INFORME DE LOGROS DEL I TRIMESTRE DE 2017

Bogotá, 17 de abril de 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 I 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 cinco mil quinientas ochenta y ocho (5.588) solicitudes radicadas por los consumidores Financieros en la Entidad, diecisiete (17) fueron quejas y ochenta y siete (87) reclamos, cuya sumatoria equivale al 1.86% del 100% del total de solicitudes, tramitadas dentro del término establecido para tal fin, lo cual permitió dar cumplimiento en un 100% de la meta establecida.

AVANCE: 25% (I 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.

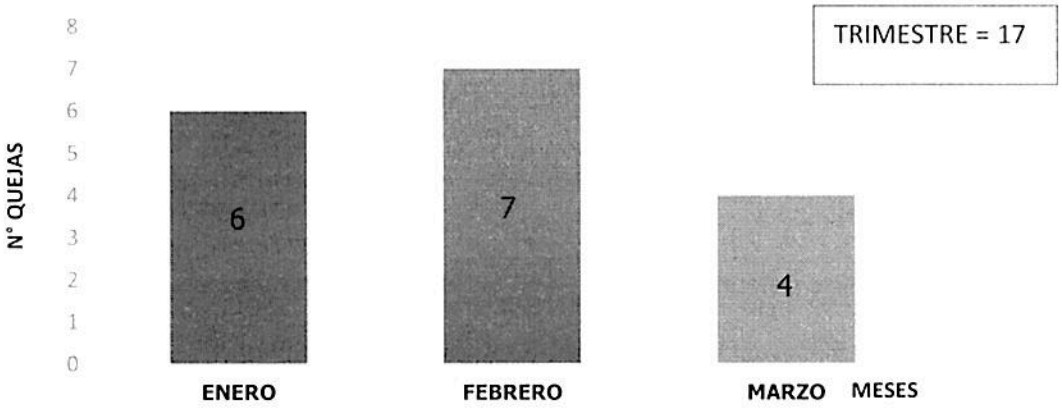
En ese sentido, una vez finalizado el trimestre, se verifica cada queja o reclamo, identificando las causas que lo originaron y/o las razones del inconformismo, se establecen los correctivos necesarios según sea el caso o los aspectos a aclarar, previendo acciones que conduzcan a la no repetición del 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.	%	TIEMPO RTA. (días)
PETICIONES	5484	98.1	
QUEJAS	17	0.003	3.8
RECLAMOS	87	0.016	3.7
TOTAL	**5588**	**100**	

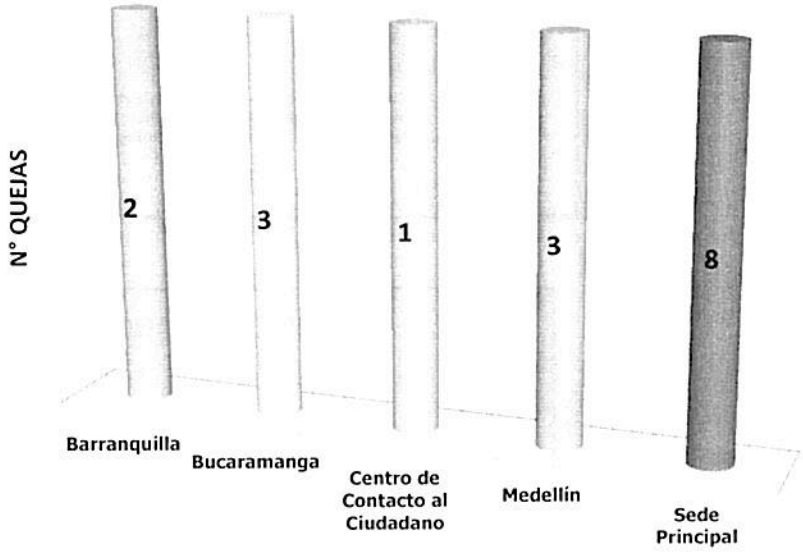
1. ANÁLISIS QUEJAS

1.1 ESTADÍSTICA POR MES



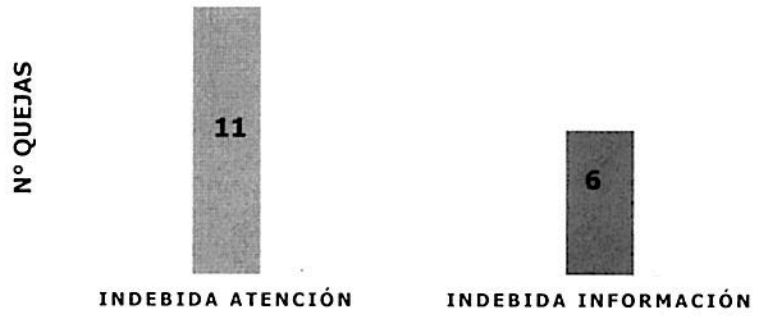
En la gráfica anterior se establecen las quejas allegadas en el mes de enero, febrero y marzo, cuya sumatoria del trimestre corresponden a las 17 quejas.

1.2. ESTADÍSTICA POR DEPENDENCIAS



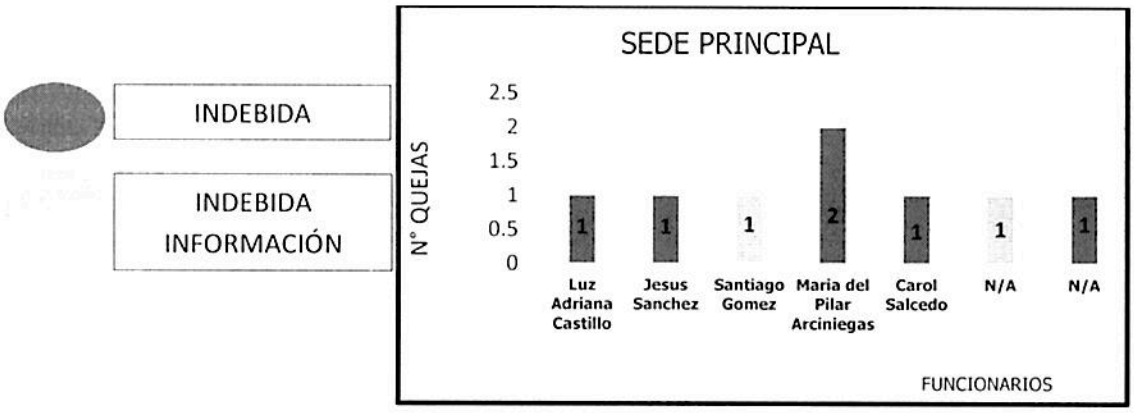
De las 17 quejas allegadas en el Área SAC; como un mecanismo de control se realiza una validación para establecer los grupos o dependencias que se tornan involucrados, con el fin de retroalimentar y establecer acciones de ser necesario, en este trimestre las quejas se distribuyen en cuatro puntos de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

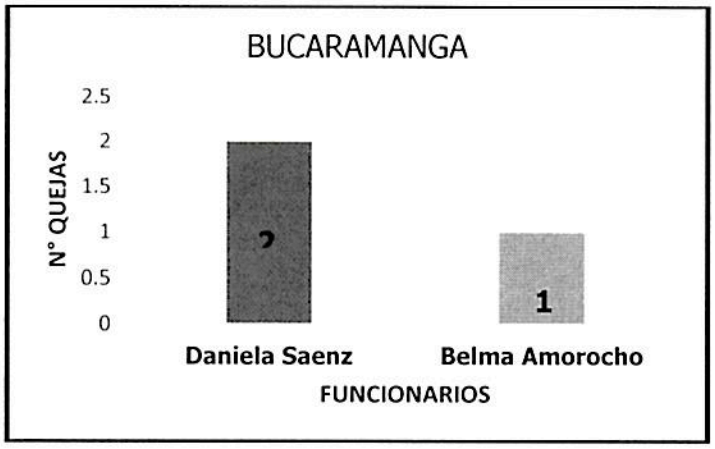
1.3. ESTADÍSTICAS POR TEMAS

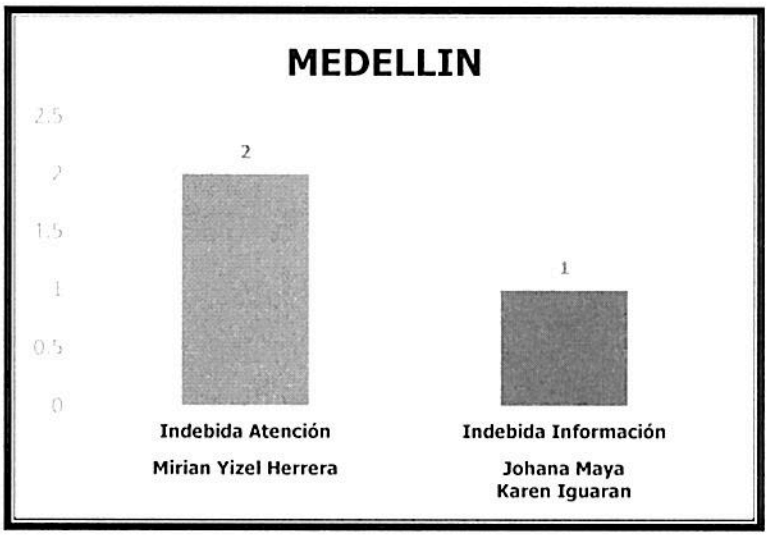


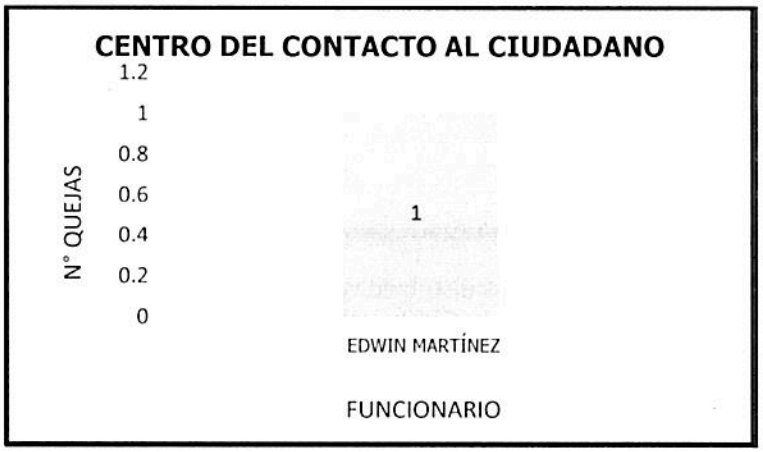
De las 17 quejas se determinó que 11 de ellas fue por indebida atención, lo que hace que por parte del Área SAC se informe a los grupos y se socialice con el fin de que se realice una sensibilización, con el fin de tener una buena actitud según sea el caso. Por su parte las 6 quejas por indebida información, se establece la necesidad continua de reforzamiento en la 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:



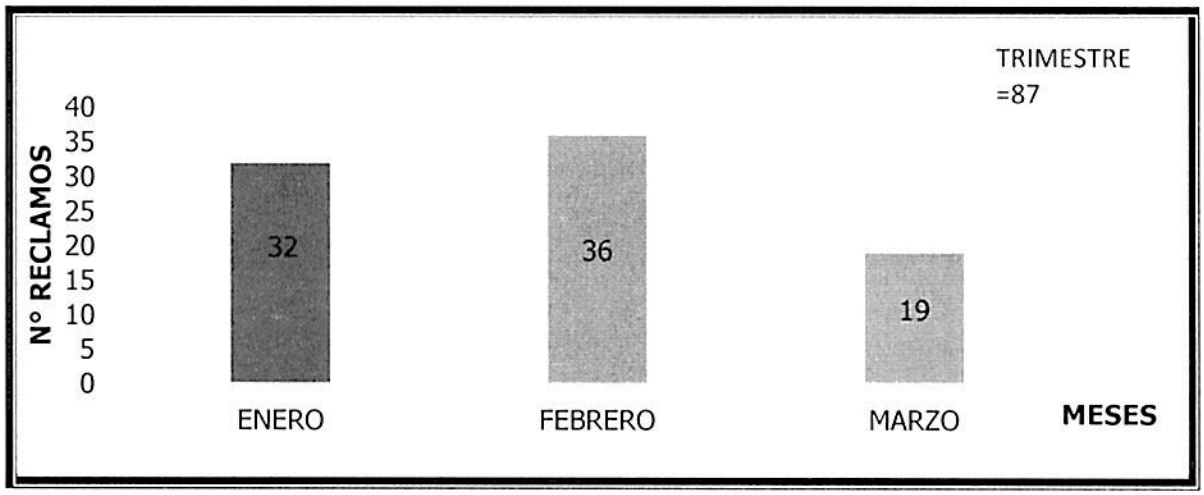






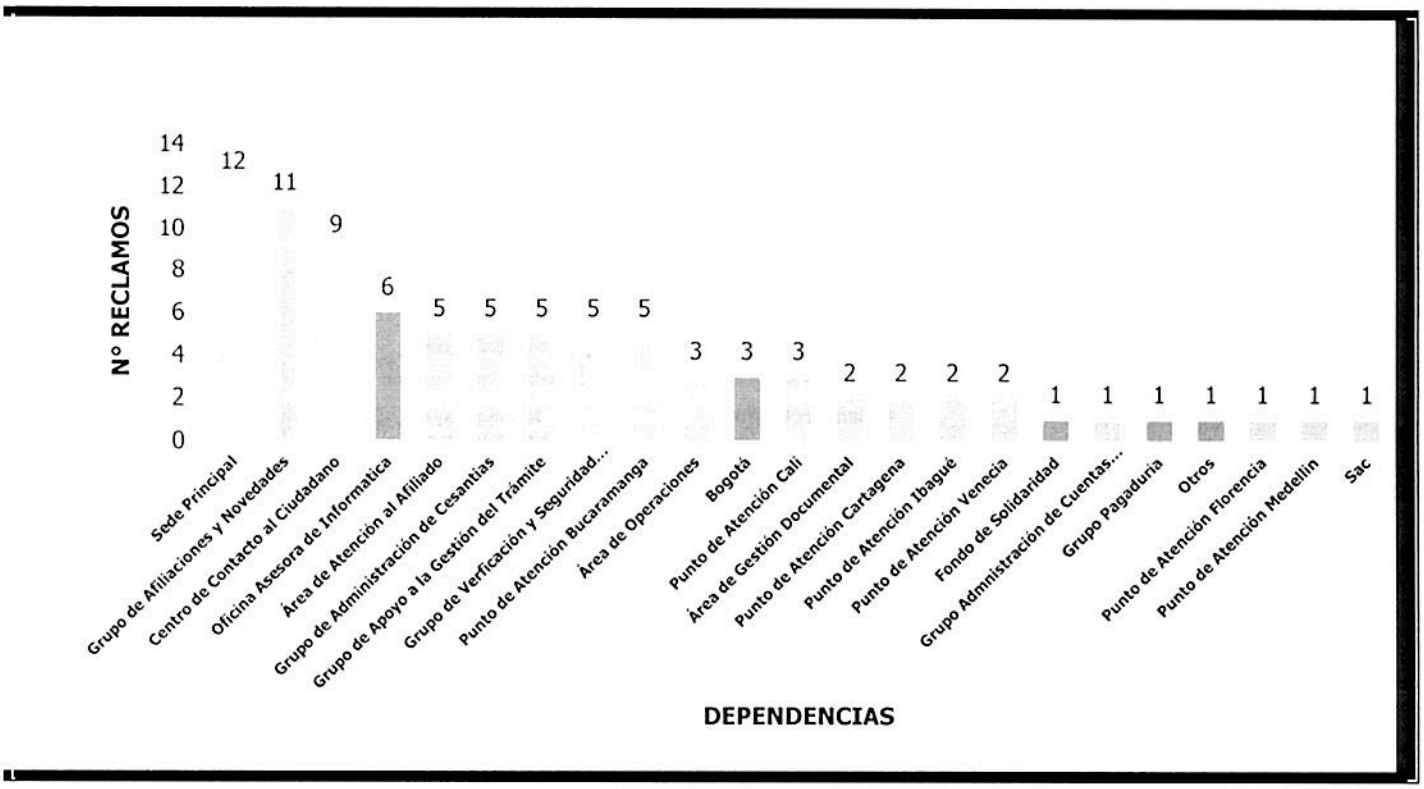
2. ANÁLISIS RECLAMOS

2.1 ESTADÍSTICA POR MES



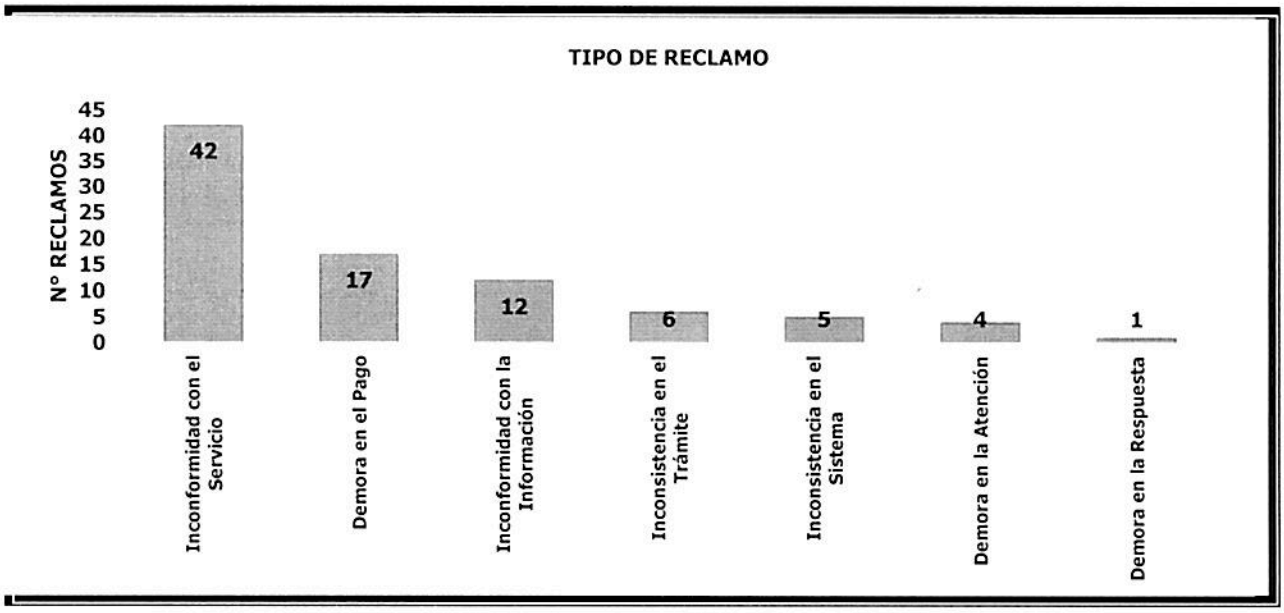
En la gráfica anterior se establecen los reclamos allegados en el mes de enero, febrero y marzo, cuya sumatoria del trimestre corresponden a 87 reclamos.

2.2 ESTADÍSTICA POR DEPENDENCIAS

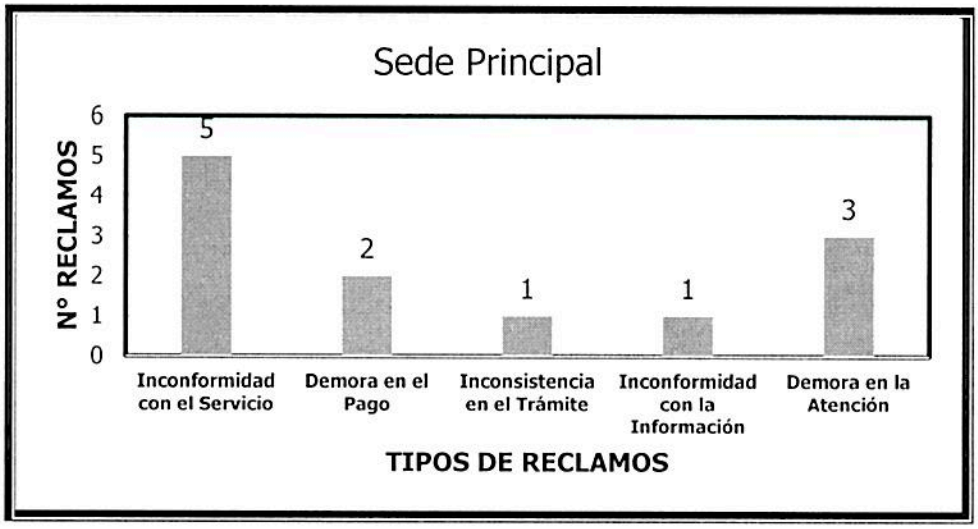


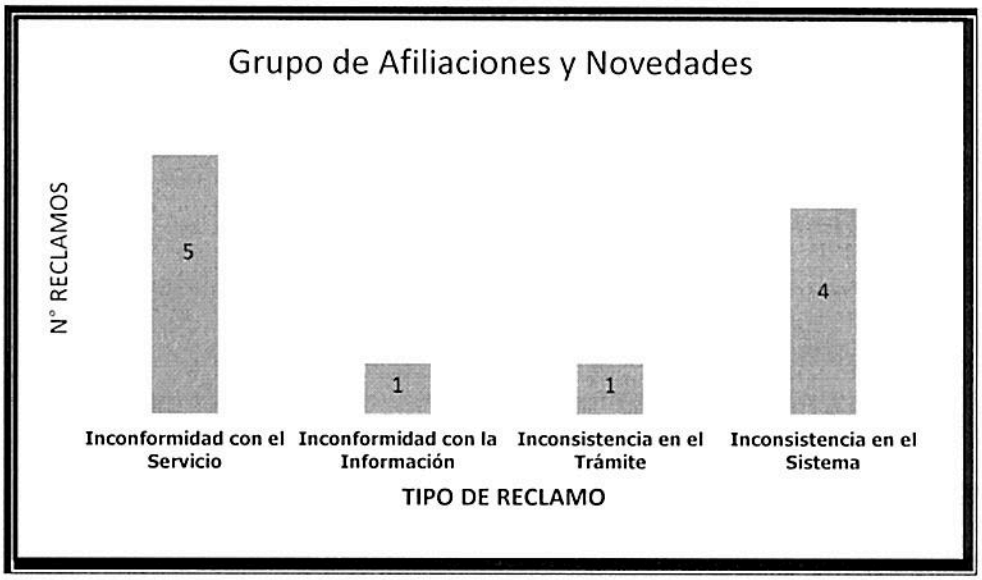
En la gráfica se muestra las 87 quejas distribuidas por dependencia, de donde se evidencia que 12 de ellas se producen en diferentes grupos de la Entidad, las demás corresponden a la Subgerencia de operaciones, lo que nos lleva a realizar un trabajo de culturización y manejo adecuado de los diferentes 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.

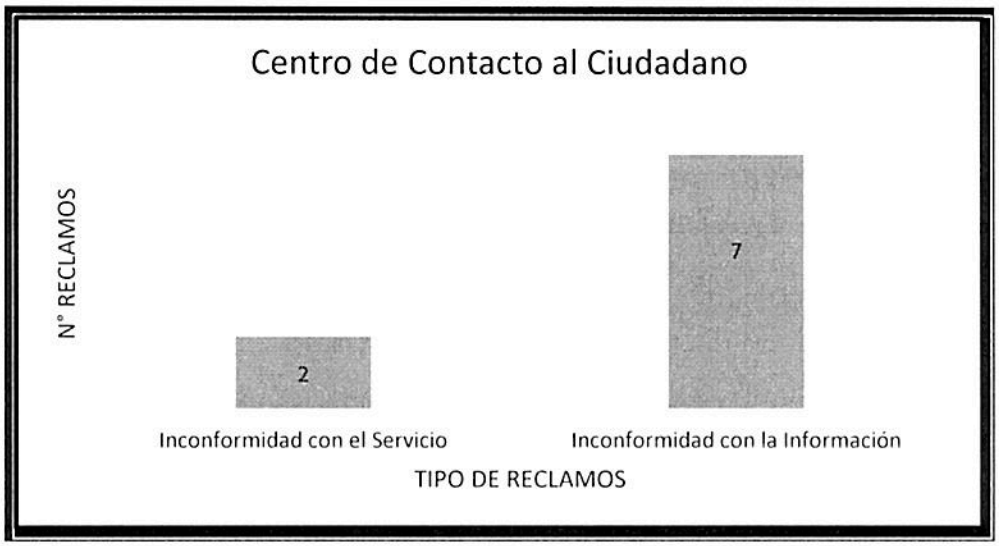
2.3 ESTADÍSTICAS POR TEMAS

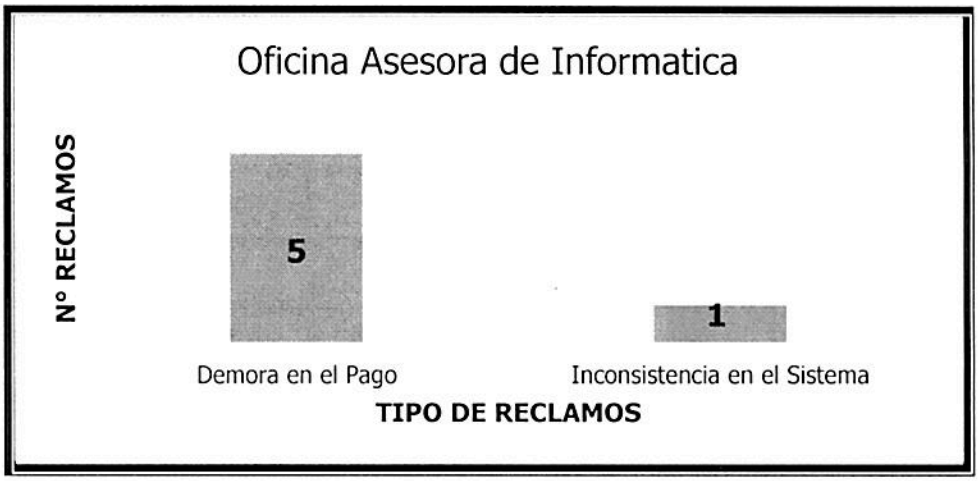


A continuación se realiza un cruce entre los temas y las dependencias o grupos involucrados teniendo en cuenta de mayor a menor los 5 primeros, así:


Sede Principal
Nº RECLAMOS
6
5
4
3
2
1
0
5
2
1
1
3
Inconformidad con el Servicio
Demora en el Pago
Inconsistencia en el Trámite
Inconformidad con la Información
Demora en la Atención
TIPOS DE RECLAMOS

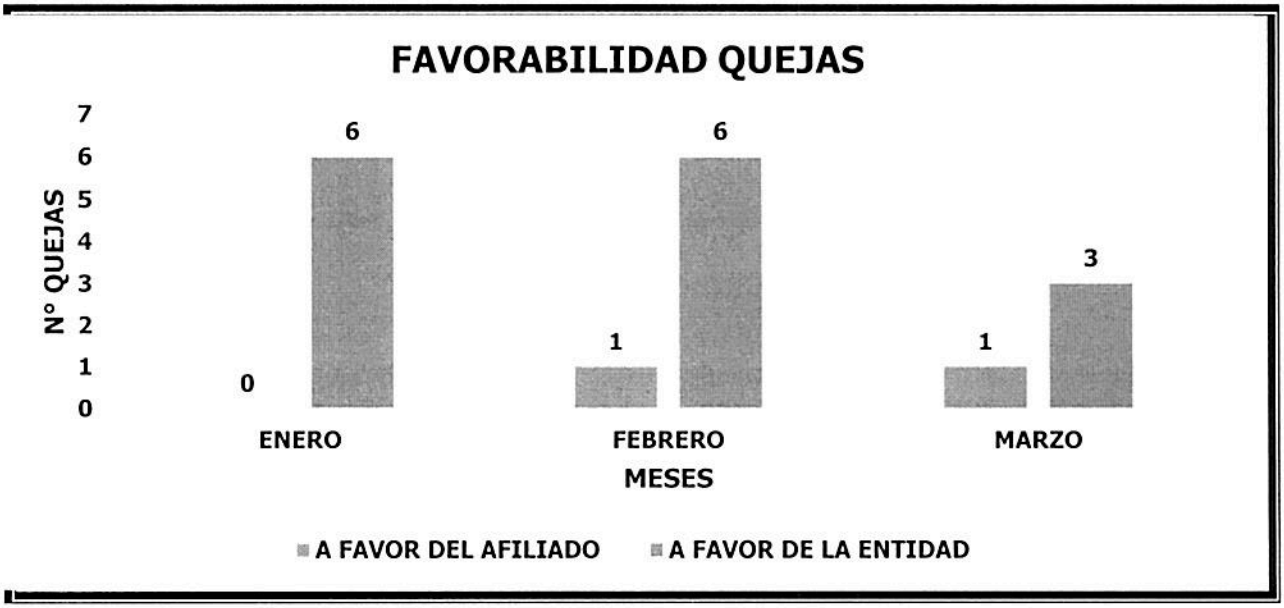

Grupo de Afiliaciones y Novedades
N° RECLAMOS
5
1
1
4
Inconformidad con el Servicio
Inconformidad con la Información
Inconsistencia en el Trámite
Inconsistencia en el Sistema
TIPO DE RECLAMO

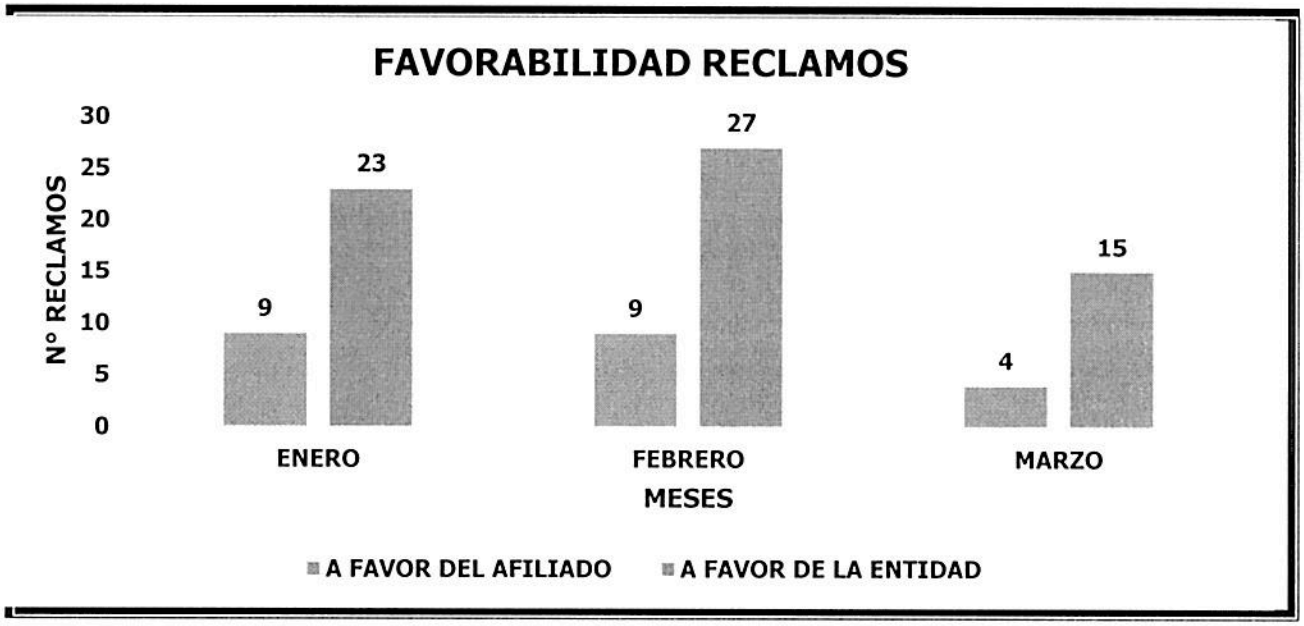

Centro de Contacto al Ciudadano
N° RECLAMOS
2
7
Inconformidad con el Servicio
Inconformidad con la Información
TIPO DE RECLAMOS



3. ANALISIS DE FAVORABILIDAD

De las Ciento Cuatro (104) quejas y reclamos, 80 fueron a favor de la Entidad y 24 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.





En este aspecto es preciso señalar que mediante la encuesta de satisfacción realizada por la empresa Centro Virtual de Mercadeo, se logra evidenciar la percepción de nuestros afiliados frente al servicio brindado por Caja Honor, lo cual se ve reflejado en la evaluación del índice de satisfacción del consumidor financiero, obteniendo un puntaje del 4.7/ 5.

CENTRO DE CONTACTO AL CIUDADANO

Durante el Trimestre de 2017, se elevaron quejas (2) quejas y cinco (5) reclamos ante el centro del contacto al ciudadano, a los cuales les fue brindada respuesta clara y oportuna.

DEFENSOR DEL CONSUMIDOR FINANCIERO

Durante el Trimestre de 2017, se elevaron ocho (8) reclamos 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 efectuó coordinación con el Grupo de Afiliaciones y Novedades con el fin de actualizar la base de datos de nuestros afiliados con base a los formatos de actualización de medios electrónicos radicados en la Entidad.
- Nos encontramos en actualización e innovación de los canales de comunicación con el fin de brindar un servicio personalizado y a la mano de nuestros afiliados.

Actividades Realizadas

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

Se realizó la participación en jornadas de capacitación y sensibilización, lo cual se relaciona en la siguiente tabla.

FERIA	LUGAR	FECHA	TEMA
Feria DIMAR	DIMAR	15 de marzo	* Presentación y enseñanza para navegación en la plataforma virtual de educación financiera * Entrega de la Cartilla SAC y "Pequeños Héroes" * Entrega de alcancías de capitán honor y kit de educación financiera. * Información general con relación a productos y servicios de Caja Honor. * Información referente a las ventajas del modelo Leasing Habitacional.
Feria COPER	Escuela Superior de Guerra	17 de marzo	
Feria del Saber	Escuela Superior de Cadetes	23 y 24 de marzo	

De igual manera se realizó la elaboración y publicación del Artículo "¿Cómo ha evolucionado la Educación Financiera en Colombia?" para la Edición N° 57 de Notivivienda (Enero-Marzo 2017), donde se abordó de manera general el nacimiento, evolución y estado actual de la Educación Financiera en el país, además de la participación de Caja Honor en este tema.

- **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.**

La participación del programa de Educación Financiera durante el primer trimestre de la vigencia en las distintas ferias permitió que Caja Honor brindará a los afiliados conocimiento más amplios de los productos y servicios que ofrece, adicionalmente les ilustró sobre educación financiera y las herramientas que Caja Honor pone a su disposición para mejorar su vida financiera como por ejemplo la plataforma virtual, las cartillas físicas y los contenidos en redes sociales. Se contó con la participación de más de **150** afiliados en las ferias.

CAPACITACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN **Consumidores Financieros trimestre**	
Canal	**Afiliados que han accedido a contenidos**
Presencial y Virtual	257
Plataforma Virtual Educación Financiera	592
Portal WEB	Pendiente Comunicaciones
Portal Transaccional	10.268
Facebook	Pendiente Comunicaciones
Twitter	Pendiente Comunicaciones
Instagram	Pendiente Comunicaciones
Youtube	Pendiente Comunicaciones
Fuente: SAC, Comunicaciones e Informática Caja Honor	

- **Sensibilizar, difundir y reforzar de manera virtual y presencial a funcionarios y contratistas a nivel nacional y conal 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.**

POBLACIÓN	MEDIO	FECHA	TEMA
Puntos de Atención a nivel Nacional	VIDEOCONFERENCIA La Jefatura del Área de Atención al Afiliado, permite a participación del Ärea SAC, en un espacio de 10 a 15 minutos para tratar temas de Educación Fianciera.	13 de marzo	Charlas de sensibilización y capacitación de plataforma virtual. Expositora: Dra. Sandra Arias - Abogada SAC
Puntos de Atención a nivel nacional	VIDEOCONFERENCIA adelantan los días lunes por la Jefatura del Área de Atención al Afiliado. Espacio otorgado a educación Financiera de de 10 a 15 minutos	17 de marzo	Charlas de sensibilización y capacitación de tramites en línea y productos y servicios. Expositor: Sr. Hector Ramírez - Técnico SAC
Funiconarios SAC y Agentes deConal Center.	Presencial - Oficina SAC Caja Honor	02 de marzo	Unificación de Criterios verificación e interpretación de extractos de vivienda y cesantías enviados a los afiliados periódicamente. Expositor: Juan Carlos Arteaga - Líder del grupo de cesantías
Agentes del Centro del Contacto al Ciudadano.	Presencial - Oficina Conall Center	13 de marzo	Acceso a peticiones en línea, manejo del portal, work manager y portal transaccional, para culturizar y enseñar a los afiliados que se comunican vía telefonica con la Entidad. Expositora: Claudia Salinas.

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

Proyectó y elaboró
ABG. TATIANA DAGOVETT VELASCO
Profesional Universitario 1 – SAC