

Estrategia de Atención al Ciudadano



ifc

INSTITUTO FINANCIERO DE CASANARE

Con paso firme apoyamos tus proyectos

TABLA DE CONTENIDO

Contenido

INTRODUCCIÓN	3
1. INFORMACIÓN INSTITUCIONAL.....	4
1.1. MISIÓN	4
1.2. VISIÓN	4
1.3. PRINCIPIOS.....	4
1.4. FUNCIONES INSTITUCIONALES	5
1.5. POLÍTICA DE CALIDAD	6
1.7. NATURALEZA JURÍDICA.....	7
1.8. MAPA DE PROCESOS.....	7
1.9. ESTRUCTURA ORGÁNICA.....	8
2. PROCESO DE ATENCION AL CLIENTE Y COMUNICACIONES.	9
2.1. DIRECTORIO INTERNO.....	10
2.2. POLÍTICAS DE COMUNICACIONES	12
2.3. Objetivos específicos:	13
3. CARTA DE TRATO DIGNO AL CIUDADANO	13
4. PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	17
5. ESTRATEGIA DE ATENCIÓN Y SERVICIO AL CIUDADANO DEL IFC.....	18
5.2. POLITICA INSTITUCIONAL DE ATENCIÓN Y SERVICIO AL CIUDADANO DEL IFC.....	19
6. PROTOCOLO DE ATENCIÓN Y SERVICIO AL CIUDADANO.....	20
6.1 Política: manejo de la información pública o externa	20
6.2 Medios de comunicación publica.....	20
6.3 CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA	21
6.7 CONSIDERACIONES GENERALES DEL SERVIDOR PÚBLICO PREVIAS A LA ATENCIÓN.....	30
6.8 CONSIDERACIONES GENERALES PARA LA ATENCIÓN DE SITUACIONES DIFÍCILES	31
7. SEGUIMIENTO A PQRS Y EVALUACIÓN DE SATISFACCIÓN ATENCIÓN AL CIUDADANO	31

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Canales de información	17
Tabla 2. Directorio del IFC	17
Tabla 3. Normatividad.....	29

INTRODUCCIÓN

El Instituto Financiero de Casanare tiene como misión fomentar el desarrollo económico y social del Departamento de Casanare, a través de la prestación de servicios financieros, empresariales y gestión de proyectos; contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida y satisfacción de nuestros clientes, con responsabilidad social y ambiental.

En consecuencia, cada servidor público de la entidad, cumple un papel fundamental en el servicio al ciudadano, dado que sus acciones y actitudes son la imagen de la institución frente a la ciudadanía, siendo nuestro objetivo Satisfacer oportunamente las necesidades de nuestros clientes, por lo que la atención al ciudadano contempla cinco etapas:

- **La relación con el ciudadano**, la cual contempla su conocimiento, el cual permitirá establecer qué tipo de ciudadano es, sus necesidades, expectativas, anhelos y aspiraciones; que impliquen el mejoramiento de su calidad de vida y la percepción que tenga de la Entidad.
- **La modernización y adecuación de infraestructura física para el buen servicio**, que permita a los ciudadanos tener comodidad y facilidad en la gestión de sus trámites y servicios;
- **La creación de espacios, sistemas y tecnologías** que permitan al ciudadano participar en la decisiones que toma la Entidad y retroalimentarla, realizar control y seguimiento a sus inquietudes, con un proceso de comunicación integral;
- **La revisión constante de los procedimientos** de acuerdo a los servicios demandados por el ciudadano.
- **La profesionalización por competencias en el servicio**, para los servidores públicos que tengan algún contacto con el ciudadano, como requisito base de la calidad en los productos ofrecidos por la Entidad.

El sector público es un segmento del mercado en el cual con frecuencia se observan inconsistencias en el servicio que se presta a la ciudadanía, situación que se traduce en insatisfacción de las necesidades y requerimientos por parte del grupo de interés. Sin embargo, uno de los fines esenciales del Estado Colombiano es servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución.

Como entidad pública el servicio al ciudadano efectivo y oportuno es uno de los ejes fundamentales en la planeación de las actividades al entender el servicio como un proceso transversal que implica el trabajo coordinado e integrado de cada uno de los grupos de valor para la organización y por ende se debe propender porque las expectativas de los clientes se cumplan; lo cual redundará en que la organización tenga un cliente satisfecho y que estará dispuesto a dar una opinión positiva de la institución.

En este contexto, las entidades deben orientar sus acciones hacia la mejora continua de sus procesos internos, procurando que el resultado de su gestión satisfaga las expectativas de los ciudadanos, donde la calidad del trabajo, la entrega y el sacrificio de los servidores públicos permitan la optimización de los recursos, con el fin garantizar la excelencia en el servicio a la ciudadanía.

1. INFORMACIÓN INSTITUCIONAL

Razón social: Instituto Financiero de Casanare – IFC
Dirección comercial: Carrera 13 c No. 9-91
Sector económico: Público - Financiero
Actividad principal: Financiamiento y operación de proyectos.
Tipo de empresa: Pública
NIT: 800.221.777-4

1.1. MISIÓN

En el IFC fomentamos el desarrollo económico y social del Departamento de Casanare, a través de la prestación de servicios financieros, empresariales y gestión de proyectos; contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida y satisfacción de nuestros clientes, con responsabilidad social y ambiental.

1.2. VISIÓN

En el 2023, seremos una entidad líder en financiación y gestión de proyectos productivos en la región, con sostenibilidad financiera, eficiencia, calidad en el servicio y un equipo humano competente y comprometido

1.3. PRINCIPIOS

Son el conjunto de atributos o cualidades positivas para la entidad, definidos dentro de la planeación estratégica y alineados con las directrices y objetivos. Estos son los elementos culturales que apoyan la estrategia, facilitan conseguir una “visión compartida” y se han interiorizado en las competencias de los servidores públicos.

El IFC cuenta con un manual de gobierno corporativo el cual incluye la estructuración del Código de Ética, en el cual se definen los principios éticos de IFC”.

Competitividad: Tenemos la capacidad de ofrecer productos y servicios en las mejores condiciones para nuestros clientes.

Responsabilidad social: Nuestros recursos siempre están orientados a satisfacer las necesidades y expectativas de la comunidad cuidando y preservando el entorno.

Trabajo en Equipo: Los aciertos y desaciertos son una responsabilidad compartida por funcionarios y directivos. Por ello, en nuestro trabajo buscamos el intercambio de ideas, experiencias y acciones armonizadas para lograr mejores resultados.

Calidad: Entendemos la calidad en términos de: Capacidad de gestión: Nuestras

actuaciones son producto de la investigación, el análisis y el desarrollo tecnológico.

Cumplimiento: Realizamos todas las actividades acordadas con nuestros clientes.

Oportunidad: Prestamos los servicios y ejecutamos los proyectos en los términos requeridos por el cliente.

Liderazgo institucional: Nuestro conocimiento del desarrollo empresarial y regional, nos permite intervenciones de alto impacto en el departamento y tener una participación activa e incidir en las decisiones de las instituciones que actúan en estos campos.

Rentabilidad: Las decisiones a cerca de nuestro actuar, se toman considerando que el retorno de las inversiones debe posibilitar beneficios sociales a la comunidad.

1.4. FUNCIONES INSTITUCIONALES

De acuerdo a lo establecido en los estatutos de la entidad, son funciones del Instituto Financiero de Casanare las siguientes:

- a) Conceder préstamos a interés y con garantía para los proyectos previstos en su objeto, de acuerdo con las reglamentaciones establecidas por la Junta Directiva y el manual de crédito de la entidad, en los siguientes términos:
 - proveer de recursos a los contratistas del sector público, mediante el endoso de las actas de obras ejecutadas o facturas de servicios prestados.
 - proveer de recursos a los clientes del Instituto destinados a programas de desarrollo y proyectos de inversión que tenga por objeto el desarrollo de actividades definidas dentro de los sectores: agropecuario, empresarial, turismo, sector público, al igual que los proyectos contemplados en el Plan de Desarrollo del Departamento.
 - proveer de recursos a través de libranza a funcionarios del IFC para libre destinación.
 - proveer de recursos a los clientes del Instituto, a través de crédito de fomento que tenga por objeto el desarrollo de actividades definidas dentro de los sectores: agropecuario, empresarial, turismo, al igual que los proyectos contemplados en el Plan de Desarrollo del Departamento.
- b) Realizar operaciones de redescuento ante los organismos de carácter oficial o mixto, nacionales o internacionales.
- c) Celebrar con establecimientos de crédito vigilados por la Superintendencia Financiera de Colombia o con Institutos de Desarrollo Regional, préstamos a corto plazo con el fin de atender necesidades transitorias de liquidez dentro de los parámetros establecidos por las normas legales vigentes.
- d) Prestar diversos servicios de asesoría y cooperación técnica y financiera a las entidades territoriales del departamento y sus entes descentralizados, para el cumplimiento de su objeto.
- e) Garantizar obligaciones de entidades de derecho público del territorio departamental promotoras de diferentes obras públicas, condicionando previa o simultáneamente las garantías suficientes a favor del Instituto.
- f) Obtener descuentos de sus acreencias y tramitar redescuento de las mismas.

- g) Adquirir, administrar, enajenar, gravar, arrendar y limitar el derecho de dominio de bienes de toda naturaleza, cuando fuere necesario o conveniente a sus fines, asegurar el mantenimiento y velar por la seguridad de los bienes de su propiedad.
- h) Administrar eventual y transitoriamente, obras y/o empresas cuando por razón de los contratos celebrados, se requiera para preservar sus intereses y participar transitoriamente en estas últimas, cuando las condiciones así lo exijan.
- i) Aceptar auxilios, donaciones y asignaciones testamentarias que entidades o personas quieran dar o hacer en relación con obras o inversiones de desarrollo para el Departamento, a solicitud de tales entidades o personas.
- j) Prestar a los usuarios de crédito servicios técnicos de capacitación, asesoría y apoyo, directamente o mediante los sistemas y mecanismos que se determinen en los manuales de crédito, bajo estos mismos parámetros se supervisarán proyectos o programas a los cuales se destinen los recursos crediticios sin que implique interventoría por parte del Instituto, ni compromete su responsabilidad en la ejecución del proyecto.
- k) Ejecutar una labor permanente de interacción con las entidades que en el ámbito nacional, regional, departamental y municipal propicien en forma directa el desarrollo con el fin de coordinar y cooperar en los programas que interesen al Departamento y a los municipios.
- l) Motivar a las administraciones municipales, departamentales, regionales y nacionales, al igual que a los Concejos de los municipios del departamento o de la región, para que a través de la aplicación de las diferentes herramientas existentes como la capacitación, la investigación, las alianzas; entre otras que logren identificar sus necesidades financieras y de inversión y una mayor tecnificación que conlleve al desarrollo de sus vocaciones productivas. Así mismo, prestarle su colaboración cuando lo juzgue conveniente.
- m) Coadyuvar con el Gobierno Departamental en la ejecución de los planes, políticas y programas de desarrollo integral trazados por el Departamento y desarrollar todas aquellas operaciones que se encuentren dentro del giro ordinario de sus negocios, al igual que aquellas que a juicio de la Junta Directiva, le permitan realizar a cabalidad su objetivo.
- n) Celebrar contratos o convenios dentro del giro ordinario de sus actividades y que en todo momento le permitan el cumplimiento cabal de su objetivo.
- o) Recibir y mantener los recursos destinados por la Nación, el Departamento y los Municipios al funcionamiento o a la ejecución de obras, planes, proyectos y programas hasta tanto se requieran para efectuar su inversión por la entidad destinataria de los mismos, de acuerdo con los parámetros legales.
- p) Administrar los proyectos de Asociaciones Público-Privadas (APP) que realicen los clientes que conforman su población objetivo, de acuerdo con lo establecido en el artículo 37 de la Ley 1508 de 2012.
- q) Estimular, apoyar y acompañar la incubación, creación y desarrollo de empresas productivas a través de la aplicación de diferentes herramientas administrativas como capacitación, asesoría técnica, otorgamiento de incentivos y demás aspectos que le permitan incidir en la potencialización de la vocación productiva del departamento.

1.5. POLÍTICA DE CALIDAD

El Instituto Financiero de Casanare contribuye al desarrollo productivo y social de la región y al mejoramiento de las competencias de sus habitantes, buscando la satisfacción de sus clientes, a través de la prestación de servicios financieros, en el sector productivo y educativo y con la gestión de programas y proyectos; mediante el uso eficiente de

recursos, el compromiso del personal, la mejora continua, el cumplimiento normativo; manteniendo el sistema de gestión de calidad y propendiendo por el mejoramiento de la calidad de vida, el crecimiento económico y organizacional que asegure la continuidad y reconocimiento institucional en el Departamento.

1.6. OBJETIVOS Y PRINCIPIOS DE CALIDAD

Los objetivos planteados por el Instituto son:

- Satisfacer oportunamente las necesidades de nuestros clientes
- Consolidar la sostenibilidad financiera de la entidad
- Optimizar los índices de colocación y recuperación de cartera.
- Aumentar la capacidad operativa de gestión institucional
- Mejorar continuamente la eficiencia de los procesos
- Posicionar y lograr el reconocimiento del Instituto a nivel local y regional
- Mejorar el clima laboral
- Fortalecer las competencias laborales de nuestros empleados
- Fortalecer la presencia institucional en el Departamento

Los principios de calidad del IFC son:

- Organización enfocada al cliente
- Liderazgo
- Participación activa del personal
- Enfoque basado en procesos
- Enfoque sistémico de la gestión
- Mejoramiento continuo
- Enfoque en evidencias para la toma de decisiones
- Relaciones de beneficio mutuo con los proveedores

1.7. NATURALEZA JURÍDICA

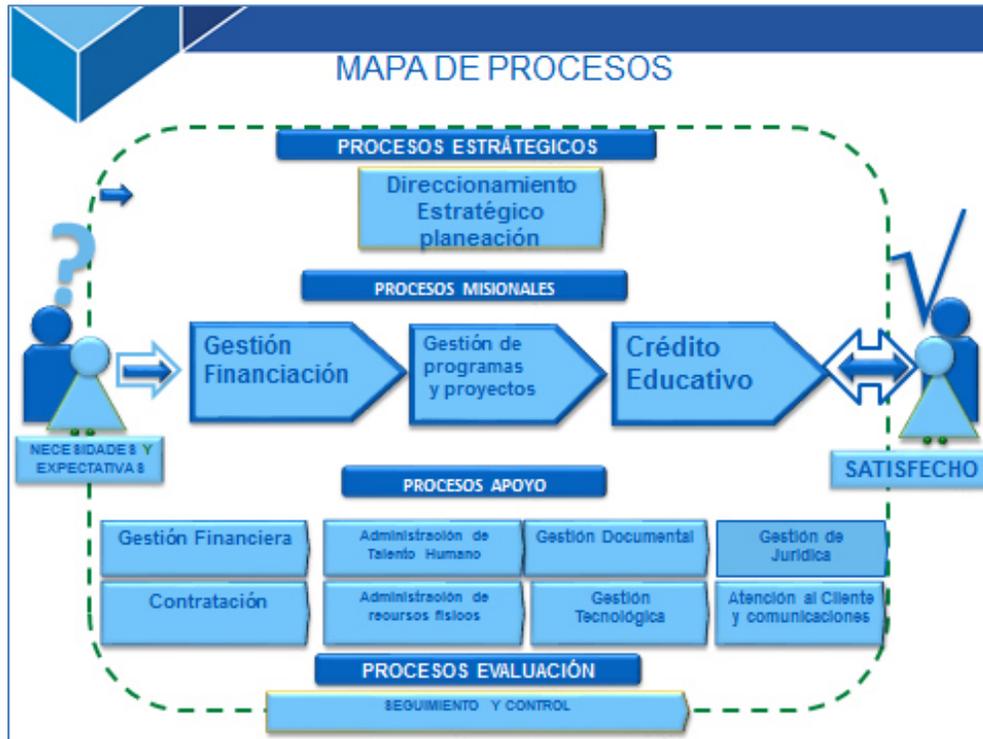
El Instituto Financiero de Casanare es una empresa de gestión económica de carácter departamental, con régimen de empresa industrial y comercial del estado, vinculada a la Secretaria de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente, regulada por lo previsto en la Ley 489 de 1998, dotada de personería jurídica, autonomía administrativa y financiera, y patrimonio propio.

El Fondo para el Desarrollo de Casanare “FONDESCA”, fue creado mediante decreto departamental No 107 de 27 de julio de 1992 y reorganizado como INSTITUTO FINANCIERO DE CASANARE, a través de decreto No 073 del 30 de mayo de 2002.

1.8. MAPA DE PROCESOS

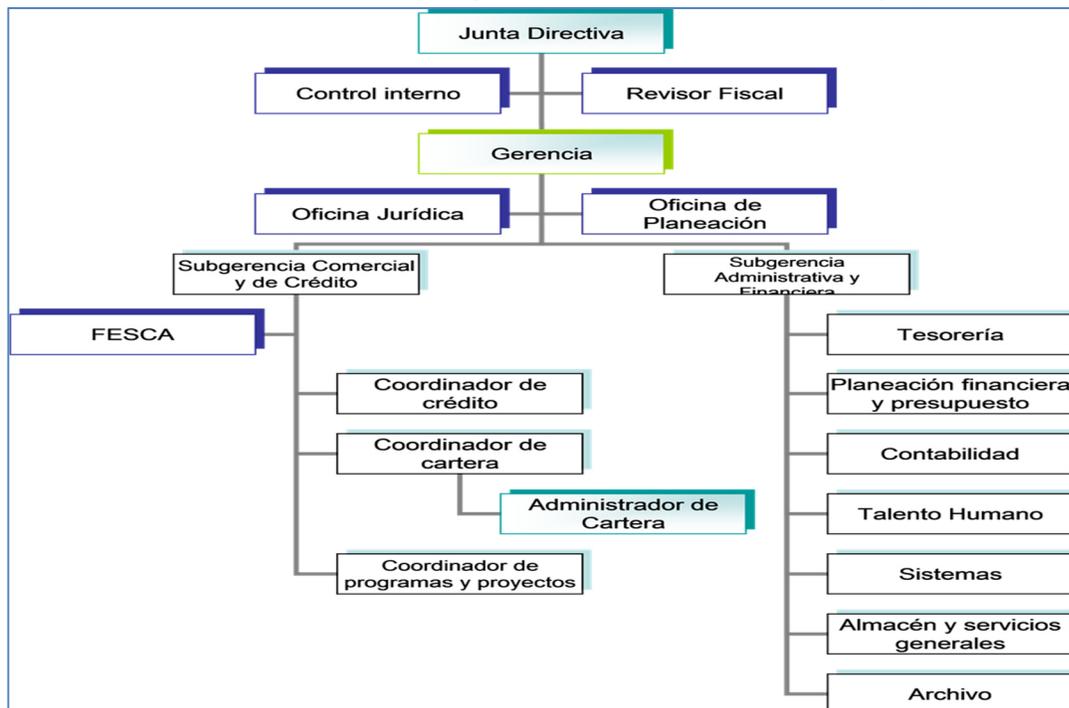
El Instituto Financiero de Casanare – IFC adopto e implemento un sistema de gestión por procesos a través del modelo de sistema de gestión de calidad, encontrándose la entidad certificada por el organismo competente ICONTEC, para la prestación de servicios

financieros bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015.



1.9. ESTRUCTURA ORGÁNICA

El IFC, cuenta con una estructura orgánica, para su funcionamiento y operación .



2. PROCESO DE ATENCION AL CLIENTE Y COMUNICACIONES.

En el año 2015, y de acuerdo a reunión del comité MECI- Calidad, en el Instituto Financiero de Casanare, se aprobó el proceso de atención al cliente y comunicaciones, el cual tiene como objetivo *Planear, orientar y gestionar las acciones para la medición de la satisfacción de cliente, la atención oportuna y efectiva a las PQR'S (peticiones, quejas, reclamos y sugerencias) recibidas del cliente interno y externo, y para la difusión de la información pertinente, con el fin de establecer una comunicación eficaz y eficiente que apoye y se refleje la gestión del Instituto, atendiendo las disposiciones legales vigentes.*

A su vez la entidad ha dispuesto asignar las funciones de líder de éste proceso al profesional de la oficina de planeación, así como designar personal administrativo para el servicio al cliente, con lo cual se buscó mejorar la eficiencia en la gestión, hacer mucho más visible el actuar de la entidad ante la ciudadanía, midiendo y buscando la mejora en los tiempos de atención a los trámites y servicios que ofrece la entidad y propendiendo por la mayor participación a la ciudadanía en los procesos, planes y programas a desarrollar durante cada cuatrienio

En este sentido, desde el nuevo proceso creado de atención al cliente y comunicaciones se coordina la estrategia de comunicación a través del Plan Estratégico de Comunicación Integral y se desarrollan las funciones relacionadas con la Atención al Ciudadano, orientada a mejorar la atención al cliente y a la gestión que permita resolver de manera efectiva y oportuna sus Peticiones, Quejas, Reclamaciones, Sugerencias y Denuncias – PQRSD, midiendo y garantizando la satisfacción de los grupos de interés identificados.

Así las cosas y dando cumplimiento al Plan Estratégico de la entidad “Con paso firme apoyamos tus proyectos 2016-2019” el IFC ha diseñado estrategias y ha venido implementado herramientas para garantizar mecanismos y canales a través de los cuales la ciudadanía pueda exponer sus expectativas, necesidades, peticiones y denunciar situaciones que afecten la prestación del servicio.

En éste contexto, a través del proceso se garantiza la respuesta a los grupos de interés en sus necesidades de información y servicio, así como el uso de los documentos producidos en el desarrollo de la Misión Institucional, que les permite enterarse de primera mano sobre la ejecución de planes, programas, proyectos y procesos adoptados por la entidad.

Igualmente, se han dispuesto de las siguientes herramientas para la atención a la ciudadanía:

Tabla 1. Canales de información dispuestos por el IFC

ITEM	CANAL DE COMUNICACIÓN	DESCRIPCIÓN DE LA HERRAMIENTA
1	Línea 8 6340747	Línea de Telefonía Fija
2	Línea 8 6356755	Línea de Telefonía Fija
3	Línea 8 6344144	Línea de Telefonía Fija
4	Línea 8 6358942	Línea de Telefax
5	Página Web	www.ifc.gov.co
6	Redes Sociales Corporativas	www.facebook.com - Instituto Financiero de Casanare twitter.com - IFCYOPAL
	Buzón de Mensajes	Buzón de Sugerencias
7	Atención Presencial	Oficina de Atención al Ciudadano

2.1. DIRECTORIO INTERNO

Tabla 2. Directorio de Instituto Financiero de Casanare

Dependencia	Extensión tel.	Correo
Gerencia	101	gerencia@ifc.gov.co
	102	instituto@ifc.gov.co
Atención al cliente	202	atencioncliente@ifc.gov.co
	411	ventanillaunica@ifc.gov.co
		atencion@ifc.gov.co
Crédito IFC	501 504	subgerentecomercial@ifc.gov.co
		coordcomercial@ifc.gov.co
		crecarzona1@ifc.gov.co
		crecarzona2@ifc.gov.co
		crecarzona3@ifc.gov.co
		crecarzona4@ifc.gov.co
		asesor.comercia2@ifc.gov.co
		asesor.comercial1@ifc.gov.co
		asesor.comercial11@ifc.gov.co
		asesor.comercial3@ifc.gov.co
		asesor.comercial4@ifc.gov.co
		asesor.comercial5@ifc.gov.co
		asesor.comercial6@ifc.gov.co
		asesor.comercial7@ifc.gov.co
		asesor.comercial8@ifc.gov.co
asesor.comercial9@ifc.gov.co		
fonam@ifc.gov.co		
auxcomercial@ifc.gov.co		

Cartera IFC	502 503 505 2007 2008	cartera@ifc.gov.co
		teccartera1@ifc.gov.co
		teccartera2@ifc.gov.co
		infocredito@ifc.gov.co
		carterafesca@ifc.gov.co
		cobranzas@ifc.gov.co
		apoyocobro@ifc.gov.co
		gestor.cartera@ifc.gov.co
		gestor.cartera1@ifc.gov.co
		gestor.cartera3@ifc.gov.co
Crédito Educativo - Fesca	901 902 903 2001 2002 2003 2008	fesca@ifc.gov.co
		coordopfesca@ifc.gov.co
		infofesca@ifc.gov.co
		profapoyofesca@ifc.gov.co
		profcreditofesca@ifc.gov.co
		fondoeducativo@ifc.gov.co
		pagosfesca@ifc.gov.co
Cartera Educativa	2004 2005 2006	admtivofesca@ifc.gov.co
		cobrocarterafesca@ifc.gov.co
		tecapoyofesca@ifc.gov.co
		profjuridicaicetex@ifc.gov.co
		cobrocartera1.icetex@ifc.gov.co
Programas y Proyectos	506 507	convenios@ifc.gov.co
		profcomercial@ifc.gov.co
		repoblamiento@ifc.gov.co
		auxconvenios@ifc.gov.co
		auxconvenios2@ifc.gov.co
Oficina Jurídica	301 302	proyectopalma@ifc.gov.co
		juridica@ifc.gov.co
		profjuridica1@ifc.gov.co
		profjuridica3@ifc.gov.co
		notificacionesjudiciales@ifc.gov.co
		pqrjuridica@ifc.gov.co
		apoyojuridica@ifc.gov.co
		auxjuridica@ifc.gov.co
cobrojuridico@ifc.gov.co		
conciliaciones@ifc.gov.co		

		contratacion@ifc.gov.co
		juridicasarc@ifc.gov.co
		hipotecasifc@ifc.gov.co
		juridicafesca@ifc.gov.co
		juridicaicetex@ifc.gov.co
		minimacuantiafesca@ifc.gov.co
		prof2juridicafesca@ifc.gov.co
Oficina de Planeación	201 203	oficina.planeacion@ifc.gov.co
		planeacion@ifc.gov.co
		calidad@ifc.gov.co
		escueladenegocios@ifc.gov.co
Subgerencia Administrativa Y financiera	401 402 403 404 405 406 409 410 412 413	subgerenteadmtivo@ifc.gov.co
		tesoreroifc@ifc.gov.co
		talentohumano@ifc.gov.co
		presupuesto@ifc.gov.co
		profcontabilidad@ifc.gov.co
		almacen@ifc.gov.co
		archivo@ifc.gov.co
		tesoreriapagos@ifc.gov.co
		archivofesca@ifc.gov.co
		auxadministrativa@ifc.gov.co
		auxarchivo1@ifc.gov.co
		auxcontable@ifc.gov.co
		auxcuentas@ifc.gov.co
		contabilidad@ifc.gov.co
contabilidadicetex@ifc.gov.co		
soth@ifc.gov.co		
Área de Sistemas	407 408	sistemas@ifc.gov.co
		soportesistemas@ifc.gov.co
		administrador@ifc.gov.co
		apoyosistemas@ifc.gov.co
Oficina de Control Interno	601	controlinterno@ifc.gov.co

2.2. POLÍTICAS DE COMUNICACIONES

La comunicación en el Instituto Financiero de Casanare, es una actividad estratégica para la construcción de identidad institucional y para el logro de los objetivos institucionales, por lo que la entidad adopto el plan de comunicación integral, en el cual se fijan los lineamientos para la comunicación interna y externa, así como para la realización de eventos de comunicación y rendición de cuentas, así como para promover las buenas relaciones con los medios de comunicación y garantizar la difusión de las acciones producto de la gestión institucional y contribuir a la consolidación de una cultura organizacional.

El plan de comunicación integral del IFC establece los diferentes tipos de comunicación, así como las tareas de comunicación de cada una de ellas, la ejecución está en cabeza del Gerente del IFC, el líder de atención al cliente y comunicaciones y el responsable del proceso de gestión tecnológica, en coordinación con los demás líderes de proceso.

Para la construcción de identidad institucional, el logro de los objetivos misionales, el fortalecimiento de la gestión, la efectiva interlocución y visibilidad, las acciones comunicativas se efectuarán de acuerdo con los parámetros establecidos en el plan de comunicación integral de la entidad. En la medida en que las políticas de comunicación regulen la actividad comunicacional en todas las áreas del IFC, se dará el buen desarrollo del plan de comunicación, pues ellas determinan el conjunto de responsabilidades y roles respecto a comunicaciones.

Así mismo, las políticas de comunicación organizacional o interna y las políticas de comunicación informativa o externa, así como el plan de medios y acciones comunicativas, están establecidos en el Plan de Comunicaciones y deben ser asumidos por las áreas funcionales de la Entidad.

El Plan de Medios fija el marco institucional de la comunicación en el Instituto Financiero de Casanare, con el propósito de fortalecer la comunicación con sus clientes externos e internos y selecciona los medios y las acciones comunicativas utilizadas para abordar los ejes temáticos que hacen parte del modelo de comunicación pública o externa, organizacional e interna o informativa y garantizar el logro de los fines misionales y la transparencia de la administración, a través de la comunicación con un carácter estratégico, orientada a la construcción de identidad corporativa, al fortalecimiento de la disposición organizacional para la apertura, la interlocución y la visibilidad en las relaciones de la entidad con los clientes internos y externos.

2.3. Objetivos específicos:

- Incentivar a los pobladores del departamento para que visualicen al Instituto como una entidad generadora de beneficios económicos, sociales, educativos e informativos.
- Difundir la labor del Instituto Financiero de Casanare IFC, entre los públicos objetivos del servicio.
- Fortalecer la imagen de la entidad a través del desarrollo de un programa de identidad Corporativa.
- Utilización de los recursos virtuales (portal, correo e intranet) para mejorar la provisión de servicios a los ciudadanos y funcionarios, garantizando la oferta de información y trámites de manera eficiente, transparente y participativa.
- Generar valor permanente respecto a las actividades en las que participa el IFC mediante la creación de alianzas con los medios y optimización de la comunicación interna.

3. CARTA DE TRATO DIGNO AL CIUDADANO

*Proyecto: Sara Nayive Vaca Galeano
Cargo: Profesional oficina de planeación.*

La carta de trato digno al ciudadano, expedida por mandato legal, es un compendio de los derechos y deberes a que están sujetos tanto los ciudadanos como los servidores públicos y se hacen conocer a la ciudadanía, así como los canales de que disponen para hacerlos efectivos.

Carta de Trato Digno

Estimados Ciudadanos

El Instituto Financiero de Casanare – IFC es una entidad que fomenta el desarrollo económico y social del Departamento de Casanare, a través de la prestación de servicios financieros, empresariales y gestión de proyectos; contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida y satisfacción de nuestros clientes, con responsabilidad social y ambiental

Nuestro compromiso es prestar un servicio de calidad, equitativo, respetuoso, considerado, diligente y sin distinción alguna.

Lo invitamos a conocer sus **Derechos:**

- 1.** Presentar peticiones en cualquiera de sus modalidades, verbalmente, o por escrito, o por cualquier otro medio idóneo y sin necesidad de apoderado, así como a obtener información y orientación acerca de los requisitos que las disposiciones vigentes exijan para tal efecto. Las anteriores actuaciones podrán ser adelantadas o promovidas por cualquier medio tecnológico o electrónico disponible en la entidad, aún por fuera de las horas de atención al público.
- 2.** Conocer, salvo expresa reserva legal, el estado de cualquier actuación o trámite y obtener copias, a su costa, de los respectivos documentos.
- 3.** Salvo reserva legal, obtener información que repose en los registros y archivos públicos en los términos previstos por la Constitución y las leyes.
- 4.** Obtener respuesta oportuna y eficaz a sus peticiones en los plazos establecidos para el efecto.
- 5.** Ser tratado con el respeto y la consideración debida a la dignidad de la persona humana.
- 6.** Recibir atención especial y preferente si se trata de personas en situación de discapacidad, niños, niñas, adolescentes, mujeres gestantes o adultos mayores, y en general de personas en estado de indefensión o de debilidad

7. Exigir el cumplimiento de las responsabilidades de los servidores públicos y de los particulares que cumplan funciones administrativas.

8. A formular alegaciones y aportar documentos u otros elementos de prueba en cualquier actuación administrativa en la cual tenga interés, a que dichos documentos sean valorados y tenidos en cuenta por las autoridades al momento de decidir y a que estas le informen al interviniente cuál ha sido el resultado de su participación en el procedimiento correspondiente.

9. Cualquier otro que le reconozca la Constitución y las leyes

Y sus **Deberes:**

1. Acatar la Constitución y las leyes.

2. Obrar conforme al principio de buena fe, absteniéndose de emplear maniobras dilatorias en las actuaciones, y de efectuar o aportar, a sabiendas, declaraciones o documentos falsos o hacer afirmaciones temerarias, entre otras conductas.

3. Ejercer con responsabilidad sus derechos, y en consecuencia abstenerse de reiterar solicitudes evidentemente improcedentes.

4. Observar un trato respetuoso con los servidores públicos.

Deberes del IFC respecto a la atención al público.

1. Dar trato respetuoso, considerado y diligente a todas las personas sin distinción.

2. Garantizar atención personal al público, como mínimo durante cuarenta (40) horas a la semana, las cuales se distribuirán en horarios que satisfagan las necesidades del servicio.

3. Atender a todas las personas que hubieran ingresado a sus oficinas dentro del horario normal de atención.

4. Establecer un sistema de turnos acorde con las necesidades del servicio.

5. Expedir, hacer visible y actualizar anualmente una carta de trato digno al usuario.

6. Tramitar todas las peticiones que se alleguen a través de los medios de recepción.

7. Atribuir a dependencias especializadas la función de atender quejas y reclamos, y dar orientación al público.

8. Adoptar medios tecnológicos para el trámite y resolución de peticiones, y permitir el uso de medios alternativos para quienes no dispongan de aquellos.

9. Habilitar espacios idóneos para la consulta de expedientes y documentos, así como para la atención cómoda y ordenada del público.

10. Todos los demás que señalen la Constitución, la ley y los reglamentos.

Prohibiciones en la atención al público:

1. Negarse a recibir, peticiones, escritos, declaraciones o a expedir constancias sobre las mismas.
2. Exigir la presentación personal de peticiones, recursos o documentos no previstos en la ley.
3. Exigir constancias, certificaciones o documentos que reposen en la respectiva entidad.
4. Asignar la orientación y atención del ciudadano a personal no capacitado para ello.
5. Negarse a recibir los escritos de interposición y sustentación de recursos.
6. No dar traslado de los documentos recibidos a quien deba decidir, dentro del término legal.
7. Demorar en forma injustificada la producción del acto, su comunicación o notificación.

Canales de Atención

Canal Telefónico

Todos los ciudadanos, sin necesidad de trasladarse al punto de atención o interponer un derecho de petición, pueden acceder a la misma información y orientación sobre los trámites y servicios del IFC a través de nuestro canal telefónico así: 8 6340747, 6356755, 6344144, 6358942 y 3128899573 de lunes a viernes de 7:30 a.m. a 12 m. y de 2:00 a 5:30 p.m. (atención durante días hábiles).

Canal Virtual

La página web se encuentra activa las 24 horas, su consulta y/o petición, se gestiona dentro de días hábiles, para registrar su necesidad, puede ingresar a través del canal web: Portal web www.ifc.gov.co dando clic en el menú servicios de información, submenú "peticiones, quejas y reclamos e ingrese crear o consultar una solicitud. Adicionalmente puede enviar sus inquietudes a atencioncliente@ifc.gov.co o instituto@ifc.gov.co

Canal Escrito

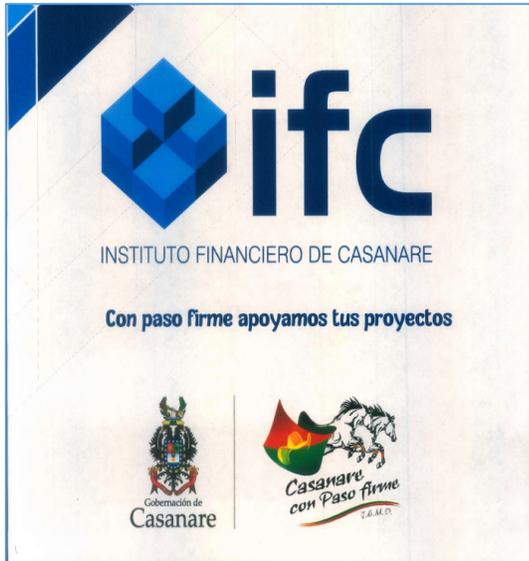
Todos los ciudadanos sin necesidad de intermediarios pueden presentar sus peticiones, quejas, reclamos y denuncias por escrito a través de la ventanilla de radicación ubicada en la 13 C No 9-91, primer piso. Adicionalmente puede incluir sus recomendaciones en los Buzones de Sugerencias ubicados en los pisos primero y segundo de la sede central.

Canal Presencial

Se realiza atención presencial a través de la sede principal ubicada en la carrera 13 c No 9-91 Barrio la corocora de Yopal – Casanare. Adicionalmente, a través de estos canales el ciudadano tendrá acceso a la información sobre el estado de su trámite y una respuesta oportuna y eficaz a sus solicitudes en los plazos que establece la Ley.

*Proyecto: Sara Nayive Vaca Galeano
Cargo: Profesional oficina de planeación.*

4. PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS





LÍNEAS DE CRÉDITO FINANCIABLES:

- CRÉDITO COMERCIAL.**
 Experiencia: Demostrar experiencia en la actividad a financiar mínimo 6 meses.
 Plazo: Máximo de treinta y seis (36) meses.
 Tasas de interés: Tasa de interés promedio del mercado en el segmento de consumo menos (4) puntos que es publicada por la superintendencia financiera trimestralmente. Esta se cobrará más vencida en el momento que el IFC efectúe el respectivo desembolso y será fija.
 Monto: De acuerdo al proyecto de inversión, garantías presentadas, capacidad de endeudamiento y de pago.
 Amortización: Mensual o semestral.
 Sectores Financieros: Agropecuario, empresarial, turismo, sector público.
 Componentes financieros: capital de trabajo, inversiones fijas e infraestructura, mantenimiento y reparación de maquinaria y equipos, equipamiento, adecuación y mantenimiento, infraestructura física.



CRÉDITO DE FOMENTO.

Experiencia: Demostrar mínimo 3 años de experiencia en la actividad a financiar que debe ser la principal documento soporte RUT para los clientes de IFC se tomara como fecha de inicio de las actividades la experiencia que registra con la entidad en el mismo sector a financiar.

Plazo: Máximo de setenta y dos (72) meses.

Tasa de interés: Tasa de interés promedio del mercado en el segmento de consumo que es publicada por la superintendencia financiera trimestralmente y se le restaran seis (6) puntos. Este se cobrará más vencido, a partir del momento en que el IFC efectúe el respectivo desembolso y será fija.

Monto: De acuerdo al proyecto de inversión, garantías presentadas, capacidad de endeudamiento y de pago.

Amortización: Mensual trimestral o semestral.

Sectores financieros: Agropecuario empresarial, turismo, actividades de desarrollo y fomento regional.

Componentes financieros: capital de trabajo, inversiones fijas e infraestructura, mantenimiento y reparación de maquinaria y equipos, equipamiento, adecuación y mantenimiento, infraestructura física.

Crédito Libranza

Dirigido a trabajadores vinculados a la Gobernación de Casanare.

Operación de programas y proyectos

Gestión, operación y ejecución de programas y proyectos estratégicos para el desarrollo regional del departamento de Casanare

Crédito educativo

CREDITO DE PREGRADO: Matricula y Sostenimiento.
CREDITO POST-GRADO: Matricula y sostenimiento.
Plazo: Doble del periodo financiado.
Periodo Muerto: Durante la época de estudio y de seis a doce meses después de la culminación de materias.
Tasa de interés: 10% E.A. Mes vencido.

5. ESTRATEGIA DE ATENCIÓN Y SERVICIO AL CIUDADANO DEL IFC.

5.1.MARCO NORMATIVO DE ATENCIÓN AL CIUDADANO

Tabla 3. Normatividad.

NORMA	DEFINICIÓN
Constitución Política de Colombia de 1991.	<p>Derechos: Artículo 2. Fines Esenciales del Estado: Servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución. Artículo 123. Los servidores públicos están al servicio del Estado y de la Comunidad. Artículo 270. La ley organizará las formas y los sistemas de participación ciudadana que permitan vigilar la gestión pública que se cumpla en los diversos niveles administrativos y sus resultados.</p> <p>Deberes: Artículo 23. Toda persona tiene derecho a presentar peticiones respetuosas a las autoridades por motivos de interés general y particular y obtener pronta resolución. Artículo 209. La función administrativa está al servicio de los intereses generales y se desarrolla con fundamento en los principios de igualdad, moralidad, eficacia, economía, celeridad, imparcialidad y publicidad.</p>
Ley 850 del 2003	Por medio de la cual se reglamentan las veedurías ciudadanas.
Ley 1273 del 2009	Por medio de la cual se modifica el código penal, se crea un nuevo bien jurídico tutelado - denominado "de la protección de la información y de los datos y se preservan integralmente los sistemas que utilicen las tecnologías de la información y las comunicaciones, entre otras disposiciones.
Ley 1341 de 2009	Busca darle a Colombia un marco normativo para el desarrollo del sector de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones (TIC). Promueve el acceso y uso de las TIC a través de la masificación, garantiza la libre competencia, el uso eficiente de la infraestructura y el espectro. Fortalece la protección de los derechos de los usuarios y el servicio al ciudadano.
Decreto 2623 de 2009	El Sistema Nacional de Servicio al Ciudadano (SNSC) es un conjunto de políticas, orientaciones, normas, actividades, recursos, programas, organismos, herramientas y entidades públicas, encaminadas a la generación de estrategias tendientes a incrementar la confianza en el Estado y a mejorar la relación cotidiana entre el ciudadano y la Administración Pública. Una entidad pública puede medir su éxito si los usuarios de sus servicios quedan satisfechos. La funcionalidad de la Web, la disposición física de los puntos de atención al público e incluso la manera de responder una llamada, demuestran la eficiencia y eficacia del Estado con las personas.
Documento CONPES 3649 de 2010	Establece la Política Nacional de Servicio al Ciudadano. Objetivo Central: Contribuir a la generación de confianza y al mejoramiento de los niveles de satisfacción de la ciudadanía respecto de los servidores prestados por la Administración Pública en su orden nacional.

Documento CONPES 3650 de 2010	La Estrategia Gobierno en Línea tiene por objeto contribuir mediante el aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones (TIC), a la construcción de un Estado más eficiente, más transparente, más participativo y que preste mejores servicios a los ciudadanos y a las empresas, lo cual redundará en un sector productivo más competitivo, una administración pública moderna y una comunidad más informada y con mejores instrumentos para la participación.
Ley 1437 de 2011	Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.
Ley 1474 de 2011	Por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública (Estatuto Anticorrupción).
Ley 1712 del 2014	Por medio de la cual se crea la ley de transparencia y del derecho de acceso a la información pública nacional y se dictan otras disposiciones.
Ley 1755 del 2015	Por medio de la cual se regula el derecho fundamental de petición y se sustituye un título del código de procedimiento administrativo y de lo contencioso administrativo.
Ley estatutaria 1757 del 2015	Por el cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales.
Decreto 103 del 2015	Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 1712 de 2014 y se dictan otras disposiciones.

5. POLITICA INSTITUCIONAL DE ATENCIÓN Y SERVICIO AL CIUDADANO DEL IFC.

De acuerdo a la política de atención al ciudadano aprobada en el Instituto Financiero de Casanare, la entidad, establece parámetros para la orientación del servicio así:

Atención al ciudadano: Conforme a las políticas del Gobierno Nacional, se fortalecerán los preceptos de atención al ciudadano mediante la atención oportuna y respuesta en los trámites y servicios. En ese orden de ideas se optimizarán los canales de atención al ciudadano mediante la virtualización de los servicios y los trámites en línea a través de un sistema web brindando mayor conocimiento, mayor accesibilidad del ciudadano, comunicación directa e interacción entre el ciudadano y la Administración Pública.

Operación basada en el Buen Servicio: La mayor parte de la operación del IFC se sustenta en la prestación de servicios al ciudadano. Por esta razón, todos los procesos misionales que se desarrollen en este sentido deberán estar estandarizados en términos de calidad, eficiencia, eficacia, oportunidad y racionalización de trámites. En concordancia con lo anterior, el IFC deberá estar atento a las directrices que emanen del Departamento Administrativo de la Función Pública, el Departamento Nacional de Planeación y la oficina de la Alta Consejera para la Gestión Pública y Privada, respecto a la racionalización de trámites

Parámetros de Atención Ciudadana: La clara, precisa y objetiva atención deberá incrementar la confianza de los ciudadanos en la gestión desarrollada por el Instituto Financiero de Casanare. La Atención al Ciudadano debe regirse por los principios básicos de servicios definidos en la presente política.

Los tiempos de respuesta a las inquietudes presentadas por la ciudadanía, deben ser iguales o inferiores a los dispuestos por el Código Contencioso Administrativo en el artículo 14° para la resolución de los derechos de petición. No obstante, el estándar de servicio adoptado por la Entidad es de diez (10) días hábiles, de acuerdo a resolución 163 de 2016 y lo previsto en la directiva 019 de 2016. La respuesta a las solicitudes que invoquen el Derecho de Petición, estará a cargo de la Oficina Asesora Jurídica, la cual será apoyada por las áreas involucradas en su resolución.

La página web de la entidad deberá tener la opción para que la ciudadanía pueda interponer una PQRS, en cada punto de atención al ciudadano los funcionarios del IFC deberán guardar las normas de comportamiento y atención propios de la Entidad establecidos en el manual de atención al usuario, bajo los siguientes principios de atención ciudadana:

- **Respeto:** Brindar un servicio por igual a todos los ciudadanos, reconociendo la importancia de cada persona y dándoles el trato que merecen.
- **Responsabilidad:** Cumplir efectivamente las labores asignadas y asumir el compromiso frente a las decisiones que tomen en el ejercicio de las funciones, así como la rendición de cuenta de las mismas.
- **Confianza y seguridad:** Evitar el error en la prestación de los servicios, así como contar con la capacidad para transmitir confianza y seguridad en la información que brindan, garantizando que la atención prestada sea oportuna y precisa.
- **Prontitud:** Optimizar el tiempo de atención establecido para la prestación del servicio de control migratorio, extranjería y/o verificación.
- **Amabilidad:** Los servidores del IFC deben tener un comportamiento amable, respetuoso y cordial al momento de atender un ciudadano, dado que esto forma parte de la imagen de la Entidad.

6. PROTOCOLO DE ATENCIÓN Y SERVICIO AL CIUDADANO

6.1 POLÍTICA: MANEJO DE LA INFORMACIÓN PÚBLICA O EXTERNA

El Líder de Atención al cliente y comunicaciones es la dependencia encargada de dirigir las relaciones de la entidad con los medios de comunicación, bajo los criterios y lineamientos que establezca el Gerente del IFC, lo que se deriva en autorizar los contenidos a publicar en los medios de la entidad, con el apoyo de la Oficina de sistemas.

6.2 MEDIOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA

- Página web: www.ifc.gov.co
- Gobierno en Línea: www.gobiernoenlinea.gov.co
- Redes sociales twitter y Facebook
- Programa institucional de radio y Facebook live
- Pantallas o pancartas informativas externas
- Líneas de Atención Ciudadana
- Ruedas de Prensa
- Entrevistas
- Registro de fotografía y video

- Comunicación con los contratistas y proveedores
- Atención al público
- Quejas y Reclamos

6.3 CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA

- Comité de gerencia
- Reuniones generales.
- Inducción y Reinducción
- Cartelera
- Correo electrónico interno
- Intranet
- QfDocument.
- Spark

6.4 POLITICA DE ATENCION AL CLIENTE Y COMUNICACIONES

Mantener una atención y comunicación organizada, veraz, oportuna y clara con el cliente externo e interno a través de los diferentes medios y mecanismos, bajo el principio fundamental de respeto y demás derechos constitucionales, buscando siempre la satisfacción del usuario, así como mantener informada a la comunidad en general de la gestión realizada para el cumplimiento de los objetivos propuestos y ser retroalimentada para la mejora continua del instituto y su recurso humano.

6.5 PROTOCOLOS DE ATENCION AL CLIENTE

6.5.1 Protocolo de atención personal

Contacto inicial: el contacto inicial es de gran importancia ya que puede representar el éxito o el fracaso de nuestra actuación frente al cliente interno o externo, por tal motivo el funcionario debe tener una actitud positiva de servicio frente al cliente, transmitiendo disposición, educación y cortesía.

Es de vital importancia prestar atención a la comunicación no verbal, y hacer uso de técnicas de programación neurolingüística, descritas a continuación:

La apariencia física: la presentación personal determina la percepción que tiene el usuario frente al Instituto, debemos manejar una imagen corporativa por tal motivo, se debe prestar atención a detalles como; cabello, uñas, calzado, maquillaje, ropa, accesorios que disminuya la calidad del servicio como (auriculares, celulares) entre otros que puedan alterar la atención del usuario. "

El lenguaje: deber ser sencillo, práctico y de fácil comprensión para todos los usuarios, evitar apelativos.

El tono de voz: debe manejarse un tono adecuado, ni muy bajo que pueda ser de difícil comprensión, ni muy alto que pueda confundirse con agresivo o alterado, debe ser intermedio.

Los silencios: hay momentos que se requieren de silencio para comprender la situación estos deben ser cortos, demasiados largos pueden ser negativos.

Los gestos: debemos ser cuidadosos con los gestos que transmitidos con nuestro rostro, deben ser acordes a la situación, jamás se deben mostrar gestos de desagrado o desaprobación, se debe evitar demasiada gesticulación y posturas sobre actuadas, una actitud natural Genera Empatía.

El saludo se compone de tres partes fundamentales.

1. Saludo inicial: buenos días o buenas tardes
2. Localización. Bienvenido al instituto Financiero de Casanare.
3. Identificación: del trabajador que brinda la atención al cliente.

Trasmisión de la información: al transmitir la información puede que se presenten diferentes situaciones:

Que se tenga acceso a la información: en este caso se trasmite en frases concretas y precisas y de manera cordial que evidencien seguridad y confianza

Que no se tenga acceso a la información pero se pueda ubicar en otras dependencias en el mismo momento: en este caso se ubicará la información, en el sistema o se comunicará con otra, dependencia vía telefónica para acceder a la información.

Que sea imposible acceder a la información en ese momento: se solicitara al usuario los datos básicos de contacto nombre, teléfono y dirección física o de correo electrónico con el fin de comunicarnos cuando se tenga acceso a la información solicitada.

Finalización de la atención: Se debe tener en cuenta

- 7 Evidenciar una actitud positiva, permitir que el cliente se despida
- 8 Usar el nombre del usuario
- 9 Agradecer al usuario por haberse acercado al IFC
- 10 Invitarlo a comunicarse con la línea del IFC o la página web, cuando necesite información adicional y no requiera acercarse al Instituto.
- 11 Recordarle el nombre del trabajador que lo atendió

6.5.2 atención preferencial

De acuerdo al artículo 20 de la Ley 1437 de 2011 “Las autoridades darán atención prioritaria a las peticiones de reconocimiento de un derecho fundamental cuando deban ser resueltas para evitar un perjuicio irremediable al peticionario, quien deberá probar sumariamente la titularidad del derecho y el riesgo de perjuicio invocados.

Cuando por razones de salud o de seguridad personal esté en peligro inminente la vida o la integridad del destinatario de la medida solicitada, la autoridad deberá adoptar de inmediato las medidas de urgencia necesarias para conjurar dicho peligro, sin perjuicio del trámite que deba darse a la petición”.

Para todas las personas, pero principalmente para aquellas con especial protección constitucional, como víctimas de la violencia, discapacitadas, grupos étnicos minoritarios, entre otros, la relación interpersonal directa es muy importante, incluso básica.

Las características de las personas que requieren una especial protección constitucional no tienen por qué ser iguales a las de otras, por el hecho de tener aparentemente las mismas particularidades. Por lo tanto, no se debe generalizar la misma atención para las víctimas de la violencia, discapacitados, grupos étnicos minoritarios, entre otros.

Por otro lado, se dará atención prioritaria a personas con deficiencias y discapacidades, entendidas como pérdidas o anomalías de una estructura o función psicológica, fisiológica o anatómica de una persona.

El instituto dispondrá de un cubículo en el primer piso para la atención preferencial y las personas serán direccionadas allí, y el auxiliar de atención al cliente informará al personal que lo deba atender.

6.5.2.1 Atención a personas con discapacidad visual

- ✓ La primera persona que recibe al ciudadano con discapacidad es el vigilante, quien le debe permitir el ingreso de forma inmediata e informar al orientador para que el ciudadano sea atendido con prioridad.
- ✓ Alude claramente a la persona. Si fuera necesario no dude en tocar su brazo o mano para captar su atención.
- ✓ Hable y preste atención a la persona. A pesar de que no pueda verle, la persona ciega o de baja visión percibe si no le prestan atención, si mientras le habla usted mira en otra dirección. Ellos perciben claramente de donde procede la fuente de voz.
- ✓ No utilice gestos o expresiones identificadas o aproximativas. Términos como allí, por aquí, carecen de sentido para las personas ciegas o de baja visión. Lo mismo ocurre cuando señalamos algo con la mano, con la cabeza o cualquier otro modo que no sea mediante términos concretos con referencias exactas a la posición que se le indica con respecto al propio individuo.
- ✓ Muchas personas ciegas o deficientes visuales pueden desenvolverse de manera autónoma ayudados de un bastón guía o incluso de un perro guía.
- ✓ No eleve la voz ni piense que ha de estar hablándole continuamente. La conversación ha de fluir normalmente.
- ✓ Para mostrarle un asiento basta con llevar su mano hacia el respaldo o sobre el brazo del mismo.
- ✓ Si ha de leerle un documento hágalo despacio y con claridad. No abrevie los contenidos ni se permita comentarios sobre su contenido a menos que se los pidan expresamente.

- ✓ Cualquier signo ortográfico que sea importante también se tiene que indicar.
- ✓ La puntualidad es muy importante. Para una persona que no ve, los minutos se hacen eternos cuando se está esperando sin poder percibir lo que pasa y sin tener nada que hacer. Esto produce un nerviosismo y una tensión inútiles.
- ✓ Para indicarle a una persona ciega dónde ha de firmar puede tomar su mano y llevarle hasta el punto donde ha de firmar.
- ✓ No deje objetos que puedan suponer un obstáculo en las zonas de paso: sillas, cajones abiertos, carros de limpieza entre otros.

6.5.2.2 Atención a personas con discapacidad auditiva.

- ✓ En el relacionamiento con una persona con discapacidad auditiva no es necesario gritar, porque esa persona no le escuchará; al actuar de esa manera podría causar el efecto contrario, aunque el mensaje sea positivo, nuestro rostro es lo que el interlocutor percibe; no capta el contenido de las palabras, solo ve un rostro hostil.
- ✓ Algunas personas sordas le comprenderán leyendo sus labios, pero esto no ocurre siempre.
- ✓ Se recomienda vocalizar lo mejor posible, sin incurrir en hacer muecas y/o distorsionar la normal articulación de las palabras. Tenemos que mantener la zona de la boca limpia de obstáculos, apartemos de ella cualquier objeto como, bolígrafo, mano, chicle, caramelo, que dificulte vocalización y la emisión de la voz.

6.5.2.3 Atención a personas con discapacidad física.

- ✓ La primera persona que recibe al ciudadano con discapacidad es el vigilante, quien le debe permitir el ingreso de forma inmediata por la puerta de acceso del parqueadero con acompañante si se requiere e informar al orientador para que el ciudadano sea atendido con prioridad
- ✓ Se debe tener siempre una actitud de colaboración para cubrir todas aquellas actividades que la persona no pueda realizar por sí misma.
- ✓ Ayúdele si ha de transportar objetos.
- ✓ No se apoye en la silla de ruedas de una persona que la está utilizando, es parte de su estación y equilibrio corporal.
- ✓ Si va a mantener una conversación con una persona que vaya en silla de ruedas, y este diálogo dura varios minutos, sitúese a la altura de sus ojos, en la medida de lo posible, y sin posturas forzadas. Así se evitan situaciones incómodas para ambas partes.
- ✓ Procure que las personas que usan muletas o sillas de ruedas las puedan

dejar siempre al alcance de la mano. Lo más adecuado sería que pudieran permanecer en la propia silla de ruedas, no cambiarlas a otro asiento. Pero cuando el usuario de la silla la deje por cualquier circunstancia, no la aleje de su alcance.

6.5.2.4 Atención a personas de especial protección constitucional.

- ✓ Así como la discapacidad requiere una atención especial, también es necesario tener en cuenta las demás características poblacionales como edad, género y etnia, en el proceso de atención, de acuerdo con su condición o su situación (víctimas de la violencia, grupos étnicos minoritarios, entre otros).
- ✓ En el caso de género, el reconocimiento de los roles que cumple la mujer en nuestra sociedad como cuidadora, razón por la cual dispone de menor tiempo para dedicar a las labores productivas y a adelantar gestiones necesarias para atender sus procesos de acceso a la oferta de servicios básicos del Estado.
- ✓ En el caso de etnias, identificar la capacidad de comunicarse en el idioma español, o la necesidad de contar con una persona que pueda servir de intérprete, reconocer las dinámicas y tiempo de cada cultura en particular y sus creencias, expectativas, tipos de relaciones y de organización social.
- ✓ El término etnia incluye población perteneciente a Pueblos Indígenas, Comunidades Afrocolombianas, Negras, Palenqueras o Raizales.
- ✓ En relación con la edad, se debe tener en cuenta que los menores de edad deben estar estudiando y que el Estado debe procurar que así sea en el caso de consultar temas de carácter productivo, pero también tener en cuenta que no existe un límite superior en la capacidad productiva de la población y que está dado precisamente por esas capacidades individuales y no por sus años.

NOTA No. 1: Absténgase siempre de dar información al ciudadano si no es de su competencia, recuerde que le puede generar falsas expectativas, en caso que usted no tenga la información para responder a las inquietudes solicitadas remita al ciudadano a los funcionarios competentes para la atención a la población con especial protección constitucional. Recuerde que en la entidad existe un referente para la atención especial de la población víctima y demás funcionarios capacitados para la atención a esta población.

6.5.2.5 Clientes irrespetuosos

Si se presenta una situación incómoda donde el usuario este alterado, conserve la calma para manejar la situación de la mejor manera posible, re dirija la situación para lograr un clima neutral, si no es posible solicite la intervención del jefe directo que tratara de manejar la situación encontrando una posible solución

6.5.2.6 Clientes inconformes con la atención prestada

Si no es posible disminuir el malestar en el usuario, se debe solicitar la intervención del jefe inmediato o líder de atención al cliente, si no se logra un acuerdo como última opción se le presentara al usuario las diferentes vías para que manifieste

su queja formal con el fin de estudiar posible soluciones.

6.5.3 Protocolo de atención telefónica

El tono de voz: en la atención telefónica el tono de voz es de gran importancia ya que por medio de este, se proyecta la imagen que se quiere transmitir, la voz debe ser agradable y adaptarse a los diferentes momentos

Inicio: tono amable y cálido

Momento de brindar la información: debe ser seguro y claro Momento de queja o duda: mantener la calma y manejar la situación. Fin de la información: ser práctico y concluyente

Despedida: tono amable y cálido

La velocidad: debe ser pausada que permita claridad, aunque se recomienda adaptar la velocidad a la velocidad del usuario para que sea una conversación fluida

Pronunciación: se requiere claridad, buena articulación y vocalización, el auricular debe permanecer a 3 cm. aproximadamente

Etapas de la atención telefónica

Contacto inicial: lo más importante es el saludo por que se le da la bienvenida 'al usuario, se deben tener en cuenta los siguientes pasos

- ✓ Saludo inicial: buenos días, buenas tardes
- ✓ Localización: dependencia donde se recibe la llamada
- ✓ Nombre del trabajador que brinda la atención al cliente
- ✓ Desarrollo de la información: después del contacto inicial, se debe determinar el objetivo de la llamada, la información que requiere el usuario, para esto se recomienda Escuchar atentamente, interpretar la información requerida, Realizar preguntas si es necesario, Brindar la información requerida por el usuario, si no es posible transferir La información se debe transmitir de una manera clara y comprensible
- ✓ Despedida: es de vital importancia una despedida cordial y cálida, recuerde que 'es la imagen que se lleva el usuario del instituto
- ✓ Transferencia de llamadas: se transferirá la llamada a otra dependencia en los siguientes casos:

Información que no se pueda brindar en esta dependencia: se debe consultar al usuario si está dispuesto a esperar o prefiere que se le llame posteriormente cuando se tenga la información, o comunicarse de nuevo transcurrido un tiempo determinado.

Si el usuario desea hablar con otra persona: primero se le pedirá al usuario que se identifique y luego se le informara si es posible o no comunicarse con la persona requerida, luego si es pertinente se le brindara el contacto de la persona que necesite, numero de la extensión para próximas oportunidades. Si se logra transferir la llamada a, la persona requerida, habrá que informarle los datos del usuario y si es posible el motivo de la llamada, para disminuir tiempo y que el usuario se sienta satisfecho

Realización de llamadas: se debe tener en cuenta:

- ✓ Planificación: Las llamadas telefónicas deben ser planificadas antes de efectuarse, para así establecer previamente el objeto de la misma
- ✓ Presentación: Si nuestro interlocutor no ha utilizado saludo, lo emplearemos nosotros cuando haya finalizado su frase de recibimiento
- ✓ Identificación: se procede a identificarnos especificando el cargo y la dependencia en la que trabajamos terminando con INSTITUTO FINANCIERO DE CASANARE
- ✓ Desarrollo: A continuación se debe establecer el motivo de nuestra llamada, tanto si se va a solicitar la presencia de una persona determinada, como si se va a pedir información
- ✓ Despedida: Antes de concluir la conversación se procederá a recordar lo que se ha convenido Si debemos volver a llamar, confirmar la hora y fecha para hacerlo Si hay que enviar un correo, confirmar la dirección y número telefónico correcto' Se debe agradecer la atención prestada

6.5.4 Mensajes y buzones

Para el uso de mensajes de texto, voz y buzones, se deberá tener en cuenta:

- ✓ Planificar previamente la llamada
- ✓ El mensaje debe ser concreto, sencillo y corto.
- ✓ Después de realizar el saludo, se procederá a la identificación personal y cargo.
- ✓ Explicar el motivo de la llamada.
- ✓ Dejar su número de teléfono.
- ✓ Realizar la despedida dando las gracias por anticipado
- ✓ Escuchar los mensajes al menos una vez al día.
- ✓ Devolver las llamadas dentro de las 24 horas siguientes
- ✓ Mensajes de texto: Los mensajes de texto son de gran ayuda para acercarnos a nuestros clientes, ya que son una herramienta práctica, de recordarles los compromisos que han adquirido con el IFC y así garantizar que nuestros clientes estén actualizados del estado de sus créditos, así como para enviar felicitaciones y alertas que le permitan conocer nuestros productos y servicios.

6.5.5 PROTOCOLO DE ATENCION VIRTUAL

A través de la Página Web Con la modernización del mercado, se hace necesario tener pautas en cuanto al manejo de la página Web, puesto que es un definitivo medio comercial utilizado por los usuarios para conocer o consultar temas del IFC; debe ser nuestro canal más utilizado por toda la comunidad, por lo que debe ser difundido a toda la ciudadanía como un medio eficiente de comunicación. El portal buscará generar mejores procesos de comunicación e información con los usuarios del IFC, las condiciones de nuestra página Web deberán ser:

- ✓ La información debe ser clara, concisa, exacta y actualizada permanentemente.
- ✓ Las fotografías que formen parte de los servicios montados en la página Web deberán ser reales y con una nitidez que garantice la verdadera ilustración de lo

- ofrecido.
- ✓ Por medio del portal se debe conocer del IFC, sus proyectos, políticas y los eventos que ella realiza en pro de toda la comunidad casanareña y demás temas relevantes de la capital y el departamento
 - ✓ En el portal se buscarecrear y mantener la imagen del Instituto Financiero de Casanare
 - ✓ La Web debe ser el espejo del IFC debe ser el punto cardinal y comunicador. oficial de los desarrollos de nuestra Empresa
 - ✓ La página Web deberá ser un medio publicitario generador de usuarios, por tanto contendrá contactos, especificaciones de cada servicio, servicios en línea, noticias de actualidad relacionadas con nuestra Empresa, convirtiéndose medio virtual interactivo que en un atraiga y mantenga conectado a los usuarios.

6.5.6 Correos electrónicos

Las normas básicas de la etiqueta de comunicación virtual son las siguientes:

- ✓ Asegurarse que la dirección a la que desea enviar el correo sea la correcta
- ✓ Se debe utilizar un asunto descriptivo, pero al mismo tiempo conciso, así las otras personas podrán decidir si leer o no un mensaje, basándose sólo en la línea de asunto
- ✓ Escriba un encabezado, saludo, un cuerpo y una despedida, como haría en una carta comercial
- ✓ Envié sus mensajes en texto plano y no en HTML o texto enriquecido (RTF), a no ser que sea realmente necesario
- ✓ No escriba en mayúsculas, escribir en mayúsculas equivale a gritar y además dificulta la lectura
- ✓ Puede utilizar los asteriscos y guiones bajos para "enfaticar" y subrayar
- ✓ Redacte de forma clara, correcta (sin faltas de ortografía), no debe utilizar diferentes tipos de fuentes en la misma carta, muchos colores y smiles o dibujitos
- ✓ Antes de la firma utilice palabras como cordialmente, atentamente, etc.
- ✓ Firme, NO envíe mensajes de forma anónima o incompleta

6.5.7 Protocolo de atención escrita

Para el Instituto Financiero de Casanare es importante establecer normas básicas que permitan estandarizar los lineamientos para presentación y redacción de la correspondencia interna y externa, convirtiéndose en una herramienta de presentación

Se deberá observancia a lo descrito en el protocolo de atención al cliente para la elaboración de documentación interna y externa, dando cumplimiento a las normas que según el Icontec se deben emplear con el fin de establecer criterios unificados, los cuales apoyan el mejoramiento de la imagen institucional, bajo estos parámetros la carta es un instrumento de estructura confiable y pertinente para la presentación de escritos bajo criterios y estándares de calidad

El estilo será de Bloque Extremo: Todas las líneas, parten del margen izquierdo y el Tamaño y Tipo de letra: Letra tamaño 11 tipo Arial a espacio sencillo y no se debe utilizar negrilla.

6.6 LOGÍSTICA DE LA ATENCIÓN Y SERVICIO AL CIUDADANO

- ✓ Los funcionarios y sistemas dispuestos para la atención al público, antes del inicio de la jornada laboral deberán hacer el alistamiento de las herramientas e instrumentos necesarios, probar la funcionalidad de los equipos y enterarse de la información extraordinaria que se haya generado la Corporación (página Web e intranet).
- ✓ Los radios y demás aparatos reproductores de música deberán mantenerse apagados dentro de los horarios de atención.
- ✓ Los teléfonos móviles deben mantener un volumen discreto preferiblemente en opción de vibrador.
- ✓ Los teléfonos fijos deben ser contestados máximo al tercer repique y mantenerse un tono de timbre bajo.
- ✓ Si por cualquier motivo debe ausentarse de su puesto de trabajo, debe direccionar su número de extensión a un funcionario que pueda responder sus llamadas.
- ✓ El consumo de alimentos y bebidas en el horario de atención al ciudadano no está de acuerdo con los procedimientos de atención y respeto al usuario, por lo cual esta acción debe realizarse en los espacios dispuestos como las cafeterías y estaciones de hidratación.

6.6.1 Herramientas de comunicación con el ciudadano

- ✓ Todos los servidores públicos portarán la identificación que los acredita como funcionarios del IFC.
- ✓ La comunicación que se maneje a nivel interno y externo, deberá estar apoyada siempre con asertividad.
- ✓ La comunicación debe ser a un buen ritmo, con pronunciación clara, reducción en el uso de muletillas y de expresiones regionales, con un tono de voz y volumen adecuado que facilite la comprensión.
- ✓ A los ciudadanos se les debe hablar con respeto, sin tutear ni utilizar expresiones de confianza inapropiada.
- ✓ Se deben referir a los ciudadanos en términos de respeto como: Señor, Señora.
- ✓ Los términos de cortesía engalanan la comunicación: con mucho gusto, gracias por su espera, cómo le puedo ayudar, permítame consulto la información, en un momento estoy con usted, gracias por su llamada, estamos para servirle, etc.
- ✓ Nunca debemos discutir con un ciudadano ni permitir que su manera de comunicarse haga variar nuestra actitud de servicio.
- ✓ Se debe controlar el lenguaje no verbal y actitudes que puedan incomodar al ciudadano; recuerde que todos estos son percibidos a través de la línea telefónica.
- ✓ Tener presente brindar un café, agua o cualquier otra bebida que permita la hidratación y la entrada en confianza con el usuario.
- ✓ Si el servicio de atención es presencial o telefónico, el funcionario debe garantizar que el ciudadano que está en las instalaciones de la entidad o que llame, sea atendido sin necesidad de recorrer por diferentes oficinas o pasar de una extensión telefónica a otra, por lo cual es necesario que todos los funcionarios manejen información general de los procesos llevados por la Corporación; sin embargo, si se trata de un tema o trámite específico se debe correr traslado al área específica competente.
- ✓ Si el teléfono está cerca de usted o en su área de trabajo, se debe contestar y brindar la información necesaria a la persona que está llamando.
- ✓ Se debe atender al ciudadano con respuestas claras a sus preguntas.
- ✓ Se debe brindar atención efectiva a sus quejas, denuncias y reclamos.

- ✓ Se debe retroalimentar al ciudadano con lo que se va a hacer. Indíquelo si queda alguna tarea pendiente.
- ✓ Evite utilizar con el ciudadano términos muy técnicos, que podrían generar molestia o desinterés.
- ✓ Se debe mantener la serenidad, no perder la calma o el control ante una situación difícil al ciudadano.

6.7 CONSIDERACIONES GENERALES DEL SERVIDOR PÚBLICO PREVIAS A LA ATENCIÓN

- **Presentación Personal:** Su presentación personal influye en la percepción que tendrá el ciudadano usuario respecto a la entidad. Sea impecable con su presentación personal, esta debe ser apropiada para el rol que desempeña (formal y sobria). Guarde adecuadamente la imagen institucional, mantenga su identificación visible.
-
- **Expresividad en el rostro:** Generalmente el rostro es el primer punto en el que el ciudadano se fija. Su expresión facial es relevante, ofrezca una sonrisa no forzada, esto le agrega un carácter acogedor a la atención que le está brindando al ciudadano. Por ello es fundamental que lo mire a los ojos, demuestre interés, actitud de escucha y refleje seguridad en la información que le está transmitiendo.

Recuerde que el lenguaje gestual, debe resultar acorde con el trato educado que le esté brindando verbalmente.

- **Voz y lenguaje:** El lenguaje que use y el tono de voz añadirán color a lo que esté expresando. Por lo tanto, preste atención a la elección de palabras cuando se comunique con el ciudadano. Utilice las palabras apropiadas dentro del entorno adecuado esto parte de una comunicación efectiva.

El tono de voz es también parte importante de su comunicación verbal puesto que su tono emocional enfatiza la actitud de lo que desea transmitir. Todas las personas son afectadas por el tono de voz de otras personas. Es un aspecto común de la naturaleza humana y lo usamos para expresar la parte emocional de nuestros pensamientos.

Adapte la modulación de la voz a las diferentes situaciones, vocalizando de manera clara para que la información sea comprensible y el mensaje sea entendible. Comuníquese del modo en que al ciudadano le resulte sencillo y cordial, para lo cual adapte su lenguaje al de él, esto traerá como efecto empatía y comodidad, creando las condiciones ideales para que los mensajes sean captados íntegramente, dado que aumenta al máximo la receptividad.

- **Postura:** La postura que tome su cuerpo cuando hable con el ciudadano tiene más

significado de lo que se pueda imaginar, ya que puede facilitar el camino para conquistarlo o bien, para mejorar su calidad de expresión. Mantener una posición relajada con brazos y piernas ligeramente abiertas demuestra auto confianza, seguridad y le da valor e importancia a lo que se hace. Mantenga la columna flexible, cuello y hombros relajados, evite las posturas rígidas o forzadas.

- Rapidez / eficiencia: Actúe con diligencia y agilidad en la atención que brinda.

6.8 CONSIDERACIONES GENERALES PARA LA ATENCIÓN DE SITUACIONES DIFÍCILES

Dado que en muchas ocasiones pueden llegar a las entidades ciudadanos- usuarios inconformes, confundidos, ofuscados, o furiosos, es necesario tener en cuenta las siguientes consideraciones para facilitar el servicio:

- ✓ Mantenga una actitud amigable
- ✓ Deje que el ciudadano se desahogue, no lo interrumpa.
- ✓ Evite pedir al ciudadano que se calme
- ✓ Evite calificar el estado de ánimo del ciudadano.
- ✓ Hágale saber al ciudadano-usuario que lo escucha con atención
- ✓ Ofrézcale disculpas si es el caso y hágale sentir que usted comprende su situación
- ✓ Enfóquelo en el problema, evite tomar la situación como algo personal
- ✓ Empiece a solucionar el problema
- ✓ Obtenga de su interlocutor toda la información que necesite
- ✓ Verifique con el ciudadano la calidad y cantidad de la información obtenida repitiéndole todos los datos.
- ✓ Proponga al ciudadano una alternativa de solución, sin prometerle nada que no pueda cumplir.
- ✓ Si el mismo problema se presenta con otro ciudadano, infórmelo a su jefe inmediato, para que la solución sea de fondo.
- ✓ Invite al ciudadano a presentar formalmente su descontento mediante una queja o reclamo e infórmelo que a partir de esta comunicación la entidad estudiará la solución y planteará mejoras al interior.

7. SEGUIMIENTO A PQRS Y EVALUACIÓN DE SATISFACCIÓN ATENCIÓN AL

CIUDADANO

El Instituto cuenta con un procedimiento que define las pautas para la recepción, direccionamiento y seguimiento a las PQRS que se alleguen a la entidad, a través del cual además se realiza seguimiento a la oportuna respuesta, lo cual es medido además a través de los indicadores de respuesta a PQRS y seguimiento a quejas y reclamos, adicionalmente los resultados son consignados en el informe de atención al ciudadano, en el cual además se plantean recomendaciones para la mejora y optimización del servicio.

Adicionalmente, las organizaciones, deben orientarse hacia sus clientes, adaptando de manera continua el producto o servicio ofertado a los deseos de estos, con el objetivo de conseguir su satisfacción y, con ella, su fidelización. Para eso, es muy importante conocer cuáles son sus requerimientos y analizar el grado de cumplimiento de los mismos, dos objetivos que se pueden cumplir con un adecuado proceso de medición de la satisfacción del cliente.

A su vez, toda persona interviene en un proceso generador de resultados (productos o servicios), que son entregados a un cliente. Si éste se encuentra en la misma organización (cliente interno), utilizará los productos resultantes del proceso anterior como entrada (recursos) para su propio proceso y que culminaran siendo productos para los clientes externos, por lo que para que la organización ajuste y adapte sus procesos a las necesidades de sus clientes tanto internos como externos se requiere también la medición de la satisfacción del cliente interno.

Además, a través de esta medición la organización podrá proporcionar un terreno adecuado para que se dé un buen clima laboral y de esta forma conseguir que los objetivos de la empresa se cumplan, a través de un óptimo rendimiento de sus empleados.

MEDICION A REALIZAR

De acuerdo a lo establecido en el procedimiento de medición de satisfacción del cliente, se realizara medición de satisfacción de:

CLIENTE EXTERNO: La organización o persona que está recibiendo un producto, que a su vez es el resultado de un proceso.

CLIENTE INTERNO: Toda persona que interviene en un proceso generador de resultados (productos o servicios), y cuyos productos o servicios resultantes, se constituyen en entrada (recursos) para otro proceso.

PERIODICIDAD.

Cliente externo: Se realizara de forma permanente a los clientes que asistan a las instalaciones del IFC

Cliente interno: Se realizara periódicamente por cada dependencia objeto de la medición.

METODOLOGIA.

Cliente externo: Se realizara de forma permanente a los clientes que asistan a las instalaciones del IFC, aplicando los formatos así

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE –CREDITO RAC02-03, a los clientes que se les realice otorgamiento de crédito para lo cual se diligenciara el formato durante la actividad de toma de firmas de pagare y a los clientes que se les realice devolución de documentación en el momento de hacer la entrega de los documentos.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN SERVICIO RAC02-02, a los clientes que se acerquen a realizar trámites de saldos de obligación, arreglos de cartera, atención de programas y proyectos y demás servicios y trámites que presta la entidad.

Cliente interno: Se realizara mensualmente por cada dependencia objeto de la medición, para lo cual los funcionarios de cada dependencia entregaran y registraran en una planilla de entrega de encuesta, el formato *ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO RAC02-04*, a un numero de mínimo 10 clientes internos durante el mes.

Mensualmente se tabulará la información obtenida y se analizará en el indicador de satisfacción de cliente y trimestralmente se elaborara informe de atención al ciudadano, el cual se presentara y analizara en comité institucional de gestión y desempeño.

CONTROL DE CAMBIOS

VERSIÓN No.	FECHA	DESCRPCIÓN DEL CAMBIO
1	Junio de 2018	Versión inicial

Aprobación del Documento		
Acción	Funcionario	Firma
Elaborado por:	SARA NAYIVE VACA GALEANO Prof. Oficina de Planeación – lidera de atención al cliente y comunicaciones	Original Firmado
Revisado por:	COMITÉ INSTITUCIONAL DE GESTION Y DESEMPEÑO	Original Firmado
Aprobado por:	DAIRO MARTIN JUYA RUIZ Gerente (e)	Original Firmado