SISTEMA DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO 2016

1. INTRODUCCIÓN
2. ATENCIÓN A PETICIONES QUEJAS Y RECLAMOS
3. NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
4. DEFENSOR DEL CONSUMIDOR FINANCIERO
5. CAPACIACIÓN SAC
6. EDUCACIÓN FINANCIERA
7. ACCIONES IMPLEMENTADAS

1 INTRODUCCIÓN

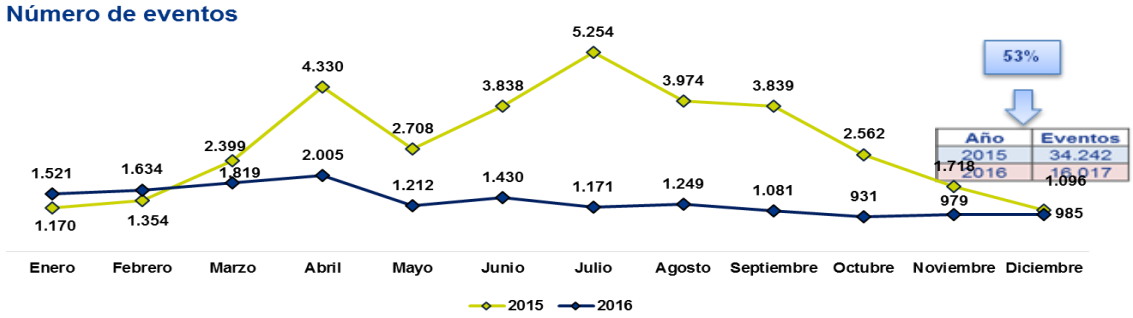
El Sistema de Atención al Consumidor Financiero, atendiendo los lineamientos del Manual SAC y la resolución 065 de 2011, presenta los siguientes resultados:

2 ATENCIÓN A PETICIONES QUEJAS Y RECLAMOS

Para el proceso de Peticiones, quejas y reclamos se implementaron las siguientes acciones en el año 2016:

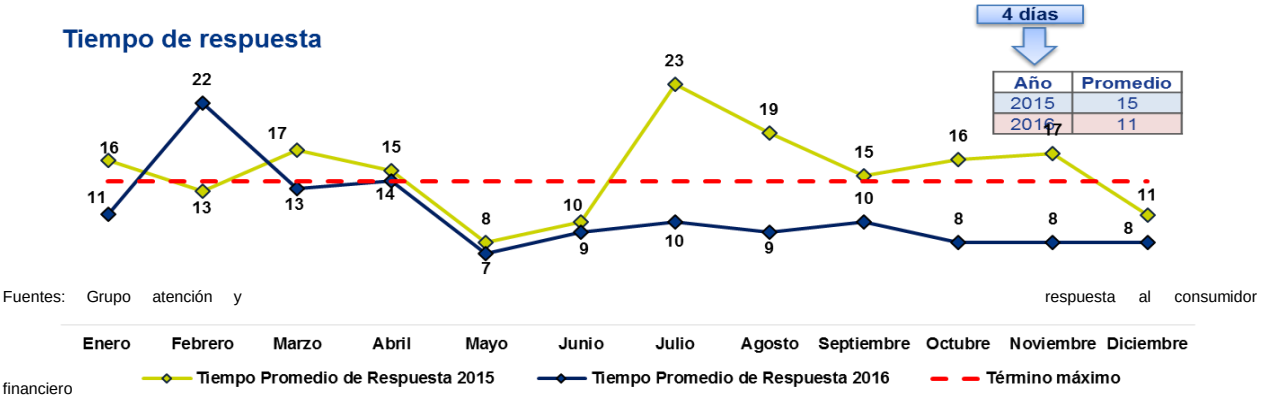
- Control de las PQR que ingresan a la entidad por cada uno de los canales dispuestos.
- Se lleva control diario de productividad por área de PQR y gestor de respuesta.
- Se tipificaron los casos por área, lo que minimizó las devoluciones por repartos errados y el vencimiento de los casos.
- A través de la herramienta de gestión documental se radican todos los casos, y se evidencia la trazabilidad en cada paso del flujo de PQR.
- En conjunto con el área de operaciones se crearon flujos para radicar los trámites y minimizar tiempos.
- Con la eficiencia lograda en el área de PQR, se logró una reducción de un 40% en el personal.
- Se ha contribuido al programa de RSE, reduciendo en un 60% el uso de papel y tonner para impresión de respuestas.

➢ Gestión de Quejas y Reclamos



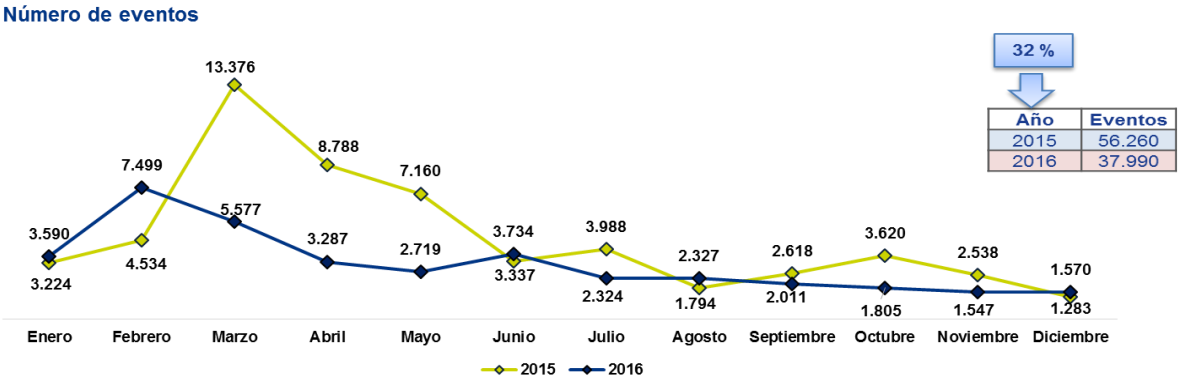
Fuentes: Grupo atención y respuesta al consumidor financiero

➢ Tiempo de Respuesta Quejas y Reclamos



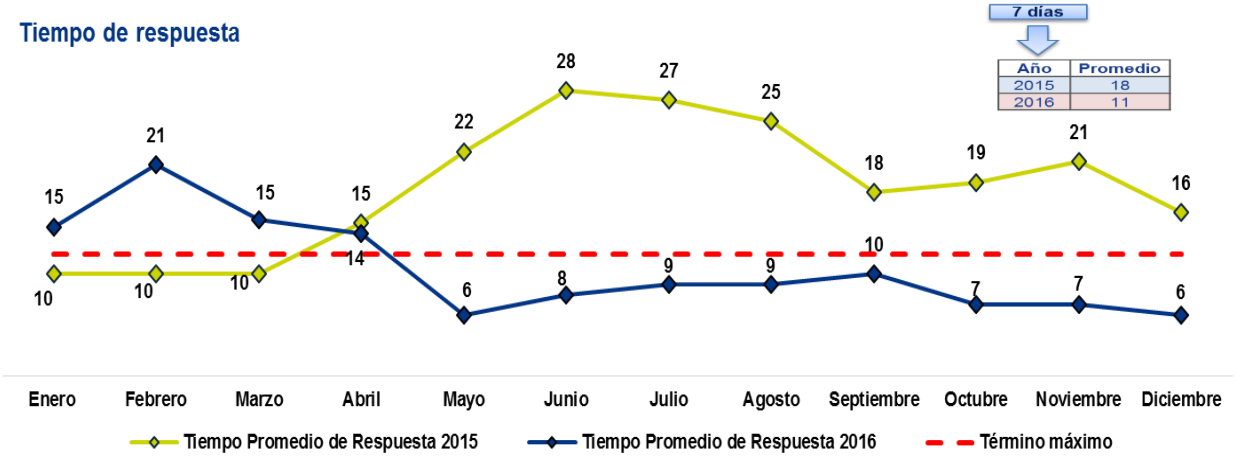
Fuentes: Grupo atención y respuesta al consumidor financiero

➢ Gestión de Peticiones



Fuentes: Grupo atención y respuesta al consumidor financiero

➢ Tiempos de Respuesta Peticiones



Fuentes: Grupo atención y respuesta al consumidor financiero

3 NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Con el fin de conocer el grado de satisfacción de los Consumidores Financieros, el SAC elabora encuesta interna en los puntos de atención y canales no presenciales y coordina con un outsourcing la realización de una encuesta externa anual.

- **Encuesta Externa:** Se obtuvo un incremento de 6.4 puntos, en la calificación de satisfacción al cliente, pasando de 71.7 en el 2015 a 78.1 en el 2016.

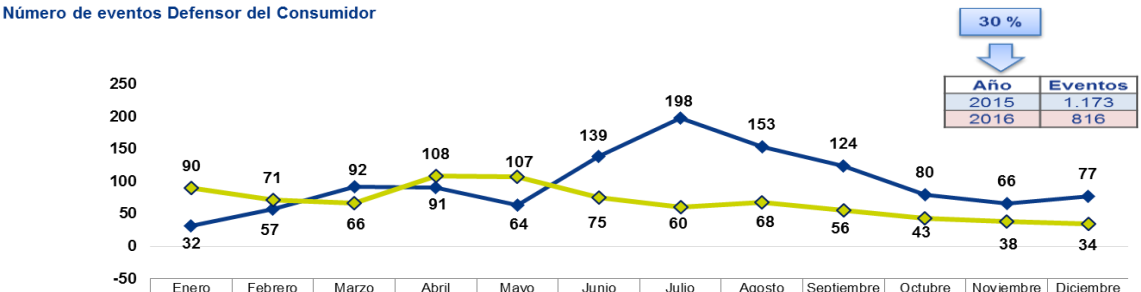
- **Encuesta Interna:** Se fortaleció la encuesta de satisfacción en puntos de atención, obteniendo un promedio consolidado a noviembre de 4.3 en el 2016.

- **Encuesta Canales no Presenciales:** Se implementó la encuesta de satisfacción en canales no presenciales, obteniendo un resultado de 4,1 sobre 5 en la primera medición y 4,4 sobre 5 en la segunda medición.

4 DEFENSOR DEL CONSUMIDOR FINANCIERO

Se ha atendido satisfactoriamente las reclamaciones que ingresan por medio del defensor del consumidor financiero.

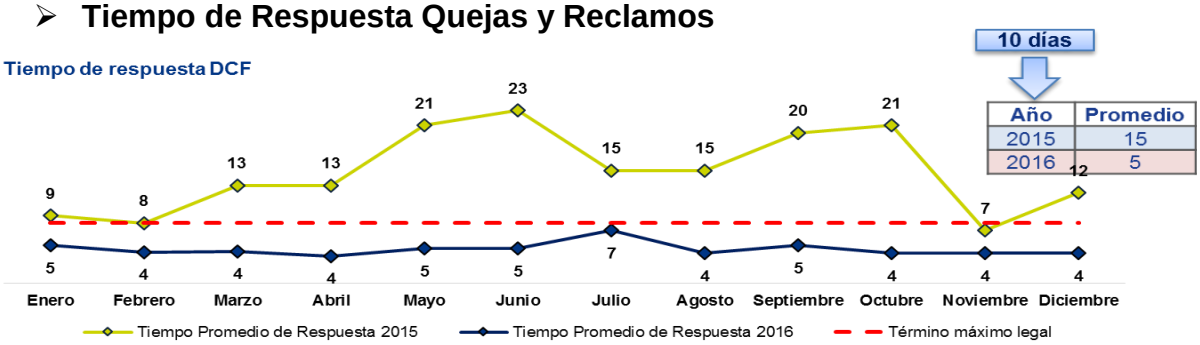
➢ Gestión de Quejas y Reclamos



	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
2015	32	57	92	91	64	139	198	153	124	80	66	77
2016	90	71	66	108	107	75	60	68	56	43	38	34
Variación DFC	181%	25%	-28%	19%	67%	-46%	-70%	-56%	-55%	-46%	-42%	-56%

Fuentes: Grupo atención y respuesta al consumidor financiero

➢ Tiempo de Respuesta Quejas y Reclamos



Fuentes: Grupo atención y respuesta al consumidor financiero

5 CAPACITACIÓN SAC

Programa anual de capacitación dirigido a todos los empleados de la entidad, bajo el esquema de inducción y reinducción, también se capacitaron a 1.145 funcionarios atreves del curso de e-learnig en el Sistema de Atención al Consumidor Financiero.

6 EDUCACIÓN FINANCIERA

El SAC en desarrollo de sus funciones promueve la educación financiera en todas las regiones del país, mediante la divulgación de información sobre productos y servicios del FNA a través de los diferentes canales de comunicación al consumidor financiero implementando dos campañas de comunicación y charlas denominadas “microcharlas” en los diferentes puntos de atención de la siguiente forma:

- **Campañas de Educación financiera**

El grupo de optimización y servicio al cliente implementó dos campañas de educación financiera donde se capacitó a cliente interno y externo de la siguiente manera:

- ✓ Campaña de comunicación a cliente interno y externo sobre tips informativos para evitar demoras en la realización de los trámites de; cesantías, AVC, crédito hipotecario y recomendaciones de seguridad en el uso de canales no presenciales. Este proceso tiene un alcance tanto para cliente interno y externo divulgándose por los siguientes canales:

  Cliente Interno:
  - ✓ Boletín interno entre todos.
  - ✓ Fondo Chanel.
  - ✓ Intranet.

  Cliente Externo:
  - ✓ Portal web.
  - ✓ Sistema de turnos.
  - ✓ Redes sociales.
  - ✓ Periódico.
  - ✓ Programa abc.
  - ✓ Programa economía.

- ✓ Campaña rediseño del contenido de educación financiera con Habitat.

  a) Rediseño del contenido portal web, en atención al ciudadano – SAC – educación financiera

http://www.fna.gov.co/wps/portal/inicio/atencion_ciudadano/sac/educacion_financiera).

b) Videos de educación financiera.

c) Cartilla de educación financiera.

El objetivo principal de estas dos campañas es reforzar todo el contenido de educación financiera y la unificación de criterios al interior de la entidad y hacia el consumidor financiero, como también atacar las tipologías más representativas en quejas y reclamos brindado información a nuestro consumidor financiero.

- **Microcharlas**

Se dictaron microcharlas a los consumidores financieros en los puntos de atención a nivel nacional, obteniendo una evolución positiva de un 11% en el 2015 a un 76% en el 2016, con la realización 7.245 microcharlas y un cubrimiento de 82.456 consumidores financieros capacitados a nivel nacional.

7 ACCIONES IMPLEMENTADAS

- **Actualización del manual SAC:** Versión 4 el 15 de julio del 2016, el cual se ajustó a los cambios de los procesos, productos, servicios y canales de atención.

- **Actualización del Protocolo Sectorial:** unificación de criterios para la atención y servicio al ciudadano, en el Ministerio de Vivienda Ciudad y Territorio, Fondo Nacional del Ahorro y Comisión de Regulación de Agua Potable y Saneamiento Básico.

Finalmente, la gestión de servicio al cliente del año 2016 resalta los ajustes a los procesos y la implementación de las acciones mencionadas anteriormente, todo ello en busca del cumplimiento del plan estratégico del FNA en materia de mejoramiento del nivel de satisfacción del consumidor financiero.

Cordialmente,

JAVIER MAURICIO SOTO VARGAS
Grupo de Optimización y Servicio al Consumidor Financiero

VoBo: Karen Quiroga Cadena

Elaboró: Jaqueline Paez Agudelo