6%
2	SAUCP2 Fortalecer las acciones de comunicación, para fomentar en la comunidad usuaria, el conocimiento sobre el buen uso del Sistema TransMilenio.	16,6%	100%	16,6%
3	SAUCP3 Implementar la estrategia de comunicaciones y de cultura ciudadana EQUIPO T, para el Sistema TransMilenio	16,6%	100%	16,6%

4	SAUCP4 Aumentar al 80 por ciento el nivel de satisfacción del Usuario, respecto de la Encuesta de Satisfacción Usuarios Transmilenio - Troncal y Zonal en lo correspondiente a la medición de comunicaciones	16,6%	100%	16,6%
5	SAUCP5 Diseñar e implementar una (1) estrategia integral de cultura ciudadana para el Sistema de Transporte Masivo de Bogotá.	16,6%	100	16,6%
6	SAUCP6 Mantener 80% de satisfacción en los servicios prestados por las entidades del sector movilidad	16,6%	100	16,6%
	TOTAL DEPENDENCIA			100%

El detalle del análisis específico se puede verificar en la "*Matriz de seguimiento al Plan de Acción*"

6. Indicadores Sigest

La Subgerencia de Atención al Usuario y Comunicaciones cuenta con cinco indicadores en el sistema SIGEST, de los cuáles fueron compartidos pantallazos por parte de la dependencia evidenciando lo siguiente para cada indicador.

Indicador	Porcentaje de Cumplimiento
Personas satisfechas con la comunicación organizacional.	100%
Mensajes transmitidos a los grupos de interés de comunicación externa.	100%
Cumplimiento de actividades de gestión social	100%

por espacios de interlocución.	
Espacios de atención en vía.	100%
Satisfacción del usuario con la atención prestada por los agentes de las líneas de servicio a la ciudadanía 2021.	92%*

Fuente: Tabla construida por la Oficina de Control Interno con pantallazos suministrados por parte de la Subgerencia de Atención al Usuario y Comunicaciones.

*Respecto del indicador que se encuentra en 92% se indica que son los canales que dirige Recaudo Bogotá y el Distrito para PQRS e información del Sistema Transmilenio por parte de los usuarios del sistema.

De acuerdo a la información del cuadro anterior, podemos encontrar que cuatro de los cinco indicadores a cargo de la Subgerencia de Atención al Usuario y Comunicaciones, se encuentran en un 100% en su porcentaje de cumplimiento. Así mismo, para el indicador denominado "*Satisfacción del usuario con la atención prestada por los agentes de las líneas de servicio a la ciudadanía 2021*", el porcentaje de cumplimiento es del 92%, sin embargo, se debe tener en cuenta que las líneas de atención a las que acceden los usuarios no son manejadas directamente por Transmilenio S.A., sino que son administradas por terceros específicamente por Recaudo Bogotá y el Distrito a través de ETB, por lo anterior, es un indicador que no depende de la entidad.

7. Fortalezas

- El apoyo y disposición brindados por los profesionales de la dependencia Subgerencia de Atención al Usuario y Comunicaciones.
- Compromiso de la subgerencia para realizar todas las actividades necesarias para dar cumplimiento a sus indicadores

8. Recomendaciones

De acuerdo con los análisis y calificaciones anteriormente descritos, a continuación, se presentan las recomendaciones y principales observaciones para que la Subgerencia de Atención al Usuario

y Comunicaciones efectué las acciones correctivas en la formulación del plan de acción e indicadores para la vigencia.

1. **Evaluar para la vigencia 2022, la incorporación de un indicador relacionado con la reducción de cantidad de respuestas extemporánea de las PQRS**

   "Se recomienda tener un indicador relacionado con la extemporaneidad de las respuestas de PQRS para el año 2022, con el objetivo de mejorar los canales de comuniación con la ciudadanía y mitigar riesgos jurídicos con la respuesta fuera de términos."

2. **Evaluar la posibilidad de que los informes planteados como actividades para cumplir los compromisos, cuenten con formalidades mínimas para este tipo de documentos.**

   "Se debe advertir que dicho informe no cuenta con firma del profesional, se encuentra en word, y no se encuentra dirigido a una persona o dependencia específica, por lo que se recomienda que esta clase de actividades cuenten con una mayor formalidad."

Las anteriores conclusiones y recomendaciones fueron socializadas a los responsables y el facilitador la Subgerencia de Atención al Usuario y Comunicaciones designado para atender el presente trabajo de auditoría el 24 de enero de 2022.

La Oficina de Control Interno agradece la colaboración de la Subgerencia de Atención al Usuario y Comunicaciones para el desarrollo de la presente evaluación y reitera su disponibilidad para prestar la asistencia y acompañamiento requeridos, conforme a sus roles y funciones.

Para lo anterior se solicita emitir respuesta dentro de los cinco calendarios siguientes al recibo del presente informe.

Cualquier información adicional con gusto será suministrada.

Bogotá D.C., 24 de enero de 2022.

Sandra Jeannette Camargo Acosta

Jefe Oficina de Control Interno

Elaboró: **Natalia Stefanie Acosta Quiroga-Contratista**

Anexo 1: Matriz Seguimiento al Plan de Acción. (1 Folio)