



SUPERINTENDENCIA
DEL SUBSIDIO FAMILIAR

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

Código: FO-PCA-CODO-008 Versión: 2

SERVICIO DE RECREACIÓN



ISO 9001: 2008
NTC GP 1000: 2009
BUREAU VERITAS
Certification



N° 022024-0018



CONTRATO NÚMERO 2012-119

CONTRATISTA: SYNERGIA CONSULTORÍA Y GESTIÓN S.A.

OBJETO: Realizar un análisis sobre el servicio de recreación del año 2011, a una muestra de 15 cajas de compensación familiar del país, con el fin de garantizar el acceso de los trabajadores afiliados al subsidio familiar, no afiliados y de la población general, con el fin de garantizar el cumplimiento de las funciones de inspección, vigilancia y control de la Superintendencia del Subsidio Familiar.



CAJAS ANALIZADAS

1. GUAJIRA
2. CAJASAN
3. COMFENALCO SANTANDER
4. COMFENALCO GUAJIRA
5. COMFATOLIMA
6. COMBARRANQUILLA
7. COMFANDI
8. COMFENALCO VALLE
9. COMFAMILIAR HUILA
10. COMFENALCO ANTIOQUIA
11. COMFAMA
12. COLSUBSIDIO
13. COMPENSAR
14. CAFAM
15. COMFENALCO QUINDIO.





OBJETIVO DEL ESTUDIO

- ✓ Determinar el nivel de subsidio por categoría.
- ✓ Analizar: calidad, oportunidad, accesibilidad, infraestructura y oferta del servicio.
- ✓ Analizar cobertura, focalización e impacto del servicio.
- ✓ Comparar cifras e información de 2010 y 2011.
- ✓ Metodología para seguimiento y control



SUPERINTENDENCIA
DEL SUBSIDIO FAMILIAR

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

Código: FO-PCA-CODO-008 Versión: 2

RECREACION

CENTROS RECREACIONALES
CENTROS VACACIONALES
HOTELES
PARQUE DEPORTIVOS
TURISMO SOCIAL



SUPERINTENDENCIA
DEL SUBSIDIO FAMILIAR

METODOLOGÍA

- ✓ ENTREVISTAS
- ✓ INFORMACIÓN SECUNDARIA
- ✓ ENCUESTAS
- ✓ CLIENTES INCONGNITOS PRÁCTICAS DE PRUEBAS

VARIABLES ESTUDIADAS

OFERTAS DE SERVICIOS:

1. OFERTA: Oportunidad. – Divulgación del Servicio
Accesibilidad.– Solicitud del Servicio

2. MEDIOS DE PAGO.

3. UBICACIÓN Y ACCESO.

4. CALIDAD:

Políticas de calidad.
Sistema de gestión de calidad:
Filosofía de calidad: Liderazgo.
Planificación.

Enfoque Clientes. Dirección.



Infraestructura existente:

Propia – Comodato –Arrendada–Convenio

COBERTURA:

Focalización – Nivel de Ocupación – Reservas

TARIFAS.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

METODOLOGÍA PARA EL COSTEO DEL SERVICIO

COBERTURAS VS INFRAESTRUCTURA

COBERTURAS POR CATEGORIA

COBERTURA VS CAPACIDAD

MEDIOS DE DIVULGACIÓN CALIFICACIÓN DE LOS MEDIOS

SISTEMAS DE GESTIÓN DE CALIDAD

- ▶ CON CERTIFICACIÓN DE CALIDAD.
- ▶ SIN CERTIFICACIÓN DE CALIDAD



CONCLUSIONES

- ▶ HOTELES: BAJA CAPACIDAD EN TEMPORADA MEDIAS Y ALTAS.
- ▶ Y ESTAN DIRIGIDOS A POBLACIÓN CON ALTO NIVEL DE INGRESOS (TARIFAS)



- LAS TARIFAS TIENEN UN ALTO COMPONENTE COMERCIAL EN SU FIJACION,
- RELACIÓN NO EQUITATIVA DE LAS TARIFAS DE HOTELES FRENTE AL INGRESO.
- LAS TARIFAS SE HACEN A TRAVÉS DE LOS PRECIOS DE MERCADEO Y NO DE COSTEO
- LAS AGENCIAS DE VIAJES NO OPERAN CON LOS OBJETIVOS DE LAS CAJAS Y EN LA MAYORÍA DE LAS CAJAS OPERAN COMO AGENCIA DE VIAJES PARTICULARES.
- EN ALGUNOS CASOS LA CATEGORÍA C Y D SON SUBSIDIAS



- DEBILIDAD EN LA IDENTIFICACIÓN DE LOS USOS POR CATEGORIA DEL SERVICIO
- REGISTRO DE EVENTOS EMPRESARIALES NO TIENE LA CALIDAD EN LA INFORMACIÓN.
- SE DEBE DEFINIR METODOLOGÍA DE COSTEO ESTRUCTURA Y UNIFICADA.
- EL NIVEL DE OFERTA DEBE SER PROPORCIONAL AL NIVEL DE LA CATEGORÍA DE LOS USUARIOS.
- EXISTE SUBUTILIZACIÓN DE LOS CENTROS VACACIONALES, HOTELES EN LOS DÍAS ENTRE SEMANA Y TEMPORADAS BAJAS.
- SE DEBE IMPLEMENTAR ESTRATEGIA DE MERCADEO QUE PERMITAN MAYOR UTILIZACION EN TEMPORADAS BAJAS
- LA INFORMACIÓN DE COBERTURA Y FOCALIZACIÓN EN LA MAYORÍA DE LOS CASOS, NO POCO CONFIABLE.



- ▶ EN ALGUNOS CENTROS VACACIONALES NO EXISTE OPORTUNIDAD EN LA PRESTACION DEL SERVICIO(Tiempo de respuesta en la reserva)
- ▶ SE REQUIERE FORTALECER EL SISTEMA DE CREDITO PARA EL PAGO DEL SERVICIO.
- ▶ LA INFRAESTRUCTURA EXISTENTE TIENE FACILIDAD DE ACCESO GEOGRAFICO