

ACUERDO 2028 DE 2014

(septiembre 15)

Diario Oficial No. 49.277 de 17 de septiembre de 2014

## FONDO NACIONAL DEL AHORRO

Por el cual se expide la Versión 3.0 del Manual de Atención al Consumidor Financiero SAC.

LA JUNTA DIRECTIVA DEL FONDO NACIONAL DE AHORRO “CARLOS LLERAS RESTREPO”,

en ejercicio de sus facultades legales y estatutarias y en especial las conferidas en el artículo 12 de Decreto número 1454 de 1998 y Circular número 015 de 2010 de la Superintendencia Financiera de Colombia, y

### CONSIDERANDO:

Que de conformidad con el literal a) del artículo 12 del Decreto número 1454 de 1998 es función de la Junta Directiva del FNA “Formular la política general y los planes y programas del Fondo en cumplimiento de los objetivos, de acuerdo con los lineamientos que trace el Gobierno Nacional”, así como desarrollar aquellas funciones que fije la Superintendencia de Colombia;

Que la Ley [1328](#) de 2009, por lo cual se dictan normas en materia financiera, establece los principios y reglas que rigen la protección de los Consumidores Financieros, en las relaciones con las entidades vigiladas con el fin de brindar atención oportuna, protección y respeto a los Consumidores Financieros;

Que la Superintendencia Financiera de Colombia expidió la Circular número 15 de 2010 por medio de la cual imparte instrucciones respecto del funcionamiento e implementación del Sistema de Protección al Consumidor Financiero, según la cual la obligación a cargo de las entidades debe propender porque: “i) Se consolide al interior de cada entidad una cultura de atención, respeto y servicio a los Consumidores Financieros; ii) Se adopten sistemas para suministrarles información adecuada; iii) Se fortalezcan los procedimientos para la atención de sus quejas y reclamos, y iv) Se propicie la protección de los derechos del Consumidor Financiero, así como la educación financiera de estos”.

Que dentro los elementos mínimos consagrados por la Superintendencia Financiera de Colombia en la Circular número 15 de 2010, con el fin de obtener una efectiva implementación del SAC, se establece a cargo de las Juntas Directivas de las entidades vigiladas la aprobación del Manual Atención al Consumidor Financiero (SAC);

Que mediante Acuerdo de Junta Directiva número [1182](#) de 2012, se aprobó el Manual de Atención al Consumidor Financiero del FNA, Versión 02 del 4 de junio de 2012;

Que en aras de un mejoramiento continuo de nuestra política de atención al Consumidor Financiero, se hace necesario adoptar una nueva versión del Manual SAC que incorpore nuevas políticas y niveles de responsabilidad dentro de la entidad, así como otros aspectos operativos;

En virtud de lo expuesto,

ACUERDA:

ARTÍCULO 1o. Aprobar el Manual de Atención al Consumidor Financiero SAC en el Fondo Nacional del Ahorro, Código GC-MN-SAC, Versión 03.



ARTÍCULO 2o. El Jefe de la Oficina Comercial y Mercadeo del FNA será el encargado de supervisar y coordinar el desarrollo de las actividades relacionadas con el Sistema de Atención al Consumidor Financiero.



ARTÍCULO 3o. La Oficina de Control Interno del FNA, será la responsable de verificar el cumplimiento de lo establecido en el Manual de Atención al Consumidor Financiero.



ARTÍCULO 4o. El presente acuerdo rige a partir de la fecha de su expedición y deroga el Acuerdo número [1182](#) de 2012 y demás normas que sean contrarias.

El presente acuerdo fue aprobado en la sesión de la Junta Directiva número 808 del 12 de mayo de 2014.

Publíquese, comuníquese y cúmplase.

Dado en Bogotá, D. C., a 15 de septiembre de 2014.

El Presidente Junta Directiva,

JOSÉ ALEJANDRO BAYONA CHAPARRO,

La Secretaria Junta Directiva,

ROSANA PEDRAZA SÁNCHEZ.

MANUAL SISTEMA DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO (SAC). VERSIÓN: 03



CÓDIGO: GC-MN-SAC  
FECHA:

CONTENIDO.

Presentación

1. CONTEXTO INSTITUCIONAL

1.1. Principios Valores

2. PRODUCTOS Y SERVICIOS

3. CANALES DE ATENCIÓN

3.1. Canal Presencial

3.2. Canal Impresos

3.3. Canal Telefónico

3.4. Canal Audiovisual

3.5. Canal Electrónico

4. SISTEMA DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO (SAC)

4.1. Objetivo General

4.2. Objetivos Específicos

4.3. Elementos del Sistema de Atención al Consumidor Financiero

4.4. Etapas del Sistema de Atención al Consumidor Financiero

4.5. Ámbito de Aplicación del SAC

5. POLÍTICAS Y CONTROLES DEL SISTEMA DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

7. RESPONSABILIDADES

7.1. Junta Directiva

7.2. Representante Legal

7.3. Órganos de Control

7.4. Líderes de Proceso

8. INFRAESTRUCTURA

9. DOCUMENTACIÓN

10. EDUCACIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO

11. ESTRATEGIAS DE CAPACITACIÓN A LOS FUNCIONARIOS FNA

12. QUEJAS Y RECLAMOS

12.1. Procedimiento de Respuesta de una Queja o Reclamo

13. REQUERIMIENTOS DEL CONSUMIDOR FINANCIERO ANTE EL DEFENSOR DEL CONSUMIDOR FINANCIERO

13.1. Canales de Divulgación del Defensor del Consumidor Financiero

PRESENTACIÓN.

En cumplimiento de la Ley [1328](#) de 2009 y la Circular Externa número 015 de 2010 emitida por

la Superintendencia Financiera de Colombia, el Fondo Nacional del Ahorro realizó la implementación del Sistema de Atención al Consumidor Financiero, estrategia derivada de la ley en la cual se establece una política pública relacionada con el **SERVICIO AL CONSUMIDOR FINANCIERO** que busca, que las entidades vigiladas definan acciones tendientes a consolidar una cultura de atención, respeto y servicio al Consumidor Financiero.

Lo dispuesto en la normativa se convierte en un reto para el Fondo Nacional del Ahorro, al definir las estrategias que permitan hacer operativo y evidenciar en el actuar diario de la entidad, lo previsto por la ley; se trata entonces de mejorar la percepción del Consumidor Financiero, construyendo desde adentro de la organización, una cultura de servicio.

La implementación del Sistema de Atención al Consumidor Financiero, se articula con el Sistema Integrado de Gestión Institucional e integra las directrices definidas por el Programa Nacional de Servicio al Ciudadano, en su modelo de servicio, programa reglamentado mediante Decreto número 2623 de julio de 2009, así como de los demás sistemas o lineamientos que incidan en la prestación del servicio.

Así las cosas, el Sistema de Atención al Consumidor Financiero implementado, contiene los elementos y las etapas orientados a reflejar las políticas y controles adoptados para procurar la debida protección del Consumidor Financiero, 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.

Finalmente este documento debe ser conocido y aplicado por todos los funcionarios de la entidad, sin perjuicio de las sanciones que acarrearía su incumplimiento y especialmente aquellos que desarrollan funciones o actividades relacionadas con la atención de los Consumidores Financieros.

## 1. CONTEXTO INSTITUCIONAL.

El Fondo Nacional del Ahorro (FNA) fue creado por medio del Decreto número [3118](#) de 1968, con el objeto de administrar las cesantías de los empleados públicos y trabajadores oficiales del país; con la expedición de la Ley [432](#) de 1998, se transforma en una empresa industrial y comercial del Estado, de carácter financiero, del orden nacional; lo cual le permitió ampliar su mercado al sector privado. El propósito de la entidad está directamente relacionado con los fines del Estado, en relación al derecho que tienen todos los colombianos de tener una vivienda digna y posibilitar mayor acceso a la educación.

Es así, como el FNA desarrolla una importante gestión en todo el país al contribuir con la disminución del déficit de vivienda y el aumento en el acceso a la educación técnica y superior en Colombia, en cumplimiento de su misión y visión como entidad del Estado, razón por la cual la calidad en el servicio se convierte en factor decisivo de su gestión.

Abordar el concepto de servicio a nivel institucional, hace necesario pensar en la cultura organizacional, como referente de principios, valores, actitudes y comportamientos propios del funcionario del FNA.

En este sentido la cultura organizacional se integra de manera importante con los lineamientos del Sistema de Atención al Consumidor Financiero al propender por la generación de un ambiente de respeto y una cultura de servicio al Consumidor Financiero, principios y valores que

hacen parte del Código de Ética y Buen Gobierno, que se basa en el comportamiento personal y laboral de cada uno de los trabajadores de la entidad.

### 1.1. Principios y Valores

Al definir los principios y valores se establece un marco de referencia que orienta la toma de decisiones de los funcionarios y su actuar frente al servicio al ciudadano; se espera que este marco, sea asumido como el sistema de parámetros básicos para la acción diaria de todos los funcionarios de la entidad.

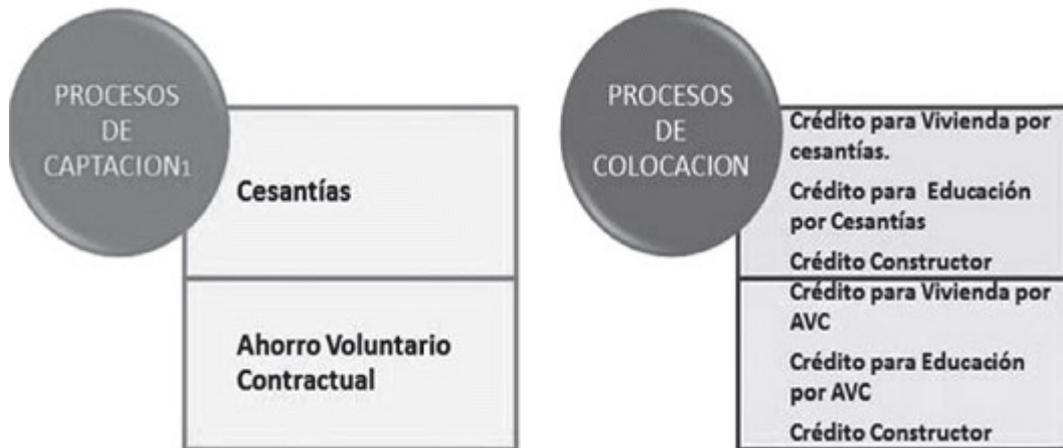
En este sentido, los valores y principios orientados a las interrelaciones, decisiones y prácticas de la función pública de la Administración, se soportan desde la Constitución Política de Colombia.

El siguiente gráfico presenta la integración de las diferentes Políticas de Desarrollo Administrativo y su armonización con los principios de la Ley [1328](#) de la SIFC, las cuales generan una cultura de confianza y respeto hacia el Consumidor Financiero.

<b>SISTEMA DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO</b> <small>SIFC Ley 1328 Circular Externa 015 de 2010</small>				
CONSOLIDAR UNA CULTURA DE ATENCIÓN RESPETO Y SERVICIO AL CONSUMIDOR FINANCIERO				
NORMA TÉCNICA DE CALIDAD .NTCGP . 1000				
ENFOQUE A LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE				
CREACIÓN DEL SISTEMA NACIONAL DE SERVICIO AL CIUDADANO <small>Decreto 2823 de julio 2009</small>				
CONJUNTO DE POLÍTICAS . NORMAS QUE PERMITAN GENERAR ESTRATEGIAS DEFINIR UN ESQUEMA DE SERVICIO				
DEL HABEAS DATA <small>Ley 1268 de 2008</small>				
PRINCIPIOS				
SEGURIDAD . CONFIABILIDAD . INTERPRETACIÓN INTEGRAL DE DERECHOS CONSTITUCIONALES				
PARA USO DE LAS TICs EN EL SECTOR PÚBLICO <small>Ley 1341 de 2009</small>				
PRINCIPIOS				
PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS	DERECHO A LA CONSTITUCIÓN	DERECHO A LA INFORMACIÓN Y A LA EDUCACIÓN	SERVICIO BÁSICOS TICs	MASIFICACIÓN DE GOBIERNO EN LINEA
DE LA POLÍTICA DE RACIONALIZACIÓN ESTANDARIZACIÓN Y AUTOMATIZACIÓN DE LOS TRÁMITES <small>Ley 962 de 2005</small>				
PRINCIPIOS				
TRAMITES AUTORIZADOS	INFORMACIÓN	PUBLICIDAD	FORTALECIMIENTO TECNOLÓGICO	
DE LA FUNCIÓN ARCHIVÍSTICA <small>Ley 594 de 2000</small>				
PRINCIPIOS				
COORDINACIÓN DE LA FUNCIÓN ARCHIVÍSTICA	ADMINISTRACIÓN Y ACCESO	RACIONALIDAD	MODERNIZACIÓN E INTERPRETACIÓN	
DE LA FUNCIÓN ADMINISTRATIVA <small>Ley 409 de 1990</small>				
PRINCIPIOS				
BUENA FE	IGUALDAD	MORALIDAD	ECONOMÍA	IMPARCIALIDAD
EFICACIA	EFICIENCIA	PUBLICIDAD	RESPONSABILIDAD	TRANSPARENCIA
CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA . ARTICULO 209 LA FUNCIÓN ADMINISTRATIVA . ESTA AL SERVICIO DE LOS INTERESES . GENERALES DE LA FUNCIÓN PÚBLICA				
PRINCIPIOS				
IGUALDAD	INTEGRALIDAD	EFICACIA	ECONOMÍA	CELERIDAD
IMPARCIALIDAD	PUBLICIDAD			
CONSEJO NACIONAL DE POLÍTICA ECONÓMICA . Y SOCIAL <small>CONPES 3649 DE 2010 POLÍTICA NACIONAL DE SERVICIO AL CIUDADANO CONPES 3785 DE 2013 EFICIENCIA . ADMINISTRATIVA AL SERVICIO DEL CIUDADANO</small>				

Partiendo entonces de la política pública y los principios de la Ley [1328](#) como referentes, para la implementación del Sistema de Atención al Consumidor Financiero, el FNA, fundamenta su actuar en el **servicio**, como factor clave de éxito de la gestión institucional, ello implica el desarrollo de una gestión articulada, donde el actor principal y a quien van dirigidas las acciones,

es el Consumidor Financiero.



## 2. PRODUCTOS Y SERVICIOS.

A partir de los procesos de captación<sup>[1]</sup> como son las cesantías y el Ahorro Voluntario Contractual, el Fondo Nacional del Ahorro, define su esquema de servicio, el cual inicia desde el momento en que el ciudadano manifiesta su intención de afiliación.

En cumplimiento de su misión y visión el FNA, entiende el servicio como un compromiso con el ciudadano, que implica conocer sus expectativas y atender sus requerimientos; el FNA busca facilitar a través de la prestación del servicio, el ejercicio de los derechos y deberes del Consumidor Financiero. Con el fin de prestar un servicio debidamente planificado, el servicio identifica las siguientes etapas:



Lineamientos de Manual 3.1 de Gobierno en Línea.

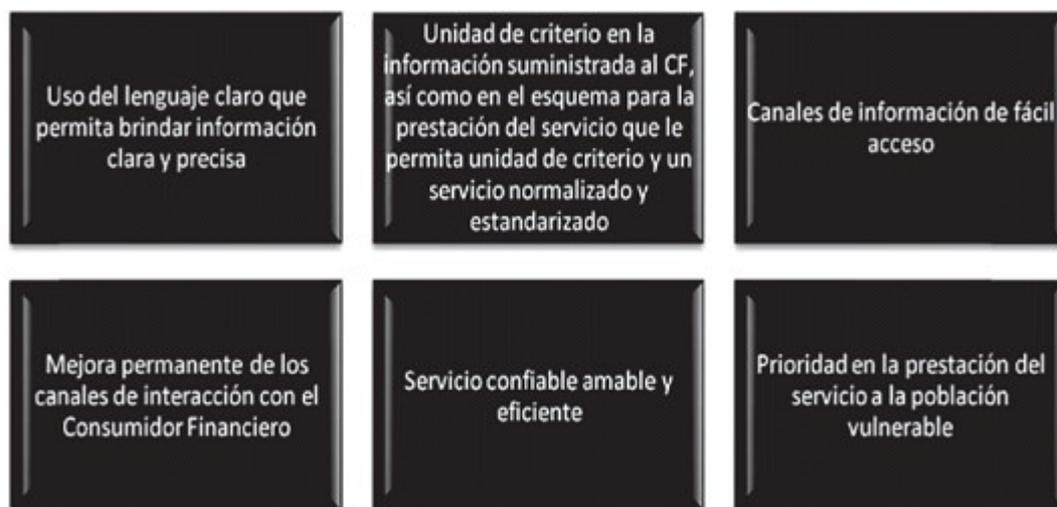
2.1. Preparación para la Atención: Hace referencia a las actividades que la entidad realiza de tipo informativo: comunica características del producto y los requisitos del mismo que le permita al ciudadano-cliente contar con el conocimiento necesario, para que en la etapa de atención no se presenten retrasos que generen al Consumidor Financiero mayores tiempos en el acceso al servicio.

2.2. Atención: Corresponde al desarrollo propio de las actividades necesarias que permitan atender el requerimiento presentado por el Consumidor Financiero.

2.3. Cierre de la Atención: Esta etapa confirma y valida la atención con el Consumidor Financiero, permite evaluar la prestación del servicio e igualmente puede ser entrada para una

nueva etapa de servicio.

El Fondo Nacional del Ahorro, identifica como pilares del servicio:



### 3. CANALES DE ATENCIÓN.

Con miras a garantizar el acceso a los servicios, productos del FNA y buscando fortalecer la comunicación con el Consumidor Financiero, la entidad cuenta con cinco canales de información, los cuales se convierten en puntos de contacto para el suministro de información:

3.1. Canal Presencial: Son aquellos espacios dispuestos por la entidad para que el Consumidor Financiero reciba un servicio de atención presencial que implica el desplazamiento del mismo. Dentro de este tipo de canales se cuenta con:



-- Puntos de Atención: Sitios en los cuales el interesado recibe una asesoría integral y atención personalizada sobre los productos del FNA. Actualmente el Fondo Nacional del Ahorro tiene dispuesto más de 39 puntos de atención a nivel nacional así como puntos empresariales y express para la atención al Consumidor Financiero.

-- Puntos de Autoconsulta: Es una herramienta para el Consumidor Financiero, ubicados en los puntos de atención, que busca prestar una serie de servicios electrónicos tales como: generación de la factura, cambio de clave, consulta de saldos, entre otros.

3.2. Canal Impreso: Hace mención al uso de texto sobre un medio físico para informar al Consumidor Financiero.

-- Publicidad: se realiza a través de diferentes estrategias de información que motive nuevas afiliaciones así como información sobre productos y servicios.

-- Factura: documento que refleja la entrega de un producto o la provisión de un servicio y permite dar información al Consumidor Financiero sobre el estado de su crédito.

3.3. Canal Telefónico: A partir de la funcionalidad de la telefonía fija y móvil se realiza contacto con el Consumidor Financiero.

-- Call Center: A partir de las líneas de atención definidas por el FNA, el Consumidor Financiero obtiene telefónicamente información general del FNA y utilizando la clave de servicios IVR (Interactive Voice Response) accede a información de saldos, valor de la cuota a pagar del crédito, consulta de últimos pagos, entre otros.

3.4. Canal Audiovisual: Combina las ventajas comunicativas del sonido y la imagen.

- Radio: mediante el cual se realizan distintos programas institucionales de los productos y servicios, y se atienden inquietudes sobre los mismos.
- Televisión: medio de comunicación audiovisual en el cual se da a conocer información del FNA, y se presenta en diferentes formatos
- Streaming: transmisión en vivo o por demanda con conexión online.

3.5. Canal Electrónico: La entidad potencializa las nuevas tecnologías para la comunicación dinámica con los Consumidores Financieros a través de internet.

Portal Corporativo: A través de esta dirección [www.fna.gov.co](http://www.fna.gov.co) se puede acceder a la información del Fondo Nacional del Ahorro y algunos de los servicios, tales como el portafolio de servicios, consulta y trámite de empleadores, simuladores de crédito, impresión de formularios de solicitud de productos, información para afiliación por AVC o cesantías, trámite del estado y seguimiento a la aprobación del crédito, entre otros.

-- Chat o Asesor Virtual: El Consumidor Financiero realiza una conversación con un asesor virtual que se encargará de resolver sus inquietudes y brindar la asesoría necesaria.

-- Portal del Estado SUIIT<sup>[2]</sup>: Es un sistema electrónico de administración de información de trámites y servicios de la Administración Pública colombiana que opera a través del portal del Estado colombiano, administrado por el DAFP por mandato legal, en alianza estratégica con el Ministerio de Comunicaciones - Programa Gobierno en Línea.

#### 4. SISTEMA DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO (SAC).

Partiendo del contexto institucional, el Fondo Nacional del Ahorro, atendiendo las directrices de la Superintendencia Financiera de Colombia y el marco general del Programa Nacional de Servicio al Ciudadano, implementa el Sistema de Atención al Consumidor Financiero (SAC) el cual busca la prestación de un servicio eficaz y oportuno a los Consumidores Financieros, del portafolio de la entidad.

El Manual del Sistema de Atención al Consumidor Financiero busca desarrollar un proceso dinámico a partir de la mejora continua, para lo cual estará sujeto a las necesidades y objetivos de la entidad, que permitan ofrecer un adecuado servicio de atención y generar una cultura de respeto y confianza al Consumidor Financiero.

##### 4.1. Objetivo General

Definir los lineamientos que permitan garantizar una adecuada atención y servicio al Consumidor Financiero que permitan consolidar al interior del Fondo Nacional del Ahorro, una cultura de servicio al Consumidor Financiero.

##### 4.2. Objetivos Específicos

- Definir un esquema de servicio y atención al Consumidor Financiero, con el fin de garantizar la continuidad, la disponibilidad y la capacidad de proporcionar un servicio integral a través de los diferentes canales.
- Garantizar información clara, oportuna y actualizada al Consumidor Financiero sobre los productos y servicios ofrecidos por la entidad.

-- Definir las estrategias que permitan llevar a cabo procesos de educación y formación del Consumidor Financiero.

-- Definir procedimientos que permita 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.

#### 4.3. Elementos del Sistema de Atención al Consumidor Financiero

El Sistema de Atención al Consumidor Financiero estará fundamentado en cuatro elementos esenciales: prestación del servicio, calidad de la información, educación financiera y atención a quejas y reclamos, elementos que de forma dinámica permiten incrementar la confianza y mejorar la percepción del servicio del mismo.

4.3.1. 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. La información debe ser clara, oportuna, precisa y actualizada para el Consumidor Financiero.

4.3.2. Prestación del Servicio: Obedece al proceso de atención del Consumidor Financiero desde la preparación, el momento de la atención hasta el cierre de la misma. Lo anterior, debe ser normalizado y estandarizado en todos los canales de atención de la entidad, haciendo uso de un lenguaje claro, servicio confiable, amable y eficiente, donde exista una mejora permanente de los canales de interacción con el Consumidor Financiero en todo el proceso.

4.3.3. Educación Financiera: La educación financiera se conocerá como el proceso continuo y a largo plazo, por medio del cual los Consumidores Financieros de la entidad desarrollan conocimientos y comportamientos necesarios para la protección de sus derechos y la elección de decisiones financieras responsables e informadas de acuerdo a sus necesidades específicas, teniendo presente la creciente complejidad del mercado financiero colombiano.

4.3.4. Atención de Quejas y Reclamos: Herramienta fundamental para detectar los hechos o situaciones que afectan directa e indirectamente a los Consumidores Financieros, permitiendo en consecuencia adelantar acciones de mejora a los procesos de la entidad y solucionar los problemas que se le presenten a los peticionarios.

#### 4.4. Etapas del Sistema de Atención al Consumidor Financiero

Identificados los elementos que se convierten en eje central para el cumplimiento de la política de protección al Consumidor Financiero, se identifican a continuación cada una de las etapas del Sistema y los aspectos a tener en cuenta para su análisis.

Es importante anotar que las fuentes de información para la mejora continua, a partir de los lineamientos del Sistema de Gestión de la Calidad serán los insumos de información para las diferentes etapas del Sistema de Atención al Consumidor Financiero.

4.4.1. Identificación: El FNA identificará todos aquellos hechos o situaciones que pueden afectar la debida atención y protección de los Consumidores Financieros, y que se convierten en fuentes de información para la toma de decisiones, como son:

Comportamiento y análisis de las quejas y reclamos, medición de la satisfacción del cliente,

matriz de riesgos relacionados con el SAC, informe de los entes de control, resultado de auditorías de calidad y auditorías de control interno; igualmente los resultados de actividades relacionadas con el Sistema de Atención al Consumidor Financiero que permitan establecer acciones preventivas y correctivas para el adecuado funcionamiento del mismo.

De igual manera, se tendrán en cuenta todas las recomendaciones y sugerencias emitidas por el Defensor del Consumidor Financiero y la Junta Directiva de la entidad.

4.4.2. Medición: El FNA realizará la medición de la posibilidad y probabilidad de ocurrencia de eventos que afectan la debida atención y protección de los Consumidores Financieros y su impacto en caso de materializarse; basándose en lo identificado en el proceso de peticiones, quejas y reclamos, medición de la satisfacción al cliente y los eventos de riesgo relacionados con el SAC.

Para tal fin se identificarán indicadores que permitan generar información de análisis frente al comportamiento de estos aspectos.

La definición de indicadores buscan medir si se está cumpliendo con la gestión, la calidad en la atención y protección de los Consumidores Financieros; así mismo, el análisis de los resultados permite tomar acciones concretas de mejora o de mantenimiento de los niveles requeridos.

4.4.3. Control: El FNA llevará a cabo el control de los eventos o situaciones que pueden afectar la debida atención y protección de los Consumidores Financieros con el fin de disminuir la probabilidad de ocurrencia. En este sentido, se controlan las siguientes actividades:

– Aplicativo para la gestión documental que controla el trámite realizado a las quejas y reclamos, emitiendo alarmas y mensajes que permitan verificación por tipificación, producto y responsables.

– El proceso de medición de la satisfacción del cliente el cual permite, entre otros, identificar las debilidades y fortalezas en el proceso de atención al Consumidor Financiero permitiendo generar planes de acción que mitiguen las falencias detectadas.

– La matriz de riesgo operativo de cada proceso que permite identificar, medir y controlar el impacto de los riesgos identificados.

4.4.4. Monitoreo: El análisis de los resultados de las etapas anteriores permitirá establecer el impacto que las acciones tendientes a mitigar las desviaciones en la debida atención al Consumidor Financiero; por ello los líderes de los procesos misionales, junto con la Oficina Comercial y Mercadeo, realizarán monitoreos periódicos a fin de verificar los resultados, para esto se desarrollarán las siguientes actividades:

-- Realizar el análisis de la información de las etapas de identificación, medición y control que permitan identificar los potenciales hechos o situaciones que puedan afectar la debida atención y protección al Consumidor Financiero y definir acciones a seguir para mitigar los hallazgos identificados.

De igual forma, los responsables de la ejecución de la etapa de monitoreo son el personal de la Oficina Comercial y Mercadeo y la División Comercial.

#### 4.5. Ámbito de aplicación del SAC

El Manual para la Atención al Consumidor Financiero se aplicará al proceso de servicio y atención que el Fondo Nacional del Ahorro realiza a través de los diferentes canales de atención definidos para la prestación del servicio. Se presenta a continuación el cruce de los elementos del SAC y las etapas del Sistema donde se identifican cada uno de los componentes que permiten su operativización.

## ETAPAS DEL SAC

ELEMENTOS DEL SAC	IDENTIFICACIÓN	MEDICIÓN	CONTROL	MONITOREO
INFORMACIÓN	Informe QR según tipología por cada proceso referida a temas de información que brinda al CF.	Identificación de la matriz de riesgos de que han impactado el SAC, tomando como insumo al la matriz de riesgo operativo.	Actualización de procedimientos. Actualización de asesores comerciales frente a productos y servicios.	de los Análisis de los informes generados en los las diferentes etapas. Identificación del impacto de las acciones adelantadas.
PRESTACIÓN DEL SERVICIO	Información por referidas a prestación servicio.	QR Medición de riesgos operativos del que impactan el SAC.	Informe de los puntos de atención. El Grupo de Optimización del Servicio al Consumidor Financiero realizará	revisión periódica de los protocolos de atención. encuestas periódicas a los coordinadores de los puntos de atención relacionadas con aspectos administrativos, tecnológicos y humanos, que permitan identificar debilidades encontradas en la ejecución de la prestación del servicio, igualmente los resultados se socializarán con las áreas transversales responsables con el fin de que cada aspecto sea mejorado o solucionado en el menor tiempo posible.
EDUCACIÓN FINANCIERA	Medición de satisfacción cliente por proceso.	Medición de Medición de satisfacción al cliente.	Informe puntos de atención.	El Grupo de Optimización del Servicio al Consumidor Financiero hará verificación, aprobación y monitoreo sobre las actividades y planes referentes a la educación financiera desarrollada en cualquier área de la entidad, de no estar funcionando, generará acciones correctivas y preventivas para la misma.
ATENCIÓN DE	Información QR según tipología	Indicadores	Mesas de trabajo bimestrales con el grupo	

<p>QUEJAS RECLAMOS</p>	<p>Y por cada proceso de QR.</p> <p>Análisis histórico del comportamiento de las QR.</p>	<p>responsable de cada área de las QR de los procesos misionales, con el fin de analizar los resultados, socializar los informes presentados por el Grupo de Programación y Monitoreo de los Puntos de Atención, que permita identificar acciones de mejora.</p>
----------------------------	--	--

## 5. POLÍTICAS DEL SISTEMA DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO.

### POLÍTICAS SISTEMA DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO



	Información	Prestación del servicio	Educación financiera	Atención de quejas y reclamos
<p>P O L Í T I C A</p>	<p>Brindar información oportuna, clara, vigente que facilite la toma de decisiones de los Consumidores Financieros desde el momento de manifestar su intención de afiliación FNA.</p>	<p>El Fondo Nacional del Ahorro proveerá todos los recursos necesarios para brindar una asesoría integral y oportuna y eficaz de Consumidor a través de un modelo de servicio estándar por los diferentes canales que se establezcan para tal fin y durante todas las etapas del proceso, y su cumplimiento al principios, normas de atención, y respeto.</p> <p>Igualmente el Fondo Nacional del Ahorro, hará especial énfasis al cumplimiento de lo establecido en la Ley <a href="#">1437</a> de 2011 referente a la “atención especial y preferente cuando se trata de personas en situación de discapacidad, mujeres gestantes o adultos mayores, y en general, de personas en estado</p>	<p>El Fondo Nacional del Ahorro, diseñará y desarrollará actividades de capacitación orientadas a la educación financiera, los referidos a los productos y servicios como los deberes del CF, generando un mayor conocimiento y facilitando así, la toma de decisiones al CF.</p>	<p>El Fondo Nacional del Ahorro será el responsable de gestionar las soluciones definitivas de y de fondo, a las quejas o reclamos que sean presentadas por nuestros Consumidores Financieros; el análisis de las mismas será para la identificación de planes de acción que permitan la mitigación de estas de forma significativa. 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.</p>

de indefensión o de debilidad manifiesta, de conformidad con el artículo [13](#) de la Constitución Política”.

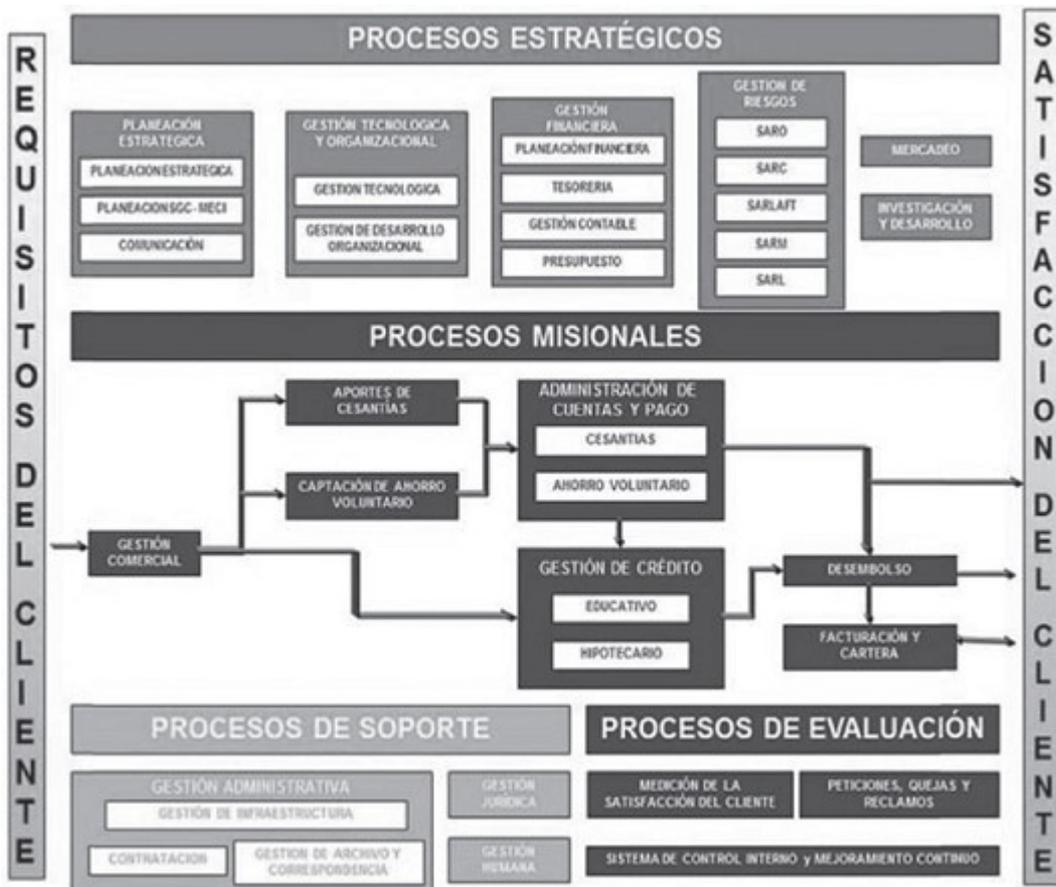
\*Por la cual se expide el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.

\* Por la cual se expide el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.

## 6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

El servicio de atención al consumidor financiero no es exclusivo de un grupo de funcionarios; el servicio se convierte en una responsabilidad de todos los funcionarios del Fondo Nacional del Ahorro, condición necesaria si se pretende consolidar al interior de la organización, una cultura de atención, respeto y servicio al Consumidor Financiero.

La Oficina Comercial y de Mercadeo a través del Grupo de Optimización del Servicio al Consumidor Financiero trazará las directrices de la política de servicio y protección al Consumidor Financiero, la cual debe ser aplicada por todos los funcionarios de la entidad buscando prestar un servicio estandarizado y con unidad de información.



Se presenta a continuación la estructura organizacional de la Oficina Comercial y de Mercadeo.



## 7. RESPONSABILIDADES.

El cumplimiento de las disposiciones establecidas por el sistema de atención al consumidor financiero así como las leyes y regulaciones aplicables al SAC, las políticas, normas y procedimientos definidos en el presente manual son responsabilidad de todos los funcionarios del Fondo Nacional del Ahorro, así como su estricto cumplimiento.

Se presentan a continuación las directrices sobre cumplimiento establecidas en la Circular

Externa número 015 de 2010, emanada de la Superintendencia Financiera de Colombia:

#### 7.1. 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.

#### 7.2. Representante Legal

- a) Diseñar y someter a aprobación de la Junta Directiva o el Consejo de Administración el manual del SAC y sus modificaciones;
- b) Velar por el cumplimiento efectivo de las políticas establecidas por la Junta Directiva o el Consejo de Administración, relativas al SAC;
- c) Establecer las medidas relativas a la capacitación e instrucción de los funcionarios de las áreas involucradas en la atención 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 o al Consejo de Administración, sobre la evolución y aspectos relevantes del SAC, incluyendo, entre otros, las acciones preventivas y correctivas implementadas o por implementar y el área responsable.

#### 7.3. Órganos de Control

En ejercicio de sus funciones, la Revisoría Fiscal y la Auditoría Interna o quien ejerza las funciones de control interno, 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.

Así mismo, los órganos de control deberán 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.

#### 7.4. Grupo de Optimización del Servicio al Consumidor Financiero

Como se presenta en la estructura organizacional, la Oficina Comercial y de Mercadeo, cuenta con el Grupo Optimización de Servicio al Cliente, el cual tiene como finalidad:

-- El diseño, implementación, actualización y evaluación de los sistemas, procedimientos, mecanismos y herramientas que le permitan al FNA y a sus dependencias, el cumplimiento de las políticas internas y externas que garanticen un excelente servicio al cliente, concordantes con el Sistema de Gestión de la Calidad y MECI, el Sistema de Atención al Consumidor Financiero

(SAC), y el Programa Nacional de Servicio al Ciudadano (PNSC), entre otros.

-- Proponer la definición y/o adopción de las normas nacionales sobre estándares de servicio en el Fondo Nacional del Ahorro en cuanto a horarios, tiempos de respuesta y protocolos que se deben aplicar a través de los diferentes canales, teniendo en cuenta los lineamientos del Sistema de Atención al Consumidor Financiero (SAC).

-- Proponer e implementar estrategias y contenidos para la educación del consumidor financiero, mediante la utilización de los diferentes canales de comunicación dispuestos por la entidad.

-- Evaluar periódicamente el desarrollo y actualización de los programas de educación financiera dispuestos por el Fondo Nacional del Ahorro a través de diferentes medios de comunicación, verificando su efectividad y la cobertura alcanzada.

-- Programar y realizar auditorías de servicio a los diferentes canales de atención al cliente, para identificar debilidades y desviaciones del estándar de servicio definido en el modelo de atención a clientes de la entidad.

-- Velar por el adecuado cumplimiento de los derechos y deberes de los consumidores financieros así como proponer, implementar y evaluar acciones de mejora en caso de que no se cumplan.

-- Planear la Medición periódica de la satisfacción del cliente, así como la implementación de mecanismos complementarios que permitan el análisis de información para conocer los niveles de servicio que están recibiendo los afiliados del Fondo Nacional del Ahorro y la ciudadanía en general, a través de los diferentes canales de comunicación.

-- Diseñar e implementar mecanismos de actualización permanente de la información sobre productos y servicios que ofrece el Fondo Nacional del Ahorro, garantizando así la vigencia de los contenidos utilizados para la educación que realiza la entidad a los consumidores financieros, según la estrategia establecida y por los canales dispuestos para tal efecto.

-- Apoyar a las diferentes áreas de la entidad en la aplicación y desarrollo de las etapas y elementos del SAC, según las funciones de cada una de ellas.

-- Realizar el análisis de la calidad de las respuestas e identificar las causas generadoras con el fin de emprender las acciones preventivas o correctivas a que haya lugar.

-- Coordinar, hacer el seguimiento y evaluar el desempeño de la atención y respuesta de las peticiones, quejas y/o reclamos por parte de las áreas de la Entidad, validando que se cumpla la normatividad y los procedimientos diseñados para tal efecto, así como la calidad de las respuestas y los términos definidos por la ley.

-- Verificar el cumplimiento de las políticas del Sistema de Atención al Consumidor Financiero y del Programa Nacional de Servicio al Ciudadano, entre otros, por las áreas a las que les corresponda, principalmente la División Comercial a través de los diferentes canales.

-- Monitorear, evaluar y generar informes periódicos al jefe de la Oficina Comercial y de Mercadeo, sobre la verificación del estado de la infraestructura, manejo de la imagen corporativa y funcionamiento de los puntos de atención a nivel nacional, y la aplicación de los procedimientos y protocolos de servicio al cliente, acorde con los lineamientos del SAC.

- Diseñar y proponer estrategias para difundir y afianzar la cultura de atención y servicio al cliente.
- Informar a la Oficina Comercial y de Mercadeo, y a la Oficina de Control Interno, los hallazgos identificados en procesos internos del FNA, que afectan la prestación del servicio al consumidor financiero, para efectos de gestionar el mejoramiento, de manera articulada.
- Liderar espacios en los cuales se presenten las causas identificadas como generadoras de reclamos sobre el producto y el servicio, y hacer seguimiento de la implementación de planes de acción que allí se formulen, aplicando acciones correctivas y preventivas.
- Realizar análisis integral de los resultados y/o estadísticas de la atención de peticiones, quejas y reclamos, medición de la satisfacción del cliente, niveles de servicio de los canales de atención, y de todos aquellos insumos de información que permitan establecer una visión objetiva del estado del servicio al cliente en el Fondo Nacional del Ahorro.
- Generar y participar en eventos de socialización intersectoriales público-privados en los que se intercambien experiencias sobre el modelo de servicio al cliente con el fin de mejorarlo.
- Incluir las políticas y procedimientos del sistema de atención del consumidor financiero dentro del plan de desarrollo intersectorial que garantice la adecuada adopción del modelo en el sector público de vivienda.

#### 7.5. Líderes de Proceso

Las responsabilidades de los líderes de los procesos al interior del FNA frente al Sistema de Atención al Consumidor Financiero, serán las siguientes:

- Ejecutar y apoyar las medidas relativas a la capacitación e instrucción de los funcionarios de las áreas a su cargo en compañía y apoyo del grupo SAC.
- El líder del proceso de Investigación y Desarrollo de Productos deberá verificar que todo desarrollo de un nuevo producto y/o servicio, cumpla con los lineamientos establecidos en el presente Manual.
- El líder del Proceso de Mercadeo será responsable por que el contenido de las piezas publicitarias y la información utilizada en estas, sea de total entendimiento y fácil acceso para el Consumidor Financiero e igualmente que toda la información allí expuesta se encuentre actualizada, cumpliendo con lo establecido por la Circular Externa número 038 de 2011 de la Superintendencia Financiera de Colombia, sin perjuicio de las observaciones que realicen los diferentes entes de control frente al tema.
- El líder de proceso de Gestión Humana deberá incluir en los procesos de inducción, reducción y capacitación, los contenidos del presente manual, así como la normativa que aplica para su cumplimiento.
- El líder del proceso de Gestión Tecnológica será responsable de garantizar el óptimo funcionamiento, o establecer mecanismos alternativos, sobre los aplicativos, servicios, plataforma tecnológica y de comunicación requeridos para la adecuada prestación del servicio al consumidor financiero.
- El líder del proceso de Desarrollo Organizacional apoyará la elaboración de la documentación

propia del proceso así como su debida actualización buscando en todo momento el mejoramiento de los procesos y procedimientos así como los trámites que de este se deriven.

-- Los líderes de los procesos misionales deberán garantizar el cumplimiento de establecidos en el presente manual que permita el cumplimiento de la política de información y prestación de servicio al Consumidor Financiero.

-- La División Comercial deberá garantizar el cumplimiento de los lineamientos, políticas y procedimientos establecidos en el presente Manual de los Puntos de Atención así como de la fuerza comercial y los canales definidos para la prestación del servicio, que estén a su cargo y relacionados directamente con el servicio de atención al Consumidor Financiero.

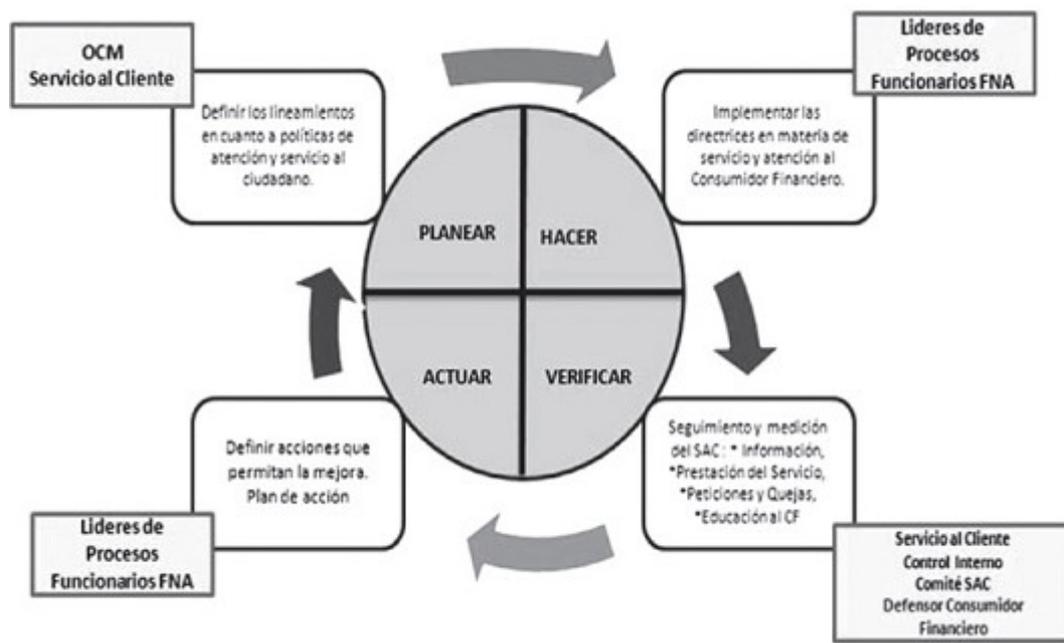
-- El líder del proceso de Gestión Jurídica brindará el debido acompañamiento en los trámites que se surtan ante los entes de control en virtud de los requerimientos que estos realicen, dadas las Peticiones, Quejas o Reclamos de los Consumidores Financieros. Igualmente, se deberá atender los procesos judiciales que surjan en contra de la Entidad en el marco de las disposiciones establecidas en la Ley [1480](#) de 2012 y demás normas complementarias en materia judicial frente a la protección y debida atención al Consumidor Financiero.

El Fondo Nacional del Ahorro, 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 la presente política 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 a través de contratos con terceros, debe incluir la obligatoriedad de dar cumplimiento a la Circular Externa número 052 de la Superintendencia Financiera de Colombia. Igualmente, 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 Fondo Nacional del Ahorro se pueden resumir en el siguiente gráfico para un mayor entendimiento:



## 8. INFRAESTRUCTURA.

El Fondo Nacional del Ahorro, cuenta con la infraestructura física, técnica y el personal que garantiza el adecuado funcionamiento del SAC (Circular Externa número 015 de 2010, expedida por la SFC). Sin embargo en la medida que aumenten las necesidades de los consumidores financieros en cuanto a cobertura, el FNA 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, el FNA adoptará 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 ubicadas sus instalaciones en la ciudad de Bogotá y cuenta con puntos de atención a nivel nacional.

**Técnica:** Cuenta con acceso para la atención al consumidor financiero desde la página web, correo electrónico, atención telefónica, redes sociales, correo y presencial.

**Personal:** Cuenta con la fuerza comercial, para la prestación del servicio al Consumidor financiero.

## 9. DOCUMENTACIÓN.

El FNA documentará, de acuerdo con lo establecido en la Circular Externa número 015 de 2010, expedida por la Superintendencia Financiera de Colombia los aspectos relacionados con la implementación del SAC, teniendo en cuenta para ello la pirámide documental definida en el Manual del Sistema de Gestión de Calidad y deberá garantizar la integridad, oportunidad, confiabilidad y disponibilidad de la información allí contenida. Como mínimo se deberá contar con:

a) El Manual del Sistema de Atención al Consumidor Financiero;

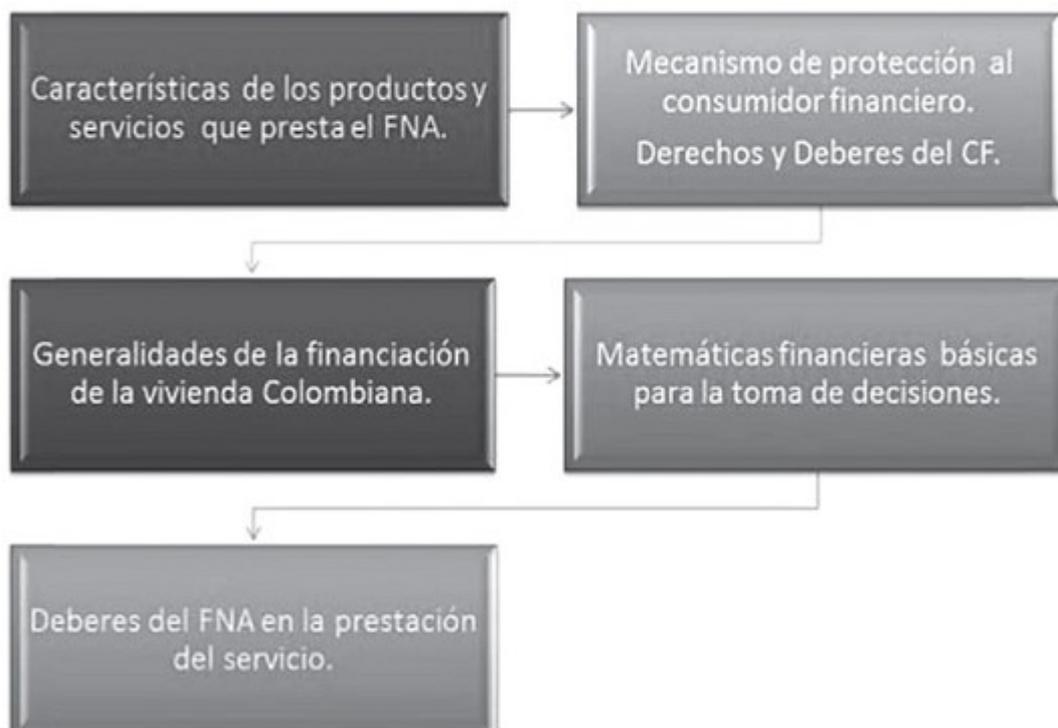
- b) Los procedimientos instructivos y formatos que documenten las acciones del SAC;
- c) Protocolos de servicio.

La documentación que soporte el actuar del Sistema de Atención al Consumidor Financiero deberá ser revisada de forma permanente como un medio de control y actualizada según se requiera.

## 10. EDUCACIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO.

La educación financiera para el FNA se conocerá como el proceso continuo y a largo plazo por medio del cual los consumidores financieros de la entidad desarrollan conocimientos y comportamientos necesarios para la protección de sus derechos y la elección de decisiones financieras responsables e informadas, de acuerdo a sus necesidades específicas y teniendo presente la creciente complejidad del mercado financiero colombiano, todo esto a través de programas educativos e informativos.

En concordancia con la definición adoptada por el FNA, esta se compromete a promover la educación financiera y educar a los consumidores financieros en todas las regiones del país en donde hace presencia la entidad, promoviendo a través de todos los medios posibles, las herramientas necesarias para que adquieran conocimientos financieros sólidos, que faciliten la toma de decisiones.



Para el cumplimiento de la estrategia de educación al consumidor financiero se tendrán en cuenta los lineamientos del Grupo de Optimización del Servicio al Cliente, actividad establecida en la Resolución de creación del grupo.

## 11. ESTRATEGIAS DE CAPACITACIÓN A LOS FUNCIONARIOS FNA.

La capacitación del talento humano es considerada como un factor clave de éxito para la consecución de los objetivos y metas del Fondo Nacional del Ahorro, a través de esta se pretende

fortalecer los valores y principios de la entidad, actualizar de forma permanente a todos los funcionarios sobre el portafolio de servicios, y desarrollar habilidades y destrezas en el desempeño de las funciones propias del cargo, que permitan mejorar el nivel de desempeño de los funcionarios y crear una cultura de servicio dentro de la entidad.

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

**Inducción:** Busca preparar nuevo trabajador para que conozca el contexto institucional a partir de la presentación de cada uno de los procesos que integran la entidad.

**Entrenamiento inicial:** Tiene por objetivo instruir al nuevo empleado frente al desempeño de las actividades asignados de acuerdo con el área asignada.

**Entrenamiento específico:** Tiene por objetivo instruir a profundidad a todos los funcionarios que ejerzan funciones dentro del proceso de gestión comercial para que los mismos a su vez tengan argumentos esenciales para dar información unánime, clara y oportuna basada en las mejores prácticas de servicio al cliente determinadas en el sistema.

**Actualización:** Propende por la capacitación continua del talento humano, para que el mismo esté actualizado en 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 al interior de la entidad una cultura de servicio al consumidor financiero.

## 12. QUEJAS Y RECLAMOS.

La presentación, por parte del Consumidor Financiero, de una queja o reclamo debe ser entendida como el uso de un derecho constitucionalmente consagrado, razón por la cual la respuesta debe cumplir con el tiempo definido y se deberán adelantar las acciones necesarias para resolver cualquier solicitud del consumidor financiero, igualmente deberá atender los lineamientos definidos en el protocolo para canales impresos.

El análisis y seguimiento que se realice sobre las mismas, se convierte en insumo fundamental que permite identificar hechos o situaciones que afectan directa e indirectamente a los consumidores financieros, y sobre los cuales se deberán definir acciones de mejoramiento, previo análisis realizado en reuniones de trabajo con los procesos responsables, que conlleven a la disminución de las mismas.

Para la presentación de las quejas o reclamos, el Consumidor Financiero cuenta con los siguientes canales:

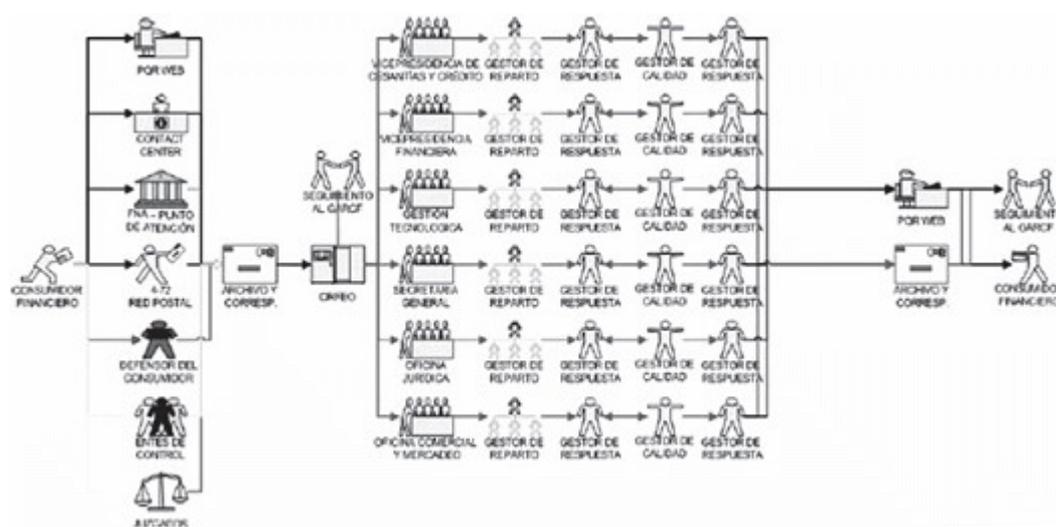
- Radicación en los Puntos de Atención de la entidad
- Portal Web de la Entidad
- Call Center

- Defensor del Consumidor Financiero
- Superintendencia Financiera de Colombia
- Revisoría Fiscal

### 12.1. Procedimiento de Respuesta de una queja o reclamo

A continuación se presenta el procedimiento general para la atención y respuesta a las Peticiones, Quejas y Reclamos, el cual podrá ser modificado de acuerdo a la necesidad del proceso y con miras a su mejoramiento.

Los líderes de los procesos serán los responsables de actuar de forma unificada y coordinada, para atender en debida forma y de calidad aquellas Quejas y Reclamos que requieran la intervención de varios procesos, garantizándose una respuesta y trámite integral, de fondo y unificada, con sus respectivos soportes.



### 13. REQUERIMIENTOS DEL CONSUMIDOR FINANCIERO ANTE EL DEFENSOR DEL CONSUMIDOR FINANCIERO.

El proceso de resolución de requerimientos presentados ante la Defensoría del Consumidor Financiero está regulado en el Decreto número 2555 de 2010, el cual reglamenta la Ley [1328](#) de 2009 la cual establece que las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia, contarán con el Defensor del Consumidor Financiero, figura a través de la cual el Consumidor Financiero tiene derecho a recibir información y acompañamiento para la solución de una queja y /o reclamo. La función principal del Defensor es la de ser vocero de los consumidores financieros ante la entidad.

Las funciones del Defensor del Consumidor Financiero son:

- Efectuar recomendaciones al FNA relacionadas con los servicios y la atención al Consumidor Financiero, y en general en materias enmarcadas en el ámbito de su actividad.
- Atender de manera oportuna y efectiva a los Consumidores Financieros.
- Conocer y resolver en forma objetiva y gratuita para los Consumidores, las quejas que estos le presenten.

- Actuar como conciliador entre los Consumidores Financieros y la entidad.
- Ser vocero de los Consumidores Financieros ante la entidad.
- Proponer a las autoridades competentes, las modificaciones normativas que resulten convenientes para la mejor protección de los derechos de los Consumidores Financieros.

Las decisiones que adopte el Defensor del Consumidor Financiero serán obligatorias cuando, sin perjuicio del trámite conciliatorio que se pueda adelantar de acuerdo con lo señalado en el literal c) del artículo [13](#) de la Ley 1328 de 2009, los Consumidores y el FNA así lo acuerden de manera previa y expresa.

El procedimiento de resolución de quejas y reclamos por parte del defensor del consumidor financiero será documentado teniendo en cuenta el cumplimiento de las directrices establecidas en el Decreto número [2281](#) del 25 de junio de 2010, especialmente las relacionadas en el artículo [50](#), Procedimiento para la Resolución de Quejas o Reclamos por parte de los Defensores del Consumidor Financiero.

### 13.1. Canales de Divulgación del Defensor del Consumidor Financiero

Los diferentes canales definidos por la entidad tanto presenciales como virtuales serán los medios utilizados por FNA, dar a conocer la figura del Defensor del Consumidor Financiero. El FNA y la Defensoría del Consumidor Financiero deberán garantizar que se atienda en forma eficaz, eficiente y oportuna a los Consumidores Financieros de todas las zonas del país, en las cuales el FNA preste sus servicios.

## GLOSARIO

**Consumidor Financiero:** Es todo cliente, usuario o cliente potencial de las entidades vigiladas. De igual manera establece que dentro del concepto de consumidor financiero, se incluye a toda persona que sea consumidor en el sistema financiero, asegurador y del mercado de valores.

**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. Se entiende por servicios aquellas actividades conexas 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, a fin de que estos reciban la información y/o la atención debida y respetuosa en desarrollo de las relaciones que establezcan con aquellas, 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 [30](#) de la Ley 1328 de 2009).

**Defensoría del Consumidor Financiero:** Será una institución orientada a la protección especial de los Consumidores Financieros, y como tal, deberá ejercer con autonomía e independencia las funciones que la ley le ha otorgado (artículo [13](#) de la Ley 1328 de 2009). La Defensoría del Consumidor Financiero no tiene el carácter de función pública (artículo [15](#) de la Ley 1328 de 2009).

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 financieros que ofrecen las entidades vigiladas, 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 conflictos que surjan entre los intereses de dos o más Consumidores Financieros, de una manera transparente e imparcial, velando porque siempre prevalezca el interés de los Consumidores Financieros, sin perjuicio de otras disposiciones aplicables al respecto. (Literal e) del artículo [3](#)o de la Ley 1328 de 2009).

Petición: Es un derecho fundamental consagrado en la Constitución Política de Colombia, el cual le permite a una persona elevar solicitudes respetuosas ante una autoridad pública, ya sea de manera verbal o escrita, por motivos de interés general o particular.

Queja o Reclamo: Es la manifestación de inconformidad expresada por un Consumidor Financiero respecto de un producto o servicio adquirido, ofrecido o prestado por una Entidad vigilada y puesta en conocimiento de esta, del defensor del Consumidor Financiero, de la Superintendencia Financiera de Colombia o de las demás instituciones competentes, según corresponda. (Definición establecida en el literal g) del artículo [2](#)o de la Ley 1328 de 2009).

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](#)o de la Ley 1328 de 2009).

VERSIÓN	FECHA	RAZÓN DE LA ACTUALIZACIÓN
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 número 1152 del 21 de diciembre de 2011 y se constituye a versión uno (v1) mediante Acuerdo <a href="#">1167</a> de fecha 30 de agosto de 2011.
1	04/Nov/2011	Ajustes de forma a la versión uno (v1) establecida mediante Acuerdo número <a href="#">1167</a> 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 número <a href="#">1167</a> del 30 de octubre de 2011 y se constituye a versión dos (v2) mediante Acuerdo número <a href="#">1182</a> de fecha junio 4 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”

\* \* \*

1. Acuerdo 1135 de 2010 Reglamento Cesantías- ID-RP-003- VERSIÓN -01 AVC Acuerdo 1174 de 2011.

2. Sistema Único de Trámites del Estado colombiano. [www.gobiernoenlinea.gov.co](http://www.gobiernoenlinea.gov.co)



Disposiciones analizadas por Avance Jurídico Casa Editorial Ltda.

Normograma del Ministerio de Relaciones Exteriores

ISSN 2256-1633

Última actualización: 31 de diciembre de 2019

