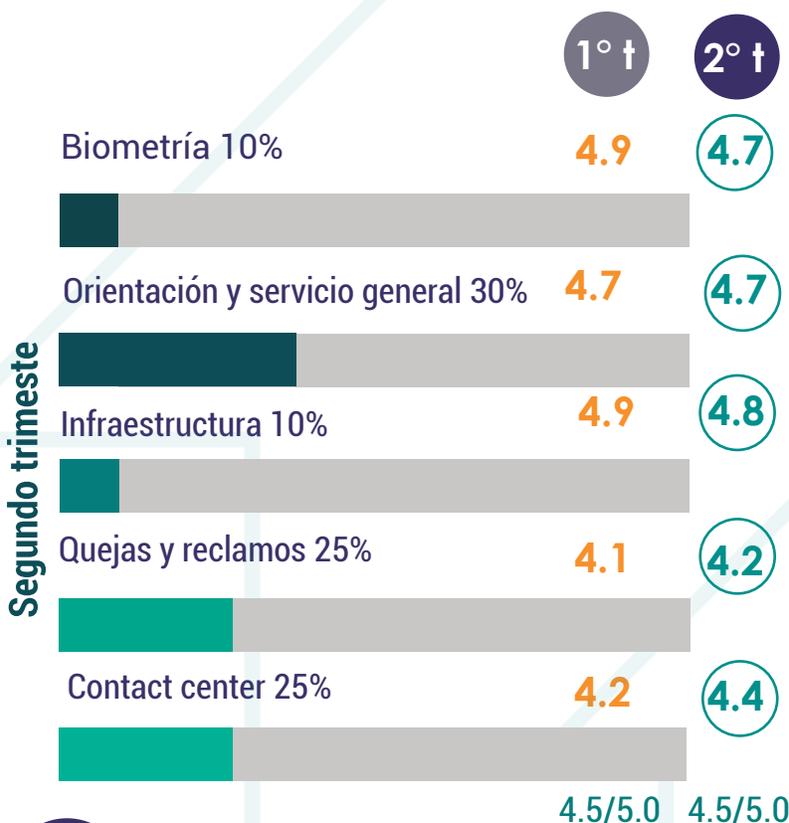


MEDICIÓN E ÍNDICE DE SATISFACCIÓN Y PERCEPCIÓN DE LOS AFILIADOS DE CAJA HONOR SEGUNDO TRIMESTRE 2017



1 Objeto contractual: Recolección y análisis de encuestas en el territorio nacional a fin de evaluar el nivel de satisfacción y percepción de los afiliados respecto a los servicios que ofrece la Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía.

Índice de satisfacción por atributo



Tamaño del universo 27.501

Índice de satisfacción por punto

1° † 4.8/5.0 2° † 4.7/5.0

CIUDAD	Encuestados	1°	2°	3°
Barranquilla	46	4,8	45	4,9
Bogotá	210	4,7	210	4,4
Bucaramanga	40	4,6	46	4,9
Cali	70	4,9	62	4,6
Cartagena	26	4,9	31	4,8
Florencia	20	4,8	23	4,7
Ibagué	40	4,8	42	4,8
Medellín	55	4,8	52	4,7

2 Biometría

- La percepción de los usuarios es bastante buena, en cuanto a la facilidad de la identificación biométrica, sin embargo, el resultado en el segundo trimestre bajó en la mayoría de las ciudades, sobresaliendo Bogotá quien obtuvo una baja de 4 puntos.
- Otro aspecto importante es el desconocimiento del término "identificación biométrica" el cuál tuvo que ser explicado para su reconocimiento.

- 429 afiliados consideran que la atención prestada por los funcionarios es excelente al realizar la identificación biométrica. La sede Bogotá y Cartagena presentan una menor calificación con un promedio de 4,6% frente a las demás.
- En conclusión, el índice general de biometría bajó 2 puntos, ciudades como Bogotá y Cartagena aportaron a la disminución de este atributo.

5 PQRS

- Solo 103 personas de 507 conocen o han utilizado la herramienta PQRS, donde encontramos que 86 afiliados se les facilita presentar PQRS y los 17 restantes opinan que tienen un grado de complicación. Ciudades como Ibagué y Bucaramanga con un 90% y Cartagena con 100% manifiestan la facilidad del proceso, mientras que Bogotá y Medellín tienden a considerar el proceso más difícil.
- Frente a los resultados del primer informe el índice respecto a la facilidad que le brinda Caja Honor para presentar peticiones, quejas, reclamos, sugerencias o felicitaciones subió en todas las ciudades.
- Se encontró que el tiempo designado para resolver los PQRS a nivel nacional es favorable, ya que 86 de 103 encuestados opinan que si se les resolvió sus dudas de manera eficiente. Ciudades como Bucaramanga, Barranquilla Cali, Cartagena, Ibagué y Medellín consideran que sus solicitudes fueron atendidas, mientras que Florencia y Bogotá tienden a la oposición.
- Por otro lado, entre las sugerencias que proporcionan los afiliados está la información de calidad y mayor agilidad en las respuestas.

En conclusión, el atributo subió un punto ya que ciudades como Medellín, Ibagué y Barranquilla subieron entre 4 y 6 puntos.



6 Contact center

- El índice general subió dos puntos frente al informe del 1 trimestre, ciudades como Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Florencia, Ibagué y Medellín demostraron crecimiento positivo, mientras que Cartagena bajó un punto.



Crecimiento positivo

- Solo 255 de 507 afiliados conocen o han utilizado el servicio del contact center a nivel nacional, muchos de ellos prefieren acercarse a un punto de atención porque se sienten más seguros, además expresan que es muy difícil el primer contacto con el contact center. Entre las sugerencias, la primera opción de mejora es la rapidez en el primer contacto con el agente, seguido de la posibilidad de tener más funcionarios realizando esta labor y, por último, la información coherente entre agentes, ya que opinan que la información es cambiante y no es consecuente.



Puntos de atención

- Ciudades como Bogotá y Cali presentan el índice general más bajo, mientras que Florencia, Bucaramanga y Barranquilla tienen una excelente apreciación de la herramienta. En términos generales el afiliado siempre encuentra una solución en la llamada y sienten que están bien atendidos por los agentes.



Llamadas

3 Orientación general → →

Los afiliados se informan a través de los siguientes medios: 192 afiliados obtienen información vía correo electrónico, 130 por medio de los puntos de atención y 66 en la página web, evidenciando que las herramientas digitales han tomado fuerza en este trimestre, logrando llegar a una tasa representativa de personas que están siendo informados por medios de las campañas que realizan internamente.

De esta manera ciudades como Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla utilizan como primera herramienta de información los correos electrónicos compartidos por Caja Honor, mientras que Bucaramanga e Ibagué prefieren asistir a los puntos de atención.

Por otro lado, herramientas de comunicación masiva como medios tradicionales, mensajes de texto, la app y publicidad impresa, no han tenido la fuerza necesaria para llegar al público target.

En cuanto a la vivienda leasing la muestra presenta que un 55% de los afiliados a nivel nacional no accederían a la solución de vivienda leasing, debido a que ya poseen vivienda, no le interesa y/o tienen solución de vivienda 14.

Ciudades como Bogotá, Barranquilla y Medellín muestran una fuerte tendencia a no acceder a la solución, mientras que Bucaramanga, Cali, Cartagena, Ibagué y Florencia, se inclinan a la obtención de ella, con un 44% a nivel nacional.



4 Infraestructura

Para los afiliados el estado de las infraestructuras es excelente a nivel nacional, sin embargo, frente al informe del primer trimestre el índice bajó, ya que hay muchos encuestados que no han asistido a ningún punto o no han visto ningún cambio extraordinario ya que siempre lo han conocido de la manera actual.

492 afiliados de 507 se sienten cómodos en los puntos de atención de cada ciudad, resaltando el cambio de oficinas en la ciudad de Florencia. En conclusión, este atributo bajó un punto frente al resultado del primer trimestre porque Bogotá, Barranquilla, Bucaramanga y Cali obtuvieron un impacto desfavorable de un punto menos.

Por otro lado, 400 de 507 afiliados consideran que las soluciones de vivienda suministradas por Caja Honor tienen un alto impacto en su proyecto de vida; en la mayoría de las ciudades excepto Bogotá evidencia una disminución de 4 puntos frente al informe del 1 trimestre 2017.

Ciudades como Cartagena, Medellín, Bucaramanga y Barranquilla se sienten impactados positivamente con las soluciones de vivienda que la entidad le brinda.

En la pregunta donde se considera el trato cordial y humano que le brinda Caja Honor a sus afiliados el 90% de los resultados son excelentes. Frente al informe del primer trimestre ciudades como Barranquilla, Bucaramanga e Ibagué subieron el índice, mientras que Bogotá, Cali, Cartagena bajó.

Los afiliados se sienten satisfechos con el servicio en general que la entidad les brinda, de 507 encuestados 462 tienen una opinión favorable.

Ciudades como Bogotá y Cali obtuvieron el índice más bajo. Frente al informe del primer trimestre el índice bajó de 4,7 a 4,6 puesto que el punto principal cayó 3 puntos, Cali 2 puntos y Medellín 1 punto.

Y finalmente, los afiliados sugieren que haya más puntos de atención y horarios extendidos para realizar sus trámites y servicios, su inconformidad general es el hecho de tener que desplazarse de su sitio de residencia a las principales ciudades para obtener respuestas efectivas.

En conclusión, el índice general del atributo – Orientación y Servicio General- se mantuvo estable, sin embargo, ciudades como Bogotá bajó cuatro puntos y Cartagena dos puntos, repercutiendo en el impacto final.



7

ESTRATEGIAS DE MEJORA



- Para obtener una mejor salida de atención de los servicios prestados.
- Mejorar la rotación en el punto de atención.
- Impulsar y acelerar las afiliaciones, servicios y tramites mediante la planificación y coordinación del área encargada.
- Desarrollar el merchandising y el branding apto para el afiliado.

Generar mayor tráfico en los puntos regionales.

Mejorar la comunicación de los distintos canales implicados con el fin de que los problemas que puedan surgir entre el afiliado y caja honor, se solucionen de forma rápida y eficaz, sin que se produzca una merma de la calidad, la imagen de marca o el servicio.

Para mejorar los procesos de innovación y tecnologías que llevan a una mejora de experiencia en atención al usuario por medio de soluciones como Agent Bots o Agente virtual es, que permitan despejar y canalizar la información de manera adecuada sin retrasos .



CO-SC2992-1



SI - CER507703



NIT: 860021967-7

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



Grupo Social y Empresarial
de la Defensa
Por nuestros hechos armados,
para Colombia entera.

VIGILADO INTERNACIONALMENTE

GE-NA-FM-024_V11_07/07/2017