

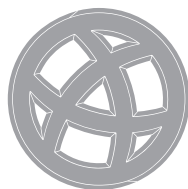
POLÍTICAS INSTITUCIONALES



Comfamiliar
RISARALDA

2017

Defensoría del Usuario
Política de Atención al Usuario



Comfamiliar
RISARALDA

Introducción

La política de Atención al Usuario corporativa de Comfamiliar Risaralda, establece los lineamientos con los cuales se compromete a orientar su gestión hacia la satisfacción del cliente, garantizando el cumplimiento de los derechos de los afiliados y población en general mediante la generación de espacios que permitan la retroalimentación de los servicios prestados, enmarcados en la legislación vigente para el sector.

Comfamiliar Risaralda comprende la necesidad de los usuarios de recibir un servicio oportuno, con calidad humana y con altos estándares, para lo que establece herramientas prácticas buscando que al usuario se le facilite la comunicación con la entidad y se realice seguimiento a su satisfacción.

La misma obedece a los lineamientos establecidos en la política macro de mejoramiento continuo, con enfoque al cliente de Comfamiliar Risaralda y aplica a todos los procesos estratégicos y operativos de la entidad.

Alcance

Desde el momento en que los usuarios acceden a los servicios de la Institución y utilizan los canales y medios de comunicación dispuestos para la recepción de peticiones, quejas, reclamos, sugerencias, solicitudes o felicitaciones, hasta la generación de acciones para la mejora continua por parte de los procesos.

Declaración de Compromiso

Comfamiliar Risaralda declara su compromiso de Atención al Usuario para lo cual gestiona las desviaciones de calidad en los servicios ofrecidos, los cuales sirven como insumo para la generación de cultura de servicio y atención al cliente con los criterios de calidad que lo diferencien, cumpliendo la normatividad aplicable y con el apoyo de estrategias de comunicación e innovación.





Comfamiliar
RISARALDA

Marco de Actuación

Reconociendo que las exigencias del cliente son el pilar fundamental del mejoramiento continuo y la razón de ser de la entidad y con el propósito de cumplir el compromiso establecido en esta Política, Comfamiliar Risaralda:

1. Establece diferentes mecanismos de comunicación para la Voz del Cliente, así:

Formato La Voz del Cliente depositados por los usuarios en los buzones disponibles, entregadas personalmente a los procesos de Atención al Usuario, o a cualquiera de los puntos de atención de la entidad

- * Carta Física
- * Correos Electrónicos Institucionales:
 - * defensordelusuario@comfamiliar.com
 - * atencionusuario@comfamiliar.com
 - * comfarda@comfamiliar.com
 - * ausalud@comfamiliar.com
- * Comunicación telefónica PBX – Extensiones o Línea 01 8000 94 8787
- * Redes Sociales Facebook, Twitter, Instagram
- * Personal por medio de cualquier colaborador

2. Gestiona respuesta a través del SIAU (Sistema Integral de Atención al Usuario) con el fin de generar una comunicación definitiva y oportuna con el cliente. Estas respuestas son radicadas en el SEVENET para garantizar su trazabilidad, así mismo se realiza seguimiento de satisfacción al usuario con respecto a las respuestas generadas.

3. Planifica la ejecución del cliente oculto y grupos focales con los clientes, que permitan conocer desde la perspectiva del usuario oportunidades de mejora en el servicio, y difundir el resultado a los Jefes de Proceso involucrados.

4. Consolida la percepción de los usuarios para divulgar el resultado en el Comité de la Voz del Cliente, el cual se realiza de manera trimestral y en donde se informa a los Jefes de Proceso del área administrativa, de servicios, representantes de las diferentes IPS Hospitalaria, Ambulatoria y Odontológica, personal de Mejoramiento Continuo e invitados adicionales, la actualidad y el comportamiento de las voces del cliente y la satisfacción de los servicios ofrecidos durante el período evaluado.

5. Presenta informes a la Dirección (Subdirectores y Director Administrativo). Adicionalmente se realiza socialización de los resultados de los niveles de satisfacción con los responsables de los procesos, así como mesas de trabajo donde se evidencie un decremento en la satisfacción o incremento (cantidad o impacto) en las voces del cliente recibidas.

