

CALIDAD DEL SERVICIO COLPENSIONES 2016

Informe preparado para:



GAME CHANGERS



Este estudio fue realizado bajo un Sistema de Gestión de Calidad
certificado en las normas ISO 20252:2006 / ISO 9001:2008



Calidad del servicio

Antecedentes y Objetivos

Antecedentes



- De acuerdo a lo establecido en el manual SAC, en el numeral 12 y el literal 12.2 “Etapas del sistema de atención al consumidor financiero” **se hace obligatorio que la entidad implemente anualmente una encuesta que mida la percepción y calidad del servicio que tienen los grupos de interés respecto a la entidad.**
- Desde 2013 se han entregado los resultados de tres encuestas de servicio las cuales han permitido conocer:
 - **2013: nivel de satisfacción experimentado por afiliados y pensionados.**
 - **2014, 2015 y 2016: percepción de la calidad en la interacción con los diferentes canales de atención y los servicios ofrecidos por la entidad** por parte de afiliados, pensionados incluyendo adicionalmente el segmento de empleadores.

Los resultados de las encuestas han sido utilizados para diseñar mecanismos de mejora desde la entidad hacia los ciudadanos.

Objetivos

General

Medir la percepción de calidad que tiene los ciudadanos: afiliados, pensionados y empleadores, frente al servicio ofrecido por COLPENSIONES.

Específicos

- Evaluar el nivel de percepción de la calidad general del servicio de los segmentos poblacionales definidos por la entidad.
- Evaluar el nivel de percepción de la calidad sobre los canales de atención al ciudadano, de los segmentos poblacionales definidos por la entidad.
- Evaluar el nivel de percepción de la calidad sobre temas institucionales de servicio, de los segmentos poblacionales definidos por la entidad.

Calidad del servicio

Ficha técnica

Muestra

En total
entrevistamos:



2621 afiliados

Esrel*

1,9%

727 pensionados

3,6%

310 empresas

5%

Para los canales de atención: la muestra garantiza representatividad a nivel total con esrel: 3%

Oficinas de atención PAC	
Regional	Esrel (%)
ANTIOQUIA	6,2%
BOGOTA	6,0%
CARIBE	6,2%
CENTRO	6,3%
EJE CAFETERO	6,3%
OCCIDENTE	6,1%
SANTANDERES	6,3%
SUR	6,3%
Total	2,2%



Listados de contactos:

Afiliados y Pensionados: Bases de datos de: contact center, radicados PQRS, zona transaccional, PAC

Empleadores: Base de datos del área comercial

Calidad del servicio

RESULTADOS GENERALES

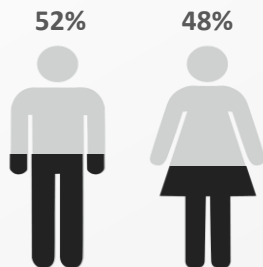
¿Con quienes nos encontramos?

Hombres y mujeres de estratos 2 y 3, de 45 a 65 años, principalmente.

AFILIADOS

n=2621

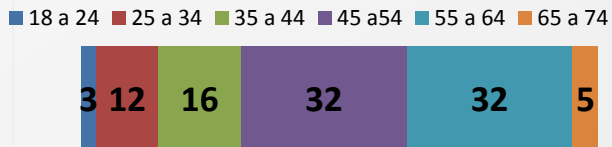
SEXO



ESTRATO

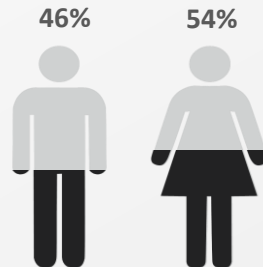


EDAD



PENSIONADOS

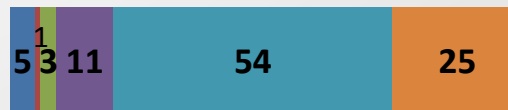
n= 727



NSE1 NSE2 NSE3 NSE4 NSE5Y6



18 a 24 25 a 34 35 a 44 45 a 54 55 a 64 65 a 74



% de diferencia para llegar a 100 corresponde al No responde

Percepción general
IMAGEN

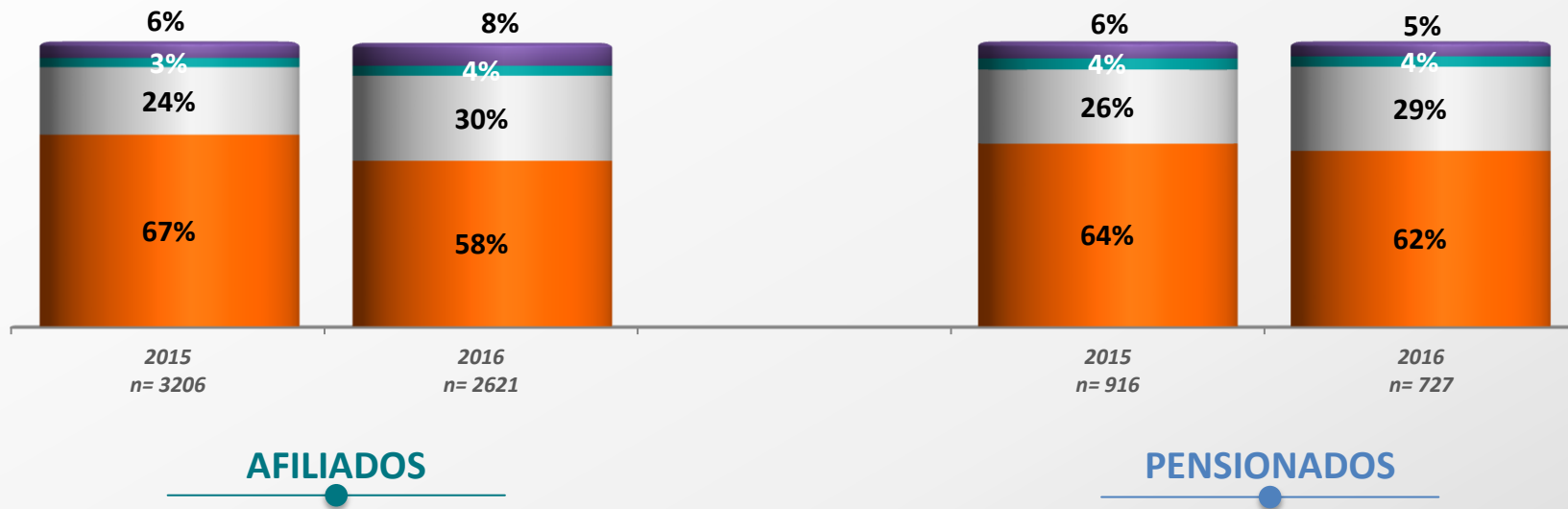


Percepción de mejora

Los usuarios que reportan percepción de mejora, son principalmente de Bogotá y Occidente.

PAC y Contact Center, canales que generan la mayor percepción de mejora.

■ Ha mejorado ■ Se ha mantenido igual ■ Ha empeorado ■ No Sabe

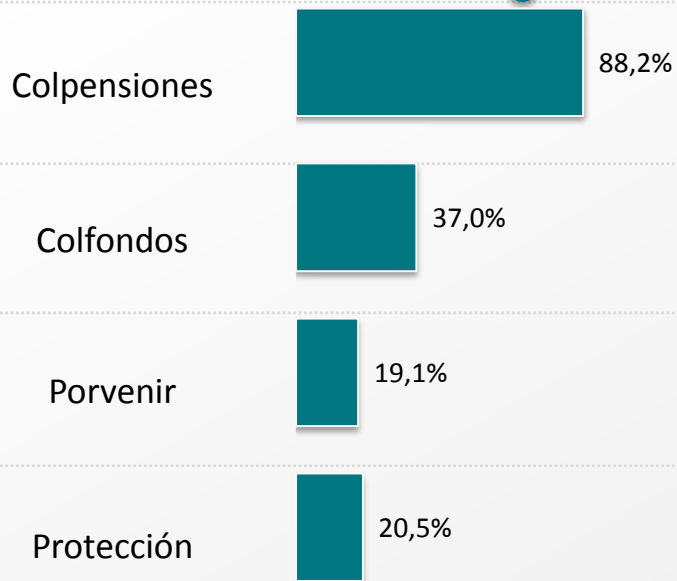


Es fuerte la brecha, en niveles de confianza,
de Colpensiones frente a los demás fondos

Confianza generada

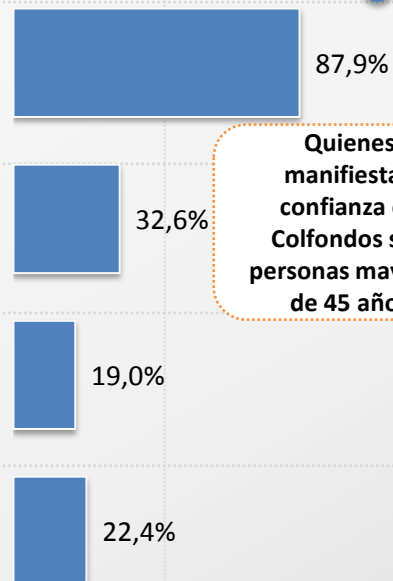
AFILIADOS

n=2621



PENSIONADOS

n= 727



Quienes
manifiestan
confianza en
Colfondos son
personas mayores
de 45 años

% Genera mucha más confianza que otras compañías

Percepción calidad

Afiliados y pensionados



Satisfacción General con la calidad del servicio

La percepción de calidad de la prestación del servicio se mantiene vs la medición 2015

TTB

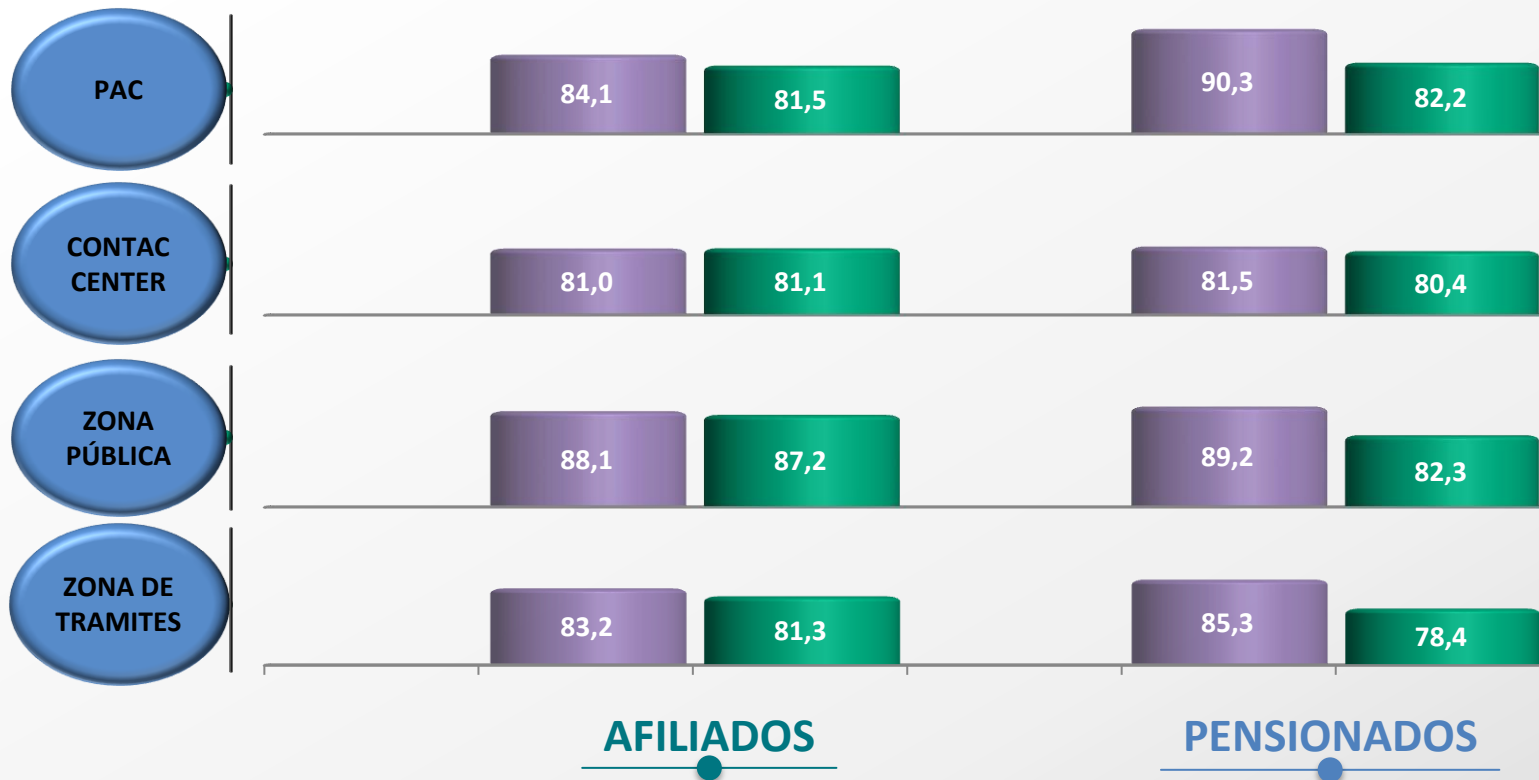
Resultados en Porcentaje

2016

2015



Satisfacción con los canales



TTB

Resultados en
Porcentaje
2016
2015

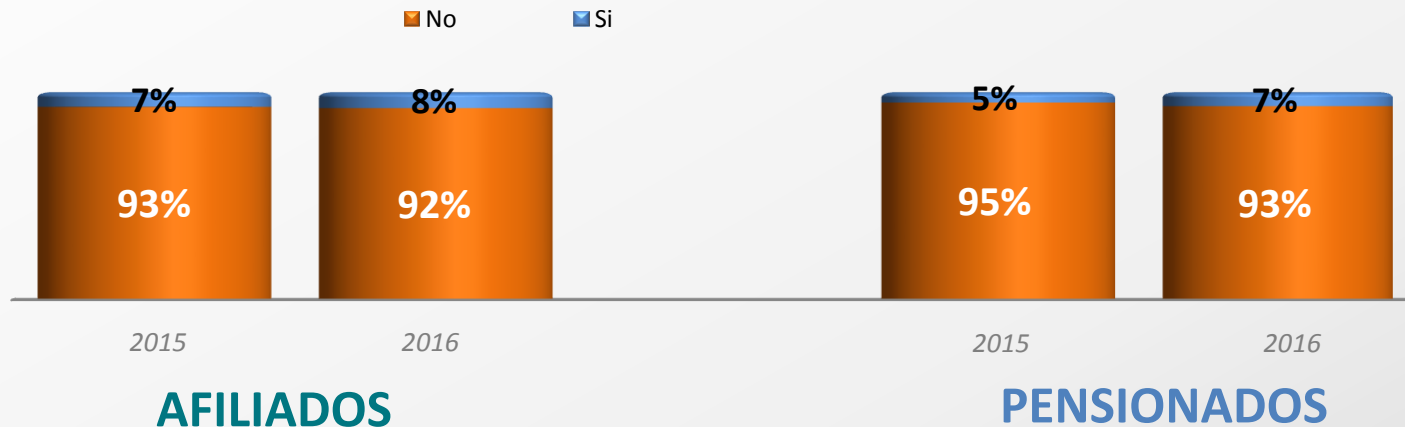
Canales

Redes sociales



Redes sociales

¿Usted ha visitado o consultado las redes sociales como: Twitter y/o Youtube de COLPENSIONES en los últimos tres meses?

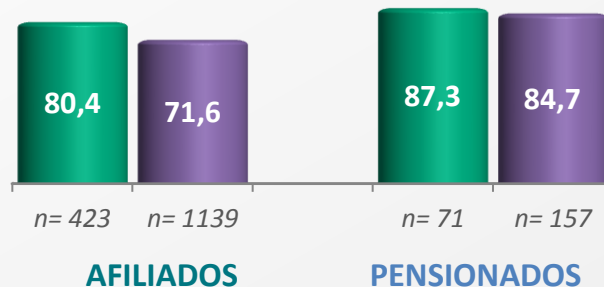


Percepción Calidad Temas
INSTITUCIONALES



Asesoría y Orientación

PAC, el canal más utilizado para pedir Asesoría y orientación.



TTB

Resultados en Porcentaje

2016

2015

Vinculación y traslados

TTB

Resultados en Porcentaje

2016

2015



Proceso con alto reconocimiento de calidad del servicio, de parte de los usuarios.

Historia Laboral

AFILIADOS



* Se entrevistó a personas que hicieron el trámite en PAC

Facilidad para obtener la historia laboral y claridad e importancia de la información en ella contenida fortalezas del proceso.

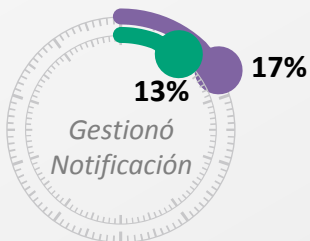
TTB

Resultados en
Porcentaje

2016

2015

PENSIONADOS

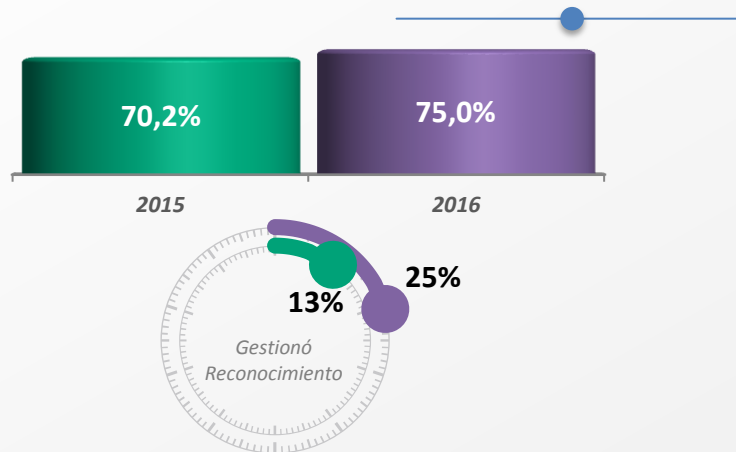


Notificaciones



Reconocimiento

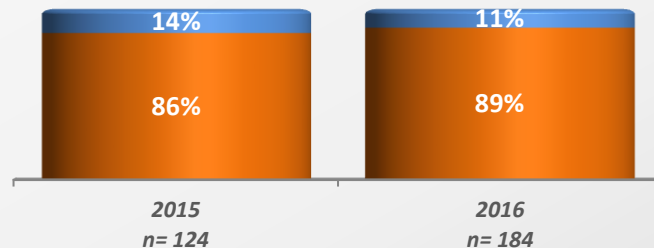
PENSIONADOS



¿Comprendió La resolución entregada por COLPENSIONES?

■ Si

■ No



TTB

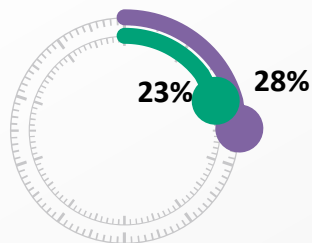
Resultados en
Porcentaje

2016

2015

Novedades de nómina

Solicitó alguna novedad de nómina



PENSIONADOS



TTB

Resultados en
Porcentaje

2016 ●
2015 ●

PQRS



AFILIADOS

PENSIONADOS

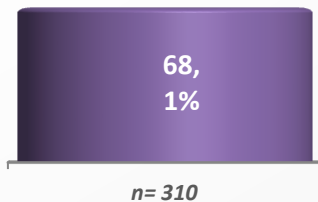
Percepción calidad

Empleadores



Satisfacción General con la calidad del servicio

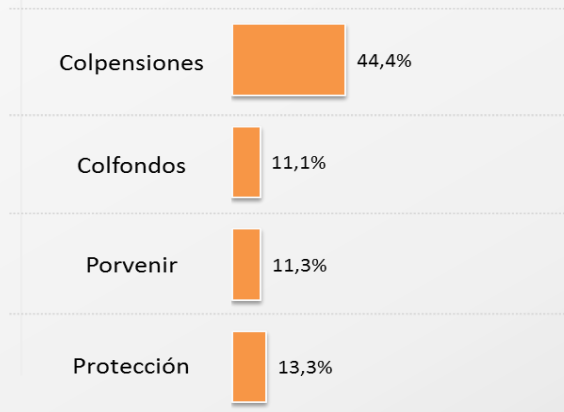
TTB Calidad del servicio Colpensiones



Confianza

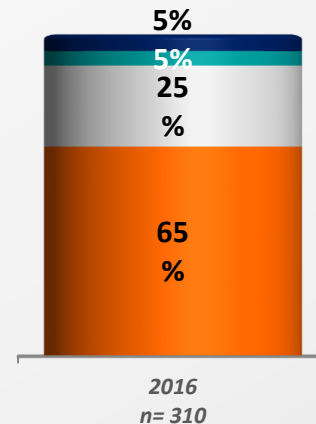
% Genera mucha más confianza que otras compañías

PAC y Contact Center, canales que generan la mayor percepción de mejora.



Percepción de mejora de calidad del servicio

- No Sabe
- Ha empeorado
- Se ha mantenido igual
- Ha mejorado



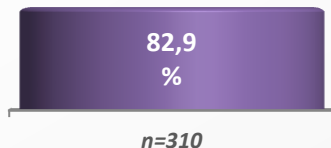
TTB

Resultados en Porcentaje

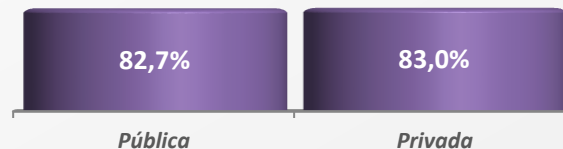
2016

Profesional comercial

TTB Calidad del servicio Profesional Comercial

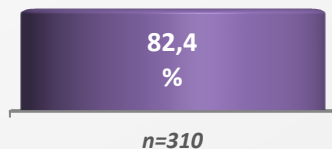


Por tipo de empresa...



Portal web – zona pública

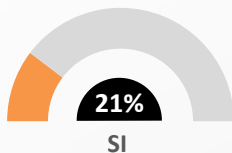
TTB Calidad del servicio Portal web – zona pública



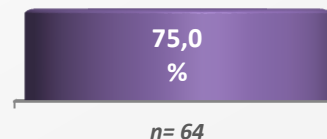
Seguir fortaleciendo la navegación y claridad en los contenidos.

Portal Web – Portal del aportante

¿Han usado el portal?



TTB Calidad del servicio Portal del Aportante



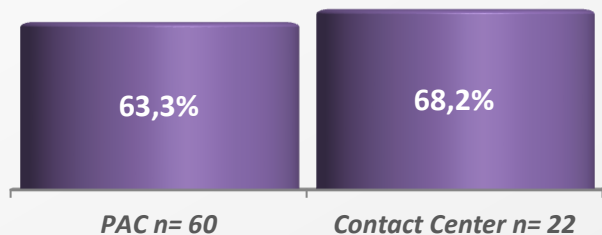
TTB

Resultados en
Porcentaje

2016

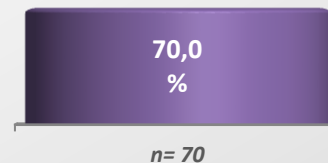


PAC y Contact Center



Asesoría y Orientación

TTB Calidad del servicio asesoría y orientación





“GRACIAS POR CONFIAR
EN NOSOTROS,”