

RCI COLOMBIA S.A. COMPAÑÍA DE FINANCIAMIENTO

**SISTEMA DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO
SAC**

Bogotá, junio de 2015

VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA
DE COLOMBIA

Fecha emisión: 01//06/2015	Fecha Publicación: 01/06/2015	Versión: 7	Página 1 de 17
----------------------------	-------------------------------	------------	----------------

CONTROL DEL DOCUMENTO

ETAPA	NOMBRE	CARGO	DEPENDENCIA	FECHA
Elaboración	Carolina Vásquez	Gerente	Gerencia Tecnología y Operaciones	01/06/2015
Revisión	Juliana Uribe	Gerente	Gerencia Jurídica	15/06/2016
Aprobación	Junta Directiva		Acta Número 01	
Aprobación	Junta Directiva		Acta Número 18	31/01/2018
Aprobación	Junta Directiva		Acta Número 21	26/04/2018
Aprobación	Junta Directiva		Acta Número 34	29/05/2019

CONTROL DE CAMBIOS

VERSIÓN	FECHA VERSIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO	ÁREA / DEPENDENCIA SOLICITANTE
1	01/06/2015	Emisión del documento	Gerencia de Tecnología y Operaciones
2	23/01/2017	En esta segunda versión se realizan los ajustes indicados por el Defensor del Consumidor Financiero	Jefe de Servicio al Cliente
3	28/02/2017	Se aprueban las modificaciones mencionadas en el punto anterior por medio del Acta N°6 del 28 de febrero de 2017	Gerencia Jurídica
4	13/09/2017	Se modifica el área encargada de la administración y operatividad del SAC. Estará centralizada en un área cuya única función será la Atención al Consumidor Financiero en la Gerencia de Marketing.	Jefe de Servicio al Cliente

Fecha emisión: 01/06/2015	Fecha Publicación: 01/06/2015	Versión: 7	Página 2 de 17
---------------------------	-------------------------------	------------	----------------

5	31/01/2018	<p>Se realizan las siguientes modificaciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cambio en la periodicidad del Comité SAC a trimestral 2. Eliminación de los siguientes indicadores: <ol style="list-style-type: none"> a. Número de peticiones, quejas y reclamos presentados y resueltos, evidenciados en los informes de Auditoría Interna y Revisoría fiscal b. Número y causa del retiro de consumidores financieros c. Número de nuevos consumidores financieros vinculados 	Gerente Relación con el Cliente
6	26/04/2018	<p>Se realizan las siguientes modificaciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La periodicidad de la capacitación del SAC será una vez al año 2. La periodicidad de la revisión de las solicitudes y recomendaciones del Defensor del Consumidor Financiero será una vez al semestre 3. De acuerdo con las disposiciones de la Superintendencia Financiera de Colombia, las políticas y procedimientos sobre la atención a los consumidores financieros en situación de discapacidad son incluidas en este Manual 4. De acuerdo con los Estatutos de la Compañía, se modifica la periodicidad del Defensor del Consumidor Financiero y Suplente de dos años a un año 	Gerente Relación con el Cliente
7	29/05/2019	<p>Se realizan las siguientes modificaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se incluyen las nuevas líneas de atención al cliente: <ul style="list-style-type: none"> · Línea móvil 350 318 9889 · Línea fija en Medellín (574) 480 3474 · Línea fija en Bogotá (571) 491 8516 <p>De acuerdo con las recomendaciones recibidas por parte de la Revisoría Fiscal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se modifica el plazo de respuesta de los requerimientos del cliente a 15 días hábiles, alineado con el término definido por la regulación • Se actualiza la medición de los eventos de riesgo con la nueva Matriz de Riesgos implementada para SAC 	Gerente Relación con el Cliente
8	05/07/2019	<p>Se realiza la siguiente modificación:</p> <p>Se homologa a trimestral la periodicidad de seguimiento de los indicadores definidos en la etapa de monitoreo, de acuerdo con la periodicidad del Comité SAC:</p>	Gerente Relación con el Cliente

ÍNDICE

1. OBJETIVO	5
2. ALCANCE	5
3. CONTENIDO.....	5
3.1. Glosario de términos	5
3.2. Elementos del SAC	6
3.2.1. Políticas	6
3.2.2. Procedimientos.....	8
3.2.3. Documentación	11
3.2.4. Estructura Organizacional	11
3.2.5. Órganos de control.....	12
3.2.6. Infraestructura	13
3.2.7. Capacitación.....	13
3.2.8. Educación financiera.....	14
3.2.9. Información al consumidor financiero	14
4. ETAPAS DEL SAC	15
4.1.1. Identificación.....	15
4.1.2. Medición.....	16
4.1.3. Control	17
4.1.4. Seguimiento - Monitoreo.....	18
5. DEFENSORÍA DEL CONSUMIDOR FINANCIERO	18

1. OBJETIVO

El Sistema de Atención al Consumidor Financiero (SAC) de RCI Colombia S.A C.F (en adelante RCI) tiene como objetivo fundamental la creación de una cultura de atención, respeto y servicio al consumidor financiero de la Compañía.

Como objetivos específicos, la Compañía se ha propuesto:

- Establecer el marco adecuado para que la Compañía pueda cumplir con las normas legales vigentes, Ley 1328 de 2009 y todas aquellas que la complementen, adicione o modifiquen, sobre la protección al consumidor financiero.
- Proteger los derechos del consumidor financiero.
- Adoptar sistemas de información brinden información oportuna y eficaz al consumidor financiero.
- Crear y fortalecer los procedimientos del sistema de atención y servicio al consumidor financiero.
- Crear y mantener una base de datos con información relevante acerca de los tipos de peticiones, solicitudes, inquietudes, quejas, reclamos, entre las principales, de los consumidores financieros con el fin de desarrollar e implementar la producción de estadísticas e información necesaria para prevenir, corregir y mejorar el SAC.
- Desarrollar e implementar programas de educación financiera.

2. ALCANCE

El Sistema de Atención al Consumidor Financiero (SAC) será de obligatorio cumplimiento para todos los funcionarios de la Compañía, pero su administración y operatividad estará centralizada en un área cuya única función será la Atención al Consumidor Financiero en la Gerencia de Marketing y ha sido aprobado por la Junta Directiva de RCI.

El presente Código será de aplicación y vinculará a todos los miembros de la Junta Directiva, directivos, administradores y demás empleados de RCI. De igual forma, será de aplicación y vinculará a todos los proveedores o contratistas encargados de la promoción de productos y servicios a través de los diferentes canales que tengan contacto con los consumidores financieros.

3. CONTENIDO

3.1. Glosario de términos

De acuerdo con lo establecido por la norma se definen los siguientes conceptos:

Alta Dirección:

Cliente: persona natural o jurídica con la cual la Compañía establece relaciones comerciales, de origen legal o contractual para el suministro de productos y/o servicios, como parte del desarrollo de su objeto social.

Cliente Potencial: persona natural o jurídica que se encuentra en la etapa de vinculación, sin que todavía haya establecido una relación contractual con la Compañía.

Consumidor Financiero: todo cliente, usuario o cliente potencial de la Compañía.

Gerencia General:

Petición: comunicación del consumidor financiero de la Compañía a través de la cual busca resolver las inquietudes sobre sus operaciones.

Plan Estratégico:

Queja: manifestación de insatisfacción por parte del consumidor financiero de la Compañía, por percepción

negativa de la calidad, oportunidad, del producto y/o servicio ofrecido por ésta.

Reclamo: manifestación de insatisfacción por parte del cliente de la Compañía, ante la afectación negativa en términos económicos de sus cuentas y transacciones.

SAC: Sistema de Atención al Consumidor Financiero con el fin de crear y mantener una cultura de atención, respeto y servicio al consumidor financiero de la Compañía.

Terceros vinculados: personas naturales o jurídicas con las cuales RCI tiene una relación contractual o comercial para proveer servicios y/o desarrollar alianzas estratégicas que permitan a su vez, ofrecer productos y/o servicios a los clientes o consumidores financieros de la Compañía.

Usuario: persona natural o jurídica que utiliza los servicios de la Compañía, sin que medie una relación contractual, esto es, sin ser cliente.

3.2. Elementos del SAC

3.2.1. Políticas

A través de la definición de políticas sobre el Sistema de Atención al Consumidor Financiero (SAC), la Compañía busca propiciar a su interior un ambiente de atención, servicio y respeto a su consumidor financiero, cumpliendo las normas legales vigentes, previniendo y resolviendo los conflictos de interés que pudieren presentarse en la oferta y/o venta de sus productos y en la prestación de sus servicios.

A continuación se señalan las políticas generales sobre el sistema mismo y otras específicas sobre la protección y Atención al Consumidor Financiero así como las relacionadas con el Defensor del Consumidor Financiero de la Compañía.

a) Políticas generales del Sistema de Atención al Consumidor Financiero (SAC)

- La Compañía cumplirá con lo establecido en el marco legal vigente, respecto de la debida atención y protección al consumidor financiero, para lo cual desarrollará las actividades requeridas que le permitan crear y mantener el ambiente de protección y respeto a sus consumidores.
- Dentro del marco señalado, la Compañía llevará a cabo la debida diligencia en el ofrecimiento de sus productos y servicios a los consumidores financieros, velando por que éstos reciban la información completa y clara, y sean objeto de atención respetuosa, desde el establecimiento de su relación con la Compañía.
- Así, la debida diligencia de RCI para con sus consumidores financieros, se concretará en i) información de calidad sobre la oferta de productos y servicios, ii) atención respetuosa y transparente en su relación con ellos.
- La Compañía garantizará una adecuada educación financiera a su consumidor, respecto de la oferta de sus productos y servicios, de forma tal que éstos conozcan la naturaleza de los mismos y puedan identificar los mecanismos establecidos por la Compañía para la defensa de sus derechos. Será política de la Compañía, el incluir en su planeación estratégica anual los programas de educación financiera para sus consumidores.
- RCI brindará a su consumidor financiero información cierta, suficiente, clara y oportuna que les permita conocer sus derechos y obligaciones, así como, los costos asociados a la oferta de productos y servicios de la Compañía. Debido a lo anterior, la Compañía establecerá y desarrollará sus relaciones con sus consumidores financieros, de forma formal mediante contratos en letra clara y legible, informando las condiciones de la relación contractual con los detalles acerca de las características de los productos, derechos y obligaciones del consumidor, derechos y obligaciones de la Compañía, tarifas y precios, medidas para el manejo del seguro del producto o servicio (en los casos en que éste aplique), consecuencias derivadas del incumplimiento del contrato, los mecanismos legales y contractuales para la defensa de los derechos del consumidor financiero, información sobre cobranza prejudicial, instrucciones sobre habeas data y cualquier otra que sea de utilidad para la comprensión de los mismos.

RCI garantizará que las minutas de los contratos se ajusten a derecho, asegurando la exclusión de cláusulas abusivas; para lo cual realizará la revisión correspondiente de conformidad con la normativa legal e instrucciones que sobre el particular imparta la autoridad competente.

b) Políticas específicas sobre la protección y atención al consumidor financiero

- La atención y protección al consumidor financiero será parte integral del plan estratégico de la Compañía y será fundamental en el cumplimiento de su visión y misión institucional.
- La Compañía impulsará la creación de una adecuada cultura de servicio y atención por parte de su personal.
- Los canales de atención al consumidor financiero, contarán con los debidos recursos humanos, físicos y tecnológicos necesarios para brindar un adecuado servicio y atención oportuna.
- La Compañía capacitará periódicamente a sus empleados sobre las novedades de la oferta de productos y servicios, con el objetivo de que éstos puedan brindar información cierta, clara, veraz y oportuna a los consumidores financieros.
- RCI dará a conocer a la totalidad de sus empleados la información del SAC y sus responsabilidades frente a éste. Así mismo, deberá establecer los mecanismos necesarios de actuación frente al incumplimiento de la normatividad vigente sobre la materia y a lo estipulado en el Manual del SAC, en concordancia con el Código de Ética y con el Reglamento Interno de Trabajo.
- Por lo anterior, será deber de la Alta Dirección y de la totalidad del personal de RCI el acatamiento de las normas internas y externas, relacionadas con la protección del consumidor financiero.
- La totalidad del personal de la Compañía propenderá por la satisfacción de las solicitudes y necesidades del consumidor financiero, en correspondencia con los compromisos adquiridos en el momento de realizar la oferta de productos y servicios, dentro del marco de los derechos y obligaciones pactadas con el consumidor financiero.
- La Compañía atenderá de forma clara, completa y dentro de los plazos establecidos, los requerimientos que reciba de sus consumidores financieros.
- RCI velará porque se prevengan y resuelvan los conflictos de interés que pudieren surgir entre los intereses propios y los de su consumidor financiero o entre dos o más grupos de ellos. En la resolución de conflictos siempre deberá prevalecer los intereses de los consumidores financieros sobre los la Compañía y la equidad de ésta respecto de sus consumidores.
- La Alta Dirección de RCI y el área de Atención al Consumidor Financiero, encargada del SAC, deberán realizar un análisis sobre las quejas, reclamos, peticiones y sugerencias recibidas en la Compañía en el Comité de Servicio al Cliente que se realizará trimestralmente, con el objeto de monitorear el estado de las mismas, verificar que hayan sido implementadas las acciones pertinentes de forma oportuna y continua.

c) Políticas de Atención a Clientes con discapacidad, movilidad o funcionalidad reducida

Con el fin de dar cumplimiento a las Circulares Externas expedidas por la Superintendencia Financiera de Colombia (C.E. 052 de 2.007 modificada por la C.E. 042 de 2012 y la C.E. 008 de 2017), RCI Colombia S.A establece las políticas que deben tenerse en cuenta en la atención preferencial a las personas con discapacidad, movilidad o funcionalidad reducida. Lo anterior con el propósito de que su atención se efectúe de forma segura y oportuna, basada en el respeto, y trato digno.

Generalidades en la atención al Consumidor Financiero con discapacidad

RCI Colombia S.A posee diversos canales que nos permiten brindar diferentes tipos de atención a los clientes con discapacidad, movilidad o funcionalidad reducida, así:

- Servicio de Call Center: atención a personas con discapacidad visual.
- Servicios virtuales, movilidad y página web: atención a personas con discapacidad auditiva que saben leer y escribir.

- Los aliados estratégicos podrán atender a nuestros clientes o usuarios, cuyos funcionarios estarán informados sobre la atención a personas con discapacidad, movilidad o funcionalidad reducida, sin embargo, por ser canales de terceros, RCI Colombia no tiene la potestad de efectuar modificaciones en su infraestructura o establecimientos de comercio.

Políticas e instrucciones para la atención al Consumidor Financiero con discapacidad

- Brindar un trato respetuoso, amable y digno, utilizando un lenguaje incluyente y adecuado “persona con discapacidad”, de acuerdo con la condición de la persona con discapacidad, evitando el uso de términos excluyentes.
- Se implementan acciones de Educación Financiera accesibles para personas con discapacidad mediante contenidos desarrollados con la finalidad de ser publicados y difundidos por medio de los diferentes canales, garantizando que contribuyan, entre otros, a la prevención de los riesgos que se deriven de la utilización de productos y servicios.
- RCI Colombia en su página web, en la sección “Consumidor Financiero”, presentará contenidos de Educación Financiera y podrá direccionar a los Consumidores Financieros a los sitios de contenidos de Educación Financiera de entidades gremiales, accesibles para personas con discapacidad, movilidad o funcionalidad reducida. Los contenidos de los programas de educación financiera para personas con discapacidad, serán de fácil entendimiento (claros, suficientes y comprensibles), en la medida en que utilizan herramientas tales como: subtitulación, audio y lenguaje de señas entre otras.
- RCI propenderá por la elaboración de un programa de capacitación interna dirigido a los empleados de la compañía con el fin de darles a conocer las políticas, procedimientos y educación financiera definidos para la debida atención a personas con discapacidad, movilidad o funcionalidad reducida.

3.2.2. Procedimientos

A continuación se señalan los procedimientos que RCI establecerá para llevar a cabo la adecuada implementación y funcionamiento del SAC, la atención de quejas, reclamos y peticiones de los consumidores financieros y la revisión de las solicitudes y recomendaciones formuladas por el Defensor del Consumidor Financiero.

a) Instrumentación del Sistema de Atención al Consumidor Financiero (SAC)

Para la instrumentación de los elementos y etapas del SAC, la Compañía cuenta con el área de Atención al Consumidor encargada de la administración del SAC, en la Gerencia de Marketing, la cual será responsable por el correcto funcionamiento del Sistema y el cumplimiento del objetivo de éste, como es la creación de una cultura de atención, respeto y servicio al consumidor financiero de la Compañía.

Así, además de las políticas directrices del SAC, se desarrollarán e implementarán los demás elementos que lo componen, así como las etapas para la adecuada gestión del Sistema.

En la instrumentación, se tendrán en cuenta la evolución de los controles adoptados, la evaluación y medición de la efectividad del Sistema y la adopción de medidas en caso de que el personal, los administradores y los terceros incumplan el SAC.

Respecto del personal de la Compañía, se implementarán los mecanismos necesarios para conocer la evolución de los controles adoptados, entre ellos:

- Verificaciones aleatorias, por lo menos una vez al mes, de la información recibida en los canales de la Compañía, sobre las condiciones de la oferta de productos y servicios, la información reportada por el Defensor del Consumidor Financiero, las estadísticas de la atención de los requerimientos y solicitudes del consumidor financiero, entre las principales.
- Encuestas de servicio a los consumidores financieros con el fin de establecer la percepción de éstos hacia la atención recibida de parte de los diferentes canales y áreas de la Compañía.
- Conformación de una base de datos con los reclamos, quejas y peticiones recibidas, con el fin de elaborar las estadísticas que le permitan detectar aspectos como la proporción de reclamos, quejas y peticiones resueltas respecto del total presentado, el área o las áreas con mayor número de solicitudes, etc.

- Seguimiento permanente al volumen de requerimientos solucionados, con el fin de revisar el tiempo de respuesta y confrontarlo con el tiempo establecido en las políticas de la Compañía.
- Verificación de la suficiencia y calidad de los recursos necesarios para el adecuado funcionamiento del SAC.

En todos los casos, ante los problemas e inconsistencias encontradas, el área de Atención al Consumidor Financiero, deberá diseñar e implementar planes de mejora en el menor tiempo posible, a través de herramientas como: campañas de sensibilización, campañas de concientización y capacitación a los empleados de la Compañía y en especial de las áreas en las que se detecte el mayor número de requerimientos sin atender oportunamente, y en últimas llevar a cabo una revisión permanente de los procedimientos aplicados para mantenerlos debidamente actualizados y vigentes.

Como parte de la instrumentación se adoptarán las medidas necesarias en caso de que el personal, administradores y terceros incumplan lo estipulado en el SAC, así:

- En caso de incumplimiento, una vez verificada la violación por parte del área de Atención al Consumidor Financiero, ésta deberá darla a conocer a la Gerencia General, con el fin de que ésta decida sobre el tipo de medida disciplinaria o sanción a implementar.
- En todo caso, cuando se trate del personal de la Compañía, se requerirá la asesoría y el acompañamiento de la persona encargada del área de Recursos Humanos y Servicios Generales, con el fin de que se actúe de acuerdo con lo establecido en el Reglamento Interno de Trabajo de la Compañía y en Código Sustantivo de Trabajo, legal y vigente.
- Si la violación a lo estipulado en el SAC proviene de un tercero vinculado con la Compañía, dependiendo del impacto de la violación y de la frecuencia del mismo, se podrá tomar la decisión de terminar el contrato.

Por último, en la instrumentación se considerará la necesidad de llevar a cabo una evaluación y medición permanente de la efectividad del SAC. Para ello:

- El área de Atención al Consumidor Financiero establecerá indicadores de gestión, que serán parte de los mecanismos de seguimiento y control a implementar en dichas etapas de la gestión del SAC.
- Dichos indicadores deberán estar debidamente soportados, documentados y divulgados mediante circulares internas, elaboradas por el área de Atención al Consumidor Financiero para presentación y aprobación de la Gerencia General.
- Así mismo, el área de Atención al Consumidor Financiero deberá elaborar y entregar a la Gerencia General con el fin de que sean de conocimiento de las diferentes áreas involucradas, los reportes sobre el SAC, de forma tal que puedan implementarse los planes de acción pertinentes que permitan corregir las situaciones no deseadas y mejorar los procedimientos existentes, para así prevenir la nueva presentación de los mismos.

b) Atención de quejas, reclamos y peticiones

La atención de quejas, reclamos y peticiones de los consumidores financieros, podrán ser realizadas por éstos a través de los canales comerciales de la Compañía dispuestos para tal fin entre los cuales se encuentran los siguientes:

- **Línea de Atención al Consumidor Financiero**
Celular 350 3189889
Fija en Bogotá (1) 491 8516
Fija en Medellín (4) 480 3474
Línea gratuita nacional 018000411180
- **Correo electrónico**
clientesrci@rcibanque.com

Dependiendo de la complejidad de la petición, queja o reclamo, la respuesta requerirá del visto bueno del área jurídica de la Compañía.

Fecha emisión: 01/06/2015	Fecha Publicación: 01/06/2015	Versión: 7	Página 9 de 17
---------------------------	-------------------------------	------------	----------------

El procedimiento general que se seguirá se describe a continuación:

- Recepción de los requerimientos, a través de los canales señalados. El requerimiento deberá ser debidamente documentado por parte del personal de la Compañía que lleva a cabo la recepción.
- Gestión del requerimiento, con el fin de investigar lo sucedido para poder dar la respuesta adecuada.
- Elaboración de la respuesta clara y sencilla, dentro de los plazos estipulados. Las respuestas a los requerimientos recibidos bajo la figura de derecho de petición, deberán efectuarse dentro del plazo estipulado por la ley, el cual corresponde a 15 días hábiles contados a partir de la fecha de su recepción.
- Seguimiento con el fin de validar la información recibida y entregada y generar las estadísticas necesarias para obtener la información pertinente que soporte los planes de acción y mejora a desarrollar e implementar. Para llevar a cabo de forma adecuada el seguimiento a los requerimientos recibidos, se deberá determinar la criticidad del mismo, considerando especialmente el impacto reputacional que pueda tener sobre la Compañía.
- Si después de iniciado el trámite de la solicitud la Compañía tiene conocimiento de que éste no es de su competencia, dará por terminada su actuación, comunicando inmediatamente de su decisión al consumidor financiero.
- El consumidor financiero podrá desistir de su requerimiento en cualquier momento del trámite, mediante documento dirigido a la Compañía y en ese caso, ésta podrá dar por terminado el trámite, comunicándole de todas maneras la aceptación del desistimiento al consumidor financiero.

Los procedimientos específicos en cada caso, trátese de quejas, reclamos y peticiones, serán desarrollados y divulgados mediante circulares internas, de obligatorio cumplimiento para las áreas y funcionarios en ellas señaladas.

c) Revisión solicitudes y recomendaciones del Defensor del Consumidor Financiero

El área de Atención al Consumidor Financiero, una vez en el semestre, será a su vez la encargada de llevar a cabo la revisión de las solicitudes y recomendaciones del Defensor del Consumidor Financiero, para lo cual se podrá asesorar del área jurídica de la Compañía.

Una vez revisadas las recomendaciones del Defensor del Consumidor Financiero, el área de Atención al Consumidor Financiero, deberá seleccionar y priorizar las que se atenderán, con el fin de desarrollar e implementar las mejoras, de manera oportuna, así como prevenir la presentación de los eventos objeto de recomendaciones.

3.2.3. Documentación

Todos los aspectos relacionados con el SAC deben ser debidamente documentados, de manera que se pueda contar con información íntegra, oportuna y confiable.

La documentación del SAC incluirá:

- El Manual del SAC.
- Las actas de Junta Directiva y de los comités en los cuales se traten los temas del SAC.
- Los informes del área de Atención al Consumidor Financiero al Gerente General.
- Los informes de control, encuestas, sondeos, etc., que evidencien las etapas seguidas en la gestión del SAC.

Las áreas involucradas en el proceso serán las encargadas de dejar evidencias y documentos sobre la gestión adelantada. Una vez surtido el trámite, cada área deberá enviar los documentos al área de Atención del Consumidor quien será la responsable del archivo de la documentación.

3.2.4. Estructura Organizacional

Como parte de la estructura se establecen las funciones y obligaciones generales de las diferentes áreas y las específicas de las principales directamente involucradas en el proceso.

a) Funciones y obligaciones generales

Todo el personal de la Compañía, deberá dar cumplimiento a lo establecido en el Manual del SAC, para ello deberá conocer los elementos del SAC y las etapas seguidas en su gestión. Así mismo, se deberá mantener en todas sus actividades la cultura de atención y servicio al consumidor financiero y la debida diligencia en la relación con éste.

b) Funciones particulares

◆ Junta Directiva

Son funciones de la Junta, respecto del SAC:

- Establecer las políticas relativas al SAC.
- Aprobar el Manual del SAC y sus actualizaciones.
- Pronunciarse respecto de los informes que rinda el Gerente General sobre el Sistema, así como sobre las evaluaciones periódicas de los órganos de control.
- Aprobar los recursos necesarios para mantener el funcionamiento del SAC de forma eficiente y efectiva.

◆ Gerente General (Representante legal principal)

- Diseñar y someter a aprobación de la Junta Directiva el Manual del SAC y sus modificaciones.
- Velar porque las políticas relativas al SAC y establecidas por la Junta se cumplan.
- Aprobar y establecer los programas de capacitación o educación y de información al personal de las áreas involucradas en la atención y servicio de los consumidores financieros.
- Establecer los mecanismos necesarios para realizar un seguimiento permanente del SAC.
- Velar por que los controles del SAC se implementen de forma adecuada.
- Presentar informes periódicos, al menos 1 vez en el semestre, a la Junta Directiva sobre los principales aspectos del SAC, incluyendo los planes de acción de mejoras, las acciones preventivas y las correctivas implementadas o a implementar.
- Designar el área responsable de administrar el SAC.

◆ Área de Atención del Consumidor Financiero (responsable del SAC)

- Coordinar con los responsables de la recepción y atención de los requerimientos del consumidor financiero, las respuestas a las mismas, asegurándose que éstas sean acordes con las políticas internas y se encuentren dentro del marco legal vigente.
- Desarrollar los instrumentos, las metodologías y procedimientos requeridos para administrar efectivamente el SAC.
- Desarrollar el sistema de reportes del SAC, tanto internos como externos sobre el SAC.
- Gestionar cada una de las etapas del SAC.
- Evaluar el impacto de las medidas de control implementadas en el SAC.
- Establecer los mecanismos necesarios para monitorear el SAC, de forma periódica, así como de los planes de acción resultantes.

- Desarrollar los programas de capacitación a implementar en las diferentes áreas de la Compañía y a los terceros vinculados.
- Informar a la Gerencia General sobre la situación del SAC en la Compañía, así como sobre los resultados del tratamiento dado a las quejas, reclamos y peticiones de los consumidores financieros.

3.2.5. Órganos de control

Son órganos de control la Revisoría Fiscal y la Auditoría Interna y sus funciones y responsabilidades respecto del SAC:

a) Revisoría Fiscal (órgano de control externo)

- Evaluar de forma periódica el cumplimiento de cada una de las etapas del SAC, con el fin de detectar las deficiencias y sus causas.
- Elaborar informe semestral sobre las conclusiones obtenidas en el proceso de evaluación del SAC y sobre el cumplimiento de las normas e instructivos, para su presentación a la Junta.
- Dar a conocer a la Junta y al Gerente General los incumplimientos del SAC.

b) Auditoría Interna (órgano de control interno)

- Evaluar periódicamente el cumplimiento de las políticas y procedimientos de cada una de las etapas del SAC, con el fin de identificar las deficiencias y las causas de las mismas.
- Evaluar los planes de acción aplicados a los eventos y situaciones identificadas con impacto negativo en el SAC.
- Elaborar informe semestral para la Junta y para el Gerente General informando sobre el resultado de las evaluaciones realizadas al SAC y el nivel de cumplimiento de las normas e instructivos, por parte del personal involucrado en la gestión.

3.2.6. Infraestructura

La infraestructura física, técnica y el personal necesario para garantizar el adecuado funcionamiento del SAC estarán acorde con el tamaño, actividad y volumen del negocio de la Compañía.

Harán parte de esa infraestructura:

- El área de Atención al Consumidor Financiero.
- La infraestructura en tecnología y los sistemas de comunicaciones y de información que soporten al SAC.
- El área Jurídica, quien brindará el soporte legal requerido.
- El Defensor del Consumidor Financiero, para la atención de quejas, reclamos y peticiones.

3.2.7. Capacitación

Para llevar a cabo la capacitación al personal de la Compañía, los programas a desarrollar se enfocarán en los siguientes temas:

- La razón de ser del SAC, su importancia, los elementos que lo componen y las etapas seguidas por la Compañía para la gestión de la atención al consumidor financiero.
- La existencia del Defensor del Consumidor Financiero, sus principales funciones y procedimientos.

- El conocimiento de las condiciones y características de la oferta de productos y servicios de la Compañía.

Estos programas se realizarán en determinados momentos de la vida laboral del personal de la Compañía, así:

a) Capacitación en la inducción a personal nuevo

Será un programa de obligatorio cumplimiento para todas las personas que se encuentren en etapa de vinculación a la Compañía, independientemente del cargo que vayan a ocupar, en el cual se les presenta el SAC, el marco legal que los soporta, sus elementos, las etapas para la gestión de la Atención al Consumidor Financiero, la existencia y funciones del Defensor del Consumidor Financiero de la Compañía y las características de la oferta de productos y servicios que ofrece la misma, haciendo particular énfasis en los productos y servicios con los que se encontrará vinculado el nuevo empleado.

Adicional a la capacitación de inducción presencial, se podrán realizar programas de instrucción mediante el uso de medios virtuales.

b) Capacitación al personal de la Compañía que se encuentre vinculado

En este caso los programas a difundir serán en su mayoría virtuales, de forma tal que serán objeto de permanente actualización y podrán ser atendidos por el personal objeto de la capacitación desde su sitio de trabajo.

El programa sobre el SAC y sobre el Defensor del Consumidor Financiero, será obligatorio y objeto de evaluación posterior. El resultado de esta evaluación será un elemento a considerar en el momento de aspirar a una vacante de nivel superior dentro de la Compañía.

El programa sobre el papel del Defensor del Consumidor Financiero de la Compañía para el personal de las áreas comerciales, tendrá una mayor duración debido a la mayor profundidad de su contenido.

Por lo menos 1 vez en el año se impartirá el programa sobre el SAC y sobre el papel que tendrá el Defensor del Consumidor Financiero de la Compañía.

c) Capacitación a los terceros vinculados

Especialmente a aquellos que tienen una relación directa con el consumidor financiero de la Compañía se impartirá el programa de capacitación en el SAC y sobre el papel que desempeña el Defensor del Consumidor Financiero en la Compañía.

Las áreas dentro de la Compañía, que tengan la relación con el tercero, serán las responsables de asegurarse de que éstos reciban la capacitación programada por lo menos 1 vez al año, así mismo, serán los responsables de que los temas de esta capacitación se encuentren debidamente actualizados y correspondan a la realidad que vive la Compañía en el día a día de su actividad.

Estas áreas deberán encargarse de las correspondientes evaluaciones sobre el programa impartido, con el fin de validar la eficacia del programa y el logro de los objetivos propuestos con él.

Adicionalmente, el área de Atención al Consumidor Financiero deberá garantizar que en las vinculaciones de terceros, se incluya la obligación de éstos de tomar el programa de capacitación, cuidando de que ésta se imparta tanto a los empleados del tercero ya vinculados con éste, como a los nuevos en etapa de vinculación.

3.2.8. Educación financiera

La educación financiera al consumidor financiero, se considera como el mecanismo fundamental para dar a conocer a éste, las políticas de la Compañía, las características de su oferta de productos y servicios, el tipo de actividad que desempeña y las prácticas de protección y atención a que tiene derecho.

Los mecanismos implementados para llevar a cabo los programas de educación financiera, podrán ser:

- Cartillas, folletos, boletines, volantes y carteleras informativas en la red de sucursales y demás canales utilizados.
- Sitio o página web de la Compañía.

Fecha emisión: 01//06/2015	Fecha Publicación: 01/06/2015	Versión: 7	Página 13 de 17
----------------------------	-------------------------------	------------	-----------------

- Programas y campañas a través de medios masivos de comunicación a nivel nacional, en los sitios en donde la Compañía desarrolle sus actividades.

Algunos de los temas importantes objeto de educación financiera, serán:

- Marco legal de actuación de la Compañía y de su oferta de productos y servicios.
- Las características de esta oferta de productos y servicios, incluyendo las condiciones, los costos y las tarifas.
- Los deberes y derechos de los consumidores financieros y las consecuencias derivadas del incumplimiento de los contratos.
- Los estatutos, reglamentos y contratos de la Compañía.
- Cursos básicos en finanzas.
- La existencia y funciones del Defensor del Consumidor Financiero, con su información de contacto.

Estos programas serán elaborados en lenguaje de fácil comprensión, asequibles a los consumidores financieros, y vigentes en cuanto a su aplicación.

La Compañía adelantará dichos programas de educación financiera de forma directa.

3.2.9. Información al consumidor financiero

La información suministrada al consumidor financiero reviste importancia para la Compañía y por lo tanto se desarrollarán e implementarán mecanismos de información que atiendan los requerimientos y las inquietudes planteadas por éstos.

El procedimiento de información empezará con la recepción del requerimiento por parte de los canales de la Compañía, en donde el consumidor llegare a radicar el documento de solicitud. Una vez recibido el requerimiento se procederá a la gestión de su respuesta, considerando las políticas internas, la normatividad vigente, buscando satisfacer la necesidad de información completa, veraz y oportuna al solicitante.

Algunos requerimientos podrán ser contestados directamente por el área que los recibió, con la revisión del área de Atención al Consumidor Financiero, con el fin de verificar que se cumple con lo establecido en el Sistema. Los que revistan mayor grado de complejidad, requerirán de respuesta por parte de las áreas especializadas en el tema a tratar, generalmente con el visto bueno del área jurídica y la revisión final del área de Atención al Consumidor Financiero.

En cumplimiento de lo establecido en la norma legal, la Compañía publicará en su página de internet, el texto de los contratos estandarizados que utilizará en su oferta de productos y servicios. Esta información será actualizada cada vez que se realicen modificaciones respecto de dichos textos.

Los requerimientos de información que se dirijan al Defensor del Consumidor Financiero de la Compañía, serán tramitados y respondidos por éste, cumpliendo con lo dispuesto en la norma legal vigente en ese momento.

La Compañía estará obligada a informar a los consumidores financieros de la existencia del Defensor del Consumidor Financiero en la Compañía, sus funciones, los procedimientos para la atención de los requerimientos, la obligatoriedad de las decisiones del Defensor del Consumidor Financiero, el tipo de requerimiento que aplica.

El área de Atención al Consumidor Financiero será la encargada de velar por la actualización de la información relacionada con el Defensor del Consumidor Financiero. Así mismo, será la que genere la información que debe actualizarse respecto de los contratos estandarizados y las tarifas vigentes para cada uno de los componentes de la oferta de productos y servicios.

4. ETAPAS DEL SAC

Para llevar a cabo la gestión del SAC, la Compañía seguirá las etapas previstas por la norma legal vigente, como son la identificación de los hechos o situaciones que puedan incidir en la debida atención y protección de los consumidores financieros; la medición de la probabilidad de ocurrencia de los eventos que afecten la atención y protección al consumidor financiero; el control para disminuir la probabilidad de ocurrencia de los eventos con impacto negativo; y el monitoreo para velar porque las medidas adoptadas sean efectivas.

4.1.1. Identificación

Esta etapa busca determinar los eventos o situaciones que puedan afectar la debida atención y protección al Consumidor Financiero, para lo cual se buscará contestar a los siguientes interrogantes: qué puede ocurrir, él por qué ocurre y cómo ocurre.

La identificación incluirá todos los eventos o situaciones de riesgos, estén o no controlados por la Compañía, apoyándose en la técnica de gestión por procesos. La identificación será útil para la gestión del riesgo operativo de la Compañía.

El proceso de identificación será permanente e interactivo, integrado al proceso de planeación estratégica y orientado al cumplimiento de los objetivos establecidos en ésta.

Para identificar los eventos se utilizará la experiencia de las áreas que tengan un contacto directo con el consumidor financiero, los informes o reportes de éstas y del área de Atención al Consumidor Financiero, la consolidación de los eventos ocurridos, la evaluación de los indicadores de gestión que se hayan establecido, entre los principales aspectos.

La información relevante a obtener de las evaluaciones de la información obtenida sobre los procesos es la siguiente:

- ✓ Nombre del Macroproceso relacionado
- ✓ Nombre, objetivo y alcance del Proceso específico
- ✓ Descripción de las actividades del Proceso
- ✓ Riesgos o situaciones encontradas según cada una de las actividades
- ✓ Descripción de los eventos o situaciones encontradas
- ✓ Agentes generadores de los eventos o situaciones
- ✓ Causas de los eventos o situaciones encontradas
- ✓ Consecuencias finales de los eventos o recursos afectados

Los eventos identificados serán registrados en una base de datos sobre eventos del SAC, clasificándolos de de acuerdo con los eventos de riesgo identificados y la matriz de riesgos creada para SAC.

Esta función de identificación de los eventos del SAC será responsabilidad de área de Atención al Consumidor Financiero pero para ello podrá contar con la colaboración de la Gerencia de Riesgos de la Compañía.

4.1.2. Medición

Después de haber sido identificados los eventos que puedan afectar la debida atención del consumidor financiero, se procederá a valorar la probabilidad de ocurrencia de estos y su correspondiente impacto en las utilidades de la Compañía y en el riesgo reputacional de la misma.

Para ello se utilizará las siguientes matrices, soportadas en la metodología de valoración de riesgo operativo, así:

Matriz de probabilidad de ocurrencia del evento:

Nivel	Ponderación	Detalle
3	Alta	POSIBILIDAD ALTA: La expectativa de ocurrencia se da en la mayoría de circunstancias.
2	Media	POSIBILIDAD MEDIA: Puede ocurrir en algún momento.
1	Baja	POSIBILIDAD BAJA: Puede ocurrir solo bajo circunstancias excepcionales.

Fecha emisión: 01//06/2015	Fecha Publicación: 01/06/2015	Versión: 7	Página 15 de 17
----------------------------	-------------------------------	------------	-----------------

Matriz de impacto:

Nivel	Ponderación	Detalle
4	IMPACTO ALTO	Legal: Sanciones económicas de la SFC
		Legal: Demanda del cliente por una cuantía igual o superior al valor del crédito o a sus pretensiones
		Riesgo reputacional o daño de imagen de la entidad a nivel nacional e internacional
		Riesgos de Fraude en general, que afecte alguno de los factores anteriores
		Incumplimiento de las leyes vigentes.
		Riesgos que conlleven a quejas y reclamaciones de clientes
2	IMPACTO MEDIO	Legal: Sanciones administrativas de la SFC
		Legal: Demanda del cliente por una cuantía inferior al valor del crédito o a sus pretensiones
		Riesgo reputacional o daño de imagen de la entidad a nivel nacional
		Asunción de riesgos no deseados por la Entidad
		Riesgos que conlleven a quejas de clientes
		Incumplimientos normativos internos
1	IMPACTO BAJO	Legal: No se generan sanciones de la SFC
		Legal: Conciliación de demanda presentada por el cliente
		No afectación del riesgo reputacional o daño de imagen de la entidad a ningún nivel
		Las consecuencias pueden ser absorbidas en las condiciones normales de operación
		Riesgos de Fraude en general, que afecte alguno de los factores anteriores

Con estas dos matrices se valoran los eventos identificados, para obtener mediante la combinación de ambas, la **Matriz de Afectación del SAC**, así:

POSIBILIDAD	ALTO 3	3	6	12	CRITICIDAD MUY ALTA
	MEDIO 2	2	4	8	CRITICIDAD ALTA
	BAJO 1	2	2	4	CRITICIDAD MEDIA
		IMPACTO BAJO 1	IMPACTO MEDIO 2	IMPACTO ALTO 4	CRITICIDAD BAJA
		IMPACTO			

4.1.3. Control

Una vez identificados y valorados los eventos que afectan a atención y protección al consumidor financiero, se procederá a establecer los mecanismos de control, los cuales se fundamentarán en el tratamiento a aplicar, como puede ser: evitar, **prevenir**, **detectar** o **corregir**.

Para establecer los controles se tendrá en cuenta la evaluación beneficio – costo, se calculará su efectividad teniendo en cuenta el grado de eficacia, esto es, la reducción de la probabilidad de ocurrencia del evento y la eficiencia, esto es, el adecuado uso de recursos o el menor impacto en los resultados de la Compañía.

Los controles a implementar deberán cumplir con ser suficientes, comprensibles, económicos, efectivos y

Fecha emisión: 01//06/2015	Fecha Publicación: 01/06/2015	Versión: 7	Página 16 de 17
----------------------------	-------------------------------	------------	-----------------

oportunos.

Se buscará entonces establecer controles que:

Prevegan: buscando disminuir la probabilidad de ocurrencia de los eventos y por ende su impacto negativo en la atención del consumidor financiero.

Detecten: o sirvan como alarma ante la aparición de hechos que puedan causar impacto negativo y al mismo tiempo sirvan para disminuir la probabilidad de ocurrencia de eventos que afecten la atención del consumidor financiero.

Corrijan: situaciones anómalas, previniendo la ocurrencia de eventos que afecten la atención del consumidor financiero y disminuyan o mitiguen el impacto negativo. Éstos podrán ser controles administrativos, soportados en políticas y procedimientos.

Para evaluar la efectividad de los controles se implementarán los siguientes indicadores:

- ✓ Número de peticiones, quejas y reclamos presentadas y registradas como eventos que afectan la atención del consumidor financiero.
- ✓ Número de requerimientos ante el Defensor del Consumidor Financiero de la Compañía y ante la SFC, interpuestos y resueltos por la Compañía.
- ✓ Número de reclamos favorables y desfavorables, para el consumidor financiero.
- ✓ Resultado de la Matriz de Afectación del SAC.
- ✓ Número de eventos reducidos por los controles aplicados (se validará por medio de encuestas a los involucrados).

4.1.4. Seguimiento - Monitoreo

El monitoreo, se soportará en la necesidad de detectar y corregir las deficiencias en el SAC. Será realizado por lo menos una vez en el semestre.

Consistirá en la revisión de los procesos involucrados para asegurar que los controles han sido eficientes y apropiados. Para el seguimiento o monitoreo se definirán igualmente indicadores referentes a los niveles de peticiones, quejas y reclamos, con el fin de desarrollar planes de acción para dar tratamiento a las situaciones identificadas.

Algunos de los indicadores que serán usados en la etapa de monitoreo (por lo menos trimestralmente), son:

- Número de requerimientos recibidos
- Número de respuestas enviadas y el tiempo tomado para realizarlas

Para el seguimiento efectivo de estos indicadores, se establecerán metas de cumplimiento las cuales serán definidas con los responsables de los procesos involucrados.

El seguimiento será trimestral, por parte del área de Atención al Consumidor Financiero, la cual deberá generar el informe correspondiente, identificando las causas de la afectación de los resultados. Este informe deberá ser presentado a la Gerencia General.

Para poder definir el plan de acción a seguir en cada caso, se realizarán reuniones trimestrales con los responsables de los procesos, al mismo tiempo que por parte del área de Atención al Consumidor Financiero, se hará el seguimiento mensual a las medidas de tratamiento adoptadas.

El registro de eventos, la valoración de los indicadores definidos e instrumentados, los reportes o informes sobre los controles y el monitoreo, permitirán a la Compañía llevar a cabo una adecuada gestión al SAC así como producir y mantener estadísticas sobre la tipología de los requerimientos que realizan sus consumidores financieros.

5. DEFENSORÍA DEL CONSUMIDOR FINANCIERO

- RCI contará con su Defensor del Consumidor Financiero, principal y suplente, designados para un período de un (1) año, por la Asamblea General de Accionistas.

- La información relacionada con el Defensor del Consumidor Financiero será publicada en los canales y redes utilizados por la Compañía, así como en la página web y en los extractos de su oferta de productos y servicios.
- La Compañía contará con un área encargada de recibir peticiones y tramitar las quejas, reclamos y sugerencias de sus consumidores financieros.
- La Alta Dirección deberá velar porque el área de Atención al Consumidor Financiero, encargada de la administración del SAC, instruya de manera oportuna, clara y suficiente al personal de la Compañía sobre los procedimientos y demás aspectos relevantes relacionados con el Defensor del Consumidor Financiero de la Compañía.
- Las solicitudes que dirija a la Compañía el Defensor del Consumidor Financiero deberán ser atendidas por el área de Atención al Consumidor Financiero y contar con el visto bueno del área Jurídica de la Compañía, antes del envío de las respuestas.
- Las recomendaciones y propuestas que formule el Defensor del Consumidor Financiero, en el ejercicio de sus funciones, deberán ser revisadas y evaluadas, al menos una vez en el semestre, por la alta dirección de la Compañía, con el fin de incorporar las mejoras a los procesos.
- RCI, incluirá dentro de la información a suministrar a sus consumidores financieros los mecanismos que posee el Defensor del Consumidor Financiero para la defensa de éstos.