**ACTA No. 03 DE 2019**

**COMITÉ TÉCNICO DE ATENCIÓN E INTERACCIÓN CON EL CIUDADANO - COMTAC**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| *FECHA:*  | 02 de diciembre | *LUGAR:* | Sala de Juntas Dirección para las Cajas Supersubsidio. | *HORA:* 7:00 a.m. a 5:30 p.m. |

|  |  |
| --- | --- |
| *OFICINA RESPONSABLE:* | ***Oficina de Protección al Usuario de la SSF***  |

**ORDEN DEL DÍA 01 DE DICIEMBRE**

**7:00 A.M. – 5:30 P.M.**

BIENVENIDA

- Apertura a cargo de la Dra, Luz Martha xxx

PRUEBA PILOTO

 - Aplicación prueba piloto de la Guía de bases conceptuales y pedagógicas para la participación ciudadana.

SEGUIMIENTO AL PLAN DE ACCIÓN

-Iniciativas Robóticas (Colsubsidio)

PRESENTACIÓN SSF

-Semaforización de las cajas compensación ( OPU- SSF)

- Exposicion estrategia digital- Avances (Comfenalco Tolima- Comfiar Arauca)

- Exposición Voz del cliente (Comfamiliar Nariño, Cofrem, Comfa)

- Definición temas a desarrollar el comité para el 2020

INFORME DE ZONAS

- Presentación informe de cada representante de zona sobre cumplimiento de cada una

de las cajas en cumplimiento de la circular 04 de 2016.

- Plan de trabajo 2020.

**DESARROLLO DE LA REUNIÓN**

**Aplicación prueba piloto caja de herramientas**

La construcción de una guía metodológica para facilitar la participación ciudadana en las cajas de compensación familiar

Conformada por 4 fases

**1) fase** marco teórico del subsidio familiar, documento que va ser publicado, como base de ejercicios de participación con los afiliados

**2) fase** construcción de los borradores de 3 guías

**2. 1 guía** para trabajadores (cuota monetaria y mecanismos de participación y control social)

**3) Fase** pruebas piloto de validación - lenguaje claro Se han realizado algunas pruebas pilotos en el Tolima , en Paipa, Compensar y Comfacundy.

La herramienta está diseñada en un lenguaje sencillo con el fin de que llegue de manera comprensible a los trabajadores de menos de 4 salarios mínimos, desde lo técnico lo que aporta desde la pedagogía social, dando a conocer todas las posibilidades de interactuar con nuestros grupos sociales.

Se proyecta el próximo año profundización, se inicia con una caja de herramientas básica y se iran agregando mas herramientas.

**4) fase** sistematización y entrega de informes, se dejan las recomendaciones de las personas que aplicaron la prueba piloto.

**SOCIALIZACIÓN DEL TALLER DE VALIDACIÓN**

Guía No 2 Aspectos pedagógicos para promover la participación

Saludo

Socialización de los objetivos de la sesión

Presentación de la cartilla

Socialización de lineamientos conceptuales y pedagógicos de guía metodológica y fomentar la participación ciudadana.

-Se inicia con una presentación y expectativas de cada participante

- Vamos a aprender hacer , estrategias de aprender haciendo ( se hizo un ejercicio práctico asociado a un ejercicio de participación).

Dinámicas de romper hielo como resultado permite conocernos y sintonizarnos en el objetivo del proceso

**FASE 1**

**MARCO TEÓRICO**

**GUÍA DIRIGIDA A LA CIUDADANÍA**

Va quedar en la página del Supersubsidio y permite navegar a los temas de interés (sistema del subsidio familiar. expresado en los 5 sentidos para ser más fácil comprenderlo) otro tema cuota monetaria (que es la cuota monetaria, proceso de afiliación, quien es empleador quien es el empleado) permite descargar los formularios el último tema es participación ciudadana ( que es la participación)

Se compartió la experiencia de Comfenalco Tolima a quien se aplicó la guía piloto:

Experiencia en Comfenalco Tolima: “ A los usuarios les gusto mucho y jugando fueron aprendiendo agradecieron y quieren que sigan utilizando la metodología, de 25 convocados fueron 20. Se hizo seguimiento para que asistieran.

 Nota: - La guía 1 fue validad por los trabajadores

* La guía 2 se valida con las Cajas de compensación

**Sugerencia:** Informar donde se pueden dirigir los usuarios en casos particulares que no aplique lo que está explícito en la guía.

**FASE 2**

**BORRADOR GUÍA CON LAS CAJAS DE COMPENSACIÓN**

Guía busca brindar metodologías, entregar enfoques conceptuales,

Dinamizar la participación ciudadana

Ampliar las estrategias de metodologías que ya se utilizan

Relación entre comunicación y aprendizaje

**Lo primero:**

1. RECONOCER COMO LA PARTICIPACIÓN SOCIAL ES UN DERECHO CONSTITUCIONAL.
2. MIRAR CUAL ES LA INTERACCIÓN ENTRE CAJA, SUPERINTENDENCIA Y LOS AFILIADOS, BENEFICIARIOS Y CIUDADANO (que y como lo hicimos o cómo lo estamos haciendo)

**Enfoque constructivista**

Como el aprendizaje es un asunto de construcción social, dado a través de las interacciones, conocimiento dinámico flexible. La cartilla busca es que se aprenda haciendo

“El conocimiento no implica aprendizaje solo se aprende cuando hay un cambio en la conducta. “

Comunicación como concepto de interacción social A través de unos código y significados en nuestro proceso de comunicación, que se está entendiendo de lo que comunicamos y la responsabilidad de quien está comunicando, lenguaje claro busca es que nos entendamos

“la comunicación es una acción comunicativa”

La cartilla busca que se entienda a través de un lenguaje claro

Tips: si no le sale en dibujitos no lo haga . Ejercicio práctico para saber si lo que digo si es claro.

Importante: *Asegurar que el lenguaje sea claro*

LA EDUCACIÓN POPULAR - consiste en tomar la educación como una forma de conciencia sobre la realidad en búsqueda del empoderamiento , el Propósito es transformación social.

**FASE 3**

**PRUEBA PILOTO**

EJERCICIO PRÁCTICO: Rendiciones de cuentas tema a desarrollar

1) Cada grupo presentó como le pareció el ejercicio.

2) Se presentó el desarrollo del mismo

Compromiso: Una vez recibida el proyecto de guía, se envía a la Dra. Maria Fernanda comentarios, observaciones y correcciones que se consideren pertinentes

**EXPERIENCIA DE RPA – ROBÓTICA**

Automatización de procesos que por medio de software se programa actividades repetitivas o recurrentes

Funciona como asistente de proceso (robot de escritorio) facilita la gestión

No son proyectos de tecnología

RPA - Robot de cara al back

RDA - Robot para optimizar la atención al público

VENTAJAS

Mejora tiempos de atención

Más confiables

Calidad en los procesos

Disminuye errores

Eficiencia operacional

Disminuye costos

Eficiencia operacional

**Casos de éxito**

1. Nutresa
2. Personal soft
3. Colsubsidio (Cuenta con el robot como parte del proceso en afiliaciones, citas médicas y cuadre de caja)

Con la Metodología de revisión de procesos del área y posteriormente el análisis se logró

Las siguientes lecciones.

1. Procesos maduros y estandarizados
2. Reglas de negocio claras y documentadas
3. Estimaciones acertadas
4. Estimaciones de tiempo y alcance de prueba según complejidad
5. Sistematización y entrega de informes

**Importante:**

*Importante rediseño de procesos antes de automatizar .*

**Semaforización de las cajas compensación ( OPU- SSF)**

**Intervención Dra, maria Fernanda**

Batería de indicadores: Se está trabajando en cómo medir indicadores de impacto, todo se debe poner en números como petición o queja etc lo cual nos alerta sobre algo, cuánto le están aportando a ese capital social y como se convierte en números, son temas para el año entrante. Se realiza un especial énfasis en el número de afiliados frente al número de quejas.

ANÁLISIS DE PQRSF POR CAJA DE COMPENSACIÓN

**Indicador**

% PQRSF \* CCF

% de afiliados \*CCF

Compromiso: Informar la importancia de revisar los informes de PQRSF y consultar el informe en la página de la Superintendencia.

Índice de Participación:

>50% naranja

<50% amarillo

Se presenta el comportamiento de las cajas y su ubicación de acuerdo al índice de participación.

Se resalta la mejora de Comfenalco Valle

Se sugiere para el informe incluir el rango en la descripción de los colores (semaforización)

**MARKETING DIGITAL**

Lo primero que se habla es el trueque 1976, en donde surge el término de mercaderes y moneda.

Marketing relacional: El cliente es el centro de la relación.

**Omnicanalidad:** La atención donde y cuando quiera.

Atención por múltiples canales.

**Ventajas de la omnicanalidad**

Fidelidad del cliente

Reputación de marca

Diferenciación de la competencia

Mayor rendimiento

Más información y comunicación

Debemos centrarnos en la experiencia del usuario y aprovechar la tecnología. El hecho de que la información se encuentre en la página web no significa que los clientes se encuentren informados. Además no todas las personas tienen acceso a sistemas digitales.

**VOZ DEL CLIENTE**

**Mapa de experiencia del cliente**

•Es una herramienta que permite plasmar en un mapa, cada una de las etapas, interacciones, canales y elementos por los que atraviesa nuestro cliente desde un punto a otro de nuestro servicio.

Ese punto inicial puede ser el primer contacto que ha tenido como cliente nuestro, o podemos considerar un marco más cerrado. Esto quiere decir que es posible realizar diferentes mapas de experiencia del cliente, realizar zoom en ciertas partes del proceso y así, conocer mejor cómo está viviendo el cliente la experiencia con nosotros; de la misma manera, podemos establecer el punto final, tan lejos como queramos, por ejemplo, hasta que perdemos a ese cliente.

En cualquier caso, lo importante es seleccionar el marco dónde poder estudiar al cliente y conocer las partes del proceso que le generan mayor valor, así como las que no le aportan nada.

**Metodologías de atención al cliente**

•Es indispensable que cualquier corporación esté orientada a los clientes y trabaje con más eficiencia y calidad en los servicios que ofrece a la población.

•La planificación en la atención al cliente es crítica para la Corporación ya que repercute directamente en la experiencia de nuestros afiliados. De este modo, hay que tener en cuenta los cuatro grandes bloques de la atención al cliente

**Voz del cliente**

•Este término se utiliza para describir las necesidades, expectativas y/o percepciones del cliente con relación a los productos o servicios por la corporación, teniendo en cuenta todo lo que los clientes transmiten tanto de forma oral, como escrita, que ayude a captar, procesar, comprender y elaborar un plan de acción sistemático en todos los niveles de la organización, basado en lo que los clientes expresan por cualquiera de los canales de comunicación existentes

Experiencia Comfenalco Antioquia: *Gestión de la experiencia en tiempo real*

Apoyado en Qualtrics herramienta robusta, pero muy rápida y fácil de uso que puede realizar todo tipo de investigación permite conocer todas las interacciones de experiencia, productos, empleados y clientes en una sola plataforma.

Las mediciones están compuestas de manera transversal por los siguientes indicadores:

• Experiencia • Nivel de esfuerzo • Lealtad • NPS • Atributos del proceso

**Definición de objetivos y temas a trabajar 2020**

1. Estructurar un ciclo de proceso (ciclo de afiliaciones, indicadores, temas normativos)

 Convocar jefes de subsidios por zona para sacar lineamientos y transmitirlos De tal modo que llegue a todas las cajas de la zona.

1. Balance de los 11 años en los encuentros realizados.
2. Diseñar un documento con el fin de que el representante de zona que llega al comité conozca el objetivo alcance funciones roles, responsabilidades.( Margarita y la dra Martha)
3. Todo lo que hagamos en el comité lo podamos ver en la página o en algún lugar un repositorio de todo lo que hacemos como cronograma, contenido, temas. etc.
4. Preparar los contenidos de casos de éxito, el objetivo de comité es aprobar los casos de éxitos para ser presentados en el próximo encuentro.
5. Fortalecer y mantener una buena comunicación entre la zona y la super atraves de los representantes.
6. Revisar la posibilidad de abrir otras zonas, por parte de la Super.

**Compromisos** Transmitir la importancia que se le dé cumplimiento a la circular de archivo que salió en el año 2016, allí dice que es reservado y que no es reservado que se puede entregar y que no.

Febrero: Balance de los 11 años

Para el 15 de Enero: Manual operativo y ciclo del proceso.

Tareas: replicar a zona

Aterrizar el tema de cómo medir (observación) y marketing digital.

Sentarnos con cada líder del subsidio y adelantar el ciclo

**Presentación informe de zonas**

**ZONA BOGOTÁ CUNDINAMARCA**

Comfacundi, Cafam, Comfaboy, Colsubsidio, Compensar.

Manejo de concesiones Comfacundi y comcaja revisión de convenios y contratos y entrega de protocolos están en proceso

Política de resarcimiento en proceso en Compensar y colsubsidios.

**ZONA TOLIMA**

**Comfamiliar huila, Comfenalco tolima, Cafasur, Comfatolima**

Comfatolima no reporta información.

Cafasur está en proceso de implementación la política de resarcimiento.

**ZONA SANTANDERES Y ARAUCA**

**Cafaba, Cajasan, Comfanorte, Comfiar, Comfenalco Santander.**

Todas las cajas reportaron información

Comfenalco Santander en proceso sistema de turnos.

Capacitaciones comfiar está en proceso.

**ZONA EJE CAFETERO**

**Comfenalco Antioquia, Comfamiliar Risaralda, Comfenalco Quindio, Comfama, Comfachoco,**

Comfenalco Antioquia Pendiente aprobación política de atención, cláusula de atención en contratos y convenios.

Comfenalco Quindío, Comfamiliar Risaralda pendiente socialización y aprobación documento de resarcimiento.

**ZONA NORTE:**

Cajamag, Comfacor Comfa Barranquilla, Comfasucre, Comfamiliar Atlantico, Comfa Guajira, Caja Copi, Comfamiliar Cartagena.

Comfamiliar Atlántico, Comfa Guajira, no reportaron información.

Caja Copi se encuentra haciendo modificaciones en infraestructura para accesibilidad.

**ZONA SUROCCIDENTE**

Comfacauca, Comfandi, Comfenalco Valle, Comfamiliar Nariño

Comfamiliar Nariño y Comfandi proceso de implementación en protocolos de atención para personas en situación de discapacidad.