

## INTRODUCCIÓN

En cumplimiento de la Ley 1328 de 2009 y la Circular Externa 015 de 2010 emitida por la Superintendencia Financiera de Colombia, el Fondo Nacional Del Ahorro - FNA, implementó el Sistema de Atención al Consumidor Financiero – SAC, estrategia derivada de la ley que busca consolidar al interior de la entidad una cultura de atención, respeto y servicio al consumidor financiero, CF.

La implementación del SAC en el FNA, se formaliza a través del manual del sistema de atención al consumidor financiero versión 0 del 21 de diciembre de 2009. A la fecha se han realizado dos actualizaciones, siendo la última aprobada, en Junta Directiva el 4 de junio de 2012, mediante Acuerdo 1182.

Dando entonces cumplimiento a las directrices establecidas en el Manual SAC, así como a los procedimientos que soportan el actuar del mismo, se presenta el análisis de la siguiente información, correspondiente al primer trimestre del 2013:

1. Comportamiento de las quejas y reclamos.
2. Encuesta de satisfacción al cliente en puntos de atención.
3. Informe de Riesgo Operativo.
4. Informe del Defensor del consumidor financiero.
5. Informe de comportamiento a través de fondo virtual.
6. Actividades desarrolladas en temas de educación Financiera SAC.
7. Acciones a implementar por el Grupo del Servicio al Cliente.
8. Consolidado de las acciones adelantadas por los líderes de los procesos – Certificaciones-

El objetivo del informe es identificar, a partir del análisis de la información, aspectos que afectan la adecuada prestación del servicio al CF, de manera que se definan acciones de mejora, que permitan dar cumplimiento a los objetivos definidos en el Sistema de Atención al Consumidor Financiero – SAC.

- FUENTES DE INFORMACIÓN

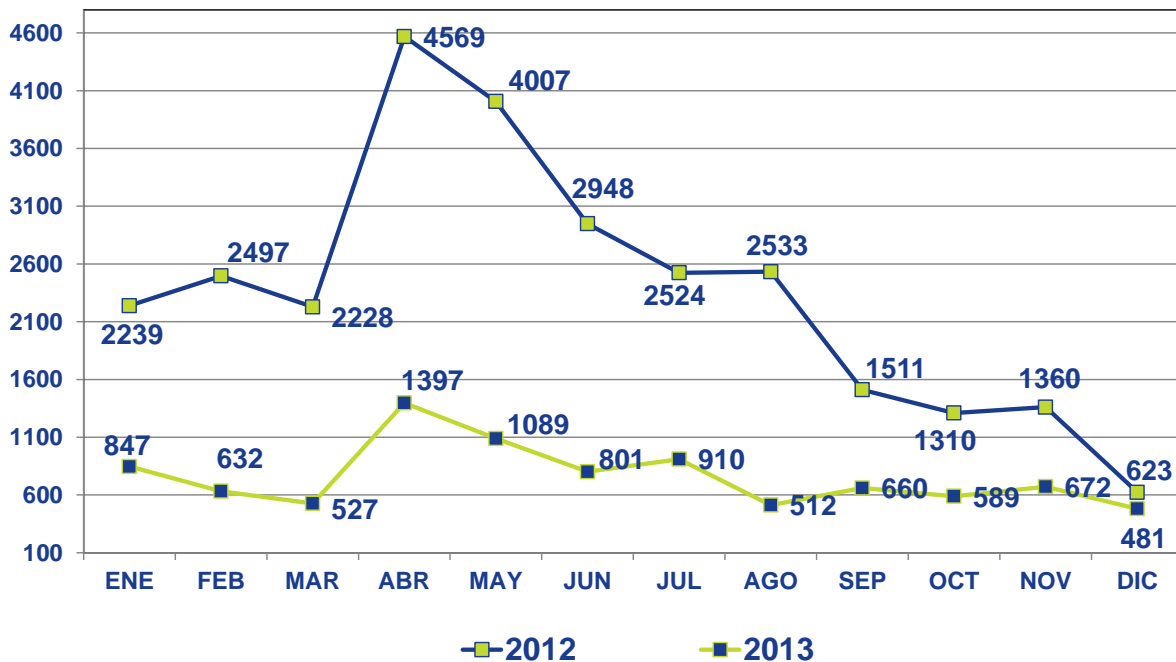
En la tabla 1 se presentan las fuentes de información que fueron utilizadas para el análisis del informe.

Tabla 1  
Fuentes de información SAC - Segundo semestre de 2013

FUENTES DE INFORMACIÓN	VARIABLES PARA EL ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN			
<p><b>PETICIONES QUEJAS Y RECLAMOS</b> Es la manifestación de inconformidad expresada por un consumidor financiero respecto de un producto o servicio Se presenta el consolidado de las quejas y reclamos del primero trimestre del año</p>	Gestión del proceso	Tiempo promedio de respuesta	Tipología más representativa por proceso	<p>Análisis de la respuesta dada al CF en cuanto a</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Tiempo</li> <li>-Claridad</li> <li>-Coherencia</li> <li>-Solución de Fondo</li> </ul>
<p><b>ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN AL CLIENTE EN PUNTOS DE ATENCIÓN</b> Formato de encuesta que se aplica al CF al finalizar el servicio y tiene como objetivo conocer la opinión sobre el servicio prestado La encuesta es aplicada al finalizar el servicio a un 10% de los afiliados</p>	<p>Calidad del servicio en cuanto a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Agilidad</li> <li>-Amabilidad del asesor</li> <li>-Claridad de la información</li> </ul>	<p>Infraestructura en cuanto a</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Comodidad</li> <li>-Aseo</li> <li>-Ventilación</li> </ul>	Sugerencias del Consumidor Financiero al FNA	
<p><b>INFORME COMITÉ RIESGOS OPERATIVOS</b> Corresponder al informe generado por la vicepresidencia de Riesgos</p>	Reporte de Riesgos Operativos	Proceso con mayor reporte de riesgos	Riesgos materializados	
<p><b>INFORME DEL DEFENSOR DEL CONSUMIDOR FINANCIERO</b> Informe de todas aquellas quejas y reclamos que se tramitaron a través del Defensor</p>	Gestión del proceso	Tiempo promedio de respuesta		
<p><b>INFORME GRUPO FONDO VIRTUAL</b> Presenta el comportamiento de consultas a través del chat virtual y el comportamiento de las redes sociales en cuanto a seguidores</p>	Consultas a través del asesor virtual	Tipologías de la consulta	Comportamiento seguidores redes sociales	

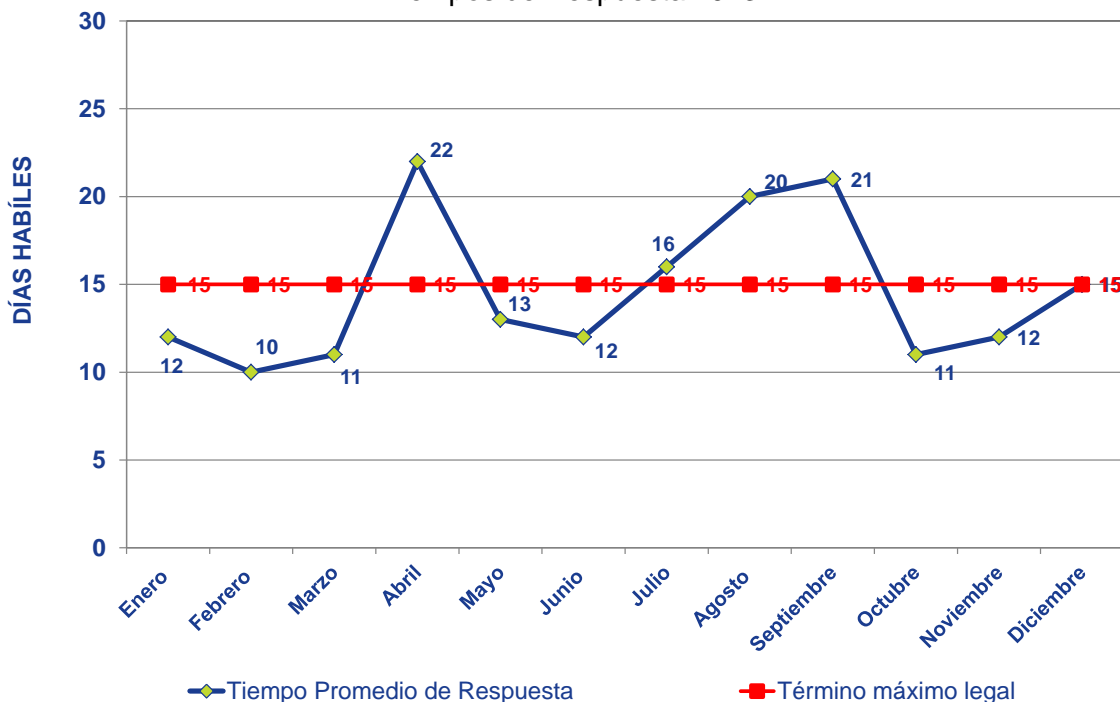
- QUEJAS Y RECLAMOS

Gráfica 1  
Comparativo Quejas y Reclamos 2012-2013



Como resultado de la gestión de QR's durante el periodo 2013, el indicador redujo en un 68% con respecto al año 2012.

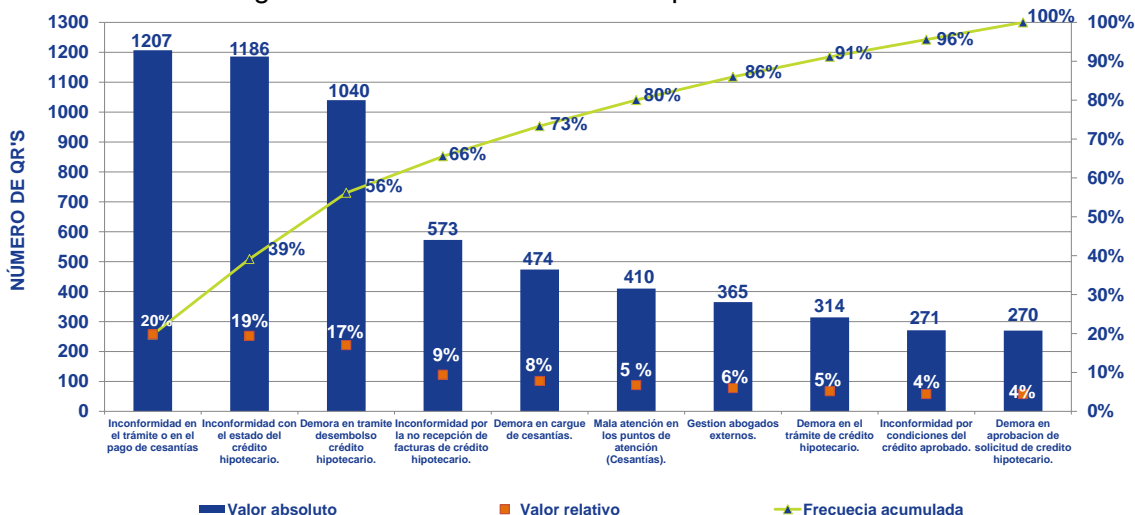
Gráfica 2  
Tiempos de Respuesta 2013



El promedio en tiempos de respuesta durante la vigencia 2013 fue de 13.5 días el cual se encuentra por debajo del término legal establecido.

Es clave resaltar que los tiempos promedios de atención y respuesta de las quejas y reclamos presentados en la gráfica 2 fueron calculados sobre las quejas y reclamos tramitados sobre el periodo en vigencia.

Gráfica 3  
Diagrama de Pareto – QR's más representativas 2013



Para la elaboración del diagrama se tomaron las 10 tipologías más representativas las cuales representan el 67% del total de las QR's presentadas en el año.

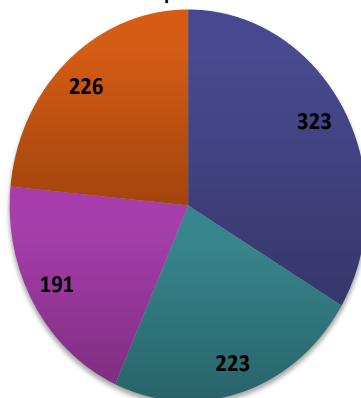
Las dos tipologías más representativas de las áreas misionales de la entidad equivalen al 63% de todas las quejas y reclamos del FNA en las cuales se evidencia falencias en el trámite de aprobación y desembolso de crédito.

- EVALUACIÓN DE LAS RESPUESTAS DADAS AL CONSUMIDOR FINANCIERO POR QUEJAS Y RECLAMOS.

La Oficina Comercial y de Mercadeo a través del grupo SAC, atendiendo los lineamientos del Manual, realiza una verificación a los contenidos de la respuesta que se brinda al CF, teniendo en cuenta los factores que se enuncian a continuación, ésta información es igualmente validada ante el Consumidor Financiero, a través de una entrevista que se realiza mediante llamadas telefónicas.

Para ello se establece una muestra aleatoria solicitada a cada una de las áreas, de las respuestas realizadas, el objetivo es verificar la calidad de respuesta a través de ítems como **claridad** (Identificar si el afiliado puede entender la respuesta que se le dio a su queja o reclamo.) **Coherencia** (Mide la concordancia entre la pregunta y la respuesta que se le da al consumidor financiero.) **Solución** (la respuesta le permitió resolver la solicitud que presentó.) **Tiempo** (establece si cumple con lo dispuesto por la ley)

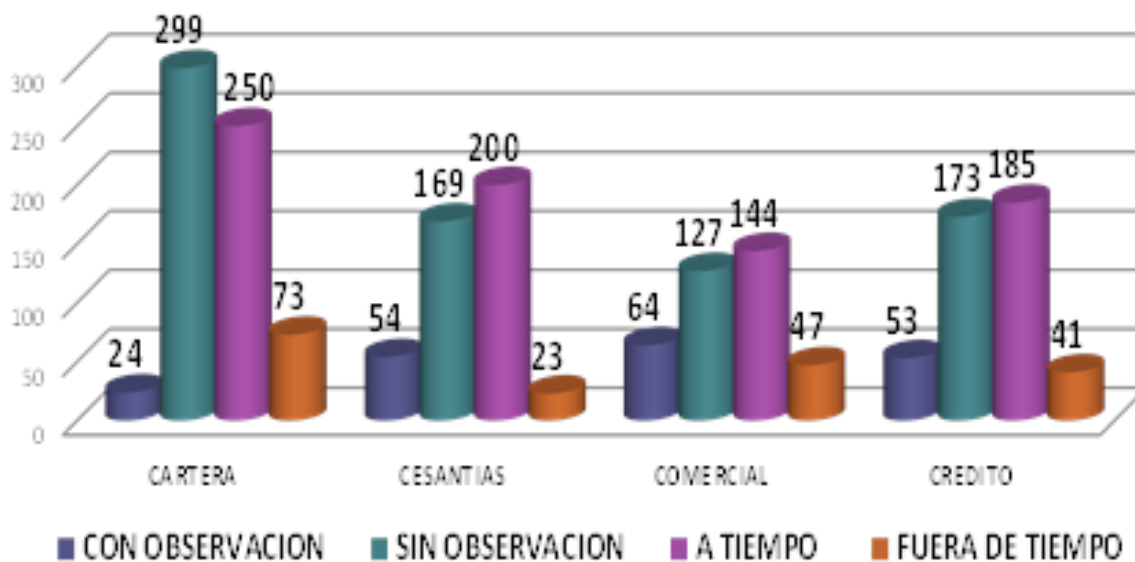
Gráfica 4  
Tamaño de la Muestra por Area II Semestre 2013



■ CARTERA ■ CESANTIAS ■ COMERCIAL ■ CREDITO

Se realizó lectura y análisis de 963 muestras de Quejas y Reclamos con sus respectivas Respuestas, dadas a los Consumidores Financieros durante el segundo semestre. La muestra es tomada de cada uno de los procesos misionales de acuerdo a la cantidad de Quejas y Reclamos que recibieron durante el segundo semestre.

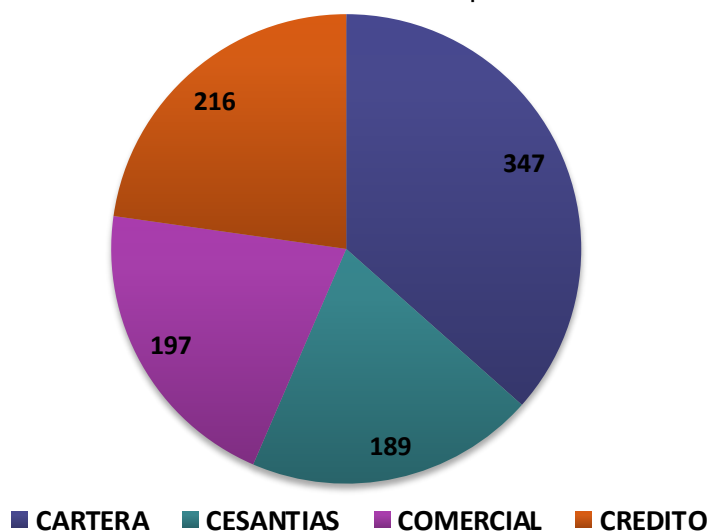
Gráfica 5  
Resultados Analisis por Area II Semestre 2013



- Del total de la muestra 779 se contestaron dentro de los 15 días hábiles exigidos por ley y 184 se contestaron por fuera del término.
- Del total de la muestra 768 no presentaron ninguna observación y 195 presentaron observación (claridad, coherencia, redacción, proceso y solución).

- Del proceso de CESANTÍAS, se tomó una muestra de 223 reclamos, de los cuales 200 se contestaron dentro de los 15 días hábiles y 23 se contestaron por fuera del término de ley, por demora en el área. En cuanto a las observaciones se presentaron 169 sin observación, y 54 con observación.
- Del proceso de CARTERA, se tomó una muestra de 323 quejas y reclamos, de las cuales 250 se contestaron dentro de los 15 días hábiles y 73 se contestaron por fuera del término de ley por demora en el área. En cuanto a las observaciones se presentaron 299 sin observación, y 24 con observación.
- Del proceso de CRÉDITO, se tomó una muestra de 226 quejas y reclamos, de las cuales 185 se contestaron dentro de los 15 días hábiles y 41 se contestó por fuera del término de ley por demora en el área. En cuanto a las observaciones se presentaron 173 sin observación, y 53 con observación
- Del proceso de COMERCIAL, se tomó una muestra de 191 quejas y reclamos, de las cuales 144 se contestaron dentro de los 15 días hábiles y 47 se contestaron por fuera del término de ley por demora en el área. En cuanto a las observaciones se presentaron 127 sin observación, y 64 con observación

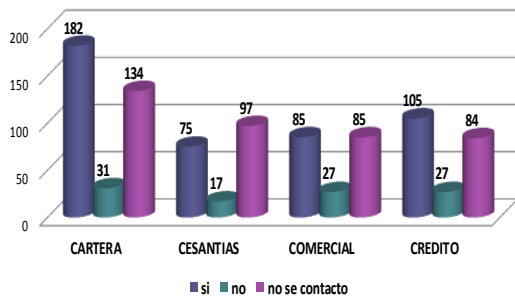
Grafica 6  
Tamaño de la Muestra Encuesta Telefónica por Área II Semestre 2013



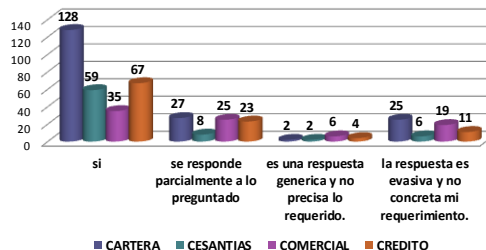
Se realizaron 949 llamadas telefónicas de las muestras de Quejas y Reclamos cada una con su respectiva petición y Respuesta que se brinda a los Consumidores Financieros, de las cuales 447 fueron encuestadas, 102 no encuestadas, y 400 llamadas no efectuadas.

Grafica 7  
Desagregado de Preguntas Encuesta Telefónica II Semestre 2013

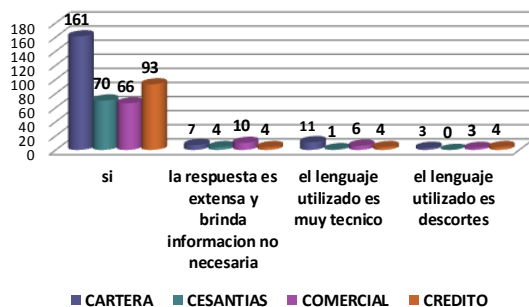
le llego la respuesta a su petición



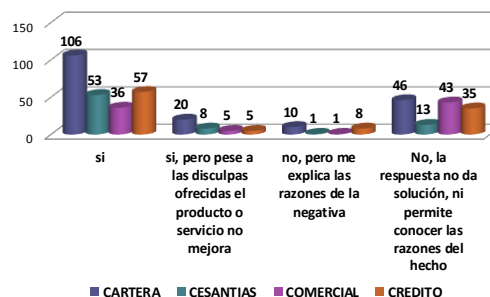
¿La respuesta corresponde a su requerimiento?



¿La respuesta presenta un lenguaje claro y amable?



¿ La respuesta brinda solución a su petición?



Por lo anterior se puede concluir Respecto al indicador de Tiempo, que en el segundo semestre de 2013, disminuyo la cantidad de QR'S contestadas fuera del termino de ley. Sin embargo es necesario seguir analizando los procesos para establecer medidas y acciones que permitan mejorar el tiempo de respuesta, identificando Las Quejas y Reclamos que lleguen al área sobre el término de respuesta o ya vencidas, para darles prioridad de respuesta así como las variables de claridad, coherencia y solución de fondo.

- INFORME DEFENSOR CONSUMIDOR FINANCIERO

El informe del Defensor del Consumidor Financiero registra todas aquellas quejas y reclamos que se tramitaron a través de este canal.

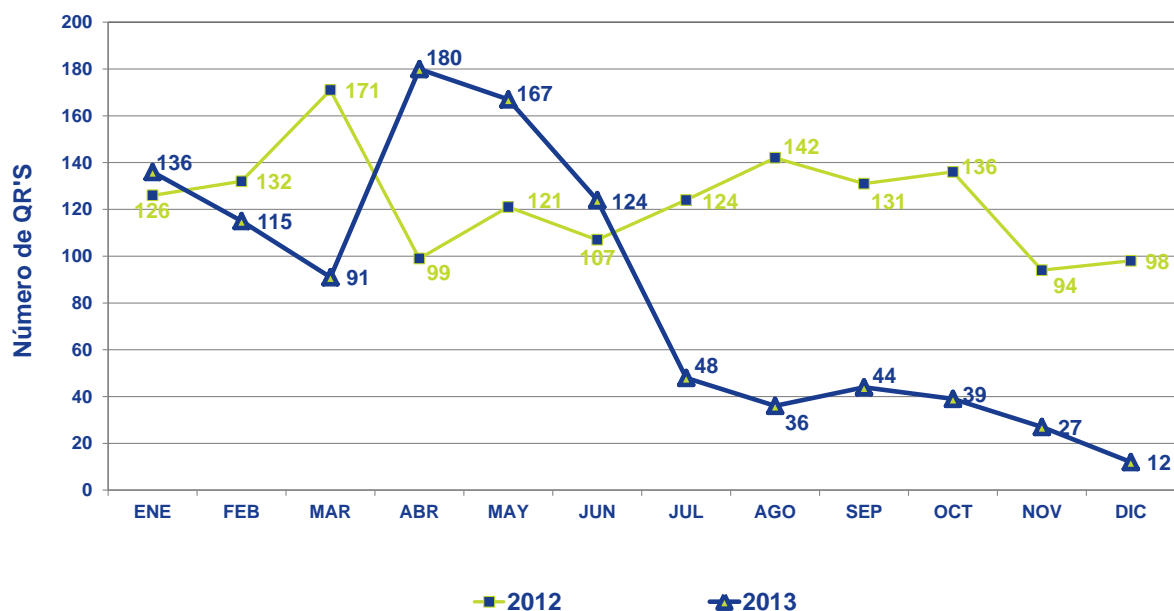
El informe es socializado a las áreas misionales junto con el Defensor del Consumidor Financiero con el fin de encontrar la causa originadora y dar solución de fondo.

Tabla 2  
 Consolidado de Quejas y Reclamos ante el Defensor del Consumidor Financiero

MES	2013
ENE	136
FEB	115
MAR	91
ABR	180
MAY	167
JUN	124
JUL	48
AGO	36
SEP	44
OCT	39
NOV	27
DIC	12

Se puede evidenciar que a partir del mes de junio el número de QR's disminuye logrando una cifra histórica para el mes de diciembre de tan solo 12 QR's.

Gráfica 8  
 Comparativo Quejas y Reclamos presentador por el Defensor del Consumidor 2012-2013



Durante la vigencia 2013 el indicador de QR's presentado por el Defensor del Consumidor Financiero disminuyó en un 31% con respecto al año 2012

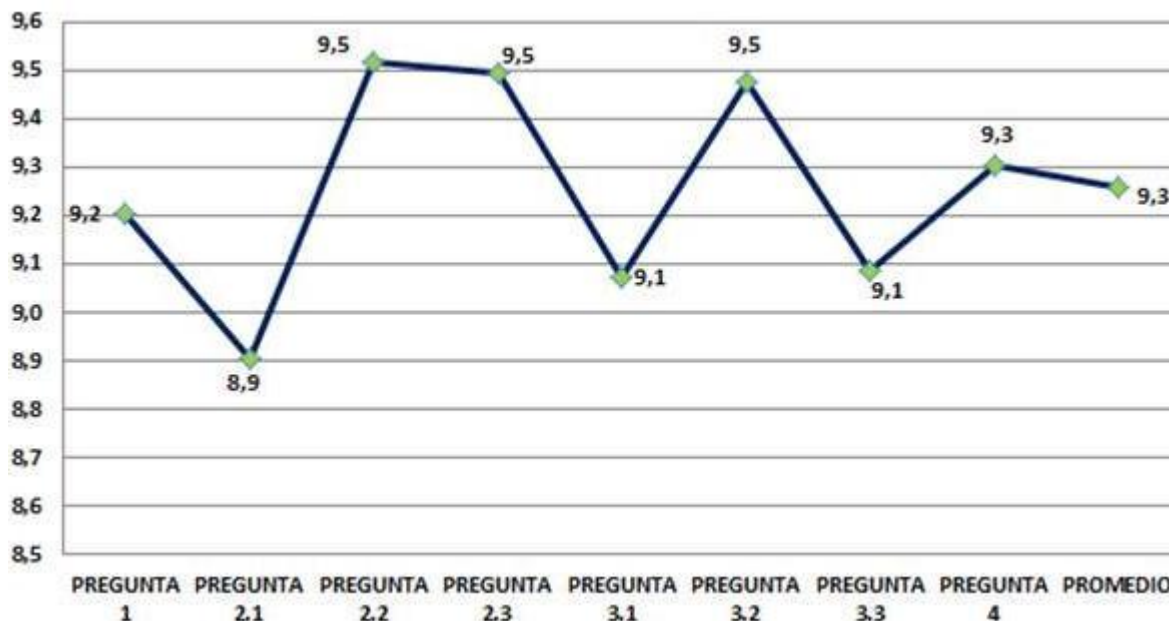


- INFORME ENCUESTA DE EVALUACIÓN EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

La evaluación en la prestación del servicio en los puntos de atención, se realiza a nivel nacional, mediante la aplicación de una encuesta a los consumidores financieros.

A continuación se muestran los resultados obtenidos para el segundo semestre 2013:

Gráfica 9  
Promedio de calificación



- La respuesta mas baja en calificación promedio durante el periodo corresponde a “¿Cómo califica el servicio que le presta el Fondo Nacional del Ahorro en cuanto a: ¿ Agilidad en el servicio?”.

Tabla 3  
No. De Encuestas Realizadas 2013

PUNTOS DE ATENCION	REAL	PUNTOS DE ATENCION	REAL	PUNTOS DE ATENCION	REAL
AMAZONAS	600	TOLIMA	4344	ANGEL	11165
APARTADO	248	SAN ANDRES	877	CAN	2445
ARAUCA	862	BOYACA	2990	SUBA	1248
CASANARE	90	CUCUTA	2860	PRINCIPAL CNA	1049
CORDOBA	1129	VALLE	2444	SOACHA	0
GUAINIA	43	ANTIOQUIA	3485	TOTAL	64237
GUAJIRA	1074	CHOCO	270		
GUAVIARE	1497	NARIÑO	1290		
MAGDALENA	1497	ATLANTICO	986		
OCAÑA	1444	CAUCA	720		
PUTUMAYO	467	SANTANDER	1067		
QUINDIO	4832	CALDAS	680		
SUCRE	1040	CAQUETA	287		
VAUPES	144	CESAR	279		
VICHADA	215	META	325		
RISARALDA	10165	HUILA	79		

Se realizaron en total 64.237 encuestas durante el 2013, el 17% de participación corresponde al Punto de Atención Angel quien aportó mas encuesta durante el periodo.

- INFORME RIESGOS OPERATIVOS

A continuación se muestra el consolidado de los riesgos operativos presentados teniendo en cuenta que directamente e indirectamente afectan al sistema de atención al consumidor financiero:

Tabla 4  
Eventos de Riesgo Operativo 2013

EVENTOS DE RIESGO OPERATIVO	CANT.
Asesoría y/o atención inadecuada	399
Falta de personal	138
Otro Riesgo	29
Fallas en la atención al afiliado a través del servicio telefónico	4
Fallas en el plan de continuidad de Negocio (BCP)	4
Demora en el tramite por parte de los procesos	4
Alta temporalidad de personal	3
Falta de capacitación en los procesos y procedimientos	3
Alta rotación del personal	3
Inadecuada Identificación de los solicitantes	1
Extravío y Deterioro de la documentación	1
Debilidad en la asesoría a los clientes potenciales de nuevos productos	1
<b>Total</b>	<b>590</b>

El riesgo operativo mas alto corresponde a asesoría y/o atención inadecuada con un 67% de participación, en segundo lugar se encuentra falta de personal con un 23% de participación.

Tabla 5  
Desagregado Riesgo asesoría y/o Atención Inadecuada 2013

CAUSAS: ASESORÍA Y/O ATENCIÓN INADECUADA	CANT.
Fallas tecnológicas (COBIS- Banca Virtual - Intranet)	191
Falta de infraestructura para la atención al cliente	109
OTRO	96
Temporalidad del recurso humano	2
Debilidad y/o falta de capacitación	1
<b>Total</b>	<b>399</b>

El mayor número de causas originadoras del riesgo corresponde a fallas tecnológicas con un 48% de participación.

Tabla 6  
 Desagregado Falta de Personal 2013

CAUSAS: FALTA DE PERSONAL	CANT.
Temporalidad del recurso humano	85
Falta de personal (renuncias, terminaciones de contratos, no se efectúa contratación)	53
<b>Total</b>	<b>138</b>

El mayor número de causas originadoras del riesgo corresponde a temporalidad del recurso humano con un 62% de participación.

- EDUCACIÓN FINANCIERA

El grupo jóvenes ahorradores apoya al SAC en temas de educación financiera con el fin de brindar charlas de Fidelización a los consumidores financieros en cuanto al producto de administración de cesantías. Así mismo, se creó un guión para que los coordinadores en los puntos de atención dicten la charla de forma periódica.



- Tips del Ahorro

Como estrategia de educación financiera fueron creados mensajes alusivos al ahorro, los cuales se envían periódicamente a los consumidores financieros cuyo correo electrónico se encuentre inscrito en la base de datos de la entidad.



- NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

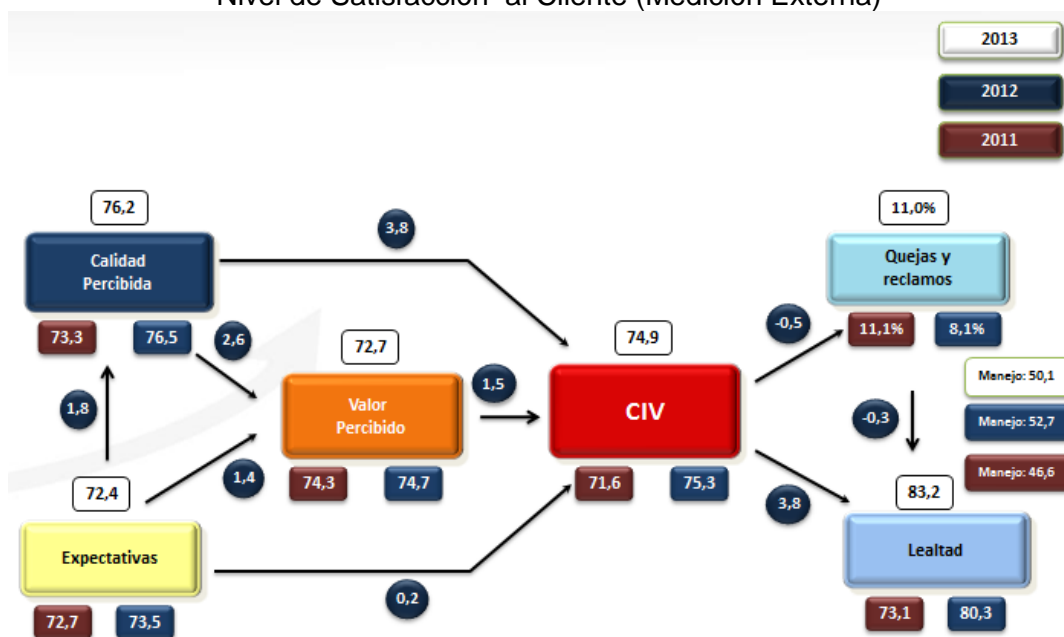
A través del estudio de Medición de Satisfacción al Cliente, realizada durante el año 2013 y la calidad percibida por los Consumidores Financieros del FNA, se puede evidenciar un crecimiento en los indicadores de lealtad.

Para el año 2012 el indicador de Lealtad se encontraba en un 80.3 puntos sobre 100 y para el año 2013 obtuvo una mejora de aproximadamente 3 puntos pasando a 83.2 sobre 100.

Para el año 2012 el indicador de Calidad Percibida se encontraba en un 76.5 puntos sobre 100 pasando a 76.2 sobre 100 para el año 2013.

Para el año 2012 el indicador Total de Satisfacción de los Consumidores se encontraba en un 75.3 puntos sobre 100 pasando a 74.9 sobre 100 para el año 2013.

Gráfica 10  
Nivel de Satisfacción al Cliente (Medición Externa)



La evaluación interna a través de encuesta de satisfacción a los puntos para el año 2013 da como resultado 93%.

Índice de calidad percibida = Ponderación de la medición externa + medición interna = 83.95

- CONSOLIDADO DE LAS ACCIONES ADELANTADAS POR LOS LÍDERES DE LOS PROCESOS – CERTIFICACIONES-

N°	Nombre Líder de Proceso	INFORME DE LÍDERES DEL PROCESO	OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
1	Lider de Proceso de Crédito	Informó sobre los avances a la fecha de su plan de acción de 2013 por medio del cual se enmarca la importancia de mitigar problemas como los son los tiempos de respuesta tanto para la aprobación como el desembolso del crédito hipotecario y la optimización de la gestión de los abogados externos.	Es prudente advertir que las actividades que se están desarrollando manejan resultados a largo plazo, lo que genera que se reflejen las actividades con bajo porcentaje de avance. Paralelamente a este plan de acción se deben generar actividades cuyo resultado se evidencie más rápidamente.
2	Lider de Proceso de Gestión Comercial	Certifica que en los eventos comerciales dan cumplimiento a los principios que enmarcan la buena atención del consumidor financiero, donde se brinda la información oportuna al afiliado mediante asesoría personalizada por parte de la fuerza comercial. Del mismo modo, afirma que la información suministrada es clara, veraz y oportuna procurando que los asesores comerciales siempre estén informados y actualizados mediante capacitaciones periódicas ajustadas a las necesidades del mercado objetivo. Además, por medio de charlas, capacitaciones y mesas de trabajo se informa al consumidor financiero sobre sus derechos y deberes. De otro lado, los asesores hacen entrega de los productos y servicios con estándares de seguridad y calidad por medio del apoyo logístico en los eventos y un manejo veraz del portafolio de servicios que ofrece la entidad.	Se debe dejar claro que ante la dificultad que se viene presentando con la poca disponibilidad de la plataforma tecnológica para los asesores externos es un tema que como SAC afecta la atención del consumidor financiero, por lo tanto se generarán los acercamientos necesarios para buscar una salida a este problema. Con todo, es de exaltar la campaña que la División Comercial diseñó para divulgar el Manual SAC a través de pequeñas recomendaciones enviadas mediante correos electrónicos y monitoreados a través de contacto telefónico con los puntos de atención y los coordinadores de la fuerza externa.
3	Lider de Proceso de Cesantías	La división adoptó la directriz que todos los procedimientos e instructivos cumplan con los parámetros del SAC, con ello los procedimientos que se han actualizado y tienen adoptado el Sistema de Atención al Consumidor Financiero.	Procedimientos como reintegros por ahorro voluntario, reintegro de cesantías, administración de formularios, retiro de cesantías por correo, retiro de AVC fallcidos, buscan desconcentrar y darle oportuna atención a los afiliados y de esta manera agilizar el tiempo de respuesta de sus necesidades. Con lo anterior, se felicita al Líder dado a que con este trabajo se pueden llegar a ver en el mediano plazo disminución en el volumen de afiliados en los puntos de atención a través de trámites y servicios que se pueden efectuar desde sus hogares.
4	Lider de Proceso de Cartera	Se ha preocupado por la segunda tipología que más se reciben quejas y reclamos, la cual es la inconformidad por la no recepción de facturas del crédito hipotecario, para lo cual se ha estado ejecutando un plan de acción para disminuir el índice de devolución por error en la dirección postal a través de las casas de cobranza	Si bien es un proceso largo, se sugiere que alternamente se generen actividades que soporten el plan de acción y que paralelamente vayan mitigando el problema a corto plazo.
5	Lider de Proceso de informática	En este informe se mostro cuales eran los servicios interactivos que provee la Oficina de Informática con su debida descripción, estos servicios los compone: Servicios Interactivos con clave Servicios Interactivos sin clave Descarga de Documentos Información de interés general Ahora bien, la Oficina de Informática envió dos indicadores para el periodo de abril, mayo y junio de 2012, los cuales son los siguiente: Disponibilidad de la plataforma de soporte central para los servicios informáticos y la Disponibilidad de los servicios de conectividad para Puntos de Atención.	Se recomienda que de a conocer los indicadores que demuestren que se cumple con la debida atención al Consumidor Financiero y de ser posible si existen planes de mitigación de estos problemas. Por otro lado, Gobierno en Línea es un tema de gran interés para el Sistema de Atención al Consumidor Financiero debido a que por este medio se puede analizar la posición de este.
6	Lider de Proceso de Desarrollo Organizacional	Remite todos aquellos documentos aprobados en el aplicativo ISOLución, que cumplen con los lineamientos del Manual SAC correspondientes al año 2013.	Se exalta que a partir de los documentos aprobados en ISOLución nuestro consumidor financiero obtiene un servicio que cumple con todos los parámetros del Sistema de Atención al Consumidor Financiero
7	Lider de Proceso de Gestión Administrativa	Informó sobre un avance de las actividades del plan de acción del 2013 relacionadas con la atención al consumidor financiero, en el cual se expone la gestión electrónica de los documentos a través de ORFEO. El proyecto se encuentra en la primera fase. De otro lado, mediante el plan anual de mantenimiento y adecuaciones se pretende garantizar a través de generar un inventario y determinar con base a variables objetivas las prioridades de intervención con los cuales los puntos de atención y la sede principal del FNA sean espacios amigables y con condiciones óptimas. Esta actividad se encuentra en el 50% de avance. Por último el líder del proceso certifica que se han hecho mediante contratos con terceros traslado y ampliación de las oficinas donde se presta el servicio a los afiliados, adecuaciones a los puntos de atención y proveer los servicios de vigilancia y aseo a nivel nacional.	Es de resaltar que por medio de este aplicativo por medio del cual permitirá a la entidad agilizar los tiempos de respuesta y conocer la trazabilidad de la documentación. Con lo anterior, los afiliados tendrán acceso a conocer el estado de su requerimiento. Así mismo, evidencia que se cuenta con un inventario actualizado a los requerimientos de adecuación de puntos de atención a nivel nacional y existe una persona que garantiza el debido cumplimiento de los puntos a nivel nacional, se han hecho mejoras locativas en los puntos de atención.
8	Lider de Proceso de Mercadeo	Certifica que con el objetivo de generar información de fácil acceso y entendimiento a los afiliados ha elaborado la edición N° 16 y 17 del periódico "El Ahorrador" la cual permite conocer información en materia de ahorro, vivienda, educación y cesantías. Para dar fe de lo anterior expuesto, se realizan reuniones de redacción con el equipo de prensa que evalúa y valida los contenidos. Por otro lado, a solicitud de la Oficina Comercial y Mercadeo y la División de Cesantías realizó la actualización de los formularios de AVC, Solicitud única de crédito, Registro de entidad de empresa y Retiro de AVC, con el fin de que sea más comprensible la lectura y simplificar el diligenciamiento de los mismos. Durante este trimestre, el líder de proceso ha venido trabajando en la campaña de antitrámites, con el objetivo de sensibilizar a los afiliados para que no hagan uso de facilitadores aclarando que el FNA no cobra por trámites.	El líder de proceso reconoce que existe un riesgo en cuanto a las fallas de información en las piezas publicitarias para lo cual la información es validada tanto por el solicitante como por la división de mercadeo dejando como constancia la conformidad con la pieza.
9	Lider de proceso Gestión Humana	Certifica que trimestralmente la dotación del recurso humano necesario debidamente capacitado requerido por las áreas de servicio en cumplimiento al sistema de atención al consumidor financiero la cual debe ser remitida a la oficina comercial y mercadeo	Es importante resaltar la labor realizada en cuanto a la capacitación del personal en el tema SAC. Así mismo se exaltar el seguimiento que se le hace a las personas que pierden la evaluación, las cuales se citan y se les invita a repetir el proceso.

Fuente de Información: Certificaciones de cada proceso. Formato CERTIFICACION CUMPLIMIENTO SAC Código SF-FO- 005

- ACCIONES A IMPLEMENTAR POR EL GRUPO SAC DURANTE RL 2014

Se presenta a continuación las acciones a realizar con el objetivo de mejorar la prestación del servicio al Consumidor Financiero, las cuales se realizan conjuntamente con el Plan de Acción definido para esta vigencia.

- Apoyar el proceso de contratación del Defensor del Consumidor Financiero.
- Seguimiento control y monitoreo del plan de trabajo presentado por Customer, para la medición de la satisfacción del Cliente.
- Mejoramiento del proceso de control de quejas y reclamos
- Sensibilización a los puntos de atención para la resolución de quejas y reclamos que se pueden contestar en los puntos.
- Seguimiento al plan de mejoramiento por puntos de atención.
- Revisión de procesos y procedimientos de gestión comercial.
- Diseño y administración del manual de servicio en los puntos de atención.
- Creación circular única comercial.
- Revisión de la operación y atención del audio fondo.
- Diseño, creación e implementación del curso virtual educación financiera.
- Implementación de piezas publicitarias de educación financiera 2014.
- Capacitación de actualización y unificación de criterios a puntos de atención a nivel nacional.
- Acompañamiento al plan de mejoramiento de bases de datos afiliados FNA.
- Participación en el programa anual del servicio al ciudadano.