

DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO 2015 - 2019



MIEMBROS DE JUNTA DIRECTIVA FONDO NACIONAL DEL AHORRO

Luis Felipe Henao

*Ministerio de Vivienda, Ciudad y Territorio
Ministro*

William Libardo Mendieta

*Ministerio de Educación Nacional
Secretario General*

Daniel Arcila Ramos

*Ministero del Trabajo
Asesor del despacho 1020-15*

Manuel Fernando Castro

*Departamento Nacional de Planeación
Subdirector General Territorial y de Inversión Pública*

Luis Alexander Lopez Ruiz

*Ministerio De Hacienda Y Crédito Público
Subdirección De Financiamiento Interno De La Nación*

Diana Cecilia Gómez Cely

Representante de los Afiliados CTC

Ricardo Venegas

*Representante de los Afiliados CGT
Secretaria: Jackeline*

Ernesto Miguel Orozco

Representante de las Cajas de Compensación Familiar

Alfonso Londoño Orozco

Representante de la Asociación Colombiana de Universidades ASCUN

Gilberto Martinez

Representante de los afiliados de la Central Unitaria de Trabajadores (CUT)

Roberto José Camacho Hernández

Representante Principal de los Miembros de la Construcción CAMACOL

FORMULACIÓN ESTRATÉGICA



ESQUEMA DEL CAMINO DE DISEÑO ESTRATÉGICO

Propuesta de Valor



Fuente: Michael Porter, Kaplan y Norton, McKinsey y experiencia de StratCo

LA PROPUESTA DE VALOR POR TIPO DE CLIENTE SE ENFOCARA A ENTREGAR SERVICIOS DE FORMA COMPETITIVA, ÁGIL Y EFICIENTE

Propuesta de valor por tipo de cliente

GOBIERNO NACIONAL

1. Apoyar en la ejecución políticas públicas de **vivienda y educación** a nivel regional y nacional.

EMPLEADOS SECTOR PÚBLICO EMPLEADOS SECTOR PRIVADO INDEPENDIENTES

1. Proveer atención **oportuna y eficiente**.
2. Ser una adecuada **opción de crédito en vivienda y educación superior**.
3. Tener **tasas competitivas**.
4. Brindar **respaldo y seguridad**.
5. Entregar información **clara, confiable y oportuna**.
6. Proveer una **administración eficiente** de los ahorros.

EMPLEADORES

1. Prestar un **servicio ágil**.
2. **Ser un aliado para ofrecer beneficios** a los empleados en la adquisición de productos del **FNA** (baja tasa y preaprobados).

CONSTRUCTORES

1. Proveer **financiación competitiva** para proyectos.
2. Ofrecer **prospectos de clientes**.

PROPÓSITO SUPERIOR DEL FNA

En el FNA hacemos realidad los sueños de los colombianos, generando progreso y mejorando su calidad de vida.



VALORES CORPORATIVOS

VALORES

DESCRIPCIÓN

EXCELENCIA EN EL SERVICIO:

Toda la organización debe estar enfocada en prestar el mejor servicio a sus clientes internos y externos.

INNOVACIÓN

El FNA debe buscar permanentemente nuevas formas de satisfacer las necesidades de sus clientes, innovando en productos, procesos, canales y herramientas tecnológicas.

MEJORAMIENTO CONTINUO:

Como parte de la búsqueda de la excelencia en el servicio, el FNA debe promover la medición y el mejoramiento permanentemente su labor.

RESPONSABILIDAD SOCIAL

El rol del FNA en la generación de progreso y en el mejoramiento de la calidad de vida de los colombianos debe ser la motivación permanente de toda su gente.

MEGA AL 2019

MEGA 2019

En el 2019, el FNA será una entidad con vocación real de servicio y un desempeño sobresaliente, entregando a sus afiliados la realización de sus sueños y generando valor para el país.

En el mercado de Captación

- Cesantías:
 - Tener un recaudo de \$2.9 billones en 2019
 - Tener 2.1 millones de afiliados activos
- AVC: tener 781.000 afiliados

En el mercado de Colocación

- Créditos hipotecarios VIS:
 - Tener 25% de participación de mercado en viviendas financiadas
 - Tener 15% de participación de mercado en el valor de desembolsos
- Cartera hipotecaria: duplicar la cartera hipotecaria de dic. 2014 para llegar a \$9,6 billones
- Créditos educativos: cubrir al 15% de los nuevos estudiantes sujetos de crédito que se proponen en el PND

Fortalecimiento institucional

- Ser una entidad financiera referente por la calidad en el servicio (CIV)
- Índice de satisfacción muy alto en clima laboral



Fuente: Sesiones de trabajo con equipo directivo del FNA, Febrero 2015

Glosario: VIS = Vivienda de Interés Social, PND = Plan Nacional de Desarrollo, AVC = Ahorro Voluntario Contractual

EL CUMPLIMIENTO DE LA ESTRATEGIA DEL FNA SE SOPORTA EN CINCO PILARES FUNDAMENTALES

MEGA 2019

En el 2019, el FNA será una entidad con vocación real de servicio y un desempeño sobresaliente, entregando a sus afiliados la realización de sus sueños y generando valor para el país

- Cesantías: Recaudar \$2.9Bn
- Cesantías: 2.1MM afiliados activos
- AVC: 781K afiliados
- Participación de mercado en desembolsos VIS: 15% en valor y 25% en número
- Cartera hipotecaria: \$9,6 Bn
- Crédito educativo: 15% nuevos estud.
- Referente en calidad en servicio (CIV)
- Índice de satisfacción muy alto en clima laboral

1

EXPERIENCIA Y SERVICIO EFICIENTES

2

PRODUCTOS ACCESIBLES

3

SOLIDEZ FINANCIERA

4

ORGANIZACIÓN MODERNA, MOTIVADA Y ORIENTADA AL CLIENTE

5

FORTALECIMIENTO TECNOLÓGICO Y DE PROCESOS



Glosario: Bn = billones, MM = millones, K = mil, VIS = Vivienda de Interés Social

EN EL PRIMER PILAR

Se propone que el FNA logre tener una experiencia adecuada a las expectativas del cliente y un nivel de servicio competitivo

Objetivos estratégicos clave

- Lograr que más del 50% de las atenciones se realicen a través de canales diferentes a los Puntos Atención al Cliente-PAC
- Crecer anualmente en la calificación del Índice de Satisfacción de Cliente (CIV) de Colombia sobre la base de 2015
- Créditos hipotecarios de vivienda usada desde la aprobación hasta el desembolso en máx. 45 días
- Desembolsar créditos educativos en máximo 24 horas
- Desembolsar Cesantías en cinco días y Ahorro Voluntario Contractual-AVC en máximo seis días



Glosario: PAC = Punto de Atención al Ciudadano, CIV = Customer Index Value, indicador de satisfacción de los clientes creado por la Universidad de Michigan para según el modelo ACSI (American Customer Satisfaction Index)

EL SEGUNDO PILAR

Pretende que el FNA tenga un portafolio de productos suficientemente accesibles para su mercado objetivo

Objetivos estratégicos clave

2

PRODUCTOS
ACCESIBLES

- Mantener las tasas de interés más competitivas en crédito hipotecario de vivienda
- Robustecer los productos de leasing y crédito constructor
- Participar en el mercado de pensiones (directamente o a través de alianzas)



EL TERCER PILAR

Mantener la competitividad y solidez financiera para asegurar la sostenibilidad y resultados en el tiempo

Objetivos estratégicos clave

3 SOLIDEZ FINANCIERA

- Mantener la calificación de deuda corporativa de largo plazo en AAA
- Mantener un ROE 1.5 veces IPC
- Diversificar las fuentes de fondeo para la operación de la entidad
- Convertir activos en cartera de crédito en niveles promedio de los Banca Especializada Crédito Hipotecario-BECH
- Tener el SISTEMA ADMINISTRACION DE RIESGOS INTEGRADO-SARI calificado en nivel “Bajo”



Glosario: ROE = rentabilidad sobre patrimonio (por sus siglas en inglés), IPC = índice de precios al consumidor, BECH = Bancos Especializados en Cartera Hipotecaria, SARI = Sistema de Administración de Riesgos Integrales

EL CUARTO PILAR

Tener una organización moderna y motivada es la base fundamental para el logro de la estrategia

Objetivos estratégicos clave

4

ORGANIZACIÓN
MODERNA,
MOTIVADA Y
ORIENTADA AL
CLIENTE

- Desarrollar una cultura organizacional de carácter humano, enfocada en el servicio y la gestión por resultados
- Formular e implementar Buenas Prácticas de Gobierno Corporativo
- Desarrollar e implementar un modelo de gestión de conocimiento



EL QUINTO PILAR

El pilar de fortalecimiento tecnológico y de procesos es el soporte a la modernización de la entidad

Objetivos estratégicos clave

5

FORTALECIMIENTO
TECNOLÓGICO Y
DE PROCESOS

- Tener procesos eficientes y adecuados a las necesidades del negocio
- Diseñar e implementar el Plan Estratégico de Tecnología
- Contar con una base de datos suficientemente robusta y confiable
- Implementar la gestión por proyectos



El Diario de

Domingo, 25 de Febrero de 2035

67 años del Fondo Nacional

En el año 2035 seguimos haciendo realidad los sueños de los colombianos. En el FNA hemos logrado que nuestras familias tengan razones reales para creer que el progreso es para todos y que una mejor calidad de vida es posible. Nuestro modelo de gestión es un referente en la

disminución de la inequidad. La excelencia en el servicio y constante evolución nos han posicionado como una entidad financiera sólida y eficiente, líder en el sector, con el mayor número de ahorradores y la mayor cantidad de créditos otorgados.

Res
foll
imp
The
that
rela
the
beh
of a
exp
in I

DESCRIPCIÓN DEL FUTURO FONDO NACIONAL DEL AHORRO 2035

