

 	FORMATO	FECHA APROBACIÓN: 23/05/2017
	INFORME	VERSIÓN: 007
		CÓDIGO: GE-NA-FM-041

INFORME DE LOGROS DEL IV TRIMESTRE DE 2017

Bogotá, enero 15 de 2018.

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 IV 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 4.332 solicitudes radicadas por los consumidores Financieros en la Entidad, 14 fueron quejas y 59 reclamos, cuya sumatoria equivale al 1.68% del 100% del total de solicitudes, tramitadas dentro del término establecido para tal fin.

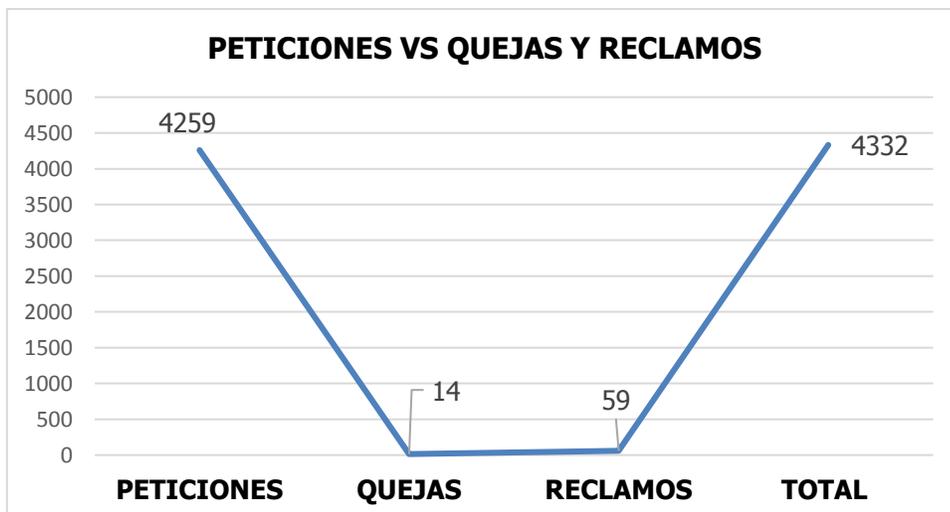
AVANCE: 100% (IV Trimestre)

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 haber podido elaborar y emitir respuesta.

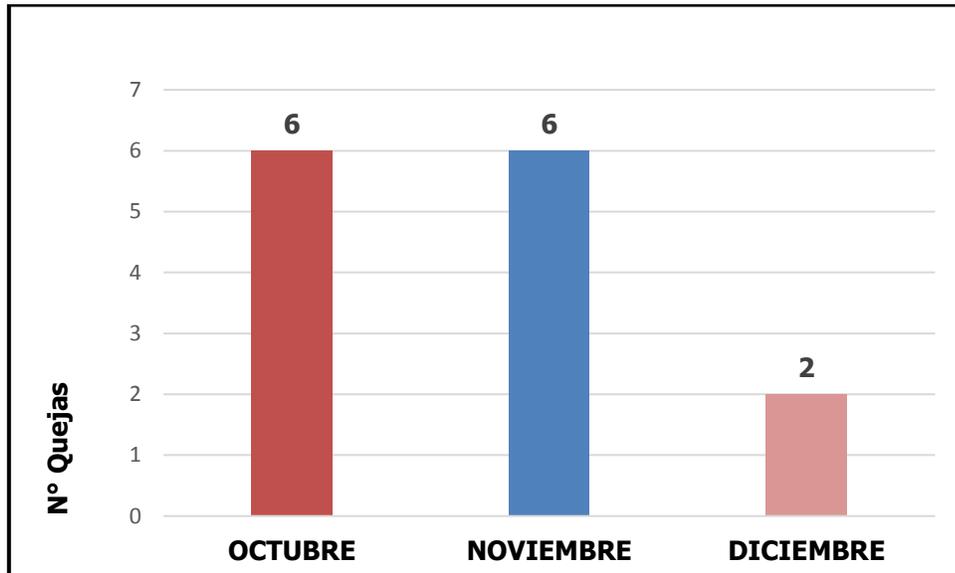
ANALISIS DE AVANCE: una vez realizado el análisis y establecidos los correctivos se pretende sensibilizar a los funcionarios de la Entidad respecto al impacto que causan las quejas y reclamos, con el fin de culturizar a un servicio de calidad que conlleve a la satisfacción del consumidor financiero, 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.	%
PETICIONES	4259	98.32
QUEJAS	14	0.32%
RECLAMOS	59	1.36%
TOTAL	4332	100%



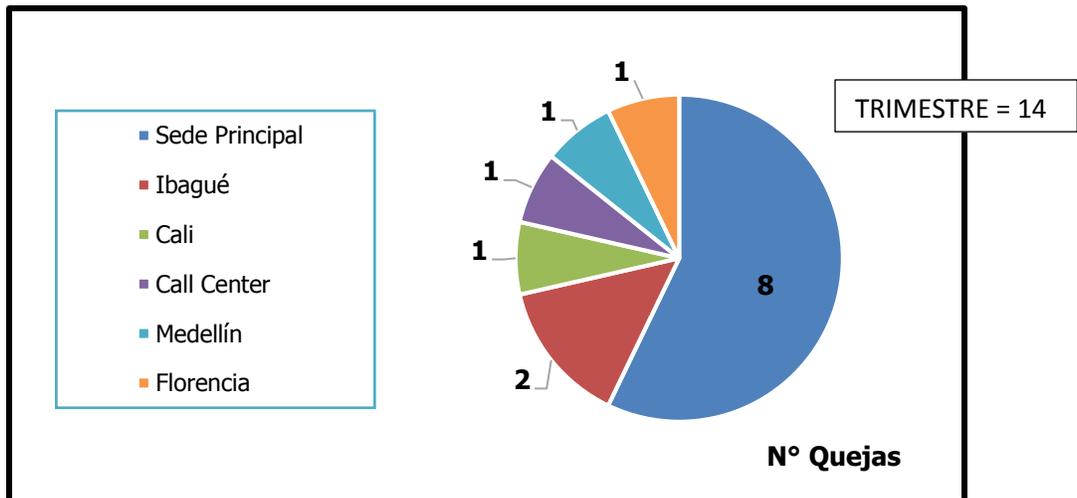
1. ANÁLISIS QUEJAS

1.1 ESTADÍSTICA POR MES



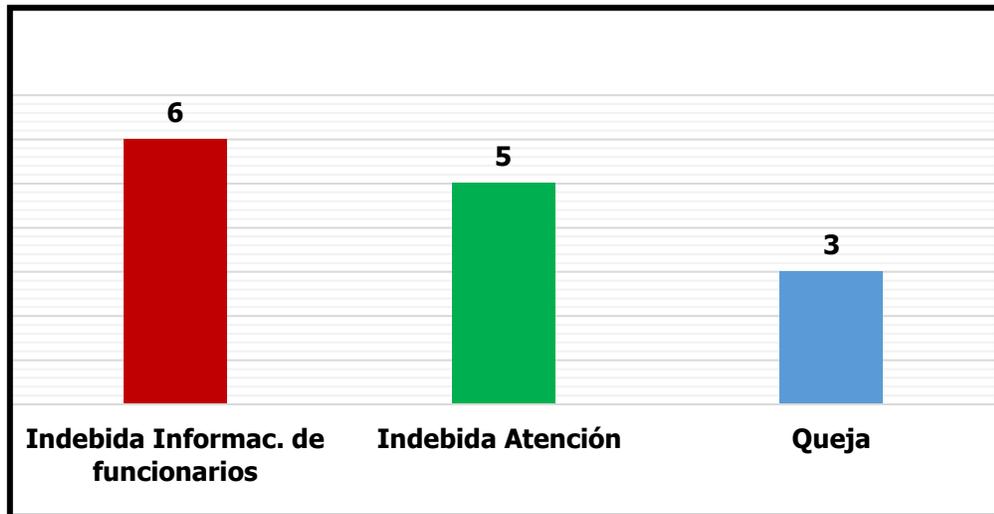
En la gráfica anterior se establecen las quejas allegadas en el mes de octubre, noviembre y diciembre cuya sumatoria del trimestre corresponden a 14 quejas.

1.2. ESTADÍSTICA POR DEPENDENCIAS



De las 14 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 y una en el Centro de Contacto al ciudadano.

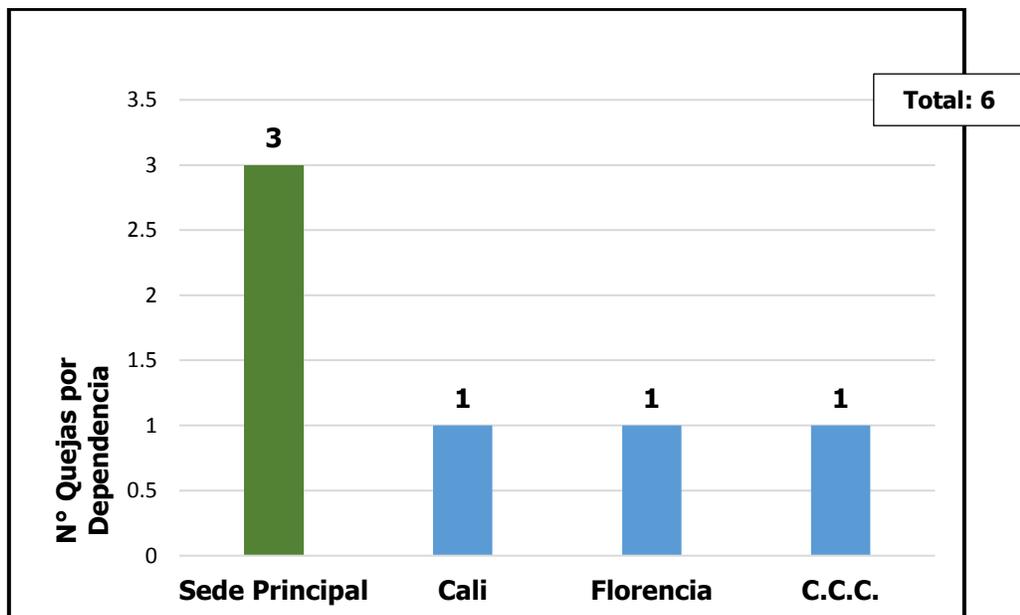
1.3. ESTADÍSTICAS POR TEMAS



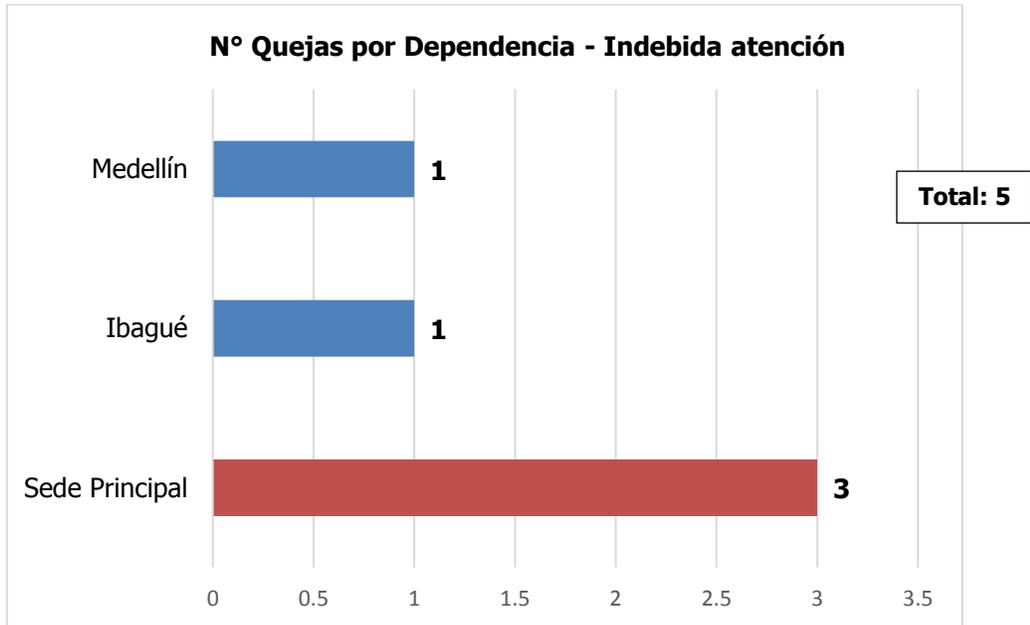
De las 14 quejas se determinó que 6 de ellas las determinan los afiliados como indebida información de funcionarios, 5 como indebida atención y 3 como simple queja, lo que hace que por parte del Área SAC se informe a los grupos y se socialice con el fin de que se realice una sensibilización, tener una 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:

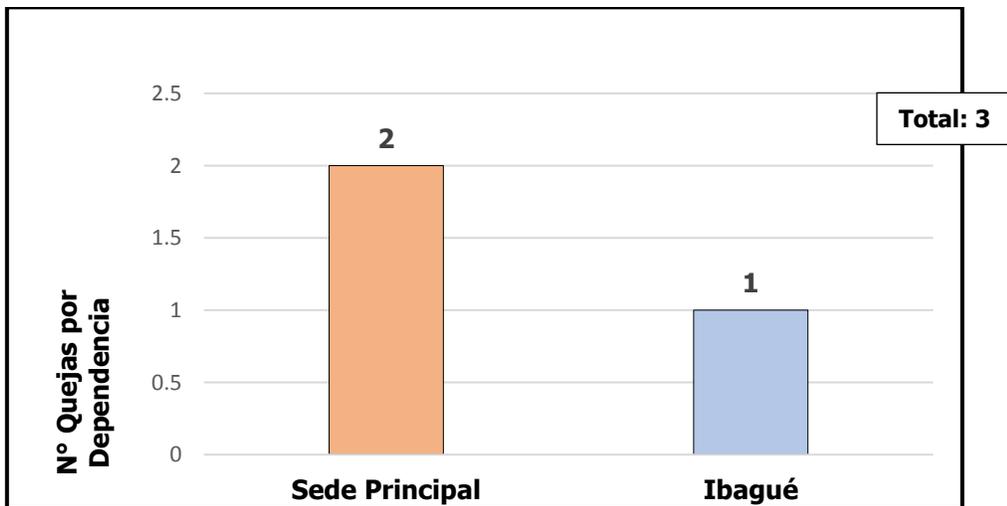
Tema 1: INDEBIDA INFORMACIÓN DE FUNCIONARIOS



Tema 2: INDEBIDA ATENCIÓN

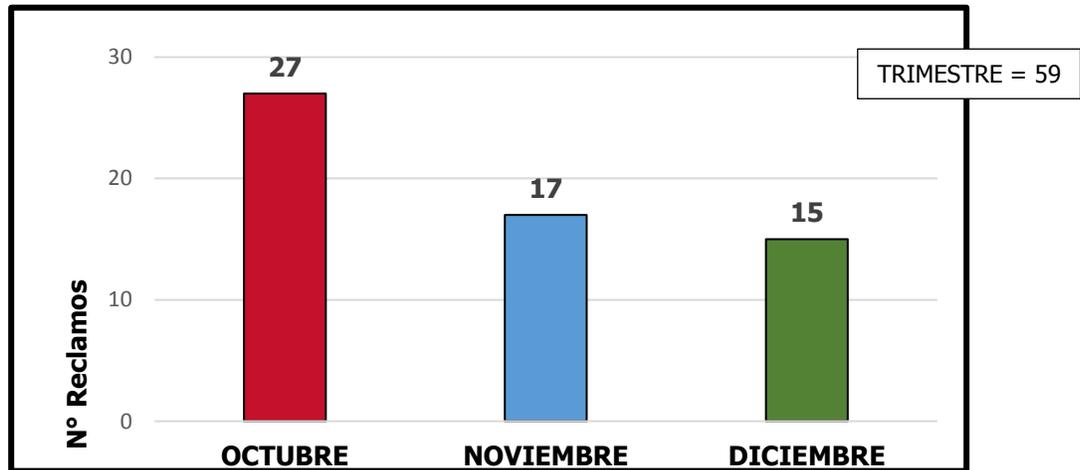


Tema 3: SIMPLE QUEJA



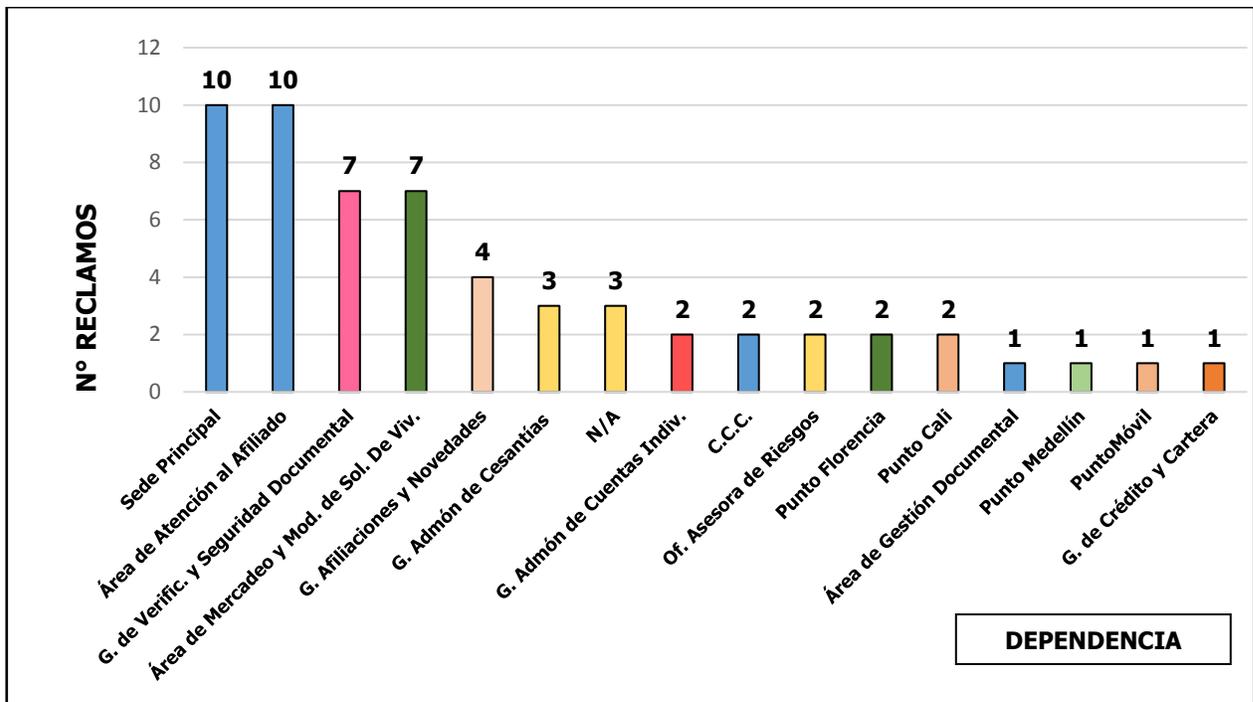
2. ANÁLISIS RECLAMOS

2.1 ESTADÍSTICA POR MES



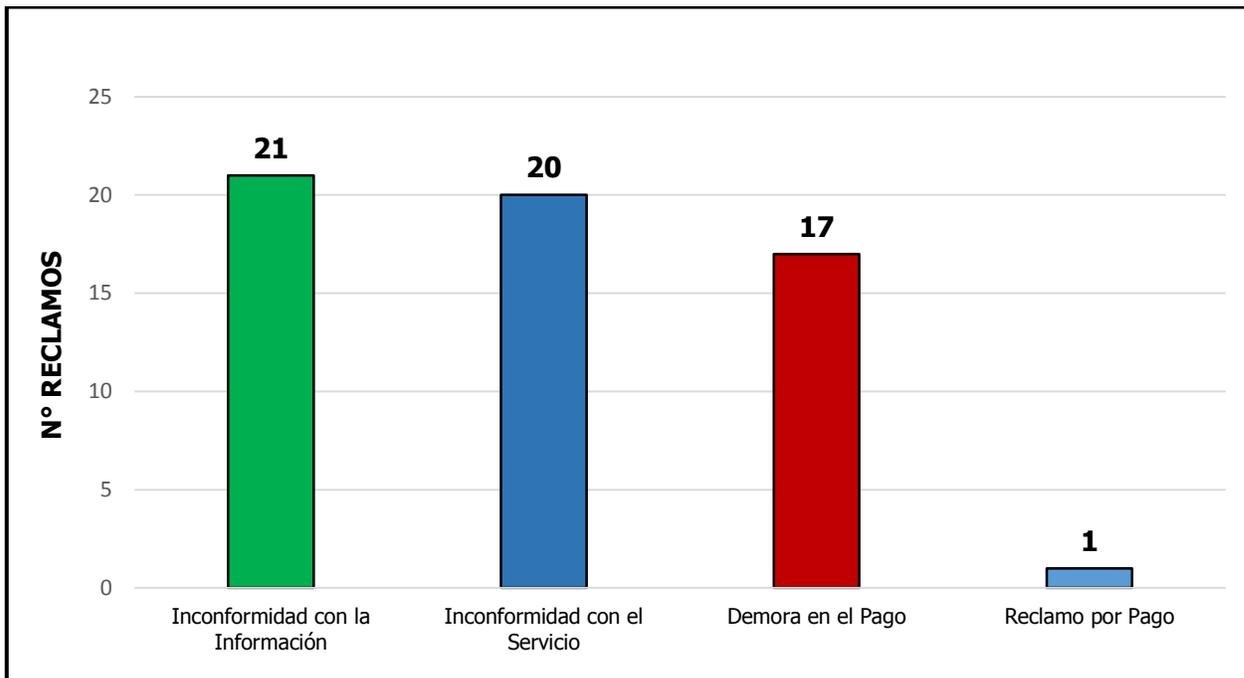
En la gráfica anterior se establecen los reclamos allegados en el mes de octubre, noviembre y diciembre, cuya sumatoria del trimestre corresponden a 59 reclamos.

2.2 ESTADÍSTICA POR DEPENDENCIAS

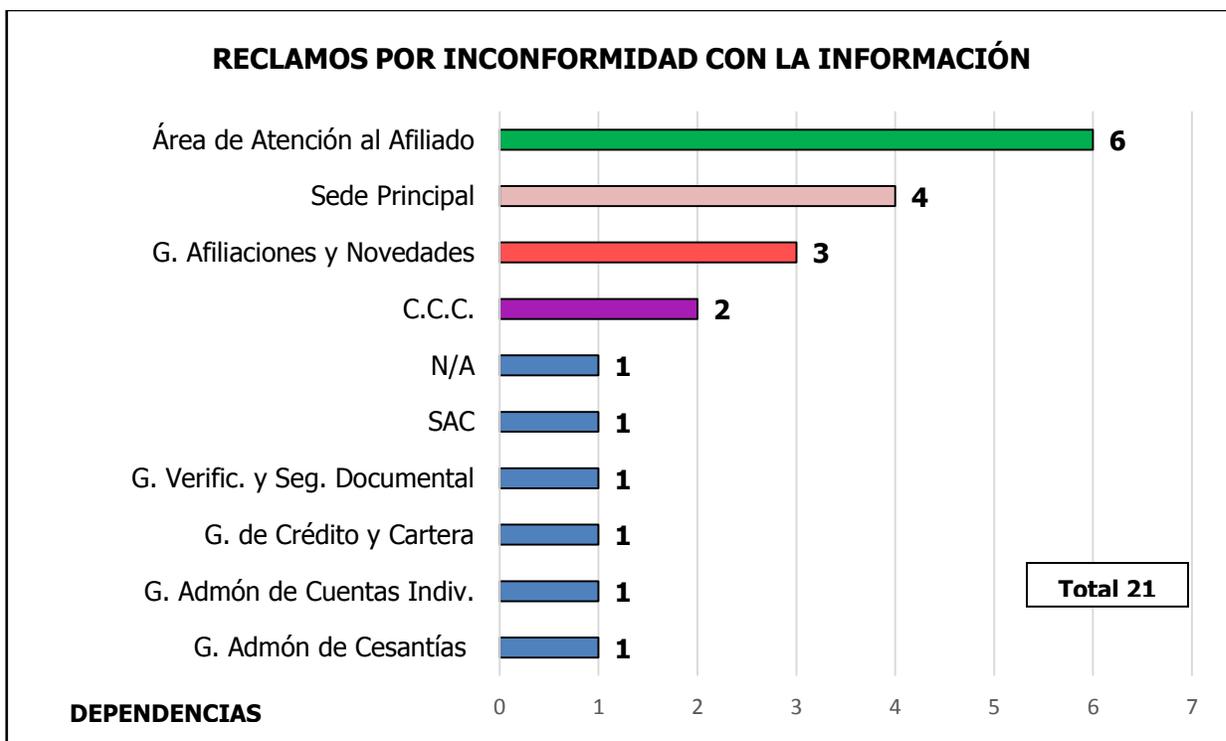


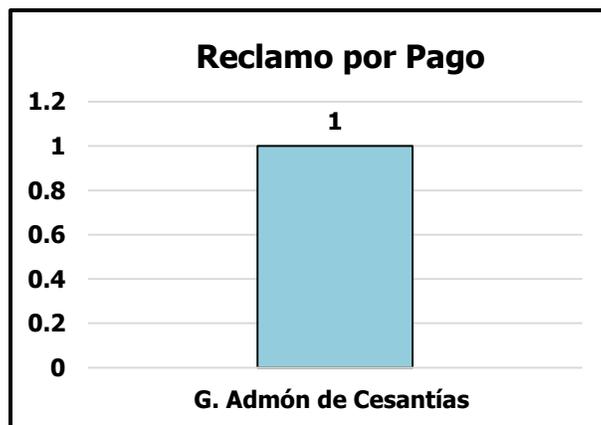
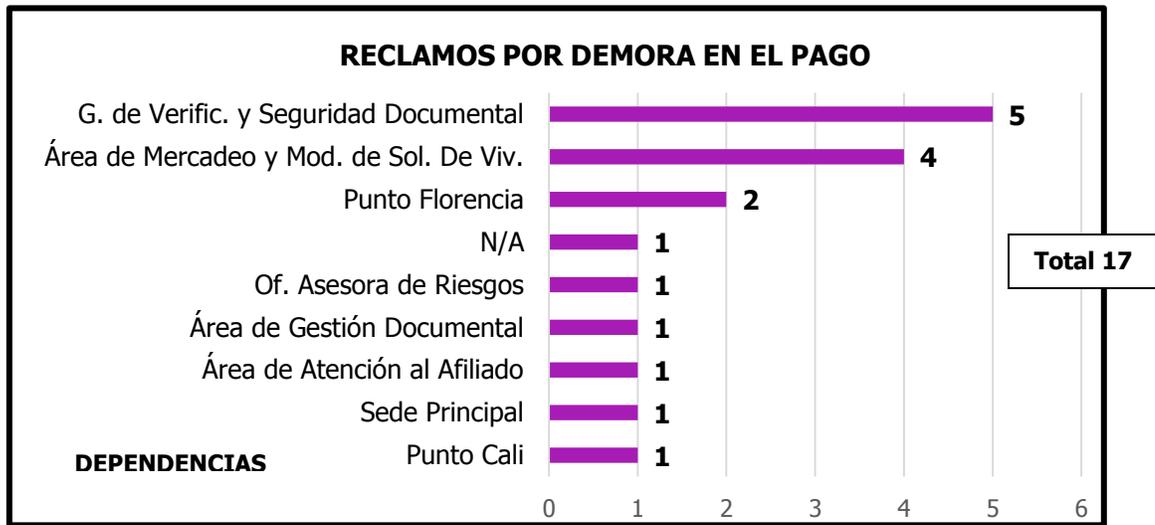
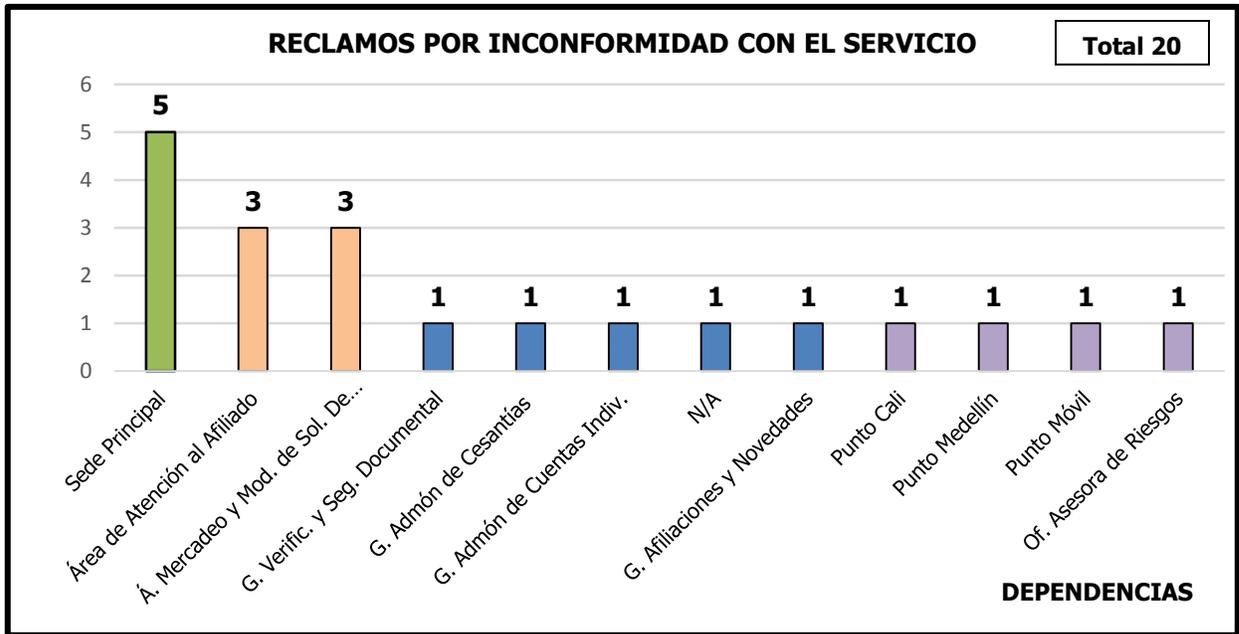
En la gráfica se muestra los 59 reclamos distribuidos por dependencia, de donde se evidencia que 4 de ellas se producen en diferentes grupos de la Entidad, las demás corresponden a la Subgerencia de Operaciones y Atención la Afiliado, lo que nos lleva a realizar un trabajo de culturización y manejo adecuado 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:

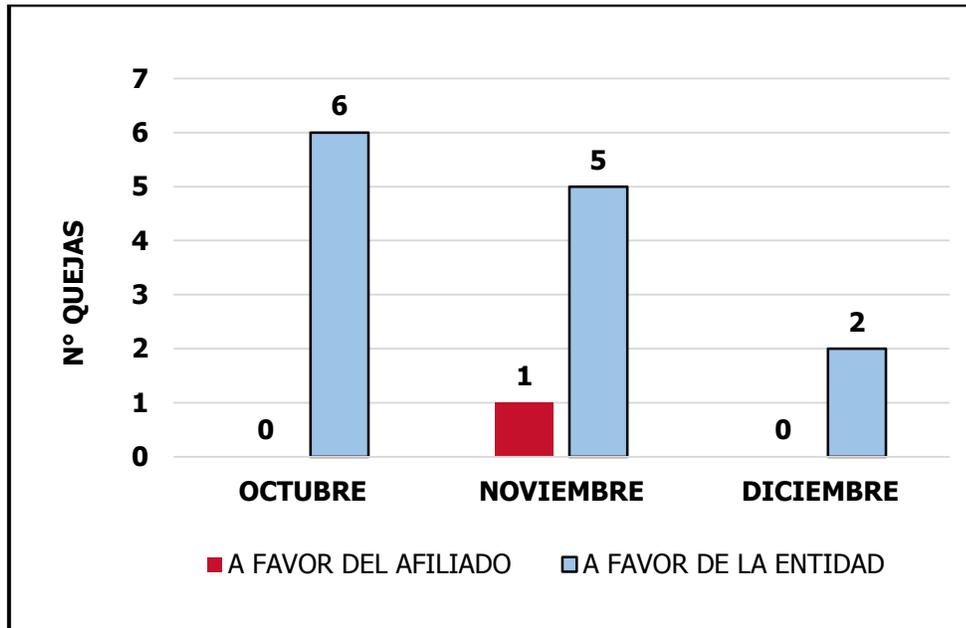




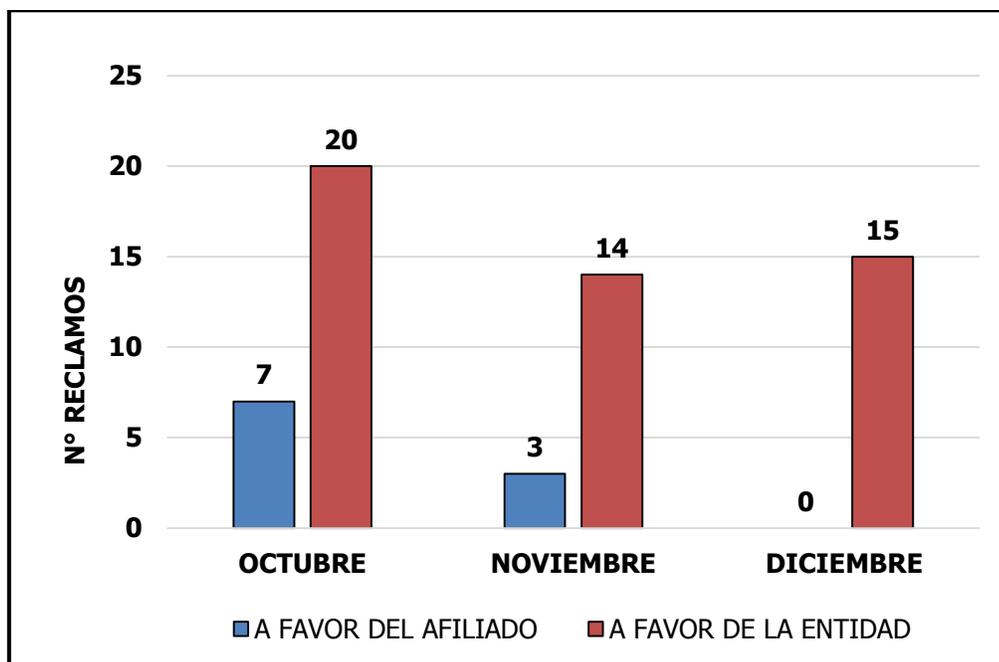
3. ANALISIS DE FAVORABILIDAD

De las 73 quejas y reclamos, 62 fueron a favor de la Entidad y 11 fueron a favor del afiliado, por razones demoras en los trámites de solución de vivienda mediante Modelo "Héroes" antes denominado Fondo de Solidaridad, 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 4.8/5, lo anterior, una vez validado con el área encargada de la encuesta, quienes informaron los datos.

CENTRO DE CONTACTO AL CIUDADANO

Durante el IV Trimestre de 2017, se elevaron (3) reclamos al correo electrónico, (2) quejas verbales y (11) 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 IV Trimestre de 2017, se elevaron seis (6) peticiones, once (11) reclamos y una (1) queja 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 IV 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 IV trimestre del año 2017, el Área SAC efectuó 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 III trimestre cuyo porcentaje fue de un 27.59% y al IV trimestre de un 15.07 %.

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 IV 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 "Educación Financiera, un indicador de Bienestar" para la Edición No. 60 de Notivivienda (Octubre-Diciembre 2017), donde se realiza una exposición de la evolución e importancia de la educación financiera y su impacto en el bienestar de las personas.

En la Feria Leasing de Caja Honor, se realizó una participación con el Stand de Educación Financiera, donde se socializó con los participantes un taller de planteamiento de metas, dirigido a la consecución del Leasing con Caja Honor, mostrando las ventajas del modelo y las diferentes opciones de ahorro y programación que existen, tales como el planteamiento de metas a término fijo, los mecanismos para lograr la meta, sus características y que sean posibles de lograr.

La participación en Expo-Defensa 2017 en el Stand de Caja Honor en Corferias los días 4, 5 y 6 de Diciembre de 2017 permitió la presentación de la II Fase de la Plataforma Virtual de Educación Financiera, donde los afiliados interactuaron con el módulo de evaluación y se llevaron alcancías, colores y cartillas del programa.

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 IV 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 Formación de la Policía Nacional "Antonio Nariño" en la ciudad de Barranquilla – Atlántico del 03 al 05 de Octubre de 2017; de igual manera se realizó la visita a las unidades de las Fuerzas Armadas en la Archipiélago de la Isla de San Andrés y Providencia del 23 al 27 de octubre de 2017; y la visita a la Escuela de Carabineros Provincia de Vélez "Mayor General Manuel Jose Lopez Gómez" los días 14 a 16 de Diciembre de 2017. Se realizaron 18 charlas con una participación de 962 alumnos y miembros de las Fuerzas.

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.

El programa de Educación Financiera también 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 las cartillas SAC y de Educación Financiera, Balance 2017, Proyección 2018 y Planificación y Control Financiero.

Consolidado

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

INTERACCIÓN Consumidores Financieros IV Trimestre 2017	
Canal	Afiliados que han accedido a contenidos
Presencial y Virtual (Capacitaciones y sensibilización)	1.197
Plataforma Virtual Educación Financiera (Visitas)	1.326
Portal Transaccional (Visitas)	10.968
Facebook (Alcance publicaciones)	8.159
Twitter (Seguidores)	3.084
Instagram (Seguidores)	42
Youtube (Reproducciones)	64.459
Total	89.235

Fuente: SAC, Comunicaciones e Informática Caja Honor

3. Realizar y desarrollar el fortalecimiento de la plataforma virtual de educación financiera.

Durante la vigencia 2017 se desarrolló un importante trabajo de la mano del contratista Leap Simple E.U., con quienes se estructuró y adelantó el fortalecimiento de la Plataforma Virtual de Educación Financiera con la incorporación de Productos y Servicios de Caja Honor.

Se adelantó la elaboración de Objetos Virtuales de Aprendizaje (OVAS), a través de los cuales se incluyeron los modelos de atención como Vivienda Leasing, V-8, V-14, Futuro y Siempre Soldados el cual se reconoce del Fondo de Solidaridad; cada uno de los temas se desarrolló en sus diferentes modalidades con la implementación de una auto-evaluación al final del temario, donde cada persona deberá contestar 3 preguntas por tema con opción múltiple y única respuesta, que no le permitirá continuar hasta contestar de manera correcta.

De igual manera se realizó la elaboración de personajes y material visual para el desarrollo de las OVAS, como material exclusivo y de propiedad de Caja Honor, en especial del programa de Educación Financiera.

4. Realizar y publicar boletín Electrónico Educación Financiera.

Se realizó la elaboración del Boletín Electrónico de Educación Financiera con contenidos de balance 2017, proyección 2018, leasing y plataforma virtual; el cual es publicado en la página web de la Entidad.

5. Realizar y entregar informe de consolidación de actividades realizadas programa de educación financiera " aprendiendo con honor".

Se realizó el presente informe con la consolidación de las actividades ejecutadas conforme el cronograma de actividades dispuesto en el Plan de Acción.

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

Proyecto y elaboración
ABG. LEIDY JOHANA CONTRERAS AMADO
Profesional Universitario 2 – SAC



CO-SC2092-1



SI - CERSO7703



NIT: 860021867-7

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: contactenos@cajahonor.gov.co



BIENESTAR Y EXCELENCIA