

 <p>MINISTERIO DE DEFENSA NACIONAL cajaHonor Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía</p>	FORMATO	FECHA APROBACIÓN: 05/03/2015
	INFORME	VERSIÓN: 005
		CÓDIGO: GE-NA-FM-041

INFORME DE LOGROS DEL I TRIMESTRE DE 2015 AREA SISTEMA ATENCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO

Bogotá, 07 de abril de 2015

Doctora
LINA MARÍA RENDÓN LOZANO
JEFE OFICINA ASESORA DE PLANEACION

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN
ASUNTO
CONCEPTOS
RESUMEN DETALLADO
INDICADOR N° 6

Introducción

En el presente informe se describen el cumplimiento de las metas establecidas en el indicador No. 6 "Quejas y Reclamos", constituidos en el Plan de Acción para el proceso de Gestión del SAC, que han permitido fortalecer y mantener la continuidad del servicio y el fortalecimiento en las actividades desarrolladas por el proceso de Gestión de SAC.

Asunto

Informe de verificación, resultados y análisis del indicador de Quejas y Reclamos del proceso de Gestión de SAC durante el I trimestre de 2015.

Conceptos

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 detallado de las actividades realizadas

Se establece el Indicador No. 6 "*Quejas y Reclamos radicadas en la Entidad*", de gestión en el Plan de Acción, lo que conlleva al cumplimiento de cada una de las metas fijadas.

INDICADOR No. 6 "*Quejas y reclamos radicadas en la Entidad* "

AVANCE: 25% (I Trimestre)

De las doce (12) Quejas radicadas por los consumidores Financieros, se tramitaron y brindaron respuesta, garantizando el cumplimiento del 100% en la Gestión del SAC.

De los cincuenta y seis (56) reclamos de los Consumidores Financieros, se tramitaron y brindaron respuesta garantizando el cumplimiento de la meta del 100%.

Es de anotar que una vez allegado el escrito de queja o reclamación, cada una de ellas es analizada de manera íntegra, tomando como referencia los hechos plasmados en el escrito, los procedimientos administrativos y el informe solicitado por el Área SAC mediante tarea, memorando, correo electrónico, o cualquier otro medio eficiente para ello con destino a cada Área, Grupo y/o Punto de Atención implicado en el mismo.

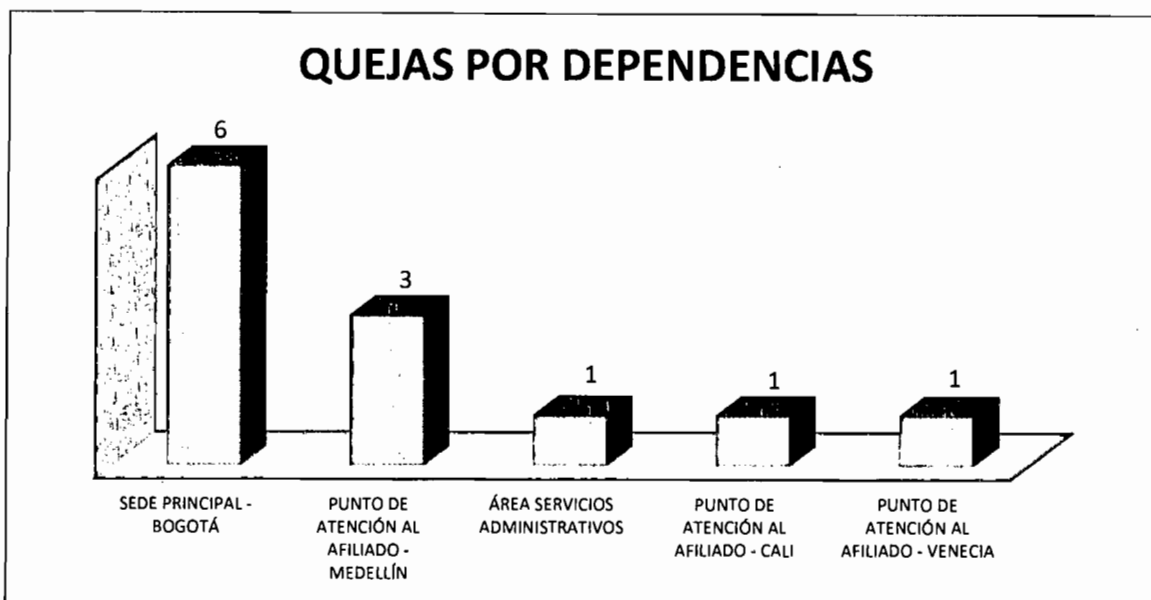
De igual forma, independientemente de la respuesta generada, se les recomienda establecer mecanismos orientados a la plena satisfacción de nuestros consumidores financieros, en los cuales debemos contribuir cada uno de los que en el proceso de su satisfacción intervienen.

Una vez finalizado el I trimestre de 2015, se verifica individualmente cada queja o reclamación, identificando las causas que originaron la manifestación de inconformismo y previendo que a la fecha se encuentren instituidas las acciones de mejora (lo que mejorará la visión y dará impacto positivo en cada uno de nuestros consumidores financieros).

ANALISIS DE AVANCE: Durante el I trimestre de la vigencia, se establece que de cincuenta y seis (56) reclamos y de las doce (12) quejas radicadas por el consumidor Financiero, se tramitaron y brindaron respuesta al 100%, efectuando la relación de las solicitudes y requerimientos.

QUEJAS Y RECLAMOS I SEMESTRE 2015			
TIPO	I TRIMESTRE 2015	DÍAS DE RESPUESTA (promedio)	EN TRAMITE Y OPORTUNIDAD
QUEJAS	12	4,8	100%
RECLAMOS	56	4,6	100%

INCIDENCIA QUEJAS Y RECLAMOS POR DEPENDENCIAS



ACCIONES DE MEJORA DE SERVICIO

En el primer trimestre de 2015, teniendo en cuenta las dependencias que mayor incidencia presentaron en el indicador número 6 "Quejas y Reclamos" atendiendo las recomendaciones emitidas por el Área Sistema de Atención al Consumidor Financiero orientadas a establecer mecanismos que contribuyan a la plena satisfacción de nuestros consumidores financieros, con el propósito de generar un impacto positivo hacia los mismos, se evidencia que en la Sede Principal – Bogotá, se han adelantado reuniones periódicas por parte de la Líder del Punto con los funcionarios de Servicio al afiliado, para fortalecer los siguientes temas:

- Conocimientos, y trámite de las solicitudes de quejas y reclamos.

- Claridad en las políticas administrativas de recepción y manejo de trámites, lo cual incide notablemente en la oportunidad y tiempo de trámites dispuestos por la Entidad.
- Trabajo en equipo y compañerismo.
- Prohibición de consumir comidas y/o bebidas en los puestos de trabajo.
- Afianzar conocimientos en los trámites que adelantan los afiliados, para brindar mayor calidad en la información que se emite.

En atención a las solicitudes de novedades de actualización de base de datos, el Área de Operaciones a través de sus tres Grupos (Grupo Administración de Cuentas Individuales, Grupo Administración de Cesantías y Grupo Análisis de Cuentas y Novedades), se encuentra adelantando contacto directo con las Unidades Ejecutoras, Despachos Judiciales o alguna otra entidad que pueda brindar información fidedigna para realizar la actualización de nuestros Sistemas de Información a través de:

- Visitas y reuniones periódicas, tanto en las instalaciones de Caja Honor, como en la respectiva Unidad Ejecutora.
- Oficios de Salida solicitando la claridad en la información.
- Acceso a bases de datos de entidades externas (SLI, Registraduría Nacional del Estado Civil, etc.).

En la misma medida, cada Grupo, Área o Punto de Atención involucrado en la afectación a la prestación del servicio, adelanta las acciones tendientes a la mejora continua y orientadas a la plena satisfacción de los Consumidores Financieros y garantizando que se genere el impacto respectivo hacia los mismos.

De igual manera, a través de los Diferentes Canales de Comunicación se procedió a fortalecer la Cultura de Atención, Respeto y Servicio a nuestros Consumidores Financieros, por medio de:

- Página web (Portal Transaccional y el Chat virtual)
- App, redes sociales (Facebook, Twitter, Youtube e Instagram)
- El envío de comunicaciones y extractos a correos electrónicos registrados; el envío de mensajes de texto (SMS) y mensajes de voz (TTS) a celulares y teléfonos fijos registrado.
- Pendones, afiches y volantes dispuestos en los puntos de atención haciendo énfasis en los derechos de los consumidores financieros, así como en las prácticas seguras que deben seguir al momento de realizar los trámites ante Caja Honor.
- Publicaciones como revistas, instructivos y guías para entrega gratuita a afiliados y usuarios en las que se dan a conocer las características y requisitos de los productos y servicios que ofrece Caja Honor haciendo cada vez más comprensibles los requisitos y trámites que se deben adelantar para acceder a estos.
- Pautas publicitarias, noticias y entrevistas en radio, prensa, televisión e internet.
- Implementación del Punto de Atención móvil desde el mes de marzo de 2015 que nos acercará aún más a nuestros consumidores financieros.

Adicionalmente, se llevó a cabo la implementación del "Curso Virtual Sistema de Atención al Consumidor Financiero" entre el 26 de febrero y 19 de marzo del año en curso, publicado en la intranet de la Entidad, para que cada uno de los funcionarios de la Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía, adelantasen el curso e hiciesen una evaluación con un propósito principal: Brindar la mejor atención y servicio de calidad a los afiliados.



SONIA JANETH GARCÍA AVILA
Jefe Área Sistema de Atención al Consumidor Financiero

Proyectó y elaboró
HECTOR RAMIREZ
Técnico 1 – Área SAC



Portal web. www.cprovimpo.gov.co Correo electrónico. contactenos@caprovimpo.gov.co

Nuestra filosofía: "Edificamos sueños con el corazón"



GE-NA-FM-041