

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

## INFORME DE LOGROS DEL I TRIMESTRE DE 2018

Bogotá, 09/04/2018

Doctora  
LINA MARÍA RENDÓN LOZANO  
JEFE OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN

### Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN  
ASUNTO  
TERMINOLOGÍA  
RESUMEN DETALLADO  
INDICADOR N° 5

### INTRODUCCIÓN

Conforme con lo establecido en el Plan de Acción para el proceso de Gestión del SAC, se encuentra el Indicador No. 5 denominado Quejas y Reclamos, cuyo propósito es medir el número total de quejas y reclamos sobre el total de solicitudes que ingresen en el mismo periodo, para identificarlas y 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 2018.

### 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. 5 denominado "*Quejas y Reclamos*", 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 4.563 solicitudes radicadas por los consumidores Financieros en la Entidad, 15 fueron quejas y 38 reclamos, correspondiente al 0.33% y 0.83% del 100% del total de las solicitudes respectivamente.

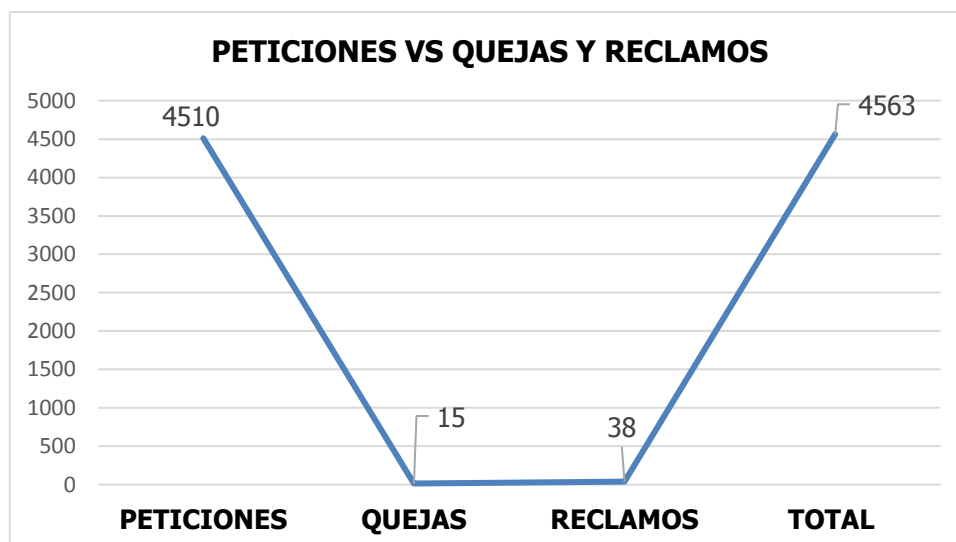
### AVANCE: 25% (I Trimestre)

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.

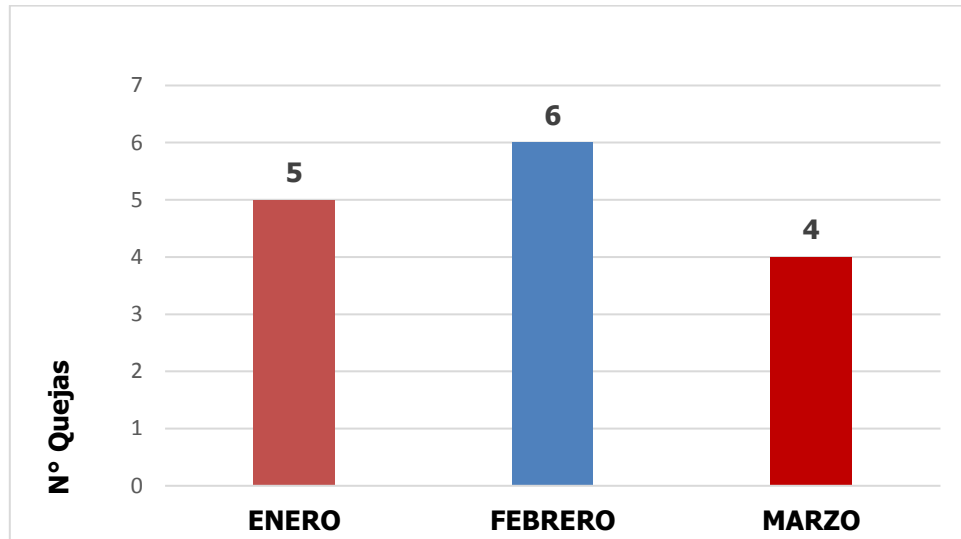
**ANÁLISIS DE AVANCE:** una vez realizado el análisis y establecidos los correctivos se sensibiliza a los funcionarios de la Entidad respecto al impacto que causan las quejas y reclamos, con el fin de culturizar a un servicio de calidad que conlleve a la satisfacción del consumidor financiero, lo cual 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	4510	98.84
QUEJAS	15	0.33%
RECLAMOS	38	0.83%
<b>TOTAL</b>	<b>4563</b>	<b>100%</b>



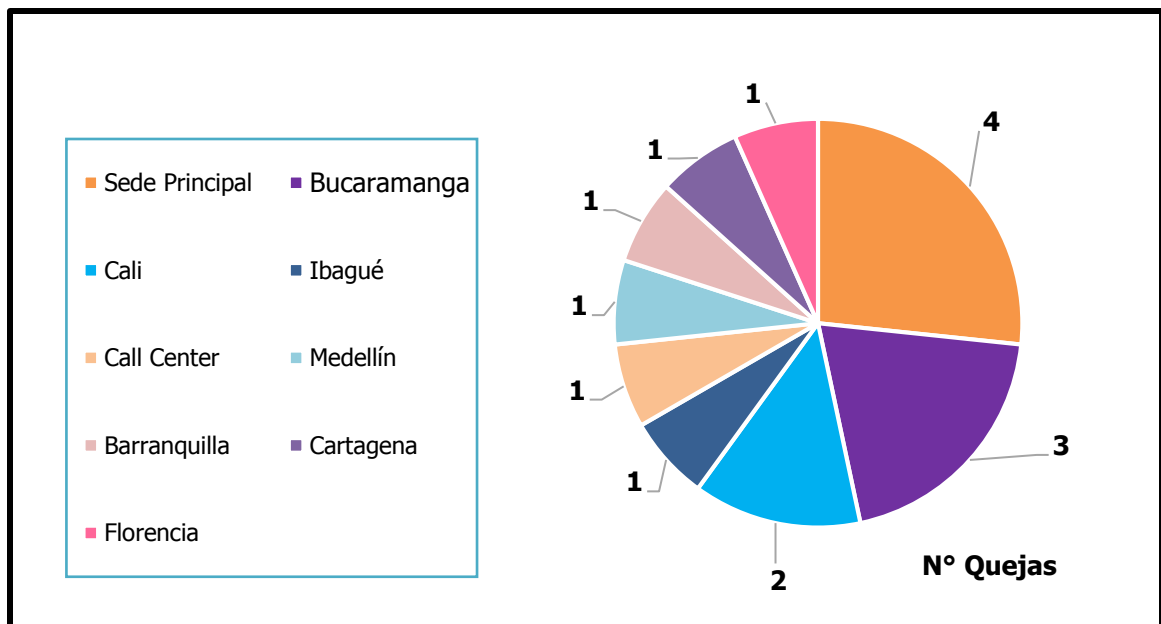
## 1. ANÁLISIS QUEJAS

### 1.1 ESTADÍSTICA POR MES



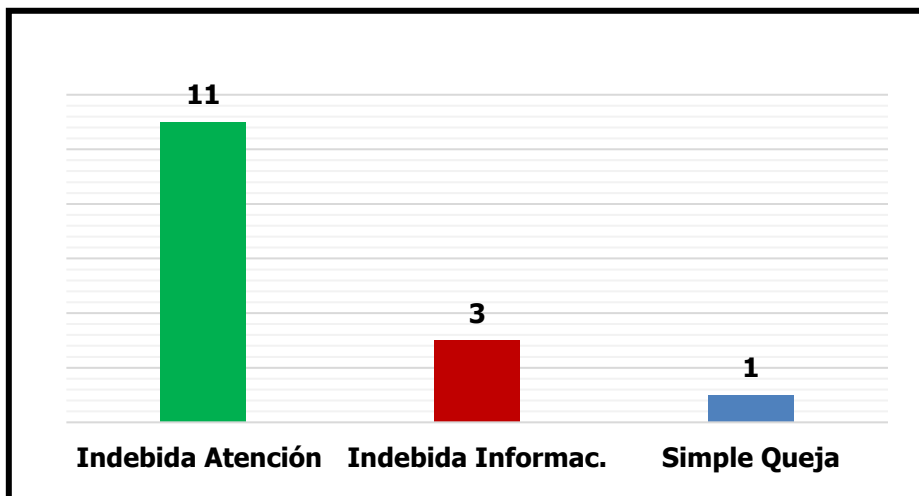
En la gráfica anterior se establecen las quejas allegadas en el mes de enero, febrero y marzo cuya sumatoria del trimestre corresponden a 15 quejas.

### 1.2. ESTADÍSTICA POR DEPENDENCIAS



De las 15 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 los 8 puntos de atención y una en el Centro de Contacto al ciudadano.

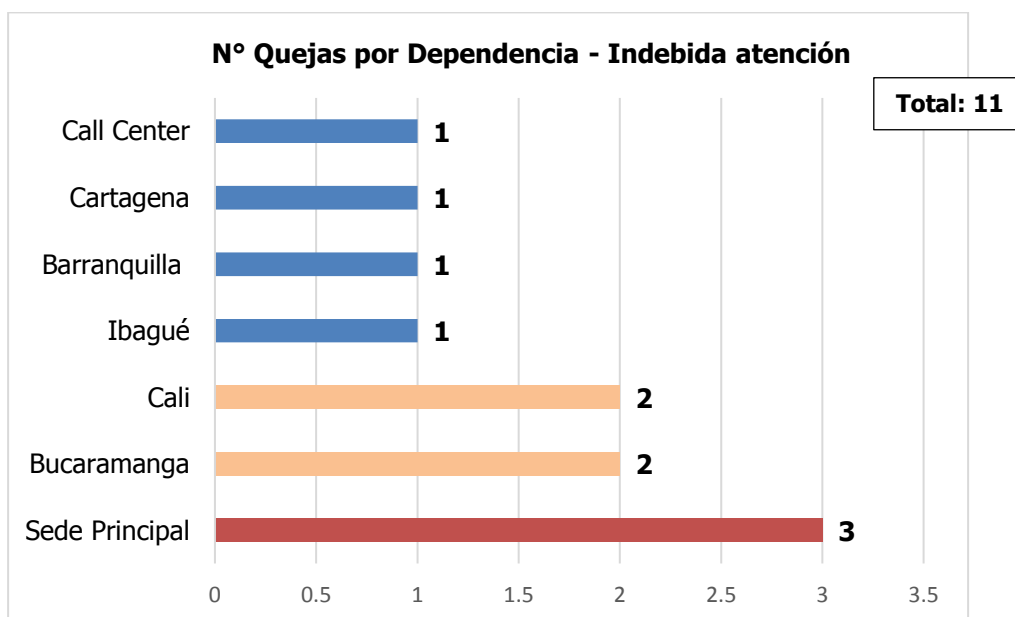
### 1.3. ESTADÍSTICAS POR TEMAS



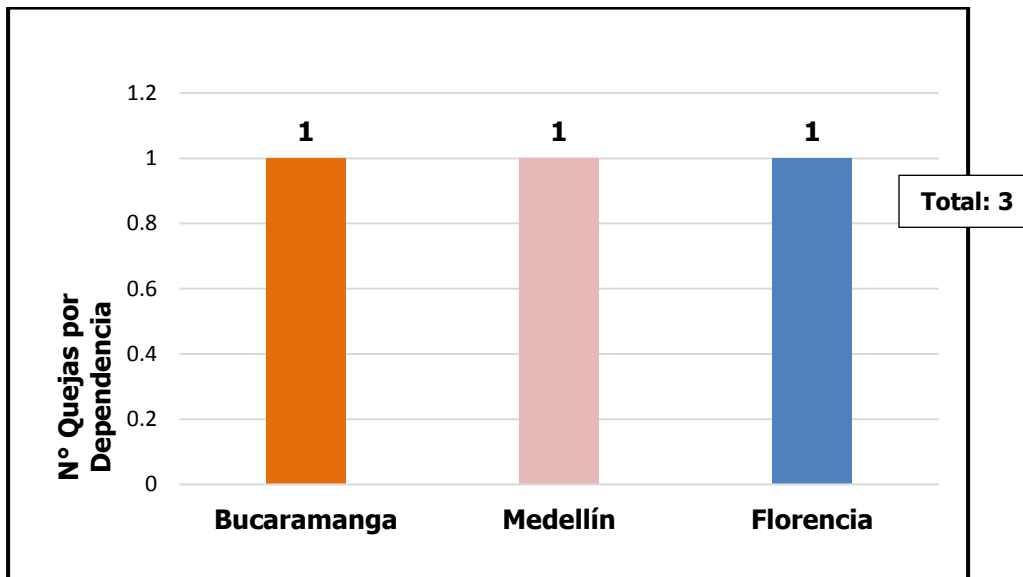
De las 15 quejas se determinó que 11 de ellas las determinan los afiliados como indebida Atención de funcionarios, 3 como indebida información y 1 como simple queja, lo que hace que por parte del Área SAC se informe a los grupos y se socialice con el fin de que se realice una sensibilización, tener una buena y realizar las funciones con mística y pasión, 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:

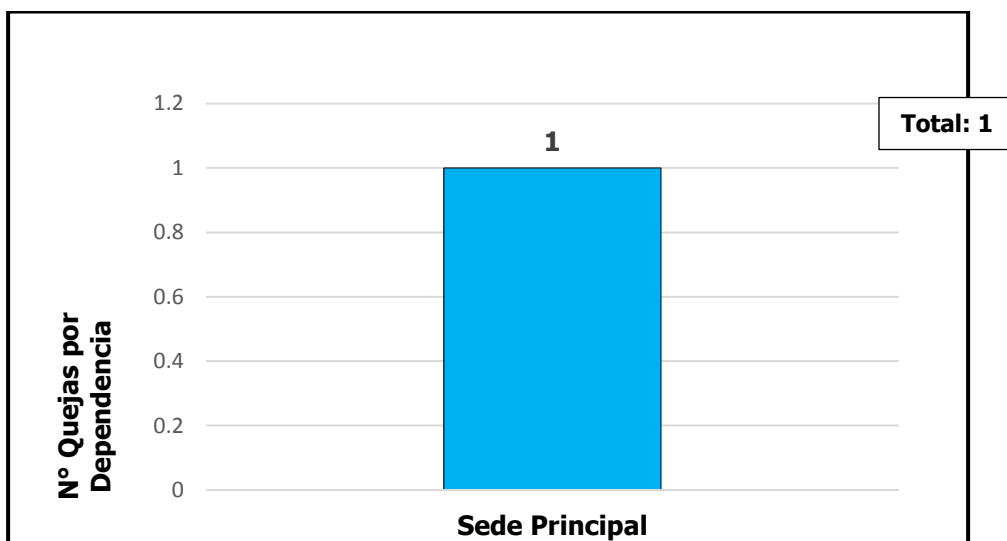
#### Tema 1: INDEBIDA ATENCIÓN DE FUNCIONARIOS



## Tema 2: INDEBIDA INFORMACIÓN

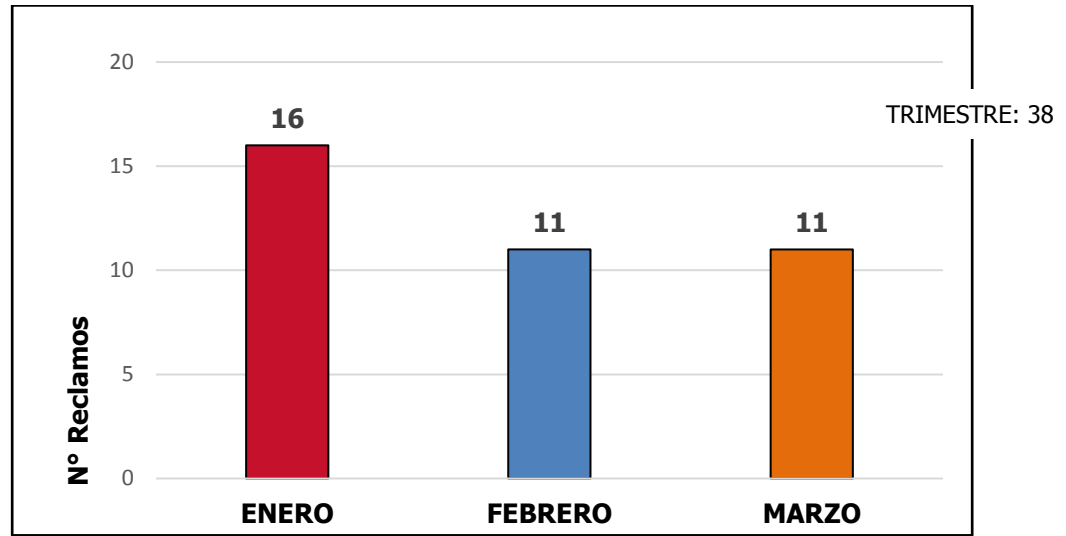


## Tema 3: SIMPLE QUEJA



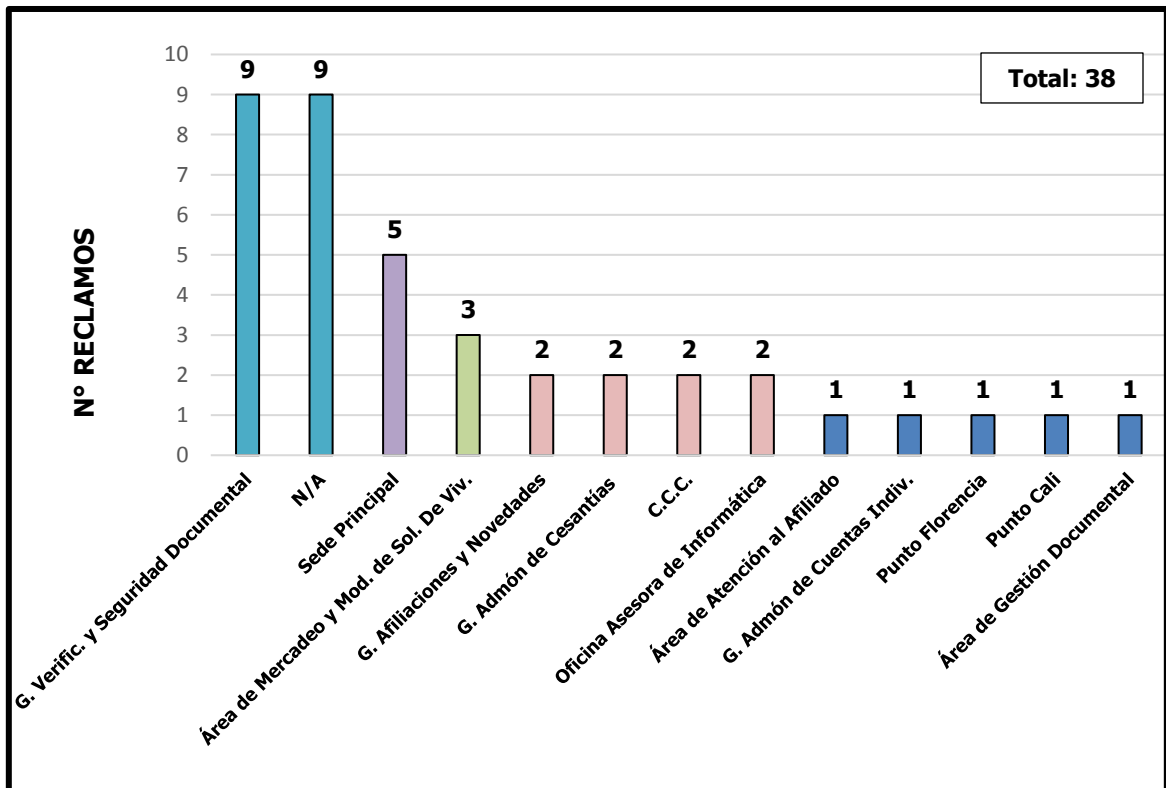
## 2. ANÁLISIS RECLAMOS

### 2.1 ESTADÍSTICA POR MES



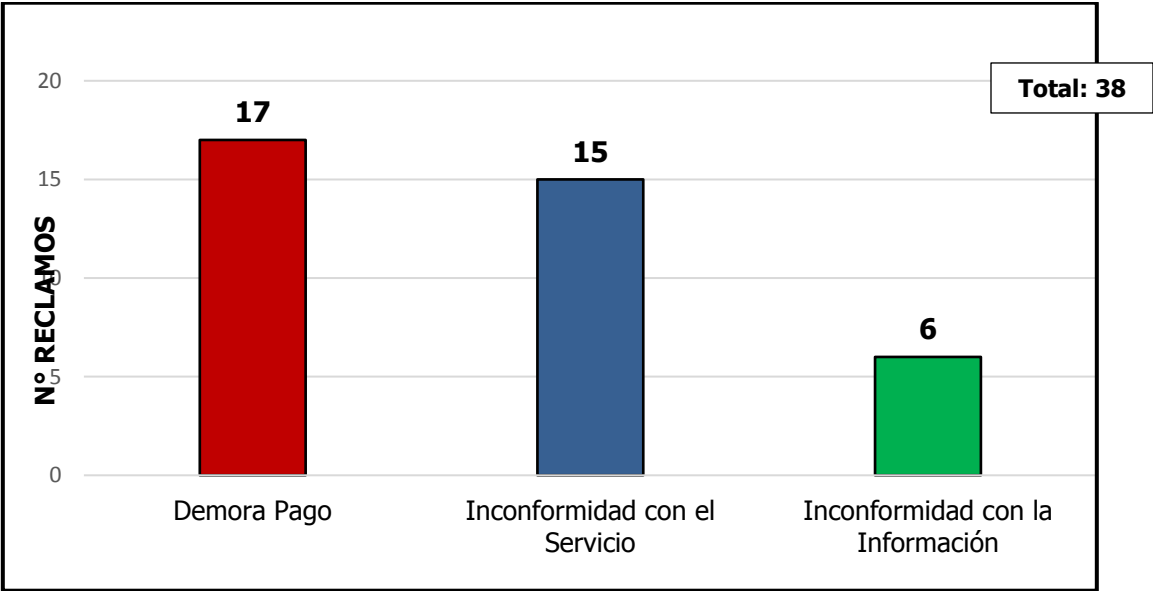
En la gráfica anterior se establecen los reclamos allegados en el mes de enero, febrero y marzo, cuya sumatoria del trimestre corresponden a 38 reclamos.

### 2.2 ESTADÍSTICA POR DEPENDENCIAS

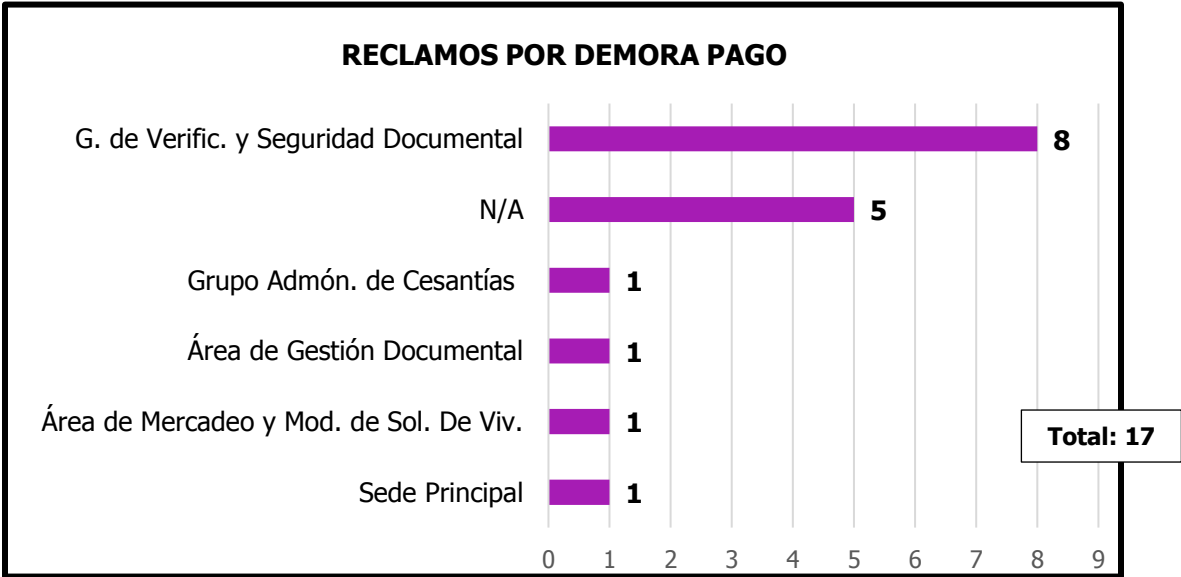


En la gráfica se muestra los 38 reclamos distribuidos por dependencia, de donde se evidencia que 3 de ellas se producen en diferentes dependencias de la Entidad, las demás corresponden a la Subgerencia de Operaciones y Atención la Afiliado, lo que nos lleva a realizar un trabajo de culturización y manejo 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.

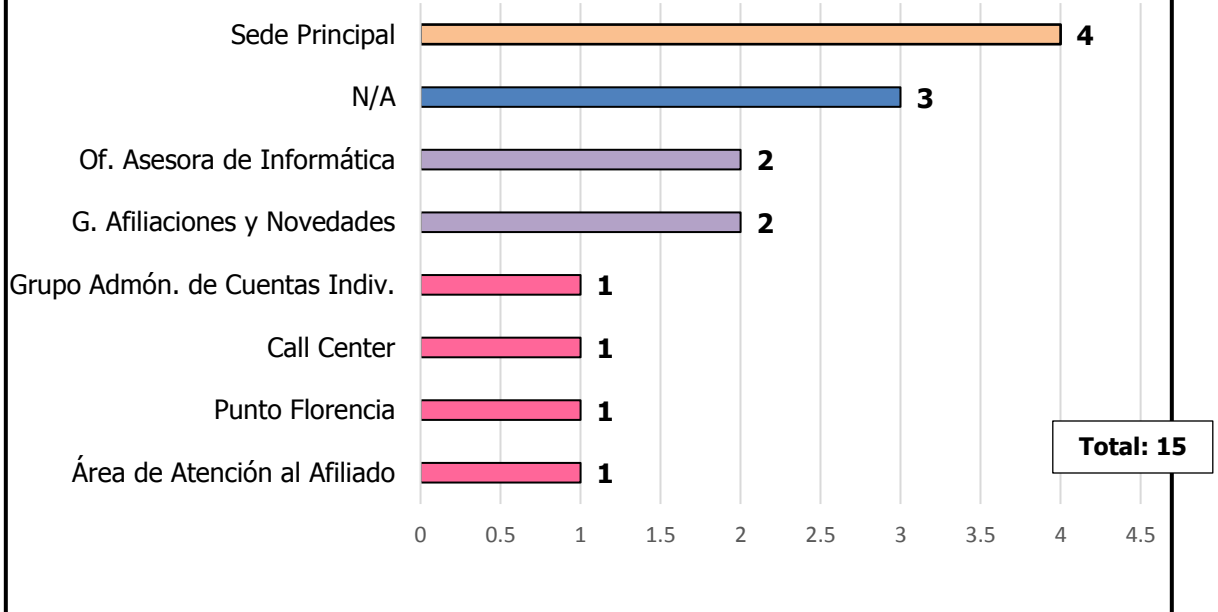
**2.3 ESTADÍSTICAS POR TEMAS**



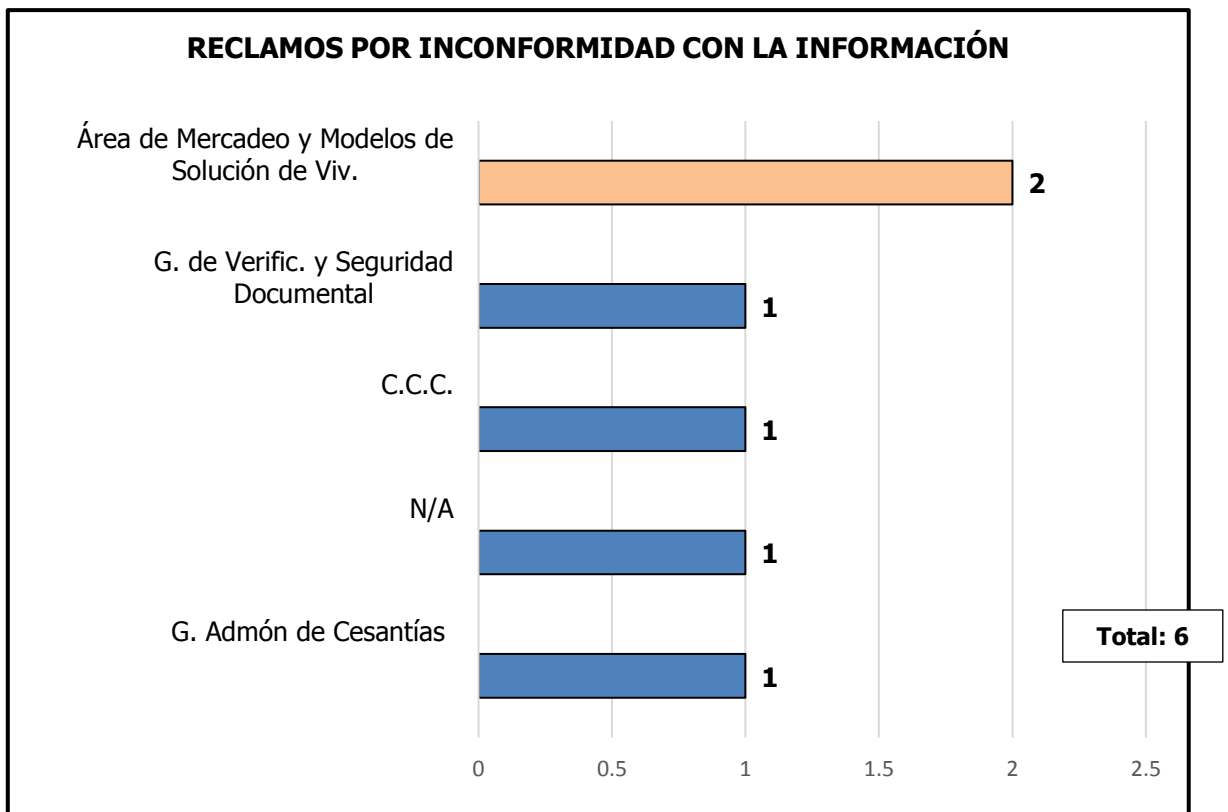
A continuación se realiza un cruce entre los temas y las dependencias o grupos involucrados teniendo en cuenta los tipos de reclamo:



### RECLAMOS POR INCONFORMIDAD CON EL SERVICIO



### RECLAMOS POR INCONFORMIDAD CON LA INFORMACIÓN

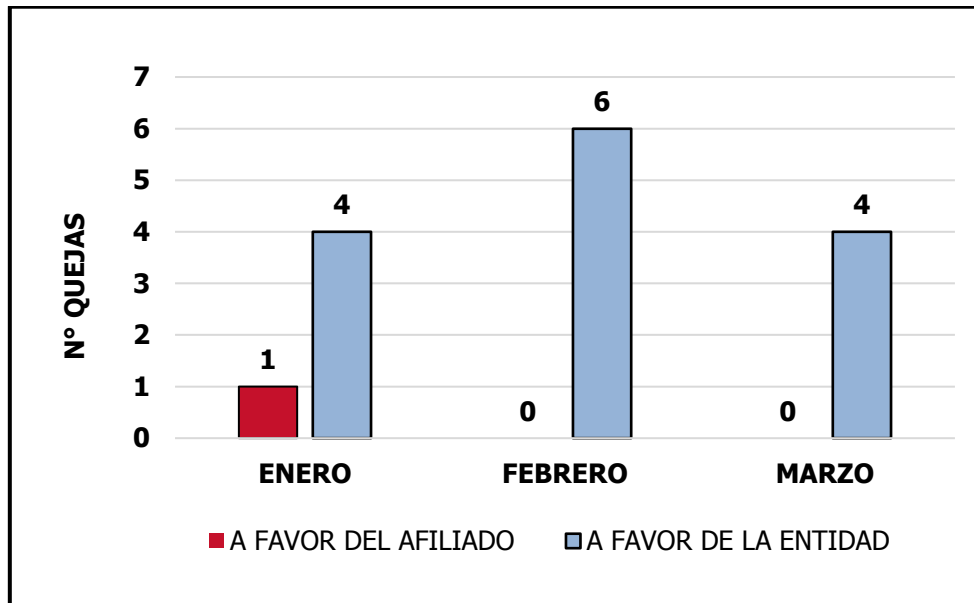




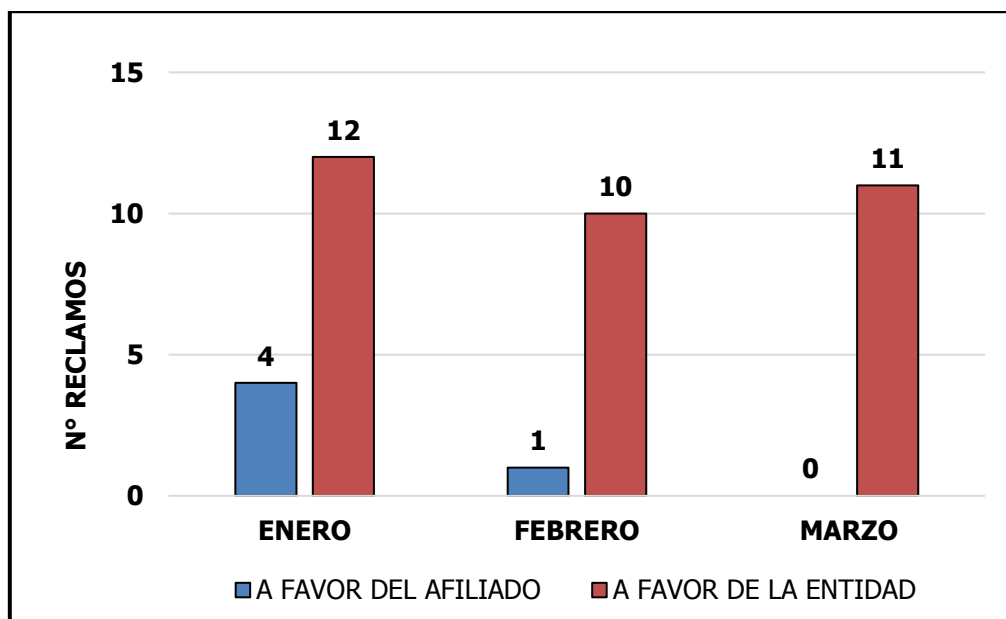
### 3. ANALISIS DE FAVORABILIDAD

De las 53 quejas y reclamos, 47 fueron a favor de la Entidad y 6 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 atención e información requerida, entre otras.

#### FAVORABILIDAD QUEJAS



#### FAVORABILIDAD RECLAMOS



En este aspecto es preciso señalar que mediante la encuesta de satisfacción realizada para el primer 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 el medio con el que cuenta 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 4.7/ 5, y sobre la encuesta general se encuentra la calificación en 4.6/5, lo anterior, una vez validado con el área encargada de la encuesta, quienes informaron los datos.

## **CENTRO DE CONTACTO AL CIUDADANO**

Durante el I Trimestre de 2018, se elevaron (2) reclamos al correo electrónico, (3) quejas verbales y (1) reclamo verbal ante el centro de contacto al ciudadano a los cuales les fue brindada respuesta clara y oportuna.

## **DEFENSOR DEL CONSUMIDOR FINANCIERO**

Durante el I Trimestre de 2018, se elevaron (19) peticiones, (1) reclamo y (0) 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 I Trimestre.
- Retroalimentación a los demás puntos de atención a nivel nacional sobre las quejas presentadas, mediante conferencia que realizó el Área de Atención al Afiliado, donde se manifestó la importancia de reiterar a los funcionarios de los puntos de atención sobre las políticas de calidad, excelencia y humanización en el servicio.
- El Área SAC se encuentra en retroalimentación con las dependencias involucradas en las reclamaciones, con el fin de verificarlas y en caso de ser necesario darse aplicabilidad a las mejores correspondientes.
- Durante lo recorrido en el I trimestre del año 2018, 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 año anterior cuyo porcentaje sobre el totalidad de peticiones fue de 1.68 % y al I trimestre de 2018 un 1.61%, lo que indica que las quejas y reclamos han disminuido notoriamente.
- Se reporta al Área de Atención al Afiliado las cantidades de solicitudes radicadas por punto, funcionario y temas, con el fin de establecer estrategias de seguimiento y control en búsqueda de soluciones con inmediatez sin recurrir a establecer solicitudes innecesarias.

## **Actividades Realizadas**

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

Participación activa en canales radiales en las emisoras del Ejército Nacional, Armada Nacional y Fuerza Área, anunciando los siguientes temas:

- Manejo del presupuesto y estrategias de ahorros.
- Global Money Week y Educación Financiera en el núcleo familiar, "Mi proyección financiera impacta en mi núcleo familiar".
- La mujer y las finanzas.
- Sistema de Atención al Consumidor Financiero – PQRD.

Intervención en las videoconferencias que lleva a cabo el Área de Atención al Afiliado de Caja Honor de manera semanal, donde participan los puntos de atención a nivel nacional y otras dependencias invitadas, con el fin de invitar a los funcionarios hacer parte activa del Programa de Educación Financiera "Aprendiendo con Honor" y fortalecer el conocimiento siendo formadores de formadores.

De acuerdo con lo anterior, los Gerentes Regionales asignaron a un funcionario por cada punto de atención, para liderar las actividades que se ejecutarán en el año 2018, a partir de dicha directriz, el Área Sistema de Atención al Consumidor Financiero (SAC), ha realizado coordinaciones para cumplir con las actividades establecidas de manera simultánea en todos los puntos de atención a nivel nacional.

## **2. Realizar y desarrollar el fortalecimiento de la plataforma virtual de educación financiera.**

Se realizó el lanzamiento de la II fase de la plataforma virtual de Educación Financiera "Aprendiendo con Honor", dirigido a consumidores financiero, funcionarios a nivel nacional.

Elaboración y envío de 4 cápsulas financieras a todos los funcionarios y las Oficinas de Enlace de Caja Honor, quienes remiten la información a los miembros de las Fuerzas, así:

- Bienvenida al Programa de Educación Financiera "Aprendiendo con Honor" 2018.
- Cesantías: Qué son y cómo sacarles provecho, Educación Financiera "Aprendiendo con Honor".
- Consejos que debe enseñar a sus hijos de Educación Financiera "Aprendiendo con Honor".
- Finanzas Familiares: Estrategias Para Generar Ahorro. Educación Financiera "Aprendiendo con Honor".

## **3. Realizar y publicar boletín Electrónico Educación Financiera.**

Elaboración y publicación del Boletín Electrónico No. 1 de Educación Financiera "Aprendiendo con Honor", con el tema: ¡Las mujeres y su relación con el dinero!, el cual se encuentra publicado en la página web de Caja Honor.

## **4. Sensibilización, difusión y reforzamiento a los consumidores financieros actuales y potenciales, tratando los temas de productos y servicios, trámites en línea, quejas y reclamos, PQRD en línea, educación financiera y plataforma virtual.**

Lanzamiento de la Cartilla SAC, actualmente se encuentra publicada en el portal de Caja Honor, y fue distribuida a los funcionarios y consumidores financieros, de igual forma se seguirá entregando en todas la actividades que se realice durante el año.

Con esta cartilla se busca proporcionar herramientas a los funcionarios y consumidores financieros para comprender de manera clara en qué consiste el Sistema de Atención al Consumidor Financiero (SAC), las políticas, principios, derechos, obligaciones, y mecanismos de protección de los mismos. Asimismo, informar sobre la necesidad de tener un Programa de Educación Financiera en Caja Honor, a través de material físico que contiene temas financieros que contribuyen al bienestar de los afiliados.

Lanzamiento Cartilla de Educación Financiera, actualmente se encuentra publicada en el portal de Caja Honor y fue entregada los afiliados y consumidores financieros que visitaron la Entidad el día del lanzamiento, de igual forma se seguirá entregando en todas la actividades que se realice durante el año.

Esta cartilla comprende los temas que estructuran el programa, como: Finanzas Personales y Consumidor Financiero, Desarrollando temas de vivienda, Ahorro, Cesantías, Inversión, Planificación y Control Financiero, Mecanismos de Defensa y Derechos y Obligaciones.

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

INFORMACIÓN ESTADÍSTICA DE GESTIÓN O LOGROS

<b>INTERACCIÓN</b>	
<b>Consumidores Financieros 2018</b>	
<b>CANAL</b>	<b>Afiliados que han accedido a contenidos</b>
Presencial y Virtual (Capacitaciones y sensibilización)	1.303
Plataforma Virtual Educación Financiera (Visitas)	3.258
Portal Transaccional (Visitas)	9.202
Facebook (Alcance publicaciones)	1.723
Twitter (Seguidores)	684
Instagram (Seguidores)	205
Youtube (Reproducciones)	1.219
Radio (Visitas)	5
<b>Total</b>	<b>17.599</b>

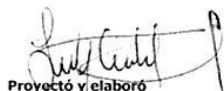
*Fuente: SAC, Comunicaciones e Informática Caja Honor*

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

Lo anterior, 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. LEIDY JOHANA CONTRERAS AMADO**  
Profesional Universitario 2 – SAC



CO-5C2992-1



SI - CERS57703



NIT: 880021987-7

Centro de Contacto al Ciudadano ECC en Bogotá (1) 518 8605 Línea gratuita nacional 01 8000 919 429  
Portal web: [www.cajahonor.gov.co](http://www.cajahonor.gov.co) Correo electrónico: [contactenos@cajahonor.gov.co](mailto:contactenos@cajahonor.gov.co)

**BIENESTAR Y EXCELENCIA**



13/2014-13/16-MinProtección-Consumidor