

 	FORMATO	FECHA APROBACIÓN: 09/07/2015
	INFORME	VERSIÓN: 006
		CÓDIGO: GE-NA-FM-041

INFORME DE LOGROS DEL III TRIMESTRE DE 2017

Bogotá, 5 de octubre del 2017

Doctora
LINA MARÍA RENDÓN LOZANO
JEFE OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN

Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN
ASUNTO
TERMINOLOGÍA
RESUMEN DETALLADO
INDICADOR N° 3

Introducción

Conforme con lo establecido en el Plan de Acción para el proceso de Gestión del SAC, se encuentra el Indicador No. 3 denominado Quejas y Reclamos a favor del afiliado, cuyo propósito es medir las respuestas de este tipo de peticiones que salen en contra de la Entidad y a favor de los afiliados, aspecto que nos contribuye a detectar las mejoras a realizar, en pro del servicio y de esta manera fortalecer el proceso desarrollando las actividades con calidad y compromiso.

Asunto

Presentar informe de verificación, resultados y análisis del indicador de Quejas y Reclamos a favor del afiliado, del proceso de Gestión de SAC durante el III trimestre de 2017.

Terminología:

A continuación se relacionan los términos usados en el proceso, al igual que la abreviatura del mismo.

SAC: sistema de Atención al Consumidor Financiero.

CONSUMIDOR FINANCIERO: es todo cliente, usuario o cliente potencial de la Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía.

QUEJA: es la manifestación de inconformidad o descontento expresada por un consumidor financiero, relacionada con el comportamiento o la atención prestada por parte de un servidor público de la Entidad en ejercicio de sus funciones o por particulares que colaboran con la misma.

RECLAMO: es la exigencia de atención presentada por un consumidor financiero, ocasionada y relacionada con la ausencia, deficiencia o mala prestación de un servicio de la Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía.

SOLICITUDES DEL CONSUMIDOR FINANCIERO: es toda petición, queja, reclamo, consulta, sugerencia, requerimiento o certificación, que no tenga el carácter de trámite.

RESUMEN ACTIVIDADES

En el Plan de Acción, se encuentra asignado al proceso gestión SAC el Indicador No. 3 denominado "*Quejas y Reclamos a favor del afiliado*", el cual tiene en cuenta el total de las quejas y reclamos allegados a la entidad por los diferentes canales de comunicación.

Así las cosas, es preciso indicar que durante el trimestre en estudio, se establece que de las 5.127 solicitudes radicadas por los consumidores Financieros en la Entidad, 17 fueron quejas y 99 reclamos, cuya sumatoria equivale al 2.26% del 100% del total de solicitudes tramitadas dentro del término establecido para tal fin.

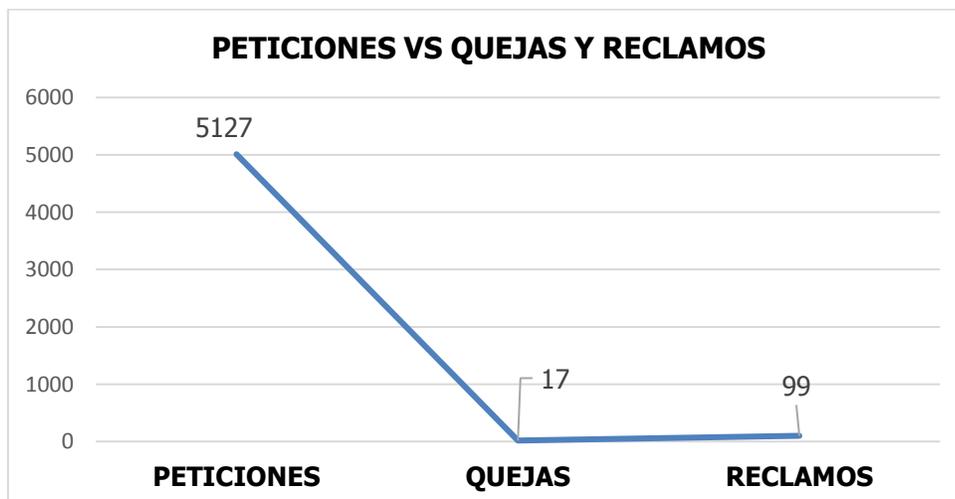
AVANCE: 75% (III Trimestre)

Se precisa que una vez allegada la solicitud, esta se tipifica como queja o reclamo, y con base en los hechos plasmados en el escrito, los procedimientos administrativos establecidos y el informe solicitado por el Área SAC a cada Área, Grupo y/o Punto de Atención implicado, mediante tarea, memorando, correo electrónico, o cualquier otro medio eficiente para ello, realiza el análisis pertinente y de manera completa.

En ese sentido, una vez finalizado el trimestre, se verifica cada queja o reclamo, identificando las causas que lo originaron y/o las razones del inconformismo, se establecen los correctivos necesarios según sea el caso o los aspectos a aclarar, previendo acciones que conduzcan a la no repetición del yerro en caso de estar en manos de la Entidad, o aclararle al consumidor financiero en caso de tener una interpretación o noción diferente a lo normativo y procedimental, siendo retroalimentado a las partes intervinientes para poder elaborar y emitir respuesta.

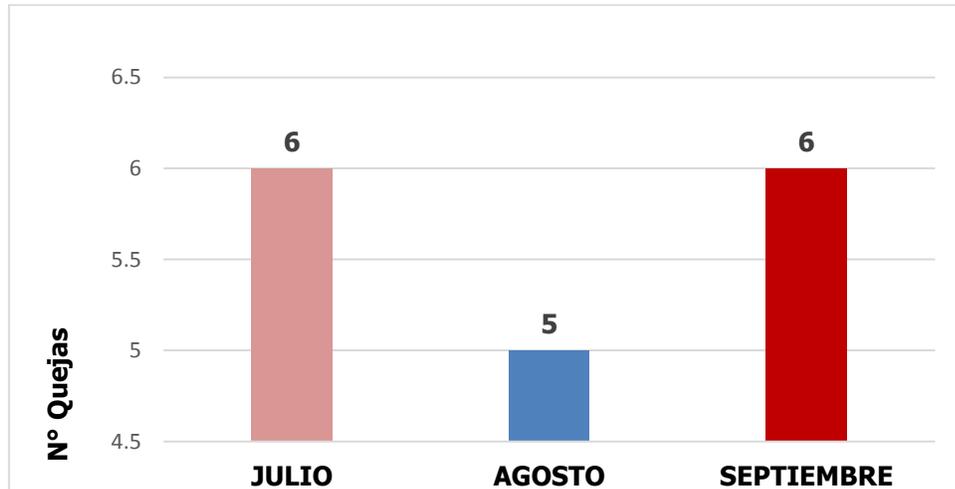
ANÁLISIS DE AVANCE: una vez realizado el análisis y establecidos los correctivos se pretende sensibilizar a los funcionarios de la Entidad respecto al impacto que causan las quejas y reclamos, con el fin de culturizar a un servicio de calidad que conlleve a la satisfacción del consumidor financiero, lo cual se traduce en una humanización del servicio en el entendido de que el consumidor tenga el deber ser y no el querer que sea, sin recaer en la obtención de una información en contravía de la normatividad aplicable según sea su caso.

ÍTEM	CANT.	%	TIEMPO RTA. (días)
PETICIONES	5011	97.74%	7.17
QUEJAS	17	0.33%	4.8
RECLAMOS	99	1.93%	4.5
TOTAL	5127	100%	



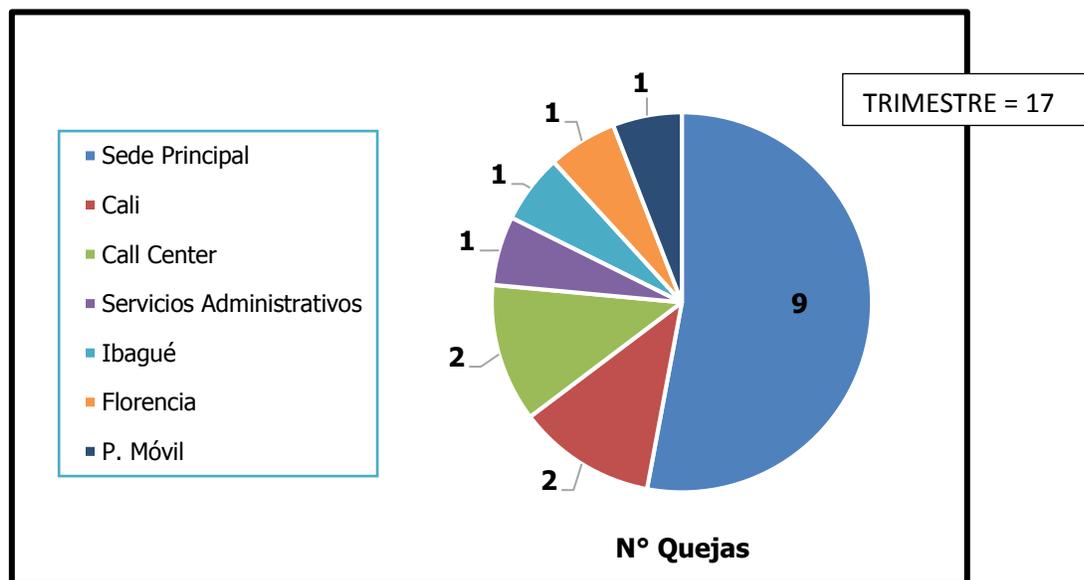
1. ANÁLISIS QUEJAS

1.1 ESTADÍSTICA POR MES



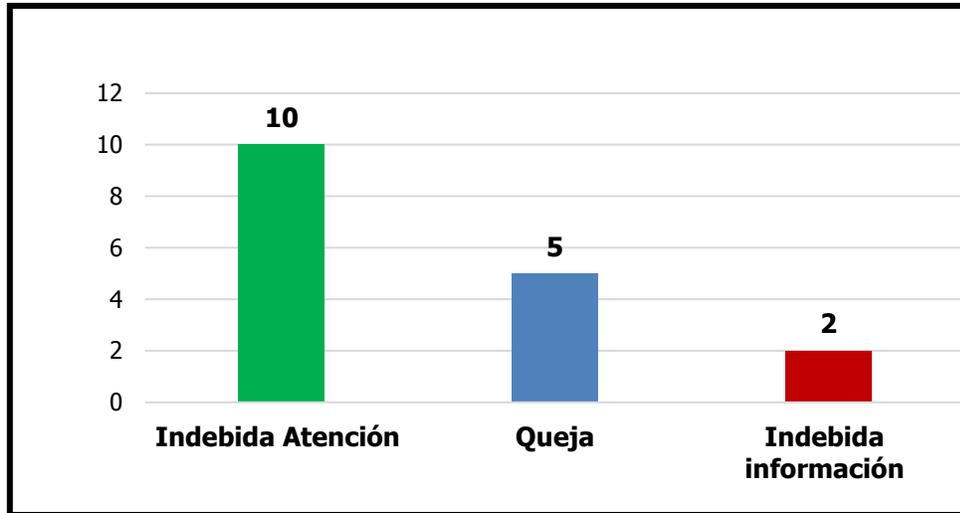
En la gráfica anterior se establecen las quejas allegadas en el mes de julio, agosto y septiembre cuya sumatoria del trimestre corresponden a las 17 quejas.

1.2. ESTADÍSTICA POR DEPENDENCIAS



De las 17 quejas allegadas en el Área SAC; como un mecanismo de control se realiza una validación para establecer los grupos o dependencias que se tornan involucrados, con el fin de retroalimentar y establecer acciones de ser necesario, en este trimestre las quejas se distribuyen en 5 puntos de atención, en el Centro de Contacto al ciudadano y en el Área de servicios Administrativos.

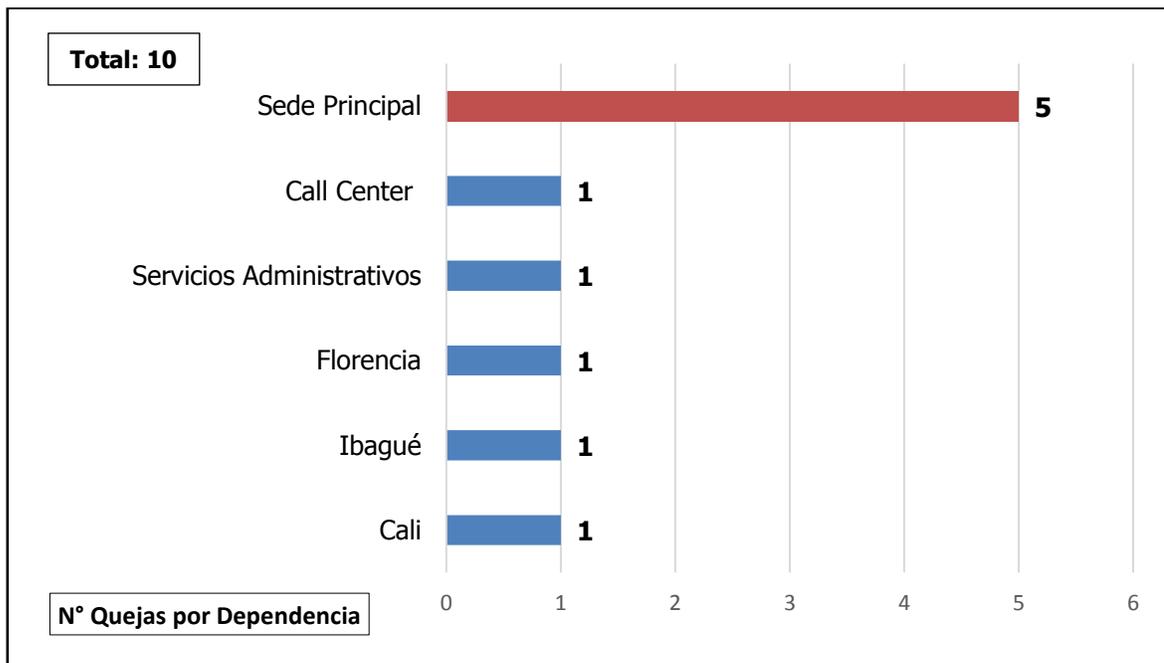
1.3. ESTADÍSTICAS POR TEMAS



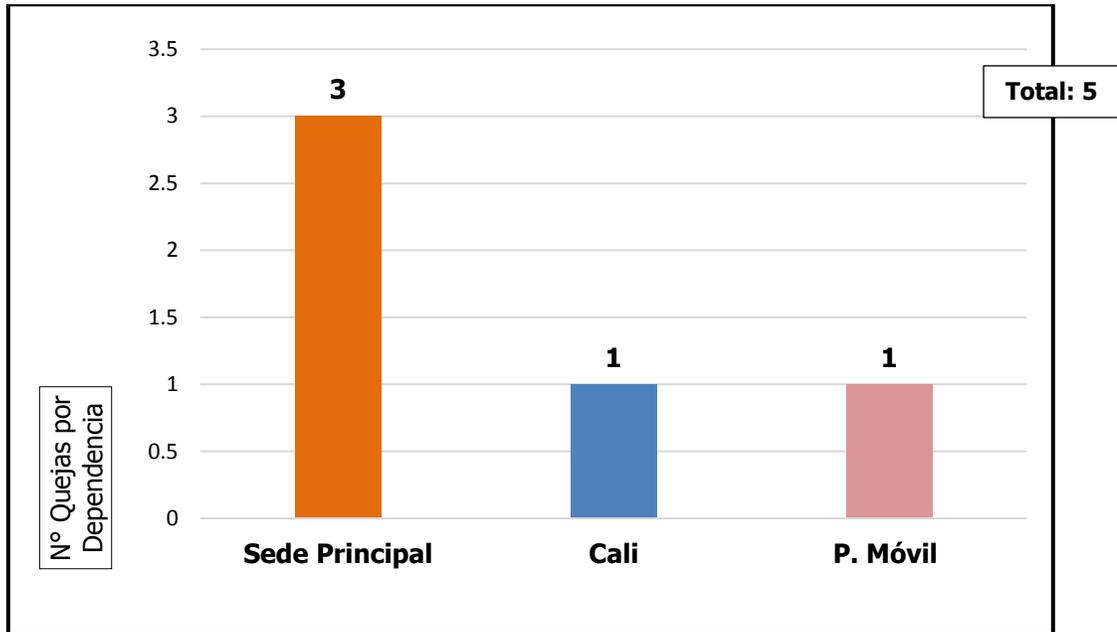
De las 17 quejas se determinó que 10 de ellas las determinan los afiliados como indebida atención, 5 como simple queja y 2 por indebida información, lo que hace que por parte del Área SAC se informe a los grupos y se socialice con el fin de que se realice una sensibilización, tener una buena actitud según sea el caso, estableciéndose la necesidad de continuar en el reforzamiento de capacitación a los diferentes asesores que interactúan con los afiliados en consultas y requerimientos.

A continuación se realiza un cruce entre los temas y las dependencias o grupos involucrados así:

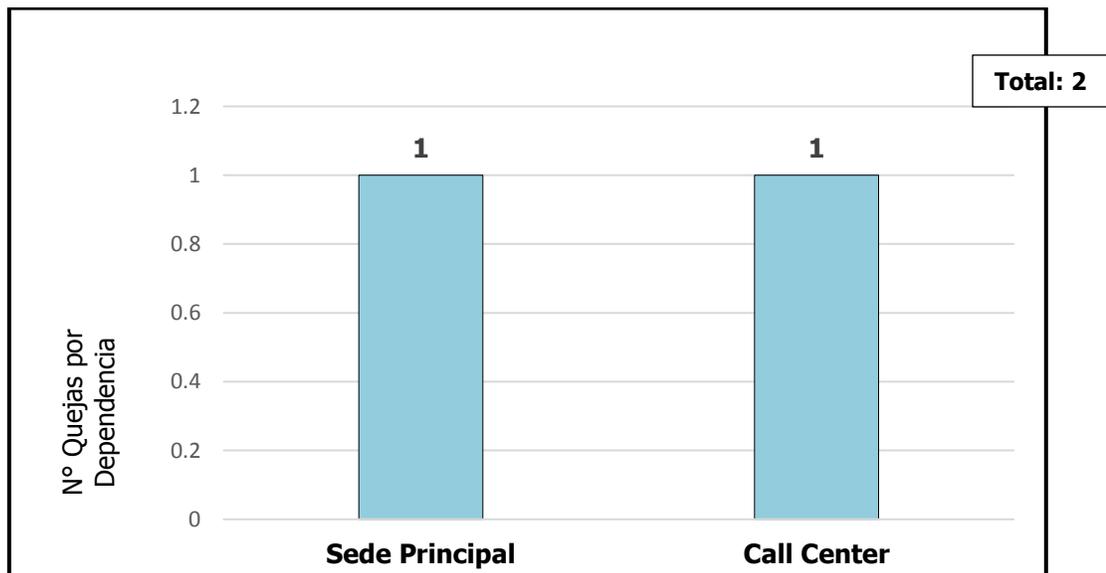
Tema 1: INDEBIDA ATENCIÓN



Tema 2: SIMPLE QUEJA

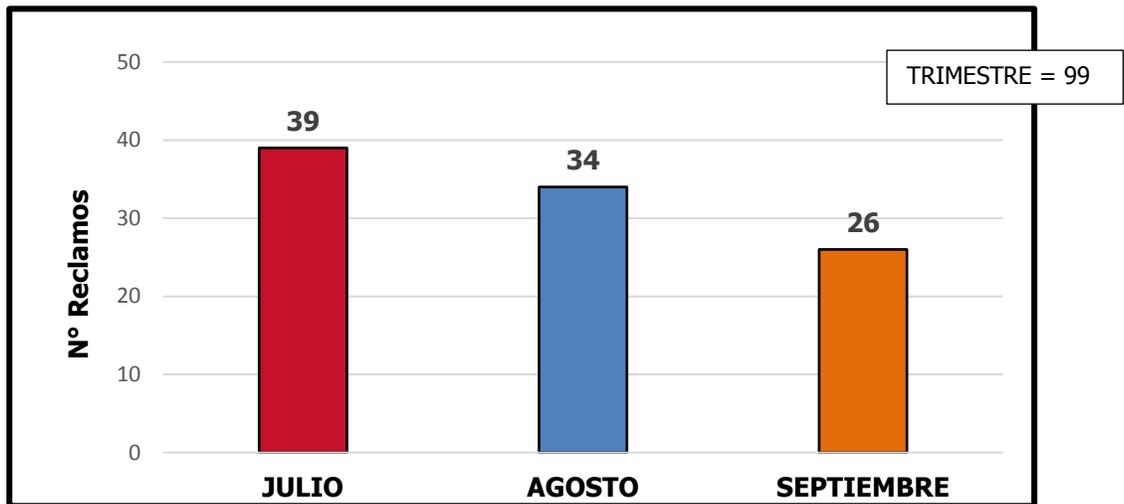


Tema 3: INDEBIDA INFORMACIÓN



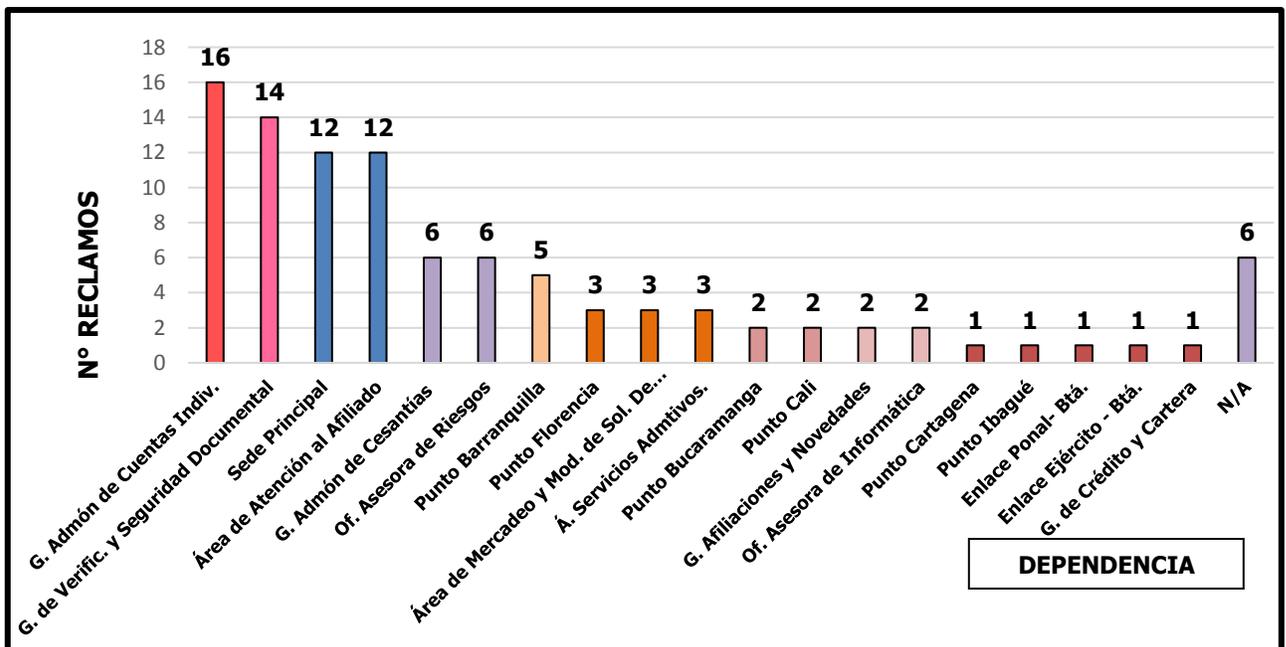
2. ANÁLISIS RECLAMOS

2.1 ESTADÍSTICA POR MES



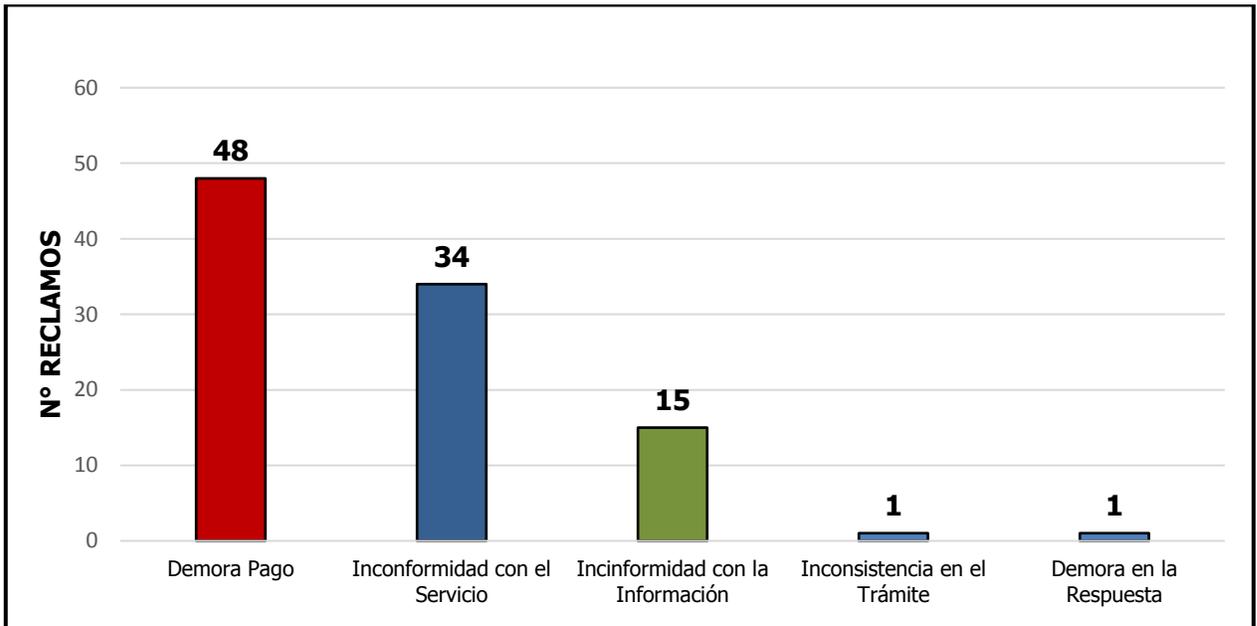
En la gráfica anterior se establecen los reclamos allegados en el mes de julio, agosto y septiembre, cuya sumatoria del trimestre corresponden a 99 reclamos, se evidencia que hubo correctivos en el tema tratado por los consumidores, el cual fue demora en el pago y por tanto en septiembre se evidencia disminución.

2.2 ESTADÍSTICA POR DEPENDENCIAS

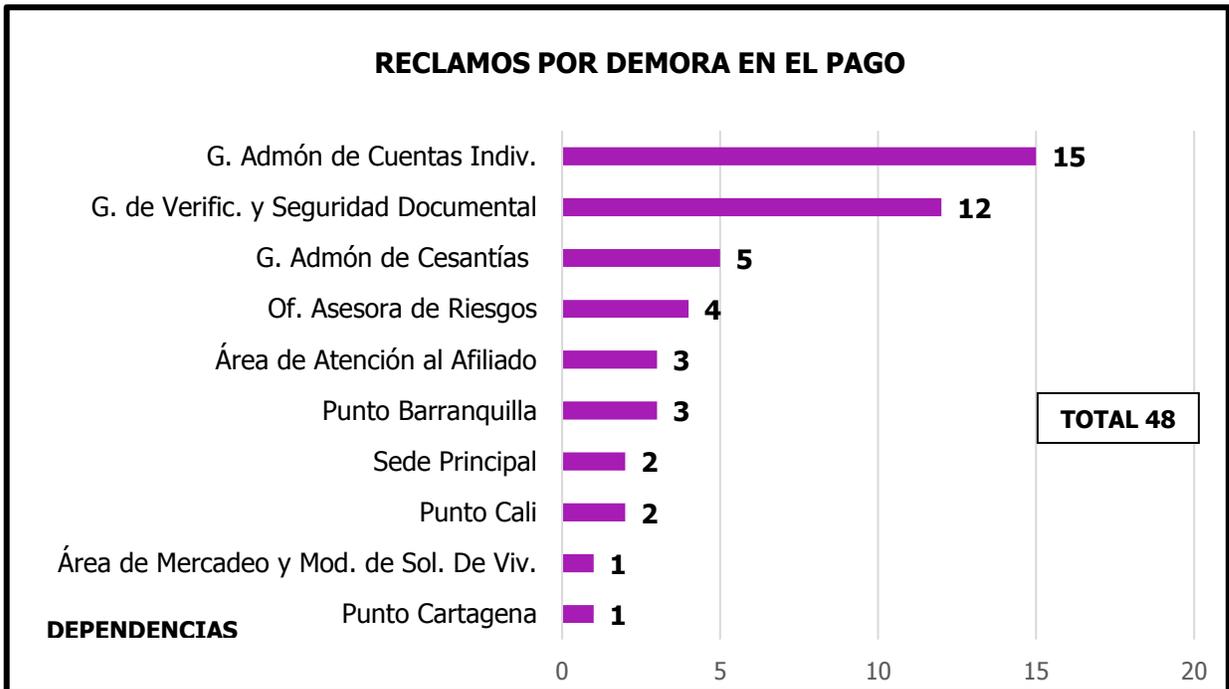


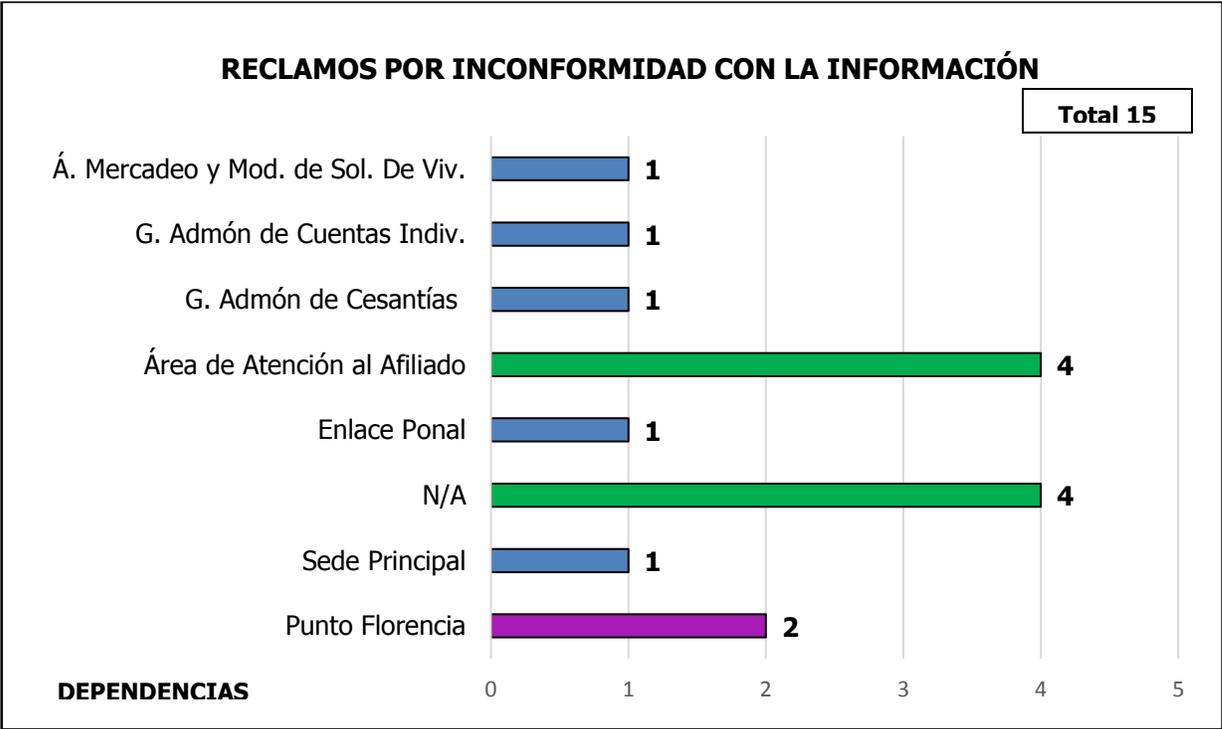
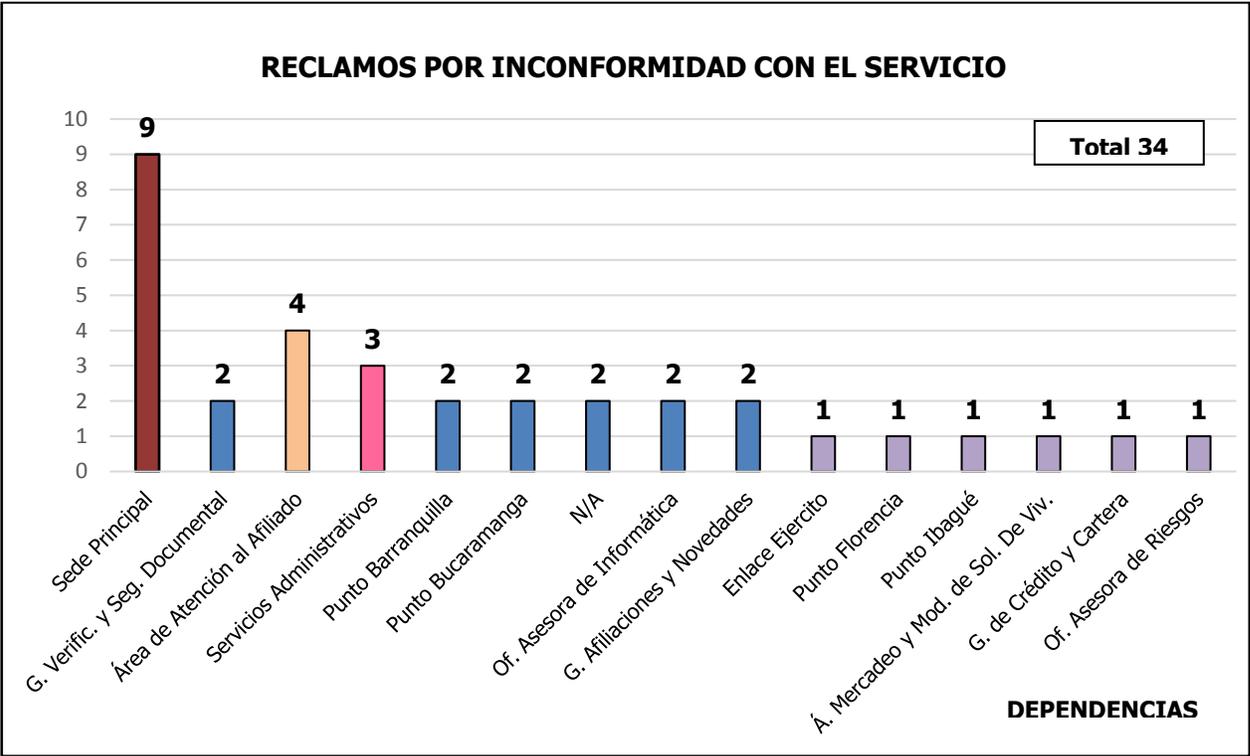
En la gráfica se muestra los 99 reclamos distribuidos por dependencia, de donde se evidencia que 6 de ellas se producen en diferentes grupos de la Entidad, las demás corresponden a la Subgerencia de Operaciones y Atención la Afiliado, lo que nos lleva a realizar un trabajo de culturización y manejo adecuado de los diferentes reclamos con el ánimo de identificar los impactos que estas conllevan y determinar mejoras en caso de ser necesarios y acaecidos efectivamente por la Entidad.

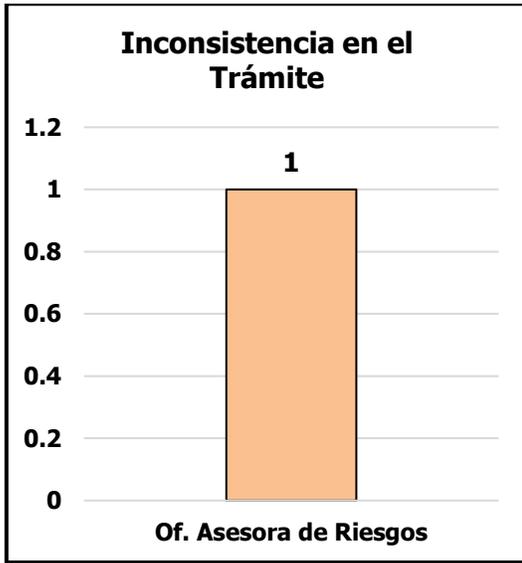
2.3 ESTADÍSTICAS POR TEMAS



A continuación se realiza un cruce entre los temas y las dependencias o grupos involucrados teniendo en cuenta los tipos de reclamo:



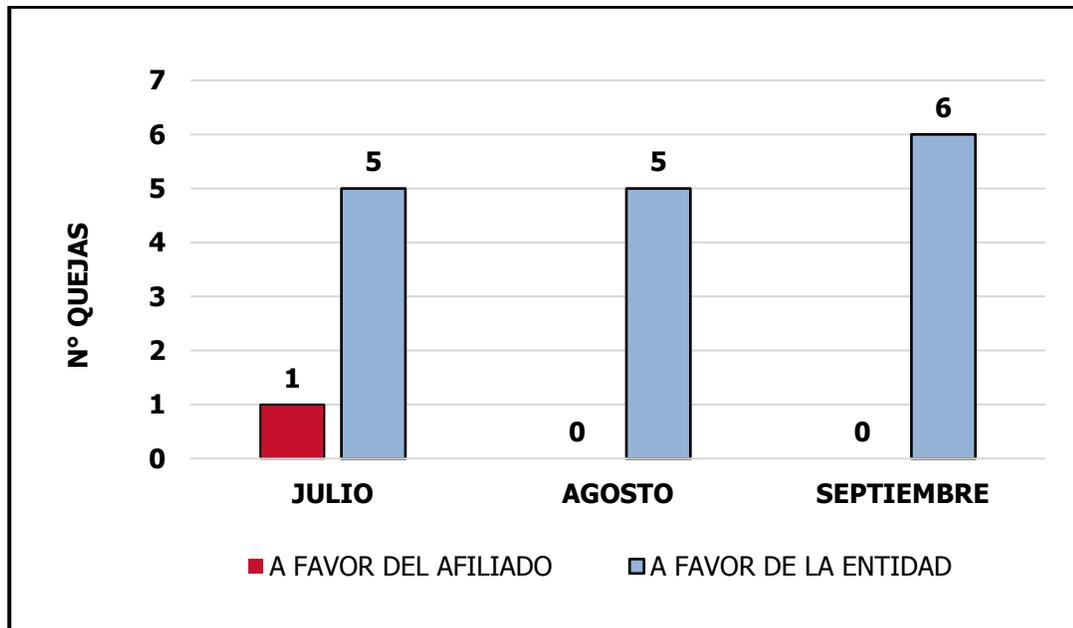




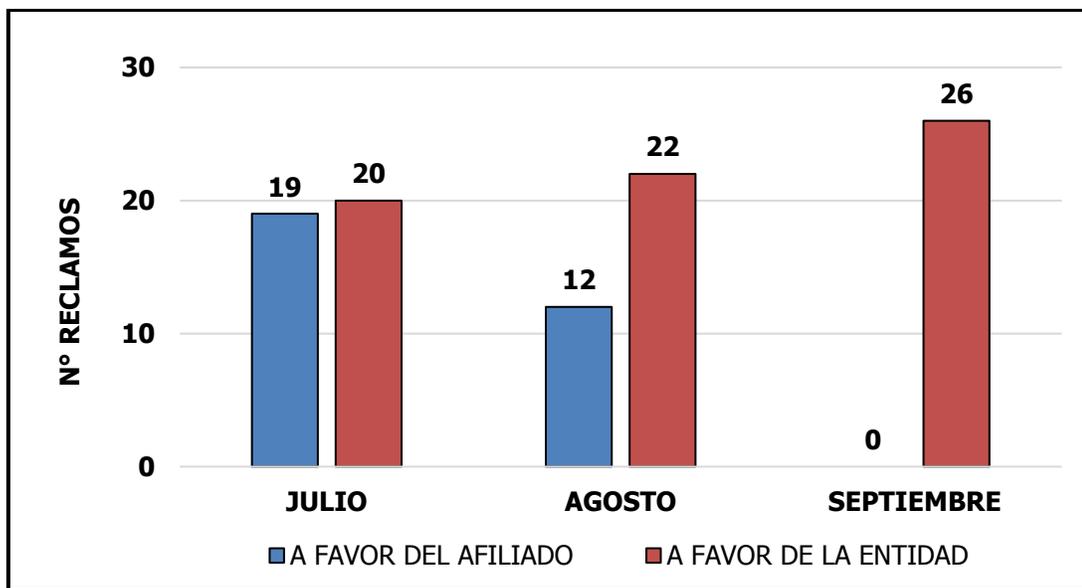
3. ANÁLISIS DE FAVORABILIDAD

De las 116 quejas y reclamos, 84 fueron a favor de la Entidad y 32 fueron a favor del afiliado, por razones de actualizaciones de cuentas individuales, demoras en los trámites, demoras en desembolsos de dineros, inconformidad con la información requerida, entre otras.

FAVORABILIDAD QUEJAS



FAVORABILIDAD RECLAMOS



En este aspecto es preciso señalar que mediante la encuesta de satisfacción realizada para el segundo trimestre por la empresa Grupo Da Vinci, se logra evidenciar la percepción de nuestros afiliados frente la pregunta realizada por dicha empresa, donde se les requería calificar la facilidad que le brindaba Caja Honor para presentar peticiones, quejas, reclamos, sugerencias o felicitaciones, sobre lo cual se vio reflejado en la evaluación del índice de satisfacción del consumidor financiero, un puntaje del 4.1/ 5, y sobre la encuesta general se encuentra la calificación en 4.7/5, lo anterior, una vez validado con el área encargada de la encuesta, quienes suministraron los datos.

CENTRO DE CONTACTO AL CIUDADANO

Durante el III Trimestre de 2017, se elevaron catorce (14) reclamos al correo electrónico, (2) quejas verbales y tres (3) reclamos verbales ante el centro de contacto al ciudadano a los cuales les fue brindada respuesta clara y oportuna.

DEFENSOR DEL CONSUMIDOR FINANCIERO

Durante el III Trimestre de 2017, se elevaron siete (7) peticiones, dos (2) reclamos y dos (2) quejas ante la Defensoría del Consumidor Financiero, a los cuales se les brindó respuesta en oportunidad, de manera clara y precisa, en aplicabilidad de las normas en materia de Defensoría al Consumidor Financiero, derivados de la buena práctica del Sistema de Atención al Consumidor Financiero -SAC- dispuesto en la Circular Externa 015 de 2010 de la Superintendencia Financiera de Colombia, Ley 1328 de 2009 y las demás normas concordantes con el tema.

Acciones de Mejora

- Se realizó retroalimentación de las quejas presentadas en la Sede Principal la cual se ha visto involucrado en el III Trimestre.
- Nos encontramos en retroalimentación con las dependencias involucradas en las reclamaciones respecto a la demora en los pagos, unificación de criterios, y la importancia de reiterar a los funcionarios de los puntos de atención sobre las políticas de calidad, excelencia y humanización en el servicio.
- Durante lo recorrido en el III trimestre del año 2017, el Área SAC efectuó capacitaciones seguimiento a las Áreas y Grupos de Caja Honor, donde se presentaron las inconsistencias con los consumidores financieros, en el cual se ha podido efectuar un avance positivo en comparación con el II trimestre cuyo porcentaje fue 32.41% al III trimestre de un 27.59%.

- Se remitió a los funcionarios de la Entidad cápsulas informativas con el tema principal de Quejas y Reclamos, su tratamiento y el impacto que generan en Caja Honor.

Actividades Realizadas

1. Participar en los diversos canales como emisoras radiales, unidades ejecutoras, revistas, ferias de servicio entre otros.

Se realizaron las actividades estipuladas para el III trimestre con asistencia a emisoras del Ejército Nacional, Armada y Fuerza Aérea con temas de Sistema de Atención al Consumidor Financiero, PQRD, Educación Financiera y SAC. La actividad se realizó en 3 ocasiones con el acompañamiento del Área de Comunicaciones de la Entidad y conforme con lo estipulado en el cronograma de visitas a emisoras.

De igual manera se realizó la elaboración y publicación del Artículo "¿Cómo lograr capacidad adquisitiva?" para la Edición No. 59 de Notivienda (Julio-Septiembre 2017), donde se define qué es la capacidad adquisitiva, se realiza un paso a paso, y se indica que Caja Honor está presto a colaborar con los afiliados para este fin.

2. Sensibilización, difusión y reforzamiento a los consumidores financieros actuales y potenciales con la coadyuvancia de las Oficinas de Enlace, tratando los temas de productos y servicios, trámites en línea, quejas y reclamos, PQRD en línea, educación financiera y plataforma virtual.

Durante el III trimestre de la vigencia, se realizó la participación en jornadas de capacitación y sensibilización, con el apoyo de la Oficina de Enlace de la Policía Nacional visitando la Escuela de Carabineros de la Policía "Alejandro Gutiérrez" - Manizales; Escuela de Formación de la Policía "Gabriel Gonzalez" - Espinal; Escuela de Formación "Rafael Reyes Prieto" - Santa Rosa de Viterbo; Escuela de Formación "Eduardo Cuevas" - Villavicencio; Escuela de Carabineros "Rafael Núñez" -Corozal; Escuela de Formación de la Policía "Carlos Eugenio Restrepo" - Medellín; y Escuela de Policía Simón Bolívar - Tuluá. Se realizaron más de 50 charlas con una participación aproximada de 2.244 alumnos.

Se explicó el modelo de solución de vivienda Leasing, sus ventajas, beneficios y la importancia del ahorro y manejo adecuado de las finanzas personales.

De igual manera se realiza de manera permanente la entrega y difusión de la cartilla SAC a todos los afiliados que se presentan a Caja Honor, la cual contiene información general y de alto interés para los afiliados.

3. Sensibilizar, difundir y reforzar de manera virtual y presencial a funcionarios y contratistas a nivel nacional y call center, con apoyo del ATEAF; tratando los temas de productos y servicios, trámites en línea, quejas y reclamos, PQRD en línea, educación financiera y plataforma virtual.

El programa de Educación Financiera realiza el envío de cápsulas financieras a todos los funcionarios de la Entidad y las Oficinas de Enlace, quienes envían la información a los miembros de las Fuerzas; con temas de interés como el boletín electrónico, el acceso a la plataforma virtual de Educación Financiera y ¿qué es? y ¿cómo funciona?

En este orden de ideas, los consumidores financieros que accedieron a contenidos relacionados con Educación Financiera por los diferentes canales durante el III trimestre 2017, fueron:

INTERACCIÓN Consumidores Financieros III Trimestre 2017	
Canal	Afiliados que han accedido a contenidos
Presencial y Virtual (Capacitaciones y sensibilización)	2.492
Plataforma Virtual Educación Financiera (Visitas)	354
Portal Transaccional (Visitas)	9.812
Facebook (Alcance publicaciones)	10.473
Twitter (Seguidores)	5.938
Instagram (Seguidores)	1.574
Youtube (Reproducciones)	59.114
Total	89.757

Fuente: SAC, Comunicaciones e Informática Caja Honor

4. Cartilla SAC.

Se realizó la actualización de la cartilla SAC con verificación de contenidos con el apoyo del Área de Comunicaciones para el diseño e impresión de la misma; es preciso indicar que actualmente se encuentra publicada en el portal de la Entidad, y una vez sea impresa será distribuida a los funcionarios Caja Honor y a todos los afiliados y consumidores financieros. Esta cartilla comprende los temas que estructuran el Área Sistema de Atención al Consumidor Financiero, su función, los consumidores financieros, derecho y obligaciones, educación financiera, productos y servicios de la Entidad.

5. Seminario de Líderes

Se participó en el Seminario de Líderes en el mes de agosto, realizado por el Área de Atención al Afiliado en coordinación con la Gerencia General de Caja Honor, donde se presentó de manera general el Área Sistema de Atención al Consumidor Financiero y se informó lo realizado con el programa y la invitación a ser partes activas del mismo, desde los Puntos de Atención. Asimismo se invitó al Defensor del Consumidor Financiero, con el fin de tener acercamiento a la figura como mecanismo de protección a los Consumidores Financieros, donde se enfatizó el apoyo existente y la contribución a la humanización del servicio.

Lo anterior, se realizó con el fin de retroalimentar, sensibilizar y reiterar las políticas de cultura, calidad, brindando atención en oportunidad y de forma humanizada para así contribuir en la satisfacción y bienestar de nuestros afiliados.


ANA MILEÑA ROSERO ÁLVAREZ
 Jefe Área Sistema de Atención al Consumidor Financiero-SAC


 Proyectó y elaboró
ABG. LEIDY JOHANA CONTRERAS AMADO
 Profesional Universitario 2 – SAC



HIT: 880021867-7

Centro de Contacto al Ciudadano CCC en Bogotá (1) 518 8605 Línea gratuita nacional 01 8000 919 429
 Portal web: www.cajahonor.gov.co Correo electrónico: contactenesi@cajahonor.gov.co



BIENESTAR Y EXCELENCIA

GE-NA-FM-025_V24_07/07/17