

ANALISIS DE LAS CAUSAS DEL ALTO GRADO DE INSATISFACCIÓN DE LOS AFILIADOS CON EL SERVICIO PRESTADO EN LA OFICINA DEL FONDO DE PENSIONES Y CESANTIAS PORVENIR DE SOACHA POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS

PRESENTADO POR:

ERICK PULIDO LOAIZA

FACULTAD DE POSTGRADOS

ESPECIALIZACION EN GERENCIA

LINEA DE INVESTIGACION GESTION SOCIAL

BOGOTA

2018





UNIVERSIDAD
La Gran Colombia
Fundada en 1951

IDENTIFICACION DEL PROBLEMA

Aumento de quejas y
reclamos de afilados por
mal servicio en la oficina
Soacha



ISO 9001: 2008
BUREAU VERITAS
Certification
N° CO 234987





PREGUNTA DE INVESTIGACION

¿Porvenir Fondo de pensiones y Cesantías en la oficina de Soacha, podría implementar estrategias de servicio con el propósito de aumentar el grado de satisfacción al cliente y fortalecer la percepción positiva de calidad en el servicio frente al sistema pensional de los fondos privados de Colombia?



OBJETIVOS



OBJETIVO PRINCIPAL

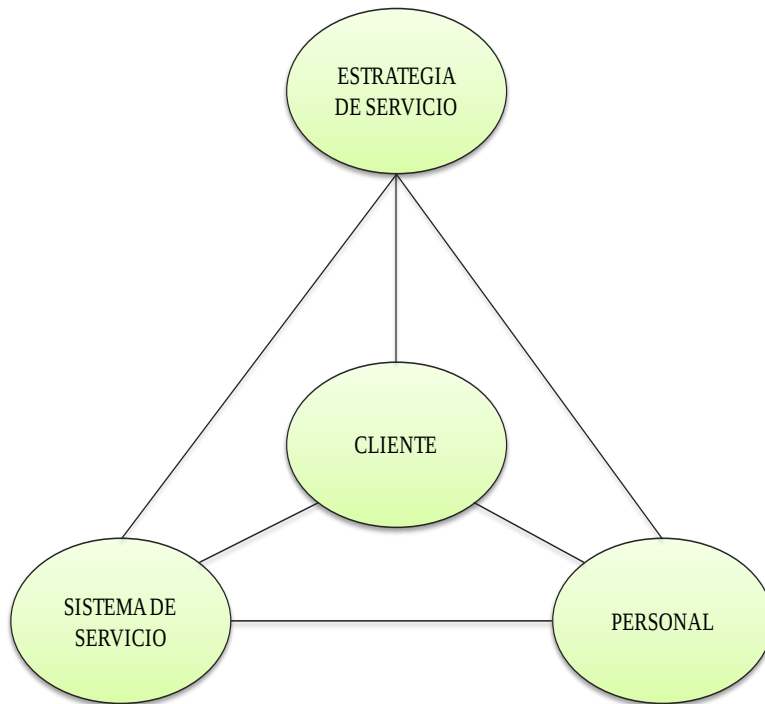
Analizar la situación actual de Porvenir Fondo de Pensiones y Cesantías oficina Soacha con relación a la satisfacción en el servicio por parte de los afiliados, para identificar las causas y factores que están afectando la eficiencia y eficacia del mismo, y a partir de esto proponer mejoras que puedan aportar soluciones.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ① Medir el grado de satisfacción de los afiliados que reciben atención en la oficina Soacha por parte de los funcionarios.
- ② Realizar una medición interna de los funcionarios, con respecto a su grado de satisfacción laboral.
- ③ Determinar qué relación tiene la insatisfacción de los afiliados en cuanto al servicio, con la insatisfacción que pueda existir entre los funcionarios de la oficina Soacha Porvenir con respecto a sus condiciones laborales.

TEORIA DE KARL ALBRECHT

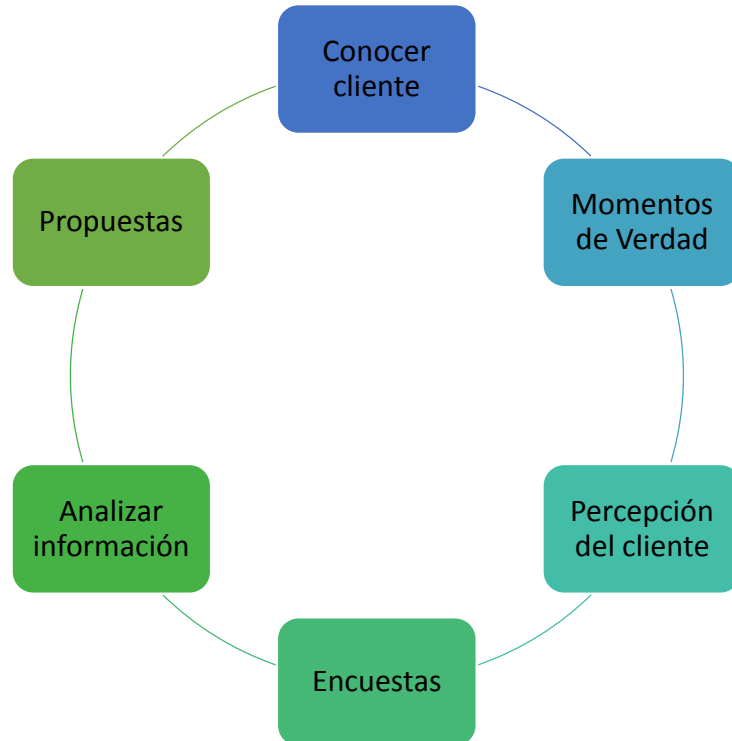
TRIANGULO DE SERVICIO



“el servicio es hoy negocio de negocios y la capacidad de servir a los clientes efectiva y eficientemente es un problema que toda la organización debe afrontar”

TEORIA DE KARL ALBRECHT

Principios



Calidad de servicio



MAPA DE PROCESOS DEL FONDO DE PENSIONES Y CESANTIAS PORVENIR

PROCESOS DE PLANEACIÓN

PLANEACIÓN

PROCESOS PRIMARIOS

VENTAS

AFILIACIÓN

RECAUDO

ADMINISTRACION DE
CUENTAS

INVERSIÓN

ATENCIÓN A CLIENTES

BENEFICIOS

PROCESOS DE APOYO

ADMINISTRACIÓN DE
RECURSOS

APOYO TECNOLÓGICO

COMUNICACIÓN CON EL
CLIENTE

GOBIERNO DE
INFORMACIÓN

APOYO COMERCIAL

APOYO JURÍDICO

CONTROL Y
SEGUIMIENTO

MEJORAMIENTO
CONTINUO



METODOLOGIA



TIPO Y NIVEL DE LA
INVESTIGACION

CUANTITATIVA DE NIVEL DESCRIPTIVA

POBLACION Y MUESTRA

PERSONAS ENTRE 30 Y 50 AÑOS,
MUESTREO NO PROBABILISTICO CON
UNA MUESTRA DE 60 PERSONAS Y 7
FUNCIONARIOS DE LA OFICINA

TECNICAS E INSTRUMENTOS

TECNICA ENCUESTA, INSTRUMENTO
CUESTIONARIO DE PREGUNTAS SOBRE
CALIDAD EN EL SERVICIO

PLAN DE ANALISIS

USO DE
ESTADISTICA
DESCRIPTIVA



ISO 9001: 2008
BUREAU VERITAS
Certification
N°CO 224987



RESULTADOS MEDICIÓN DEL GRADO DE INSATISFACCIÓN

AFILIADOS

LA ENCUESTA REALIZADA EN MAYO INDICO UN **43%** DE INSATISFACCION.

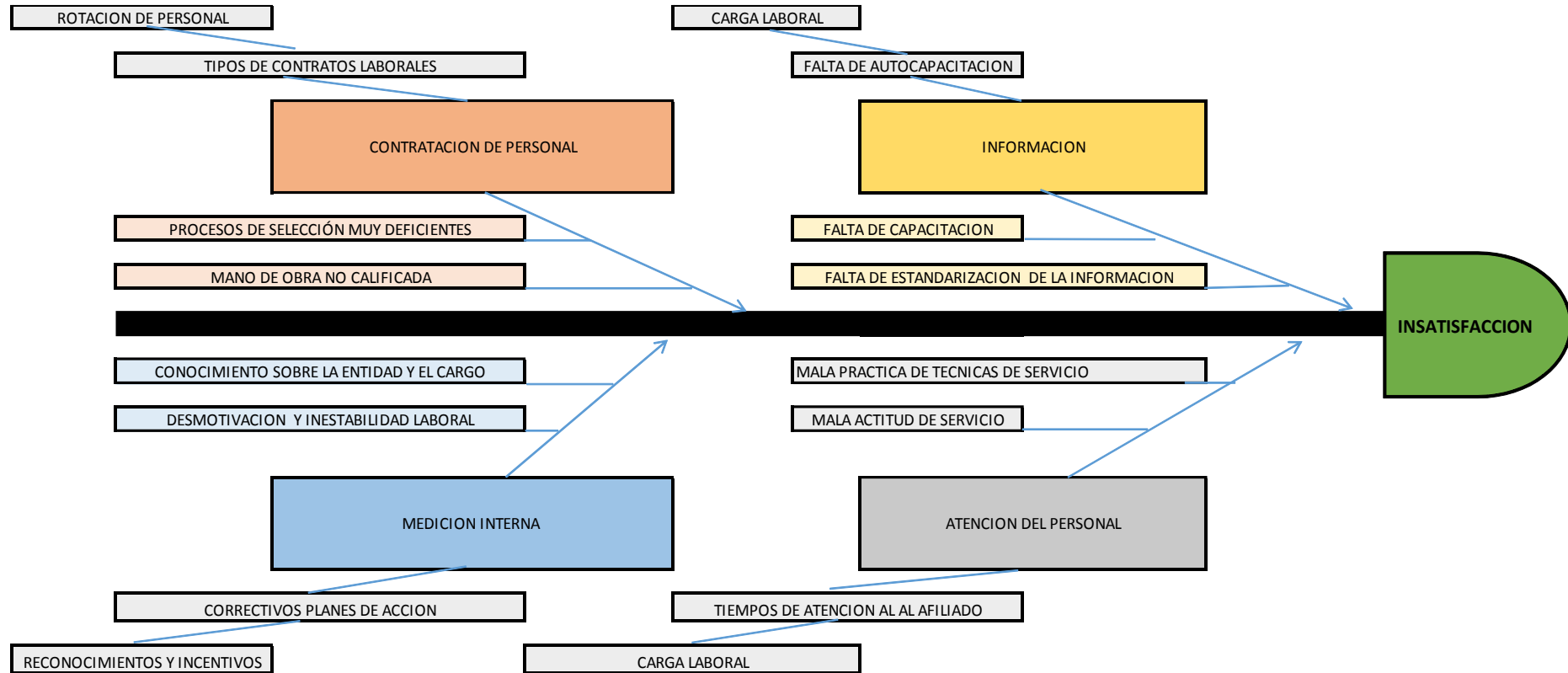
LA MUESTRA OBTENIDA EN EL PERIODO NO ALCANZO LO REQUERIDO PARA OBTENER EL 90% DE SATISFACCIÓN AL CLIENTE.

FUNCIONARIOS

LA ENCUESTA REALIZADA EN MAYO INDICO UN **31%** DE INSATISFACCION.

LA MUESTRA OBTENIDA EN EL PERIODO NO ALCANZO LO REQUERIDO PARA OBTENER EL 90% DE SATISFACCIÓN DE LOS FUNCIONARIOS.

DIAGRAMA DE CAUSA - EFECTO



Elaboración propia en base en el gráfico de Causa y Efecto de Shikawa 1943



RESULTADOS EVALUACION DE LAS CAUSAS DE INSATISFACCIÓN DE LOS AFILIADOS Y FUNCIONARIOS UTILIZACION DIAGRAMA DE CAUSA Y EFECTO

INSATISFACCION	CAUSA	EFFECTO
INFORMACION	FALTA DE CAPACITACION	MAL SERVICIO DEMORAS EN TIEMPOS
CONTRATACION PERSONAL	ROTACION PERSONAL , TIPOS DE CONTRATO, SELECCIÓN DE PERSONAL NO ADECUADO, MANO DE OBRA NO CALIFICADA	DESINFORMACION DEL CARGO, DESMOTIVACION, BAJO COMPROMISO Y PERTENECIA CON LA ENTIDAD
ATENCION DEL PERSONAL	CARGA LABORAL, FALTA DE PRACTICAS DE TECNICAS DE SERVICIO, BAJA ACTITUD DE SERVICIO	INSATISFACCION DEL CLIENTE, MAL SERVICIO OFRECIDO, ALTOS TIEMPOS DE ESPERA EN SALA
MEDICION INTERNA	CORRECTIVOS DE PLAN DE ACCION, DESMOTIVACION , INESTABILIDAD LABORAL, CONOCIMIENTO DEL CARGO Y LA ENTIDAD	DECRECIMIENTO DEL INDICAR DE SATISFACCION AL AFILIADO Y DEL FUNCIONARIO. AGLIZAR PROCESOS DEL CARGO. COMPROMISO CON LA ENTIDAD.



MATRIZ DOFA

		POSITIVOS	NEGATIVOS
ORIGEN	INTERNO	FORTALEZAS 1. Posicionamiento de la marca 2. Conocimiento del mercado 3. Fuerte musculo financiero 4. Procesos técnicos de calidad 5. Herramientas de control y medición internas	DEBILIDADES 1. Falta de capacitación del personal 2. Desmotivación del personal 3. Reprocesos operativos 4. Debilidad en el programa de formación para los funcionarios nuevos 5. Tiempos muy largos de atención al publico
	EXTERNO	OPORTUNIDADES 1. Mejorar los indicadores de gestión 2. Mayor conocimiento del afiliado 3. Competencia débil 4. Necesidad del producto 5. Fuerte poder adquisitivo del segmento	AMENAZAS 1. Competencia con otros fondos de pensiones y cesantías 2. Cambio en la legislación pensional en Colombia 3. Deserción por parte de los funcionarios 4. Mal reclutamiento de funcionarios nuevos 5. Tendencias desfavorables en el mercado

CONCLUSIONES

El servicio es el activo inmaterial mas importante que existe en una empresa y debe contar con estándares de muy alta calidad ya que de ello depende su poder de marca en el mercado.

El sistema de gestión de calidad de la compañía se orienta mucho en procesos pero deja de lado la parte humana en la mayoría de casos.

Un empleado motivado rinde mucho mas en una empresa, es mas proactivo tiene sentido de pertenencia, es mas responsable con su trabajo.

El proceso de selección de personal no es el adecuado para una compañía que principalmente maneja servicio.

Existe subutilización y falta de eficacia de todas las herramientas de medición con las cuales cuenta la empresa.

Falta de eficacia de las estrategias de servicio, ya que no se definen las técnicas adecuadas de servicio ni como llevarlas a la práctica en los momentos de verdad con el afiliado.

Las políticas de reducción de costos de la compañía no deben afectar la calidad de personal que se necesita para atención al cliente en los canales presenciales, audio líneas y demás canales de apoyo, se debe invertir en contratar el personal idóneo.





UNIVERSIDAD
La Gran Colombia
Fundada en 1951

RECOMENDACIONES PARA EL MEJORAMIENTO DE SERVICIO POR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS

**ILGUALDAD EN ESCALA
SALARIAL**



**CAPACITACION Y
ENTRENAMIENTO EN EL CARGO**



**MOTIVACION DE
PERSONAL**



ISO 9001: 2008
BUREAU VERITAS
Certification
N° CO 224907





UNIVERSIDAD
La Gran Colombia
Fundada en 1951

RECOMENDACIONES PARA MEJORAR LA PERSEPCION DE CALIDAD DE SERVICIO POR PARTE DE LOS AFILIADOS

**REALIZAR MAS FRECUENTEMENTE
MEDICIONES DE SATISFACCION
AL AFILIADO**

**CAMPAÑAS DE EDUCACION
FINANCIERA AL AFILIADO**

**GESTION DE
ACOMPANAMIENTO
DURANTE EL SERVICIO AL
AFILIADO**



ISO 9001: 2008
BUREAU VERITAS
Certification
N° CO 2349587



BIBLIOGRAFIA

Albrecht, K y Zemke, R. (2000). *Gerencia del servicio*. Bogotá: 3R Editores.

Ávila Baray, H. (2006) *Introducción a la metodología de la investigación*. Edición electrónica. Recuperado de <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/eureka/pudgvirtual/introduccion%20a%20la%20metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf>

Botia, O. Rivera, D. (2008). *Propuesta de mejoramiento para el servicio al cliente del grupo Unipharm Bogotá*. (Trabajo de grado, Universidad de la Salle, Bogotá). Recuperado de <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/4111/T11.08?sequence=1>

Calle, V. (2008). *Servicio al cliente*. (Trabajo de grado, Universidad Católica Popular de Risaralda, Pereira). Recuperado de <http://repositorio.ucp.edu.co:8080/jspui/bitstream/10785/607/1/completo.pdf>

Canchila, I. (2010). *Diagnóstico y propuesta del servicio al cliente para el agenciamiento aduanero en Almaviva S.A. sucursal Cartagena*. (Trabajo de grado, Universidad del Rosario, Bogotá). Recuperado de <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1833/4555390-2010.pdf;jsessionid=B5ED85EB650C8497AE67D4C0A44B18B0?sequence=1>

González, J. Carla, L. (2016). *Como ejecutar una buena recuperación del servicio*. Scielo. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232016000300011&lng=es&nrm=iso

Gómez, I. (2009). *Barreras contra el buen servicio*. Como conservar más clientes (la amabilidad es la clave). (1ra. ed.) Argentina: El Cid Editor.

Gómez, I. (2009). *¿Cómo debe actuar cada uno de nosotros? Como conservar más clientes* (la amabilidad es la clave). (1ra. ed.) Argentina: El Cid Editor.

Ishikawa, K. “¿Qué es el control total de la calidad? La modalidad japonesa”. Editorial Norma. Bogotá, Colombia. 1986.

Kotler, P. (1997). *Mercadotecnia*. México: Prentice-Hall.

Kotler, P. (2001). “Marketing” (p. 244). (8a ed) México: Pearson Education.

Núñez, H. (2003). *Servicio al cliente*. México: Edamsa impresiones.

Porvenir Fondo de Pensiones y Cesantías. Recuperado de <https://www.porvenir.com.co/nuestracompania/Quienes%20Somos/Paginas/default.aspx>

Sabino, A. (1992). *El proceso de investigación*. Argentina: El Cid Editor.

Schiffrin, M. (2015, 19 de octubre). *10 consejos de Warren Buffett sobre la vida y los negocios*. Forbes. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/10-consejos-de-warren-buffett-sobre-la-vida-y-los-negocios/>

Serna, H. (2006). *Conceptos básicos en Servicio al cliente*. Colombia: Panamericana editorial Ltda.

Tamayo, M. (1999) *Serie Aprender a Investigar*. Módulo 2: La investigación. Bogotá, Colombia. ICFES.

