VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA | EMPRESA INDUSTRIAL Y COMERCIAL DEL ESTADO DE CARÁCTER FINANCIERO

fna AHORRO

MANUAL SISTEMA DE ATENCIÓN

AL CONSUMIDOR FINANCIERO – **SAC**

SAC | Sistema de Atención al Consumidor Financiero

CONTENIDO

1. OBJETIVOS Y DIRECCIONAMIENTO DEL FNA 2
1.1 Contexto institucional 2
1.2 Objetivo general del sistema 2
1.3 Objetivo específico del sistema 2
1.4 Direccionamiento estratégico 3
1.5 Principios y valores 3
1.6 Pilares del sistema de atención al consumidor financiero 4

2. MODELO DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO 4
2.1 Componentes del modelo de servicio del FNA 6
2.2 Productos 6
2.3 Canales de atención al consumidor financiero 7
2.4 Atención preferencial e incluyente 9

3. ELEMENTOS DEL SISTEMA DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO 9
3.1 Políticas para el servicio al consumidor financiero 9
3.1.1 Cultura de atención y respeto al consumidor financiero 9
3.1.2 Administración y funcionamiento del SAC 9
3.1.3 Recursos humanos, físicos y tecnológicos 9
3.1.4 Manejo conflictos de interés 9
3.2 Procedimiento 10
3.2.1 Régimen sancionatorio 10
3.2.2 Medición de la satisfacción al cliente 11
3.2.3 Derechos de petición 11
3.2.3.1. Procedimiento de respuesta de derechos de petición 11
3.2.4 Requerimientos presentados ante el Defensor del Consumidor Financiero 12
3.3 Documentación 12
3.4 Organigrama y responsabilidades 12
3.4.1 Junta directiva 13
3.4.2 Presidente 14
3.4.3 Órganos de Control 14
3.4.4 Responsabilidades de la Gerencia SAC 14
3.4.5 Responsabilidades de las Vicepresidencias 14
3.4.6 Dirección y Gerencia relacionadas con el Sistema de Atención al Consumidor Financiero 15
3.5 Infraestructura 16
3.6 Estrategias de capacitación a los funcionarios 16
3.7 Educación al consumidor financiero 17
3.8 Información al consumidor financiero 18

4. ETAPAS DEL SISTEMA DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO 18
4.1 Identificación 18
4.2 Medición 18
4.3 Control 19
4.4 Monitoreo 19

5. DEFINICIONES 19
6. ANEXOS 21

CONTENIDO

1. OBJETIVOS Y DIRECCIONAMIENTO DEL FNA

El **Fondo Nacional del Ahorro** implementa el **Sistema de Atención al Consumidor Financiero**, fomentando la cultura de atención, respeto y servicio al consumidor financiero, siguiendo los lineamientos de la Ley 1328 de 2009; la Circular Básica Jurídica 029 de 2014 de la Superintendencia Financiera de Colombia, Parte I Título III Capítulo II (circular externa 023 de 2021), el Sistema Integrado de Gestión Institucional; las directrices definidas por el Programa Nacional de Servicio al Ciudadano reglamentado mediante Decreto 2623 de julio de 2009, así como de los demás sistemas o lineamientos que inciden en la prestación del servicio.

Incorporando los elementos y las etapas orientadas a reflejar las políticas y controles adoptados para procurar la debida protección del consumidor financiero, garantizando igualdad de condiciones para los que tengan algún tipo de discapacidad, a partir de la calidad y oportunidad de la información, la prestación del servicio, la estrategia de educación y la atención a los requerimientos que el consumidor financiero presente a la Entidad, como un derecho consagrado por la Constitución Política de Colombia.

Este documento debe ser conocido y aplicado por todos los funcionarios de la entidad, sin perjuicio de las sanciones que acarrearía su incumplimiento, especialmente en aquellos que desarrollan funciones o actividades relacionadas.

1.1 Contexto institucional

El **Fondo Nacional del Ahorro en adelante FNA**, fue creado por medio del Decreto No. 3118 de 1968, con el objeto de administrar las cesantías de los empleados públicos y trabajadores oficiales del país y contribuir a la solución de vivienda de sus afiliados mediante otorgamiento de créditos hipotecarios para adquisición de vivienda.

Con la expedición de la Ley 432 de 1998 se transformó en una Empresa Industrial y Comercial del Estado de carácter financiero del orden nacional y se amplió la cobertura del **FNA** en materia de administración de cesantías de los trabajadores del sector privado.

La Ley 1114 de 2006 consagró la posibilidad para la Entidad de afiliación mediante la suscripción de contratos de Ahorro Voluntario con las personas señaladas en el parágrafo segundo de la citada norma.

La Ley 1469 del 30 de junio de 2011 "Por la cual se adoptan medidas para promover la oferta de suelo urbanizable y se adoptan otras disposiciones para promover el acceso a la vivienda", establece en su parágrafo primero del artículo 26 modificado por el artículo 48 de la Ley 2079 de 2021 "Por medio de la cual se dictan disposiciones en materia de vivienda y Hábitat", la facultad de otorgar crédito constructor para el desarrollo de los macroproyectos de interés social nacional. Esta misma norma en su parágrafo segundo faculta al **FNA** para realizar operaciones de Leasing Habitacional destinadas a la adquisición de vivienda.

1.2. Objetivo general del sistema

Definir los lineamientos que permitan garantizar en el **FNA** una adecuada atención, trato justo, protección, respeto y servicio para los consumidores financieros durante su permanencia en la entidad.

1.3. Objetivos específicos del sistema

- Definir un esquema de servicio y atención para los consumidores financieros, teniendo en cuenta el principio de trato justo, la debida atención, protección y respeto garantizando la continuidad, la disponibilidad, la debida diligencia y la capacidad de proporcionar un servicio integral a través de los diferentes canales.
- Garantizar información clara, transparente, oportuna y actualizada a los consumidores financieros sobre los productos y servicios ofrecidos por la entidad.

- Definir las estrategias que permitan llevar a cabo procesos de educación y formación a los consumidores financieros de los diferentes productos y servicios ofrecidos por la entidad.
- Garantizar información, clara, oportuna y transparente sobre los derechos y obligaciones que los consumidores financieros tienen durante su permanencia en la entidad.
- Definir procedimientos que permitan dar respuesta a los distintos requerimientos que hacen los consumidores financieros, con el fin de permitir una adecuada solución y mejora de los procesos de atención y servicio.

1.4. Direccionamiento estratégico:

El **Plan Estratégico Institucional (PEI)** se define cada cuatro años y en él se establece la estrategia y la gestión institucional, con el fin de fortalecer la confianza y legitimidad de los grupos de valor, así como la satisfacción de las necesidades ciudadanas.

Para la definición del **PEI s**e realiza un análisis del contexto interno y de los resultados propios de la gestión institucional y se incluyen los componentes de misión, visión, promesa de valor, valores y ejes estratégicos, así como las iniciativas, indicadores y metas estratégicas del mismo y está alineado al **Plan Nacional de Desarrollo (PND);** durante su vigencia podrá ser revisado periódicamente con el fin de ajustarlo en caso de ser necesario, acorde a nuevas políticas sectoriales, nuevas reglamentaciones o a la misma dinámica del mercado y del entorno de la entidad.

1.5 Principios y valores

Los principios y valores se establecen como un marco de referencia que orienta la toma de decisiones de los funcionarios y su actuar frente al servicio al ciudadano, estos son definidos en la Constitución Política de Colombia y en el Código de Gobierno Corporativo e Integridad del FNA.

Los principios en el FNA "se presentan como postulados para que quien presta sus servicios al **FNA** los asuma como pautas rectoras que orientan el desarrollo de sus actuaciones" con el objetivo de brindar mejores experiencias y calidad en el servicio interno y externo.

Los valores en el **FNA** son "aquellas formas de ser y de actuar de las personas que son altamente deseables como atributos o cualidades propias y de los demás, por cuanto hacen posible una sana convivencia en el marco de la dignidad humana". Los valores corporativos orientan el accionar de las actividades diarias de todos los colaboradores de la entidad:

- **Honestidad:** actuar siempre con fundamento en la verdad, cumpliendo de los deberes con transparencia y rectitud y siempre favoreciendo el interés general.
- **Respeto:** reconoce, valora y trata de manera digna a todas las personas, con sus virtudes y defectos, sin importar su labor, su procedencia, títulos o cualquier otra condición.
- **Compromiso:** ser consciente de la importancia del rol como servidor público y estar en disposición permanente para comprender y resolver las necesidades de las personas con las que hay relación en las labores cotidianas, buscando siempre mejorar su bienestar.
- **Diligencia:** cumplir con los deberes, funciones y responsabilidades asignadas al cargo de la mejor manera posible, con atención, prontitud, destreza y eficiencia, para así optimizar el uso de los recursos del Estado.
- **Justicia:** actuar con imparcialidad garantizando los derechos de las personas, con equidad, igualdad y sin discriminación.
- **Transparencia corporativa:** enfocar el desempeño de nuestra función pública en aumentar la confianza a nuestros grupos de interés con buenas prácticas en la gestión empresarial.
- **Trato justo:** permitir la participación de todos los ciudadanos para la toma de decisiones en los procesos y cambios de la entidad y el disfrute de todos los derechos haciendo énfasis en la igualdad de oportunidades desde la diferencia, la diversidad y la no discriminación.

- **Transversalidad:** articular a todos colaboradores de la entidad con una visión de sistema, teniendo en cuenta el impacto que su labor tiene en el trabajo de otros, para lograr un resultado eficiente de cara al consumidor financiero.
- **Actitud de servicio:** mostrar disposición en todo lo que se hace al servir al consumidor financiero, como razón de ser de la Entidad. Todas las acciones del Fondo y de quienes lo integran están orientadas a atender las necesidades del consumidor financiero.

  Responsabilidad social y ambiental: el compromiso y sentido de pertinencia del Fondo y de sus colaboradores, conduce a integrar las directrices de la Entidad por el camino del interés público, de la construcción participativa de una sociedad con igualdad de oportunidades y de la procura del desarrollo ambientalmente sostenible.

1.6 Pilares del sistema de atención al consumidor financiero.

El **FNA**, identifica como pilares del servicio:

- Servicio confiable, amable, eficiente y trato justo.
- Prioridad en la prestación del servicio a la población vulnerable.
- Canales de información de fácil acceso y mejora permanente para facilitar la interacción con el consumidor financiero.
- Educación financiera para fortalecer los conocimientos de los consumidores financieros, para la toma de decisiones responsables y la protección de sus derechos.
- Unificación en la información suministrada y servicio estandarizado al consumidor financiero.
- Uso de lenguaje claro que permita brindar información clara y precisa.

2. MODELO DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO

La estrategia derivada de la Ley 1328 de 2009, como una política pública para las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia, busca la consolidación de un ambiente de atención, trato justo, protección, respeto y servicio hacía el consumidor financiero por parte del **FNA**.

Por lo tanto, es necesario la identificación e implementación de un modelo de servicio que se ajuste a los requerimientos del ente de control y que articule las políticas que, sobre el tema, dicta el Gobierno Nacional.

En coherencia con lo anteriormente expuesto el Departamento Administrativo de la Función Pública implementó el modelo de servicio al ciudadano, que agrupa de manera integral los componentes que lo conforman, teniendo en cuenta los elementos del modelo de gestión pública efectiva al servicio de los ciudadanos, donde se define dos elementos imperantes como son: de la ventanilla hacia adentro y de la ventanilla hacia afuera.

El siguiente gráfico tomado del documento CONPES 3785 del 2013 permite ver los elementos y sus componentes:

Fuente: *CONPES 3785 DE 2013*

Cada componente ventanilla hacia fuera y ventanilla hacia adentro, están integrados por una serie de políticas que en conjunto dan línea y buscan fortalecer la estrategia definida por el FNA, para el cumplimiento del modelo de servicio propuesto.

VENTANILLA HACIA FUERA:

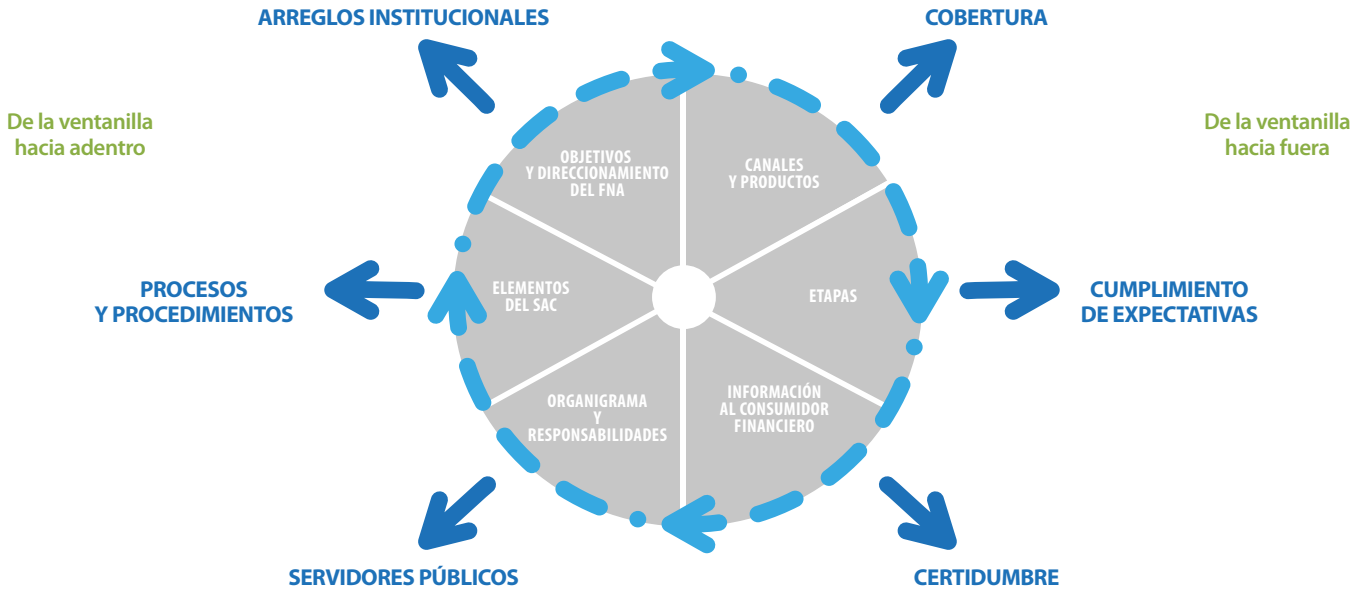
- Fortalecimiento organizacional y simplificación de procesos
- Gestión presupuestal y eficiencia del gasto público
- Gobierno digital
- Seguridad digital
- Defensa jurídica
- Mejora normativa

VENTANILLA HACIA ADENTRO, ENTENDIDA ESTA COMO LA RELACIÓN DEL CIUDADANO CON EL FNA:

- Racionalización de trámites
- Participación ciudadana en la gestión pública
- Servicio al ciudadano
- Gobierno digital
- Integridad

2.1. Componentes del modelo de servicio del FNA

El **FNA** trabaja teniendo en cuenta las directrices del Modelo Integrado de la Planeación y Gestión, haciendo énfasis en lo relacionado con el servicio y las políticas que en esta materia se encuentren vigentes, por lo cual implementa el siguiente modelo de servicio:



2.2. Productos

A partir de los procesos de captación y colocación, el FNA identifica los productos y servicios disponibles para los consumidores financieros, de acuerdo con su preferencia y cumplimiento requerido.

- **CAPTACIÓN**
  - **CESANTÍAS**
  - **AHORRO VOLUNTARIO**
- **COLOCACIÓN**
  - **FINANCIACIÓN DE CRÉDITO PARA VIVIENDA**
    - Compra de vivienda nueva o usada.
    - Construcción individual de vivienda.
    - Compra de cartera (ley 546 de 1999).
    - Mejora de vivienda.
  - **LEASING HABITACIONAL**
  - * **EDUCACIÓN**

Actualmente suspendido por Junta Directiva en cumplimiento de sus funciones previstas en los estatutos del FNA.

2.3. Canales de atención al Consumidor Financiero

Con el objetivo de garantizar el acceso a los productos del FNA y buscando fortalecer la comunicación con el consumidor financiero, la entidad cuenta con diferentes canales de atención a través de los cuales los consumidores financieros pueden solicitar trámites y servicios sobre temas de competencia de la mencionada.

- **Canal presencial:** Son aquellos espacios dispuestos por la entidad para prestar un servicio de atención presencial al consumidor financiero:
  - **Puntos de Atención (PA):** espacios físicos ubicados estratégicamente en diferentes ciudades del país en los cuales se brinda asesoría integral y atención personalizada sobre los productos, trámites y servicios de la entidad.
  - **Puntos Empresariales (PE):** son canales presenciales de atención y servicio ubicados en una Entidades de carácter público o privado, en donde se ofrece integralmente el portafolio del FNA a nivel operativo y comercial.
  - **Puntos Institucionales (PI):** canales presenciales de atención adscritos a entes territoriales en un sitio o local de Gobernaciones, Alcaldías, Terminales de Transporte, CADES y SuperCADES. Estos últimos funcionan como módulos de atención ubicados dentro de la red CADE de Bogotá en donde se ofrece integralmente el portafolio del FNA a nivel operativo y comercial.
  - **Fuerza comercial:** es el conjunto de gestores comerciales, responsables de fomentar y asegurar la continuidad en la gestión de la entidad a través de la asesoría y venta de los productos y servicios del FNA a su grupo de empresas asignadas y clientes actuales y potenciales.
  - **Oficinas móviles:** unidades móviles ubicadas en diferentes ciudades y lugares del país a través de las cuales los consumidores financieros reciben asesoría personalizada sobre el trámite de afiliación y crédito hipotecario con el FNA. Adicionalmente, se brinda información sobre los demás trámites y servicios que pueden ser gestionados en los diferentes canales de atención.
  - **Ferias:** espacios públicos en el que el FNA ocupa un lugar mediante stands y da a conocer a la ciudadanía en general, información de oferta inmobiliaria en todo el territorio nacional y alianzas con constructoras. Así mismo, se prestan servicios de afiliación por Ahorro Voluntario y traslado de Cesantías y solicitudes de crédito de vivienda.
  - **Kioscos "Fondo Ágil":** terminales de autogestión ubicados en algunos de los principales puntos de atención del país, a través de los cuales nuestros consumidores financieros pueden realizar diferentes trámites de manera ágil y oportuna.

- **Canal telefónico:** a través de este canal se realiza interacción en tiempo real con los consumidores financieros, mediante los medios telefónicos dispuestos por la entidad para tal fin. Pertenecen a este canal la línea de información general y la línea de Orientación de Legalización de Crédito.
  - **Contact Center, línea de información general:** a partir de las líneas de atención definidas por el FNA, el consumidor financiero obtiene telefónicamente información general sobre productos y servicios ofrecidos por el FNA (requisitos de trámites) y soporte de acceso y navegación a Fondo en Línea personas y la aplicación móvil, "FNA Móvil Ágil". Se dispone de líneas gratuitas a nivel nacional y líneas telefónicas a nivel local que pueden ser consultadas en el portal de FNA.
  - **Contact center, línea de orientación de legalización de crédito:** a partir de las líneas de atención definidas por el FNA para el proceso de legalización, los agentes del contact center están en la capacidad de brindarle información a los consumidores financieros sobre su proceso de legalización y avance en la etapa de su crédito. Se dispone de líneas gratuitas nacionales y líneas locales para Bogotá.

- **Canal virtual:** este canal integra todos los medios de servicio que se prestan a través de tecnologías de información y herramientas virtuales, los cuales potencializan la comunicación dinámica con los consumidores financieros por medio de internet:
  - **Portal Web institucional:** es la plataforma de internet www.fna.gov.co que integra información actualizada y contenidos sobre los productos y servicios del FNA tales como consulta y trámite de empleadores, preaprobado, impresión de formularios de solicitud de productos, agendamiento de turno virtual información y trámite para afiliación por Ahorro Voluntario o Cesantías, entre otros.

- **Fondo en Línea:** es una plataforma virtual transaccional que facilita el acceso a la información y consulta de cuentas y productos de los afiliados y empleadores registrados en el FNA. El ingreso al canal de atención se puede hacer a través del botón 'Fondo en Línea', ubicado en la parte superior de la pantalla de inicio de nuestro portal web www.fna.gov.co, para acceder a diferentes servicios.
- **App:** es la aplicación móvil del FNA que les facilita a nuestros afiliados consultas sobre los productos que han adquirido con el FNA, trámites, información de interés general y la posibilidad de contactar a un asesor en línea o telefónicamente, entro otros.
- **Redes sociales:** son las plataformas digitales de Facebook, Twitter, Instagram y YouTube en las que el FNA tiene presencia y mediante las cuales los consumidores financieros pueden informarse, opinar e interactuar con la entidad de forma permanente e instantánea.
- **Correo electrónico:** a través de Contactenos@fna.gov.co los consumidores financieros, pueden realizar cualquier tipo de solicitud escrita de forma ágil y segura.

Asesor en línea dentro de este canal se encuentran las atenciones a los consumidores financieros través de Chat y WhatsApp descritas a continuación:

- **Chat:** es la herramienta de comunicación escrita en tiempo real a través de internet, mediante la cual los consumidores financieros se conectan por medio de la URL publicada en el portal web institucional, diligenciando unos datos básicos para entablar conversación con un asesor del FNA que se encargará de resolver sus inquietudes y brindar la asesoría necesaria sobre requisitos, productos y procesos que se manejan en la entidad.
- **WhatsApp:** a partir de esta línea de atención de mensajería instantánea disponible de lunes a domingo desde las 6:00 a.m. y hasta las 8:00 p.m., el consumidor financiero obtiene información general sobre productos e información operacional del FNA.

- **CANAL ESCRITO:**
  - **Buzón de sugerencias:** los buzones de sugerencias están ubicados en los diferentes puntos de atención del FNA a nivel nacional y su finalidad es que los consumidores financieros puedan presentar cualquier tipo de solicitudes, quejas, reclamos, sugerencias, felicitaciones y demás observaciones o propuestas de mejora frente a los procesos, procedimientos y servicios del FNA y que, a su vez, permiten a la entidad identificar oportunidades de mejora y buenas prácticas relacionadas con el servicio.

- **COMUNICACIÓN DIGITAL:** la entidad cuenta con nuevas tecnologías para la comunicación interna y externa con los consumidores financieros en general.

  A continuación se detalla los medios, canales digitales y virtuales a través de los cuales se realiza la comunicación Interna, externa y digital con los consumidores financieros y otros grupos de interés:

2.4. Atención preferencial e incluyente

- **Atención preferencial:**

  El FNA establece en la política de prestación de servicio, dar cumplimiento a lo establecido en el artículo 13 de la Constitución Política, Ley 1437 de 2011 y demás normas concordantes, referentes a la "atención preferencial cuando se trata de personas en condición de discapacidad, niños, niñas, adolescentes, mujeres embarazadas adultos mayores, personas víctimas de violación a los derechos humanos y en general de personas en estado de indefensión o de debilidad".

- **Atención diferencial e incluyente:**

  Esta política se incorpora a los elementos y las etapas del sistema de atención, para procurar la debida atención, trato justo, oportuno, diferencial e incluyente a personas que pertenecen a grupos étnicos (pueblos indígenas, comunidades negras, afrocolombianos, palanqueros, raizales y pueblos gitanos) y población LGBTIQ+.

  La entidad, reconoce la pluralidad y la diversidad de estas poblaciones con respeto y garantizando sus derechos individuales y colectivos existentes en el país, haciendo énfasis en la igualdad de oportunidades desde la diferencia y la no discriminación.

  Adicionalmente el FNA ha desarrollado las siguientes acciones frente a la inclusión y accesibilidad para que todos los consumidores financieros puedan conocer los productos y servicios de la entidad:

- Publicación de piezas en redes sociales institucionales: Facebook – Twitter - Instagram.
- Publicación de piezas en pantallas digitales – Mailyng - boletín informativo - WhatsApp.
- Acceso a la información para personas en condición de discapacidad visual: herramienta narradora en el portal web www.fna.gov.co con lector de pantalla para navegar con la tecla de tabulación. La página está diseñada en HTML5, un código que facilita su uso.
- Acceso a la información para personas en condición de discapacidad auditiva: traducción a lenguaje de señas de los principales ítems del menú del portal web www.fna.gov.co y traducción en videos de educación financiera y videos institucionales como rendición de cuentas y productos y servicios del FNA.
- Acceso a la información a grupos étnicos: traducción del video de productos y servicios del FNA a las lenguas nativas Wayuunaiki y Palenquero dispuesto en el portal web www.fna.gov.co y en YouTube.

3. ELEMENTOS DEL SISTEMA DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO

El Sistema de Atención al Consumidor Financiero está fundamentado en ocho elementos esenciales:

3.1. Políticas para el servicio al Consumidor Financiero:

Las siguientes políticas son adoptadas por el FNA para un adecuado funcionamiento del SAC:

3.1.1. Cultura de atención al consumidor financiero:

Fomentar un ambiente de respeto, protección, trato justo, debida atención y servicio al consumidor financiero y, a su vez, establecer los lineamientos para la atención de personas en condición de discapacidad, cumpliendo con las recomendaciones de los órganos de control y las normas internas y externas relacionadas con el sistema de atención.

3.1.2. Administración y funcionamiento del SAC:

De acuerdo con los elementos y etapas del Sistema de Atención al Consumidor Financiero, el FNA ha venido fortaleciendo los procesos, productos, servicios y canales de atención para brindar un óptimo servicio.

3.1.3 Recursos Humanos, físicos y tecnológicos:

Para dar cumplimiento a las estrategias definidas por el FNA, se debe contar con los recursos requeridos en la implementación de las acciones que buscan fortalecer el Sistema de Atención al Consumidor Financiero, garantizando la debida prestación del servicio.

3.1.4 Manejo conflictos de interés:

En el FNA el manejo de los conflictos de interés está establecido en el Código de Integridad y se refiere a toda situación en virtud de la cual los administradores, directivos o trabajadores de la Entidad, en el ejercicio de sus funciones, se

enfrenten a situaciones en que tengan interés particular y directo en su regulación, gestión, control o decisión, o lo tuviere su cónyuge, compañero o compañera permanente, o parientes dentro del cuarto grado de consanguinidad, segundo de afinidad o primero civil, o socio o socios de hecho o de derecho.

A continuación se presentan las políticas que rigen para cada uno de los elementos del sistema de atención al Consumidor

SAC	POLÍTICAS SISTEMA DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO			
	Información	Prestación del Servicio	Educación Financiera	Atención Derechos de Petición
POLÍTICA	Brindar información de los productos y servicios de la entidad por todos los canales, con el objetivo de brindar una adecuada atención a los consumidores financieros. En cumplimiento de esta política, el grupo de optimización del servicio al consumidor financiero, realizará verificación aleatoria a las publicaciones de los distintos canales en donde se publique la información respecto de los productos y servicios, Defensor de Consumidor Financiero, derechos y obligaciones y los diferentes costos. Visitas aleatorias a los puntos de atención, para verificar que se esté brindando una debida atención, trato justo y respeto al consumidor financiero.	Proveer todos los recursos necesarios para brindar una asesoría integral oportuna y eficaz al consumidor financiero, a través de un modelo de servicio estándar por los diferentes canales que se establezcan para tal fin y durante todas las etapas de proceso, buscando el cumplimiento de principios, normas de atención, respeto y trato justo. Dentro de esta política el FNA, hace énfasis al cumplimiento de la atención preferencial e incluyente. En cumplimiento de esta política, el grupo de optimización del servicio al consumidor financiero deberá realizar encuestas de medición de satisfacción al cliente donde se evalúa la calidad del servicio prestado en puntos de atención, en cuanto a, Calidad del servicio, tiempo de espera, información suministrada e infraestructura. Así como también realiza un análisis de las quejas que se presentan por inadecuada prestación de servicio en los diferentes canales.	Diseñar y desarrollar actividades y campañas de educación financiera, orientadas a fortalecer los conocimientos de los consumidores financieros, sobre los productos y servicios que ofrece la entidad, seguridad de la información y protección a sus derechos. En cumplimiento de esta política, el grupo de optimización del servicio al consumidor financiero realizará actividades y campañas de educación financiera, actualizará permanentemente el contenido exclusivo de educación financiera dispuesto en la página web de la entidad y apoyará las estrategias que se realicen por los diferentes canales.	Gestionar todos los derechos de petición que ingresan a la entidad, de forma cierta, suficiente, clara y oportuna. En cumplimiento de esta política se realizará lo siguiente: El grupo de atención y respuesta al consumidor financiero realizará el análisis de PQRS, los cuales serán insumo para la identificación de planes de acción que permitan la mitigación de estos de forma significativa. Cada líder del proceso deberá estructurar un plan de mejoramiento y seguimiento a sus procedimientos, en el cual se identifique las acciones preventivas y correctivas a ejecutar. En los casos en que se identifique la baja efectividad de las acciones adoptadas, es responsabilidad del líder del proceso el replanteamiento inmediato del plan de acción.

3.2. Procedimiento

El FNA tiene establecidos los procedimientos para cada proceso de acuerdo con "el mapa de procesos", el soporte documental permite conocer de forma detallada como se ejecuta el proceso y en el mismo se encuentran documentos que están orientados al servicio y atención del consumidor financiero los cuales pueden ser consultados en la caracterización que se tiene para cada proceso.

3.2.1 Régimen sancionatorio

Es deber de todos los funcionarios del FNA, cumplir con todas las disposiciones normativas internas y externas en

materia del Sistema de Atención al Consumidor Financiero. El incumplimiento de éste acarreará sanciones y será causal del inicio del respectivo proceso disciplinario al que haya lugar, reglamentado en el Código Único Disciplinario previsto en la Ley 734 de 2002.

3.2.2. Medición de la satisfacción al cliente

El FNA realiza la medición de la satisfacción del cliente en relación con los productos y servicios ofrecidos. Todo esto mediante análisis técnicos, económicos y comparando las mejores prácticas y los diferentes mecanismos conocidos y disponibles en el mercado, lo que permitirá definir el tipo de herramienta más idónea, además de verificar si esta debe ser aplicada con recursos propios o mediante la contratación de un tercero que sea experto en la materia, permitiendo la comparación con los resultados de las mediciones de los periodos anteriores, de manera que se pueda identificar tendencias y se permita la gestión en el mejoramiento del servicio al cliente.

La medición de satisfacción del FNA se realiza de acuerdo con el procedimiento interno, documentado en el sistema de gestión de calidad en la caracterización SC-CP-002

3.2.3 Derechos de petición

Para el trámite de peticiones, quejas, reclamos, sugerencias, denuncias, consultas y felicitaciones en adelante denominados derechos de petición, respetuosos por motivos de interés general o particular por parte de los consumidores financieros, el FNA da cumplimiento al artículo 23 de la Constitución Política de Colombia y la Ley 1755 de 2015, así como la reglamentación que en el ejercicio de sus funciones expida el presidente del FNA.

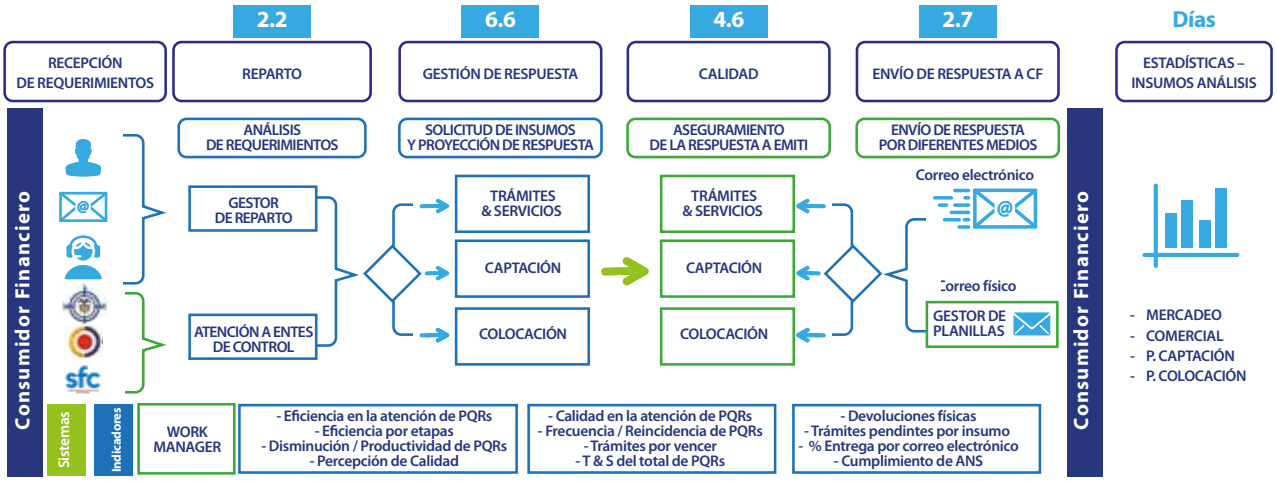
El análisis y seguimiento que se realice sobre los derechos de petición se convierte en insumo fundamental para identificar hechos o situaciones que afectan directa e indirectamente la atención a los consumidores financieros, sobre los cuales, se deberán definir acciones de mejora en reuniones de trabajo con los procesos responsables, que conlleven a la disminución de estos.

Para la presentación de derechos de petición, el consumidor financiero cuenta con los siguientes canales dispuestos por la entidad:

- Puntos de atención.
- Portal Web.
- Contac Center.
- Correspondencia física.
- Correo electrónico.
- Redes sociales.

3.2.3.1. Procedimiento de respuesta de derechos de petición

El FNA atenderá los derechos de petición, por medio del Grupo de Atención y Respuesta al consumidor financiero, quienes realizarán la recepción, radicación, asignación y respuesta del derecho de petición de acuerdo con el procedimiento interno documentado en el sistema de gestión de calidad, en la caracterización PQR-CP-002, el cual se detalla a continuación:



El Grupo de Atención y Respuesta al consumidor financiero (GARCF) será el responsable de atender los derechos de petición de forma integral, cumpliendo los tiempos de respuesta de Ley, monitoreando la eficacia y efectividad de los mismos e identificando las causales que afectan a los peticionarios para definir planes de acción con las áreas involucradas.

3.2.4. Requerimientos presentados ante el Defensor del Consumidor Financiero

El FNA cuenta con el Defensor del Consumidor Financiero que tiene como función principal ser el vocero de los afiliados ante la Entidad. Amparado en la Ley 1328 de 2009, por la cual se dictan normas en materia financiera, de seguros, del mercado de valores y que va en concordancia con el art 2.34.2.1.6 del Decreto 2555 de 2010.

Las funciones del Defensor del Consumidor Financiero son:

- Atender y ser vocero de los consumidores financieros.
- Conocer y resolver las quejas.
- Actuar como conciliador.
- Efectuar recomendaciones a la entidad.
- Proponer a las autoridades modificaciones normativas para la protección adecuada de los consumidores financieros.

Los diferentes canales definidos por la entidad, tanto presenciales como virtuales, serán los medios utilizados por el FNA para dar a conocer la figura del Defensor del Consumidor Financiero.

3.3. Documentación

El FNA desde su sistema de gestión de calidad, establece los lineamientos para la documentación de los procesos de acuerdo con la pirámide documental, para la operación de las actividades propias del Sistema de Atención al Consumidor Financiero de acuerdo con la normatividad vigente.

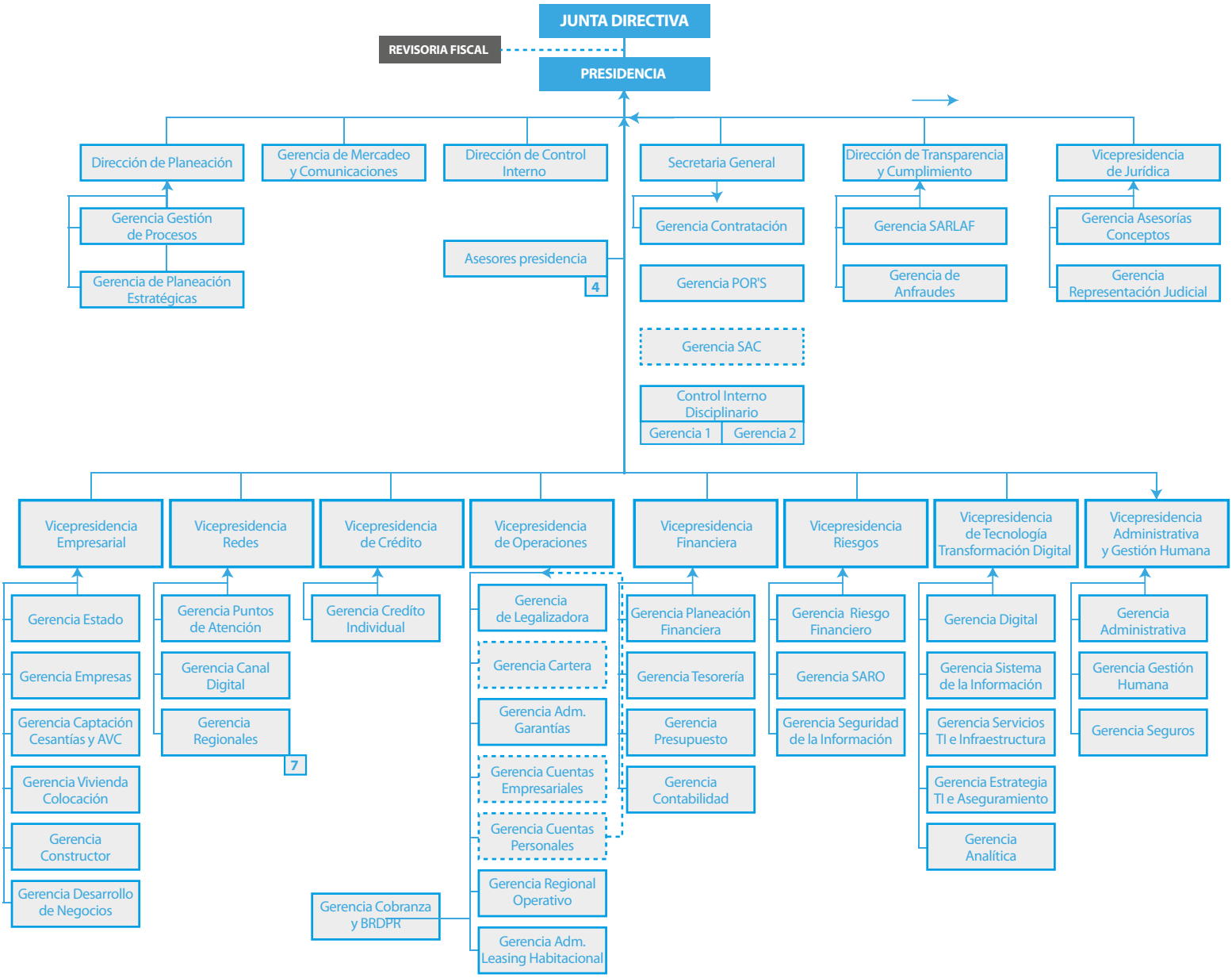
Esta documentación se actualiza cuando se presentan cambios en el servicio al consumidor financiero, cambios en el direccionamiento estratégico y la creación o modificación de productos, según corresponda.

Así mismo, el grupo de Optimización de Servicio al Consumidor Financiero lleva los registros que evidencian la operación efectiva del SAC, en los cuales se incluyen las decisiones que sobre él tome la Junta Directiva en sus reuniones y la alta dirección en el Comité de gestión y desempeño.

3.4. Organigrama y responsabilidades

Dando cumplimiento a las disposiciones establecidas por el Sistema de Atención al Consumidor Financiero, Leyes, regulaciones aplicables al SAC; las políticas, normas y procedimientos definidos en el presente manual son responsabilidad de todos los funcionarios del FNA

A continuación, se presenta el organigrama del FNA el cual permite evidenciar todos los elementos de autoridad, los niveles de jerarquía y la relación entre ellos:



3.4.1. Junta directiva:

a) Establecer las políticas relativas al SAC.

b) Aprobar el manual del SAC y sus actualizaciones.

c) Pronunciarse respecto de cada uno de los aspectos que contengan los informes periódicos que rinda el Representante Legal respecto del SAC, así como sobre las evaluaciones periódicas que efectúen los órganos de control.

d) Verificar que la política de incentivos implementada por la entidad vigilada evite conductas que afecten los derechos del consumidor financiero.

e) Aprobar los lineamientos estratégicos de la entidad vigilada que promuevan la debida atención, trato justo, protección, respeto y servicio a los consumidores financieros.

3.4.2. Presidente:

a) Diseñar y someter a aprobación de la Junta Directiva, el manual del SAC y sus modificaciones.

b) Velar por el cumplimiento efectivo de las políticas establecidas por la Junta Directiva, relativas al SAC.

c) Establecer medidas relativas a la capacitación e instrucción de los funcionarios de las áreas involucradas en lo relacionado con la debida atención, trato justo, protección, respeto y servicio a los consumidores financieros.

d) Diseñar y establecer los planes y programas de educación y de información a los consumidores financieros.

e) Establecer mecanismos para realizar un seguimiento permanente del SAC.

f) Velar por la correcta aplicación de los controles.

g) Presentar un informe periódico, como mínimo semestral, a la Junta Directiva, sobre la evolución y aspectos relevantes del SAC, entre otros, incluyendo la gestión realizada para identificar, medir, controlar y monitorear situaciones o hechos que vulneren los derechos, la debida atención, trato justo, protección, respeto y servicio de los consumidores financieros, las acciones preventivas y correctivas frente a los motivos que generan inconformidades, dando lugar a quejas o reclamos por parte de los consumidores financieros las áreas responsables de realizar dichas acciones.

3.4.3. Órganos de Control:

En ejercicio de sus funciones, la revisoría fiscal y la auditoría interna, serán responsables de evaluar periódicamente el cumplimiento de todas y cada de las etapas del SAC con el fin de determinar las deficiencias y el origen de las mismas.

Elaborar un informe periódico, como mínimo semestral, para ser presentado ante la Junta Directiva donde presenten las conclusiones del proceso de evaluación del cumplimiento de lo establecido por el SAC.

3.4.4. Responsabilidades de la Gerencia SAC

La Entidad definió al interior de su estructura, bajo el direccionamiento de la secretaria general a la Gerencia SAC, la cual tiene como objetivo garantizar que se cumplan las siguientes estrategias:

- Educación financiera.
- Medición de satisfacción.
- Visitas puntos de atención.
- Seguimiento y análisis de la prestación del servicio.
- Capacitación SAC.
- Protocolo de atención al ciudadano.

3.4.5. Responsabilidades de las Vicepresidencias

Las responsabilidades de las vicepresidencias al interior del FNA frente al Sistema de Atención al Consumidor Financiero serán las siguientes:

- **Vicepresidencia de Gestión Humana y Administrativa:** deberá incluir en los procesos de inducción, reinducción y capacitación, los contenidos del presente manual, así como la normativa que aplica para su cumplimiento.
- **Vicepresidencia de Tecnología y transformación digital:** responsable de garantizar el óptimo funcionamiento y de establecer mecanismos alternativos sobre los aplicativos, servicios, plataforma tecnológica y de comunicación, requeridos para la adecuada prestación del servicio al consumidor financiero.
- **Vicepresidencia de Crédito:** desarrollar y orientar la implementación de planes y programas para el otorgamiento, colocación y renovación de los productos de crédito de la empresa, con el fin de facilitar el acceso a vivienda a los consumidores financieros.

- **Vicepresidencia de Operaciones:** formular y dirigir las estrategias y planes operativos que garanticen la adecuada administración de los productos y servicios de la empresa y el cumplimiento de la promesa al consumidor financiero en calidad y tiempo.
- **Vicepresidencia de Redes:** deberá garantizar el cumplimiento de los lineamientos, políticas y procedimientos establecidos en el presente manual por parte de los puntos de atención, puntos empresariales, puntos institucionales, la fuerza comercial y los demás canales definidos para la prestación del servicio, que estén a su cargo y se relacionen directamente con la atención al consumidor financiero.
- **Vicepresidencia Jurídica:** brindar el debido acompañamiento en los trámites que se surtan ante los entes de control, cuando se requiera por tener contenido jurídico. Atender los procesos judiciales que surjan en contra de la entidad frente a la protección y debida atención al consumidor financiero.
- **Vicepresidencia de Riesgos:** formular, dirigir, aprobar y hacer seguimiento a las políticas y procesos para identificar, mitigar y administrar efectivamente los riesgos y las vulnerabilidades que puedan amenazar la seguridad de la Empresa y de los consumidores financieros.

3.4.6. Dirección y gerencias relacionadas con el Sistema de Atención al Consumidor Financiero.

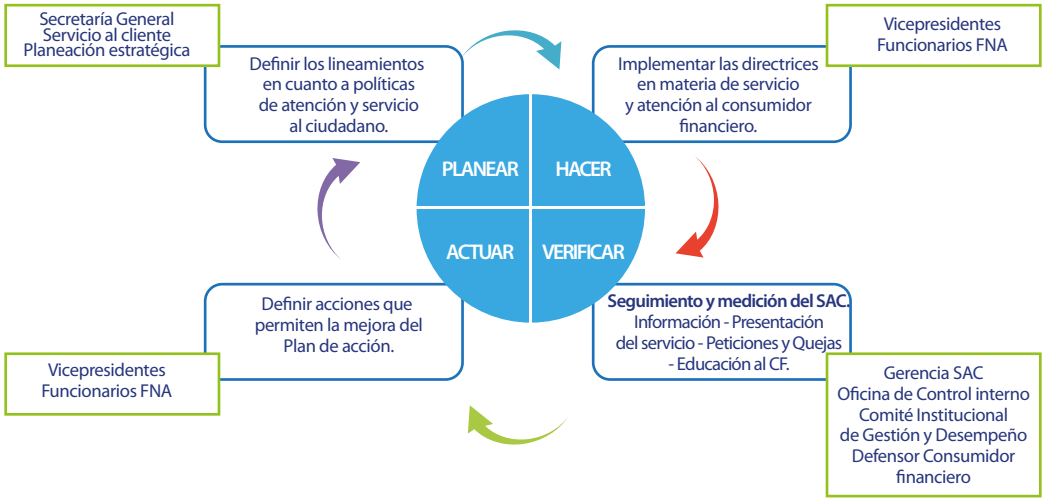
- **La Gerencia de mercadeo y comunicaciones:** será responsable por que el contenido de las piezas publicitarias y la información utilizada en éstas sea de total entendimiento y fácil acceso para el consumidor financiero. Igualmente, el encargado beberá revisar que toda la información allí expuesta se encuentre actualizada, cumpliendo con lo establecido por la Circular Externa 038 de 2011 de la Superintendencia Financiera de Colombia, sin perjuicio de las observaciones que realicen los diferentes entes de control frente al tema
- **Dirección de Planeación:** responsable de dirigir y orientar la gestión de planeación estratégica de la entidad a través de la gestión de procesos, la planeación y el presupuesto. A través de la definición y aplicación de políticas y estrategias para la implementación del Sistema Integrado de Planeación y Gestión, las funciones del área se alinean con el sistema de Atención al Consumidor Financiero buscando el mejoramiento continuo de aquellos procesos y actividades que impacten el relacionamiento con los consumidores.

El FNA, propenderá por que la información brindada a través de los contratos de adhesión y canales existentes no incurra en la práctica de cláusulas abusivas. Los líderes de los procesos serán los responsables de garantizar el cumplimiento de las políticas del Sistema de Atención al Consumidor Financiero respecto de sus procesos.

Las responsabilidades de los terceros (contratistas), al interior del FNA frente al Sistema de Atención al Consumidor Financiero serán las siguientes:

Todo servicio que se preste en nombre del FNA y/o a través de contratos con terceros, debe incluir la obligatoriedad de dar cumplimiento a la circular externa 052 de la Superintendencia Financiera de Colombia. Igualmente, se deberá conocer y aplicar las políticas, lineamientos y procedimientos definidos en el presente manual que garanticen los deberes y derechos de los consumidores financieros.

En concordancia con lo anterior y de manera gráfica las responsabilidades frente a la implementación del Sistema de Atención al Consumidor Financiero integradas al P-H-V-A para el FNA se pueden resumir en el siguiente gráfico:



3.5. Infraestructura

El FNA, cuenta con la infraestructura física, técnica y el personal que garantiza el adecuado funcionamiento del SAC. Sin embargo, en la medida que aumenten las necesidades de los consumidores financieros en cuanto a cobertura, la entidad validará y modificará la estructura actual con el modelo de servicio más eficiente que tenga como fin mejorar las condiciones en el momento que se requiera.

Adicionalmente se adoptarán medidas que garanticen la adecuación de los espacios físicos que integre un modelo de atención incluyente, según los lineamientos previstos en la política de servicio al ciudadano.

Física: tiene sus instalaciones en Bogotá y cuenta con puntos de atención a nivel nacional.
Técnica: cuenta con acceso para la atención al consumidor financiero de manera presencial, desde la página web, el correo electrónico, la atención telefónica y las redes sociales.
Personal: cuenta con la fuerza comercial y personal en puntos de atención para la prestación del servicio al consumidor financiero.

3.6. Estrategias de capacitación a los funcionarios

El FNA, considerada como un factor clave de éxito para la consecución de los objetivos y metas, el fortalecer las competencias de los colaboradores en cuanto a los valores y principios de la entidad, actualizándolos de forma permanentemente sobre el conocimiento general del FNA, la estructura y el portafolio de servicios ofrecidos, con el fin de incentivar el desarrollo de habilidades y destrezas en el desempeño de las funciones propias de los cargos, permitiendo mejorar el nivel de desarrollo y la creación de una cultura de servicio al interior de la organización

El FNA tiene como principio fundamental, la debida atención, trato justo, protección, respeto y servicio al consumidor financiero, garantizando la atención prioritaria a ciudadanos en condición de discapacidad, así como adultos mayores, mujeres embarazadas, niños, niñas y adolescentes, población en situación de vulnerabilidad, grupos étnicos y minorías.

Bajo este contexto, los elementos que integran el Sistema de Atención al Consumidor Financiero se convierten en un tema estratégico de la capacitación institucional para el Plan Institucional de capacitación, toda vez que esto se fundamenta en la política de servicio, definida por el FNA y será incluido en la temática de los siguientes procesos:

Inducción general:
El objetivo es iniciar a los colaboradores en su integración a la cultura organizacional al sistema de valores de la Entidad, familiarizarlo con el servicio público e instruirlo acerca del direccionamiento estratégico.

Inducción específica:
Se realiza una vez es presentado el nuevo trabajador en el área asignada. El líder del proceso designa un "tutor" que instruye a la persona en cada aspecto necesario para el desarrollo de sus funciones, como evidencia queda el formato seguimiento para inducción especifica GH-FO-124.
Reinducción:
En este espacio se da a conocer los cambios en la estructura, funcionamiento y directrices de la entidad, con miras a mantener la actualización de todo el personal, el mejoramiento continuo en la prestación del servicio y en la cultura organizacional.
Plan institucional de capacitación PIC:
Este plan busca potencializar las competencias de sus colaboradores, su conocimiento técnico (SABER-SABER), su conocimiento práctico (SABER-HACER) y su conocimiento de sí mismo (SABER-SER y SABER ESTAR), permitiéndoles mejorar su desempeño y multiplicar sus capacidades en pro de un aprendizaje integral de los mismos y un retorno de la formación representado en el cumplimiento de los objetivos institucionales.

El **PIC** se encuentra articulado a los lineamientos del Modelo Integrado de Planeación y Gestión MIPG, el Plan Nacional de Formación y Capacitación para el Desarrollo y la Profesionalización del Servidor Público (PNFC), con el fin de fortalecer las capacidades institucionales para el cumplimiento de la estrategia de la Entidad a través de modelos de calidad y control. Así mismo, el PIC responde a las necesidades derivadas del diagnóstico de necesidades de los procesos, la evaluación de desempeño, auditorías internas y los lineamientos estratégicos del FNA.

Estos procesos buscan promover la capacitación continua del talento humano, en cuanto a la actualización sobre la evolución y los cambios de la organización, así como las directrices que se impartan en la política de servicio.

De otra parte y de acuerdo con los lineamientos de la Oficina Comercial y de Mercadeo, a través del grupo de Optimización del Servicio al Cliente, se definirán estrategias de sensibilización que permitan fortalecer una cultura de servicio al consumidor financiero y como mínimo una vez al año, debe realizarse una capacitación y evaluación del SAC.

3.7. Educación al consumidor financiero

Con el fin de brindar una educación financiera permanente, oportuna, clara y actualizada, el FNA realiza un proceso continuo, promoviendo acciones que garanticen finanzas sanas, acertadas y responsables, conocimiento de los beneficios, productos y servicios de la entidad y demás temas relacionados a las necesidades e inquietudes del consumidor financiero en las diferentes regiones del país donde el FNA tiene presencia.

Campañas de comunicación: se desarrolla el contenido de la información que será divulgada de acuerdo con las campañas que se estén promoviendo en el FNA y con el respectivo acompañamiento de las áreas dueñas de la información al interior de la entidad. Esta información es publicada a través de piezas comunicativas en las pantallas digitales instaladas en los puntos de atención a nivel nacional, en las redes sociales y en la página web, buscando la interacción con los usuarios de manera permanente.

FNA Te Enseña: videos de educación financiera cortos en formato de alto impacto en donde se explican desde los conceptos más básicos de educación financiera hasta lo más complejos como UVR. Esta información es publicada a través de las pantallas digitales instaladas en los puntos de atención a nivel nacional y en las redes sociales.

FNA te Enseña Podcast: formato sencillo en audio y video. Conversaciones con invitados especiales que varían desde expertos en temas de finanzas, vivienda y ahorro hasta personas que han logrado la meta de tener casa propia. Esta información es publicada a través de las pantallas digitales instaladas en los puntos de atención a nivel nacional y en las redes sociales.

Blog: contenidos de educación financiera con base en la búsqueda de palabras clave y temas de interés general en el sector financiero. El blog se agregó dentro de los ítems del menú principal. Esta información es publicada en la página web de la entidad.

Sección de Educación Financiera: en la cual se aloja toda la información divulgada a través de los diferentes canales de comunicación con el fin de que nuestros consumidores financieros tengan la posibilidad de consultar cuando lo consideren necesario.

3.8. Información al consumidor financiero

El FNA suministra información cierta, suficiente y oportuna a los consumidores financieros, por medio de los diferentes canales con los que cuenta la entidad, sobre los productos, servicios, costos, derechos y deberes, con el objetivo de prestar una adecuada atención.

Este elemento permite orientar de forma correcta a los consumidores financieros, para que puedan acceder a nuestros servicios de forma fácil. Para dar cumplimiento a lo anterior se tendrán en cuenta los siguientes lineamientos:

Calidad de la información:

Se entiende por información al conjunto de datos organizados que permitan dar a conocer las características de los productos que ofrece el FNA y el trámite que se debe realizar para hacer uso de ellos.

Estrategia de comunicación:

Se divulga información a través de campañas de comunicación para cliente interno y externo de acuerdo con las normativas vigentes, actualizando periódicamente la información publicada en los canales presenciales y no presenciales de la entidad, principalmente de:

- Actualización de información general sobre Puntos de Atención, horarios de atención, canales, productos y servicios, costos, derechos y deberes, atención Derechos de Petición, Defensor del Consumidor Financiero para orientar de forma correcta a los consumidores financieros bajo los lineamientos de Calidad de la información y Estrategias de comunicación.
- Sección de glosario.
- Preguntas frecuentes con el objetivo de orientar en forma clara y precisa sobre diferentes inquietudes y necesidades de los consumidores financieros.
- Recomendaciones generales como espacio informativo en Atención Ciudadana/ Sistema de Atención al consumidor financiero con aspectos de que le permitan y faciliten a los consumidores financieros adoptar decisiones informadas, comprender las características de los diferentes productos y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus respectivos costos o tarifas, sus derechos y obligaciones y los mecanismos establecidos por la normatividad vigente para la protección de sus derechos.

4. ETAPAS DEL SISTEMA DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO.

Definidos los elementos, se identifican a continuación cada una de las etapas del sistema y los aspectos a tener en cuenta para su análisis.

4.1. Identificación:

El FNA da cumplimiento identificando aquellos hechos o situaciones que pueden afectar la adecuada atención, trato justo, protección, respeto y servicio de los consumidores financieros a través del análisis y comportamiento de los siguientes mecanismos:

- Peticiones quejas y reclamos.
- Medición de la satisfacción del cliente de los deferentes canales.
- Reporte de eventos de riesgos según los lineamientos del Manual SARO(GR-MN-SARO).
- Informe de entes de control.
- Resultado de auditorías de Revisoría Fiscal y Control Interno.
- Recomendaciones y sugerencias emitidas por el Defensor del Consumidor Financiero y la Junta Directiva de la Entidad.

4.2. Medición:

El FNA realiza la medición por medio de las siguientes variables:

- Indicadores de Peticiones, Quejas y Reclamos.
- Resultados de las encuestas de medición de satisfacción de los diferentes canales, que permiten identificar si se está cumpliendo en términos de calidad y oportunidad en el servicio prestado a los consumidores financieros.
- Valoración de impacto y probabilidad de ocurrencia de los riesgos relacionados con la debida atención al consumidor financiero de acuerdo con los lineamientos del Manual SARO (GR-MN-SARO).
- Informe estadístico en los diferentes procesos, frente a la atención de los trámites y servicios de la Entidad.

4.3. Control:

El FNA a partir de la identificación y medición determinará acciones preventivas y/o correctivas por parte de las áreas involucradas, para mitigar las situaciones que afecten la adecuada atención, trato justo, protección, respeto y servicio al consumidor financiero, las cuales se asocian como controles a los riesgos relacionados en las matrices de riesgo, de acuerdo con los lineamientos del Manual SARO (GR-MN-SARO).
En el proceso de evaluación de riesgos, se efectúa evaluación de la efectividad de las medidas de control relacionadas en las matrices de riesgo.

4.4. Monitoreo:

Los líderes de los procesos realizan monitoreo periódico del cumplimiento de sus responsabilidades y las de su proceso frente al sistema, con el fin de verificar los resultados alcanzados y las oportunidades de mejora, para esto se desarrollan las siguientes actividades:

- Realizan el análisis de la información resultante de las etapas de identificación y medición para establecer las acciones de mejora requeridas.
- Cumplen las recomendaciones de Revisoría Fiscal y la Oficina de Control Interno que verificarán al menos dos veces al año la ejecución y efectividad de los planes de mejoramiento definidos.
- Efectúan seguimiento de los riesgos de sus procesos que impactan directamente al consumidor financiero y reportan los eventos de riesgos materializados a la URO (Unidad de Riesgo Operacional).

El grupo SARO efectúa seguimiento de los riesgos relevantes para la Entidad, según lo establecido en el Manual SARO (GR-MN-SARO).

5. DEFINICIONES

Consumidor financiero: es todo cliente, usuario o cliente potencial de las entidades sometidas a inspección y vigilancia de la Superintendencia Financiera de Colombia.
Productos y servicios: se entiende por productos, las operaciones legalmente autorizadas que se instrumentan en un contrato celebrado con el cliente o que tienen origen en la Ley. Al hablar de servicios, se refiere a aquellas actividades ligadas al desarrollo de las correspondientes operaciones y que se suministran a los consumidores financieros.
Debida diligencia: las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia deben emplear la debida diligencia en el ofrecimiento de sus productos o en la prestación de sus servicios a los consumidores financieros. Esto con el fin de que estos reciban la información y/o la atención debida y respetuosa, en desarrollo de las relaciones establecidas con ellos, y en general, en el desenvolvimiento normal de sus operaciones. Las entidades vigiladas deberán observar las instrucciones que imparta la Superintendencia Financiera de Colombia, en materia de seguridad y calidad, en los distintos canales de distribución de servicios financieros. (Literal a del artículo 3 de la Ley 1328 de 2009).
Defensoría del Consumidor Financiero: ente de control y vigilancia encargado de consolidar al interior de cada entidad, una cultura de atención y servicio hacia los consumidores financieros, buscando que se les responda la información requerida dentro de los lineamientos establecidos por la Ley.
Educación al consumidor financiero: las entidades vigiladas, las instituciones públicas que realizan la intervención y supervisión en el sector financiero, así como los organismos de autorregulación, procurarán una adecuada educación de los consumidores financieros respecto de los productos y servicios, de la naturaleza de los mercados en los que actúan, de las instituciones autorizadas para prestarlos, así como de los diferentes mecanismos establecidos para la defensa de sus derechos. (Literal f del artículo 3 de la Ley 1328 de 2009).
Manejo adecuado de los conflictos de interés: Las entidades vigiladas deberán administrar los conflictos que surjan en desarrollo de su actividad, entre sus propios intereses y los de los consumidores financieros, así como los que surjan entre los intereses de dos o más consumidores financieros, de una manera transparente e imparcial, velando porque siempre prevalezca el interés de estos, sin perjuicio de otras disposiciones aplicables al respecto. (Literal e del artículo 3 de la Ley 1328 de 2009).

Petición: cuando se solicita acceso a la información pública que la entidad genera, obtiene, adquiere o controla en el ejercicio de su función.
Queja: es la manifestación de protesta, censura, descontento o inconformidad que formula una persona en relación con una conducta que considera irregular de uno o varios servidores públicos en desarrollo de sus funciones
Reclamo: es el derecho que tiene toda persona de exigir, reivindicar o demandar una solución, ya sea por motivo general o particular, referente a la prestación indebida de un servicio o a la falta de atención de una solicitud.
Consulta: cuando se presenta una solicitud para que se exprese la opinión o criterio de la entidad, en relación con las materias a su cargo. Tiempo de respuesta: Treinta (30) días hábiles.
Sugerencia: es la manifestación de una idea o propuesta para mejorar el servicio o la gestión de la entidad.
Felicitación: manifestación por la satisfacción que experimenta un ciudadano con relación a la prestación de un servicio por parte de una Entidad Pública.
Transparencia e información cierta, suficiente y oportuna: Las entidades vigiladas deberán suministrar a los consumidores financieros, información cierta, suficiente, clara y oportuna, que permita especialmente que los consumidores financieros conozcan adecuadamente sus derechos, obligaciones y los costos en las relaciones que establecen con las Entidades vigiladas. (Literal c del artículo 3 de la Ley 1328 de 2009).
Personas en condición de discapacidad: ciudadanos con deficiencias físicas, mentales, intelectuales o sensoriales a largo plazo que, al interactuar con diversas barreras correspondientes a su condición, puedan tener impedimento de participar plena y efectivamente en la sociedad, estando en igualdad de condiciones con los demás. (Artículo 1 Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad. Naciones Unidas, 2006.).
Riesgos: combinación de la probabilidad de que ocurra(n) un(s) evento(s) o exposición(es) peligro(s), y la severidad de lesión o enfermedad, que puede ser causada por el(los) evento(s) o la(s) exposición(es) (NTC-OHSAS 18001).
Riesgo operacional: Es la posibilidad de que la entidad incurra en pérdidas por las deficiencias, fallas o inadecuado funcionamiento de los procesos, la tecnología, la infraestructura o el recurso humano, así como por la ocurrencia de acontecimientos externos asociados a éstos. Incluye el riesgo legal. (Circular Básica Jurídica de la Superintendencia Financiera de Colombia).

6. ANEXOS

- **Anexo uno, normatividad relacionada con el Sistema de Atención al Cliente.**

LA FUNCIÓN ADMINISTRATIVA AL SERVICIO DE LOS INTERESES GENERALES CONSTITUCIÓN NACIONAL ARTICULO 209 **PRINCIPIOS: IGUALDAD, MORALIDAD,EFICACIA, ECONOMÍA, CELERIDAD, IMPARCIALIDAD Y PUBLICIDAD**
SISTEMA DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO – LEY 1328 DE 2009 Y CIRCULAR BÁSICA JURÍDICA DE LA SUPERINTENDENCIA FINANCIERA (C.E. 029 DE 2014). **PRINCIPIOS: DEBIDA DILIGENCIA Y ATENCIÓN, LIBERTAD DE ELECCIÓN, TRANSPARENCIA E INFORMACIÓN CIERTA, SUFICIENTE Y OPORTUNA; RESPONSABILIDAD EN EL TRAMITE DE QUEJAS; MANEJO ADECUADO DE CONFLICTOS DE INTERÉS; EDUCACIÓN PARA EL CONSUMIDOR FINANCIERO; TRATO JUSTO; PROTECCIÓN Y SERVICIO.**
CREACIÓN DEL SISTEMA NACIONAL DL SERVICIO AL CIUDADANO - DECRETO 2623 de julio 2009 **IMPLEMENTACIÓN DE UNA CULTURA DE ATENCIÓN Y PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO**
SISTEMA NACIONAL DE SERVICIO AL CIUDADANO - DECRETO 2363 DE 2009 **POLITICAS, NORMAS PARA MEJORAR LA RELACIÓN DEL CIUDADANO Y LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**
HABEAS DATA – LEYES 1266 DE 2008 (DATOS FINANCIEROS); 1581 DE 2012 (DATOS PERSONALES) Y 2157 DE 2021 (DATOS FINANCIEROS). **POLÍTICAS, REGLAS Y PRINCIPIOS: VERACIDAD, FINALIDAD, CIRCULACIÓN RESTRINGIDA, TEMPORALIDAD, SEGURIDAD, CONFIDENCIALIDAD.**
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES – LEY 1341 DE 2009, LEY 1978 DE 2019. **PRINCIPIOS: PRIORIDAD AL ACCESO Y USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES; LIBRE COMPETENCIA**
POLÍTICA DE RACIONALIZACIÓN, ESTANDARIZACIÓN Y AUTOMATIZACIÓN DE TRÁMITES - LEY 962 DE 2005 **PRINCIPIOS:RESERVA LEGAL DE PERMISOS,LICENCIAS O REQUISITOS, TRÁMITES AUTORIZADOS, INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD, FORTALECIMIENTO TÉCNOLOGICO**
FUNCIÓN ARCHIVÍSTICA DEL ESTADO – LEY 594 DE 2000. **PRINCIPIOS: FINES E IMPORTANCIA DE LOS ARCHIVOS; INSTITUCIONALIDAD E INSTRUMENTALIDAD; ADMINISTRACIÓN Y ACCESO; RACIONALIDAD; MANEJO Y APROVECHAMIENTO DE LOS ARCHIVOS; MODERNIZACIÓN E INTERPRETACIÓN.**
FUNCIÓN ADMINISTRATIVA Y ARTICULACIÓN Y COMPLEMENTARIEDAD DEL SISTEMA NACIONAL DEL SERVICIO AL CIUDADANO CON LOS SISTEMAS DE GESTIÓN, DE GESTIÓN DE LA SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO, DE GESTIÓN AMBIENTAL Y DE SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN LEY 489 DE 1998, LEY 1753 DE 2015, DECRETOS 1083 DE 2015 Y 1499 DE 2017.
CONSEJO NACIONAL DE POLÍTICA ECONÓMICA Y SOCIAL - CONPES 3649 DE 2010 POLÍTICA NACIONAL DE SERVICIO AL CIUDADANO - CONPES 3785 DE 2013 EFICIENCIA ADMINISTRATIVA AL SERVICIO DEL CIUDADANO
EFICIENCIA ADMINISTRATIVA AL SERVICIO DEL CIUDADANO - CONSEJO NACIONAL DE POLÍTICA ECONÓMICA Y SOCIAL - CONPES 3785 DE 2013
NORMA TÉCNICA DE CALIDAD - ISO 9001 DE 2015 - ENFOQUE A LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
CÓDIGO DE GOBIERNO CORPORATIVO E INTEGRIDAD DEL FONDO NACIONAL DEL AHORRO. **PRINCIPIOS Y REGLAS DE ACTUACIÓN CORPORATIVA: TRABAJO EN EQUIPO EFICIENTE; DILIGENCIA, COMPROMISO, JUSTICIA, RESPETO, HONESTIDAD, TRANSPARENCIA CORPORATIVA. MANEJO DE CONFLICTOS DE INTERÉS.**
LEYES DE TRANSPARENCIA, ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA, PROCEDIMIENTOS PARA EL EJERCICIO Y GARANTÍA DEL DERECHO Y LAS EXCEPCIONES A LA PUBLICIDAD – LEY 1712 DE 2014. **PRINCIPIOS: MÁXIMA PUBLICIDAD PARA TITULAR UNIVERSAL DE LA INFORMACIÓN, TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN; BUENA FE; FACILITACIÓN; NO DISCRIMINACIÓN; GRATUIDAD; CELERIDAD; EFICACIA; CALIDAD DE LA INFORMACIÓN; DIVULGACIÓN PROACTIVA Y RESPONSABILIDAD EN EL USO DE LA INFORMACIÓN.**
MECANISMOS DE PREVENCIÓN, INVESTIGACIÓN Y SANCIÓN DE ACTOS DE CORRUPCIÓN Y LA EFECTIVIDAD DEL CONTROL DE LA GESTIÓN PÚBLICA – LEY 1474 DE 2011 Y 2195 DE 2022.
CANALES, MEDIOS, SEGURIDAD Y CALIDAD EN EL MANEJO DE INFORMACIÓN EN LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS FINANCIEROS - PARTE I; TÍTULO II; CAPÍTULO I; CIRCULAR BÁSICA JURÍDICA SFC.

VERSION	FECHA	RAZON DE LA ACTUALIZACION
1	01/Nov/2011	Dar atención a las recomendaciones del Defensor del Consumidor en su informe del 29 de marzo de 2011. Por lo anterior se deroga de versión cero (v00) aprobada mediante acuerdo 1152 del 21 de Diciembre de 2011 y se constituye a versión uno (v1) mediante acuerdo 1167 de fecha 30 de Agosto de 2011.
1	04/Nov/2011	Ajustes de forma a la versión uno (v1) establecida mediante acuerdo 1167 de fecha 30 de Agosto de 2011.
2	28/Jun/2012	Mejoramiento de la implementación del Sistema del Consumidor Financiero en la Entidad y dar atención a las recomendaciones dadas por los Órganos de Control. Por lo anterior se deroga de versión uno (v1) aprobada mediante acuerdo 1167 del 30 de Octubre de 2011 y se constituye a versión dos (v2) mediante Acuerdo 1182 de fecha junio 04 de 2012.
3	26/May/2014	Por lineamientos dictados del PNSC (Programa Nacional del Servicio al ciudadano) mediante documento CONPES 3785 de 2013 "Política Nacional de Eficiencia Administrativa al servicio del Ciudadano"
4	Junio/2016	Se realiza modificación al manual SAC, dados los cambios en los procesos de la Entidad y el plan estratégico, la inclusión de nuevos productos, organigrama con los grupos internos de la Oficina Comercial, implementación de canales de atención no presenciales y se incorpora los temas de sanciones y el manejo de conflictos de interés.
5	Noviembre/ 2018	Se realiza modificación al manual SAC, dados los cambios en los procesos de la Entidad el plan estratégico, el modelo de servicio, organigrama y se incorpora los temas de atención a personas en situación de discapacidad, medición de la satisfacción al cliente.
6	Noviembre/ 2020	Se ajusta el contenido y orden del manual acorde a la circular básica jurídica. Se actualizan los productos. Se actualizan los canales. Se ajusta el modelo de atención acorde a los elementos del SAC. Se actualiza principios y valores de acuerdo con el plan estratégico de la entidad. Elementos, se ajustó de acuerdo a la circular básica Jurídica: • Políticas • Procedimiento (Nuevo, se incorpora PQRS Y MSC) • Documentación • Organigrama y responsabilidades • Infraestructura • Estrategias de capacitación a los funcionarios • Educación al consumidor financiero • Información al consumidor financiero (Nuevo) Se ajustan las etapas de acuerdo a la ejecución y actividades que se realizan en el FNA.
7	Junio/2022	Se realiza actualización del manual SAC, con base en los lineamientos de la circular externa 023 de 2021, y demás cambios realizados al interior de la entidad en sus procesos y procedimientos. Dentro de la actualización se ajusta el contenido de: OBJETIVOS Y DIRECCIONAMIENTO, en cada uno de sus numerales. MODELO DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO en su definición y en productos, canales de atención al Consumidor Financiero y atención preferencial e incluyente. ELEMENTOS DEL SISTEMA DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO en políticas para el servicio al Consumidor Financiero, derechos de petición, organigrama y responsabilidades, estrategias de capacitación a los funcionarios y educación al consumidor Financiero. ETAPAS DEL SISTEMA DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO en identificación y control. DEFICIONES. ANEXOS.

VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA | EMPRESA INDUSTRIAL Y COMERCIAL DEL ESTADO DE CARÁCTER FINANCIERO

fna AHORRO

MANUAL SISTEMA DE ATENCIÓN

AL CONSUMIDOR FINANCIERO – **SAC**

SAC | Sistema de Atención al Consumidor Financiero