



SuperSubsidio
Vigilamos tu caja de compensación

**I TRIMESTRE
DE 2022**

Informe Satisfacción con Canales de Atención

Edificio World Business Port
Carrera 69 # 25 B - 44 Pisos 3, 4 y 7

Teléfonos: 3487777 - PBX: 3487800
www.ssf.gov.co - e-mail: ssf@ssf.gov.co
Bogotá D.C, Colombia

Contenido

1. Objetivo General	3
2. Objetivo de los instrumentos de medición.	3
3. Concepto de los instrumentos o variables a considerar.	4
4. Antecedentes.....	4
5. Alcance.....	5
6. Canales de Atención	5
6.1. Atención personalizada	6
6.2. Atención telefónica y chat	7
6.3. Atención Chatbot Lupita	9
6.4. Atención en portal corporativo, aplicativo Esigna:	10
6.5. Atención en ferias y eventos.....	13
6.6. Buzones tecnológicos.....	13
6.7. Educación informal para los grupos de interés.....	13
7. Análisis de emociones y sentimientos.....	15
8. Observaciones de satisfacción de los ciudadanos.....	23
9. Satisfacción global 2022.....	24

1. Objetivo General

Para la Superintendencia de Subsidio Familiar, es importante velar por la calidad de la atención y servicio a la ciudadanía a través de los distintos canales para la recepción de trámites y emisión de información, cumpliendo con los objetivos institucionales de comunicar, proteger y velar por los derechos de nuestros usuarios, dando cumplimiento a ese fin, se busca el mejoramiento en los procesos y la medición de estándares de satisfacción ciudadana.

La Oficina de Protección al Usuario de la Superintendencia del Subsidio Familiar con el ánimo de asegurar un óptimo servicio, realiza las encuestas de satisfacción del servicio a la ciudadanía, cuya intención es determinar la percepción que éstos tienen sobre la calidad del servicio prestado a través de los diversos canales de atención, buscando reconocer fortalezas y oportunidades de mejora especialmente en cuanto a la capacidad para resolver requerimientos, trato y oportunidad; constituyéndose en un camino que fortalece la participación ciudadana.

Así mismo, de acuerdo con los lineamientos establecidos en el Plan de Acción 2022 por parte de la Oficina de Protección al Usuario de la Superintendencia del Subsidio Familiar, se establece llevar un control de satisfacción del servicio que se presta a la ciudadanía por medio de los canales de atención, se relaciona los resultados obtenidos en la aplicación de encuestas de satisfacción y la interpretación de estos datos para el **I Trimestre de 2022**.

2. Objetivo de los instrumentos de medición.

Determinar la percepción que tienen los usuarios con relación a la calidad del servicio ofrecido por la Superintendencia del Subsidio Familiar y la atención en la Oficina de Protección al Usuario, mediante la información obtenida, realizar la retroalimentación, que permita tomar decisiones que contribuyan a la mejora continua tendiente a garantizar la participación ciudadana.

Relacionar los diferentes canales de atención con la percepción ciudadana, basados en las experiencias de usuarios y la calidad del servicio, que desde la entidad se presta a todo el territorio nacional, con el único objetivo de brindar un mejoramiento continuo en los procesos y garantizar el buen nombre institucional, además de buscar nuevas alternativas y estrategias para involucrar instrumentos de medición efectivos en la satisfacción de nuestros ciudadanos.

3. Concepto de los instrumentos o variables a considerar.

Percepción ciudadana: Se entiende por percepción ciudadana a nivel institucional como el pensamiento colectivo sobre las acciones y gestión de las diferentes entidades gubernamentales respecto a los servicios ofrecidos y calidad en la atención de dichas instituciones.

Métricas de atención y encuestas de satisfacción: Para realizar mediciones y un análisis cuantitativo de las diferentes interacciones con el ciudadano, se deben emplear distintos métodos estadísticos que permitan demostrar los niveles de gestión y asegurar estándares de calidad, definiendo un análisis cualitativo que nos permita identificar la satisfacción del usuario.

Imagen institucional de cara al ciudadano: Para la Superintendencia de subsidio familiar y en especial la oficina OPU es fundamental representar con calidad y buen servicio todas las necesidades de las comunidades a lo largo y ancho del territorio nacional, es por esa razón que se hacen esfuerzos en mejorar la imagen institucional con el fin de garantizar la recordación y representación de los servicios enfocados al bienestar ciudadano a través del subsidio familiar.

Muestra poblacional: Para este informe se considera como muestra a todos los ciudadanos que, durante el primer trimestre del año 2022, hicieron uso de los canales de atención puestos a disposición del ciudadano.

Canales de atención: Se entiende como canales de atención todos los medios disponibles que presta la Superintendencia de subsidio a la ciudadanía, cuyo objeto sea la realización de un requerimiento, trámite, solicitud u observaciones en pro de garantizar la atención y correcto procedimiento de los intereses ciudadanos.

4. Antecedentes

El 1 de marzo de 2021 con Orden de Compra 64560 con la empresa Conalcréditos se realiza contrato para el servicio de Centro de Contacto BPO (Business Process Outsourcing) para mejorar y fortalecer la calidad y accesibilidad a los canales de atención masiva de PQRSF de la Superintendencia del Subsidio Familiar, por parte de la ciudadanía, por valor de \$539,192,658 COP, cuyo objeto contractual se efectuó con fechas de labor del 1 de marzo de 2021 y con vigencia futura hasta el 17 de febrero de 2022.

Para la vigencia 2022 se suscribió la Orden de compra 84987 con la empresa BPM Consulting por un valor de \$887,823,538.

Se puede consultar en: <https://colombiacompra.gov.co/tienda-virtual-del-estado-colombiano/ordenes-compra/84987>

5

- El 18 de febrero de 2022 se dio inicio a la operación, proyectando así 10,3 meses de operación hasta el 26 de diciembre de 2022.
- El horario de atención es de lunes a viernes de 07:00am a 04:00pm y los sábados por el canal chat de 08:00 am a 12:00 pm.
- Los servicios contratados corresponden a 5 agentes técnicos, 4 agentes profesionales, 2 agentes generales, 2 agentes especializados, 1 supervisor y 1 líder de calidad.

Definición de las variables a evaluar

- **Atributos del Servicio:** brindar un soporte técnico de conocimientos sobre su trabajo y saber cómo tratar a las personas a las que le brindará el servicio, teniendo una buena actitud.
- **Satisfacción del Servicio:** Indicador promedio, qué siente o percibe el usuario sobre el servicio prestado.

5. Alcance

Verificación del cumplimiento y grado de satisfacción de las acciones que realiza la Oficina de protección al Usuario OPU en las peticiones, quejas, requerimientos y solicitudes que realizan los ciudadanos, tomando como referencia el universo de los participantes en la encuesta de satisfacción al usuario, constituido por todas aquellas personas que se contactaron a través de los canales de atención (Personalizado, Telefónico, Chat y Portal Corporativo), con el objetivo de hacer una Petición, Queja, Reclamo, Sugerencia, Felicitación o Consulta - PQRSF, relacionado con el sistema del Subsidio Familiar, durante el periodo analizado.

6. Canales de Atención

La Superintendencia del Subsidio familiar pone a disposición de la ciudadanía los siguientes canales para el acceso a los trámites, servicios y/o

información de la Entidad, quien presta un servicio oportuno y da respuesta adecuada al ciudadano.



SuperSubsidio
Vigilamos tu caja de compensación

CANALES DE ATENCIÓN AL CIUDADANO

- Visita nuestra página web**
www.supersubsidio.gov.co
- Chat**
Chat en línea
Interactúa con un asesor en tiempo real. **Horario:** Lunes a viernes de 7:00 am a 4:00pm - Sábados de 8:00 am a 12:00 pm
- Lupita te responde**
Nuestra asistente virtual te responderá 24/7 en la web www.supersubsidio.gov.co
- Correo electrónico**
Escribenos al correo: ssf@ssf.gov.co
- Atención Telefónica**
Línea Gratuita Nacional: 01 8000 910 110
Bogotá: (601) 348 77 77
(601) 348 - 7800
- Atención Personalizada**
Edificio World Business Port
Cra 69 #25B-44, Piso 3, Bogotá. **Horario:** Lunes a viernes 7:00 am a 4:00 pm
- Recepción de Correspondencia**
Edificio World Business Port
Cra 69 #25B-44, Piso 4, Bogotá. **Horario:** Lunes a viernes 7:00 am a 4:00 pm
- Buzones interactivos**
Ubicados en las ciudades de: Barranquilla, Cali, Bogotá, Medellín, Riohacha, Villavicencio, Manizales, Pasto, Pereira e Ibagué.

Síguenos en:

[@supersubsidio](https://www.instagram.com/supersubsidio)

La Oficina de Protección al Usuario de la SSF, aplica la encuesta de satisfacción por los siguientes canales:

6.1. Atención personalizada

Los funcionarios de la Oficina de Protección al Usuario realizan la atención personalizada a los ciudadanos que se acercan a la entidad mediante la

realización de un cronograma de atención mensual, que es proyectado con antelación y publicado de forma visible.

Durante el I trimestre de 2022, no se realizaron atenciones personalizadas debido a la emergencia sanitaria, sin embargo, se espera que en 2022 pueda habilitarse nuevamente el servicio con los protocolos de seguridad.

6.2. Atención telefónica y chat

Son atendidos por agentes de la Empresa Bpm Consulting Ltda, bajo un estructura para cada canal, brindado una solución óptima a los ciudadanos según el requerimiento, después de brindar dicha solución, realizan pregunta al cliente solicitando si desea responder la encuesta de satisfacción sobre el servicio recibido, si el ciudadano contesta afirmativamente se realizan las siguientes tres preguntas:

- I. ¿Cómo califica la oportunidad en la atención por este canal?
- II. ¿El asesor que lo atendió respondió a la consulta por usted formulada?
- III. ¿El lenguaje usado transmitió de manera clara, simple y efectiva la información suministrada?

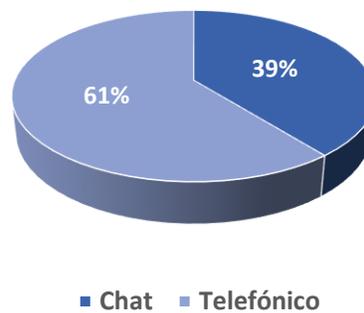
En el siguiente cuadro se observa que el 25% de los ciudadanos atendidos por chat desearon calificar y el 67% de los atendidos por teléfono accedieron:

Respuesta	Chat	%
No	544	52%
Si	260	25%
No Aplica	234	23%
Total	1038	100%
Respuesta	Telefónico	%
Si	1070	67%
No	306	19%
No Aplica	232	14%
Total	1608	100%

Se identifica que la distribución por canal de las encuestas aplicadas por el Call Center en el I trimestre del año 2022 fueron:

Encuestas aplicadas I trimestre 2022		
Canal	Cant	%
Chat	1038	39%
Telefónico	1608	61%
Total	2646	100%

Encuestas Aplicadas I Trimestre 2022



Del total de las encuestas de satisfacción realizadas el 61% corresponde al canal telefónico y 39% al canal chat.

Los resultados de la encuesta por atributo de medición se comportaron de la siguiente manera:

Meses y Ponderacion	¿Cómo califica la oportunidad en la atención por este canal?			¿El asesor que lo atendió respondió a la consulta por usted formulada?		¿El lenguaje usado transmitió de manera clara, simple y efectiva la información suministrada?	
	Calificación	Cant	%	Cant	%	Cant	%
1 de Enero a 31 de Marzo 2022	5 Excelente	1261	95%	1276	96%	1299	98%
	4 Bueno	62	5%	46	3%	26	2%
	3 Regular	4	0%	5	0%	2	0%
	2 Malo	2	0%	2	0%	2	0%
	1 Deficiente	1	0%	1	0%	1	0%
	Total	1330	100%	1330	100%	1330	100%

Se evidencia que la ciudadanía que accede a calificar el servicio prestado por la Superintendencia a través del canal telefónico y de chat percibe

una buena atención con el servicio recibido, ya que el **96%** de los encuestados calificaron con Excelente los ítems a medir.

6.3. Atención Chatbot Lupita

El Chatbot es atendido por la agente virtual Lupita, la cual después de dar la información a los ciudadanos, se realiza la pregunta si están dispuestos a responder una encuesta de satisfacción sobre el servicio recibido, si el ciudadano contesta afirmativamente se realizan las siguientes tres preguntas:

- I. ¿Cómo califica la oportunidad en la atención por este canal?
- II. ¿La información suministrada por Lupita le fue útil?
- III. ¿El lenguaje utilizado por Lupita es claro?

Basado en la recolección de las encuestas de satisfacción de Lupita se identifica que, para la cantidad de usuarios conectados, el porcentaje que accede a realizar la encuesta es bastante **bajo**, correspondiente a **1,29%** del total de usuarios. para mejorar la experiencia en las encuestas, se sugiere activar una tarjeta pop up (ventana emergente), que induzca a diligenciarla, lógicamente sin afectar la experiencia de usuario.

De esta manera, se identifica que la cantidad de encuestas aplicadas por el Chatbot en el I trimestre del año 2022 fueron:

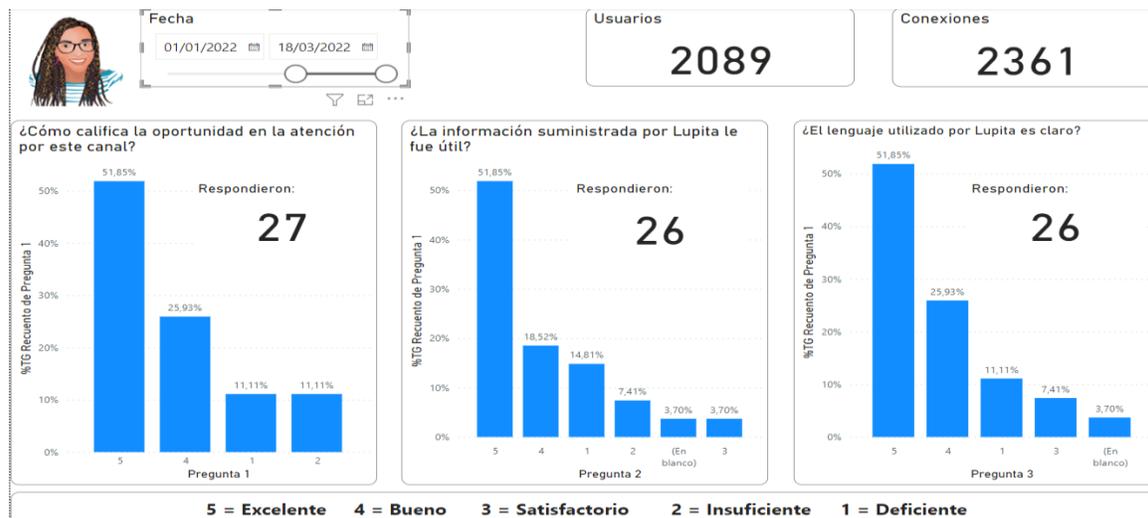


Gráfico 1. Nivel satisfacción Lupita por atributo I trimestre de 2022. Fuente: Dashboard microsofazure Chatbot Lupita.

Se evidencia que la calificación excelente es el ítem más calificado, con un promedio de **51.8%**.

Con respecto a la percepción de la ciudadanía, se obtuvo que el **75.31%** encontró que la interacción con el Chatbot Lupita estuvo entre bueno y excelente. El ítem de claridad tiene un **18.52 %** de insatisfacción así que debe trabajarse aún más en la base de conocimiento y simplificar más las respuestas.

10

6.4. Atención en portal corporativo, aplicativo Esigna:

Una vez realizado el trámite de la PQRSF radicada en el aplicativo, se envía al correo electrónico del peticionario la encuesta de satisfacción, la cual, en caso de considerarla pertinente, el ciudadano la diligencia y la reenvía mediante un link.

1) ¿Cómo califica el acceso al portal corporativo?

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo

2) ¿Cómo califica el proceso para interponer su queja petición, reclamo, sugerencia y/o felicitación?

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo

3) ¿Califique el proceso de su petición, queja, reclamo, sugerencia y /o felicitación?, así:

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo

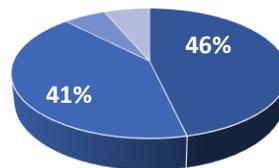
Durante el primer trimestre del 2022, se remitieron un total de **1699 solicitudes** de evaluación a través del aplicativo corporativo Esigna, dirigidas a los correos registrados por la ciudadanía, con la finalidad medir la satisfacción relacionada a la prestación de los servicios por la superintendencia para solución de PQRSF. Del total enviado, únicamente se diligenciaron el **13,24%** de las encuestas de manera óptima por parte de los peticionarios que realizaron alguna

solicitud durante este periodo; este porcentaje corresponde a **225 ciudadanos** que brindaron su opinión a la encuesta, cuyo objetivo es validar la percepción de la gestión prestada y mejorar en los procesos.

Se envía a todos los usuarios que reciben respuestas a través de aplicativo E-signa solicitud para diligenciar una encuesta que mide la satisfacción, para el periodo del I trimestre del año 2022, los resultados fueron los siguientes:

Cómo califica el acceso al portal corporativo					
	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Total
Cantidad	102	91	13	14	220
%	46%	41%	6%	6%	100%

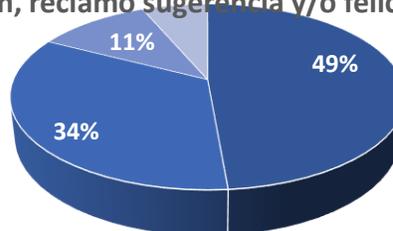
Cómo Califica El Acceso Al Portal Corporativo



■ Excelente ■ Bueno ■ Regular ■ Malo

Cómo califica el proceso para interponer su queja, petición, reclamo sugerencia y/o felicitación					
	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Total
Cantidad	106	74	24	14	218
%	49%	34%	11%	6%	100%

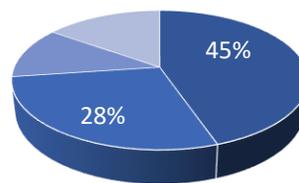
Cómo califica el proceso para interponer su queja, petición, reclamo sugerencia y/o felicitación



■ Excelente ■ Bueno ■ Regular ■ Malo

Califique el proceso de su petición, queja, reclamo o sugerencia y/o felicitación					
	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Total
Cantidad	97	61	26	33	217
%	45%	28%	12%	15%	100%

Califique el proceso de su petición, queja, reclamo o sugerencia y/o felicitación



■ Excelente ■ Bueno ■ Regular ■ Malo

En términos generales el servicio ofrecido por el aplicativo Esigna representa en promedio para este trimestre un **47%** de satisfacción Excelente y en un **35%** Buena, sumando así una satisfacción general de **82%**, por este canal de atención.

Es importante resaltar que la ciudadanía interpone peticiones sobre temas que exceden los alcances tanto de la Superintendencia del Subsidio Familiar, como temas que requieren de la justicia ordinaria civil o laboral y aunque se informa, explica y justifican las respuestas de cada caso u orienta sobre el proceder, de igual manera no se sienten conformes con la respuesta brindada.

De igual manera, la ciudadanía espera que la Superintendencia actúe sin hacer parte a las Cajas de Compensación Familiar, pasando por alto el debido proceso y que finalmente los recursos y programas son suministradas por estas corporaciones, la Oficina de Protección al Usuario está en el deber de conocer las perspectivas de las partes y emitir una respuesta posterior a conocer ambas partes.

Por otra parte, continúa llegando la respuesta a los ciudadanos como correos spam y a pesar de los avisos y de la información en los canales, continúan ciudadanos informando que no pueden visualizar sus respuestas, sin embargo, para el segundo trimestre del año se implementará una ejecución de cierre final con el ciudadano, para confirmar recepción de la respuesta, así mismo poder tener una nueva calificación y que el ciudadano quede conforme con la respuesta emitida.

6.5. Atención en ferias y eventos

En el I trimestre de 2022 no se han realizado ferias, ya que se encuentran programadas para el segundo trimestre del año.

13

6.6. Buzones tecnológicos

Ya que este canal está enlazado en cada uno de los territorios con los demás canales de atención, no se realiza una medición específica para este elemento.

6.7. Educación informal para los grupos de interés

Los cursos virtuales que actualmente se encuentran disponibles para la ciudadanía son:

Tabla satisfacción curso Sistema del Subsidio Familiar y la Participación Ciudadana.				
Item evaluados	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO
En general, cómo califica el curso virtual Sistema del Subsidio Familiar y la Participación Ciudadana.	30	8	0	0
Cómo califica los videos y demás material del curso.	32	6	0	0
Los contenidos del curso han sido útiles para entender el sistema del Subsidio Familiar	31	7	0	0
Los contenidos del curso han sido útiles para entender los mecanismos de participación ciudadana	31	7	0	0
Total	124	28	0	0

Tabla satisfacción curso conociendo la cultura sorda.			
En general, cómo califica el Taller Conociendo la Cultura Sorda	Cómo califica el material publicado en el taller	Los contenidos de este taller han sido útiles para sus labores dentro del Sistema del Subsidio Familiar	Observaciones y/o sugerencias

EXCELENTE	EXCELENTE	EXCELENTE	Realizar un curso a profundidad presencial CERTIFICADO A NIVEL AVANZADO para nosotros los interesados.
EXCELENTE	EXCELENTE	EXCELENTE	Me gustó mucho la forma en la que hicieron que interiorizáramos los conceptos
EXCELENTE	EXCELENTE	EXCELENTE	Felicidades nos generan mucho conocimiento, gracias.
EXCELENTE	EXCELENTE	EXCELENTE	ninguna observación, todo el taller me pareció muy bueno y útil.

Tabla satisfacción curso Subsidio Familiar de Vivienda

	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO
En general, cómo califica el Módulo Subsidio Familiar de Vivienda	51	11	2	0
Cómo califica los videos y demás material del módulo	53	10	1	0
Los contenidos del módulo han sido útiles para entender el Sistema del Subsidio Familiar	53	10	1	0
Los contenidos del módulo han sido útiles para entender sobre el Subsidio Familiar de Vivienda	53	10	1	0
Total	210	41	5	0

Tabla satisfacción Curso Superintendencia del Subsidio Familiar

	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO
En general, cómo califica el Módulo Superintendencia del Subsidio Familiar	49	14	0	0
Cómo califica los videos y demás material del módulo	50	13	0	0
Los contenidos del módulo han sido útiles para entender el Sistema del Subsidio Familiar	50	13	0	0
Los contenidos del módulo han sido útiles para entender sobre la Superintendencia del Subsidio Familiar	49	14	0	0
Total	198	54	0	0

Ahora bien, el total de la satisfacción por este ítem arroja:

Tabla consolidado satisfacción con servicio de educación informal para los grupos de interés.					
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO	TOTAL
Número	536	123	5	0	664
Porcentaje	80.7%	18.5%	0.7%	0	99.9%

15

Para el servicio de educación informal a los grupos de interés tenemos una satisfacción de 99%, durante el I trimestre de 2022.

7. Análisis de emociones y sentimientos

La Oficina de Protección al Usuario adelanta constantemente nuevas alternativas de procesamiento y minería de datos sobre las interacciones ciudadanas a través de los distintos canales de comunicación y atención, con la finalidad de conocer la opinión de los usuarios y reconocer oportunidades de mejora frente a la manera en que sus ciudadanos se expresan, consultan y califican las acciones de la Superintendencia de Subsidio Familiar.

Por esa razón, para este primer trimestre (enero-marzo) de 2022, se realizó un análisis de sentimientos y emociones en el canal de Chat, cuya intención es medir o aproximarse a identificar los niveles de empatía y/o cuantificar las emociones con las que expresan nuestros usuarios sus requerimientos de información y gestión (trámites, requerimientos y solicitudes de información por dicho canal).

La expresión escrita es un componente fundamental en las competencias comunicativas de todos los seres humanos y consiste en exponer y/o expresar a través de una sintaxis y un conjunto de signos convencionales (expresiones lingüísticas del idioma), una idea, pensamiento, **sentimiento u emoción**.

Considerando lo anterior, la escritura tiene un papel fundamental para determinar la conducta y expresiones de las comunidades sobre algún hecho, sumado a que en esta era digital los medios de interacción más comunes están determinados por la facilidad de expresión a través de aplicaciones cuya voz y expansión se basa en los textos. Esto ha dado lugar a que los ciudadanos se expresen fácilmente desde la comodidad de un Smartphone o sitio web, ya que para ellos es mucho más sencillo que llamar o esperar en línea mientras es atendido. Ahora solo basta

escribir un mensaje y resolver sus dudas o inquietudes, exponer sus quejas y/o brindar una opinión.

Basado en lo anterior, para la Superintendencia de Subsidio Familiar es fundamental y relevante conocer las emociones y sentimientos a través del análisis de los textos (mensajes de los ciudadanos), ya que se convierten en un insumo importante del mejoramiento de la gestión; con este proceso se pueden mejorar la atención, la información y la confianza en el Sistema de Subsidio Familiar.

Internamente, la Oficina de Protección al Usuario a través de su científico de datos construyó una serie de acciones encaminadas al análisis de esta información basado en herramientas de inteligencia artificial, utilizando técnicas de procesamiento de la información (Machine Learning, Data Mining, Procesamiento de Lenguaje Natural), en esta ocasión apoyado de la teoría de rueda de emociones de Robert Plutchik (Tomado de: <https://psicopico.com/la-rueda-las-emociones-robert-plutchik/>), donde se identifican las 8 emociones básicas de la rueda de emociones (alegría, confianza, temor, sorpresa, tristeza, aversión, ira y anticipación).

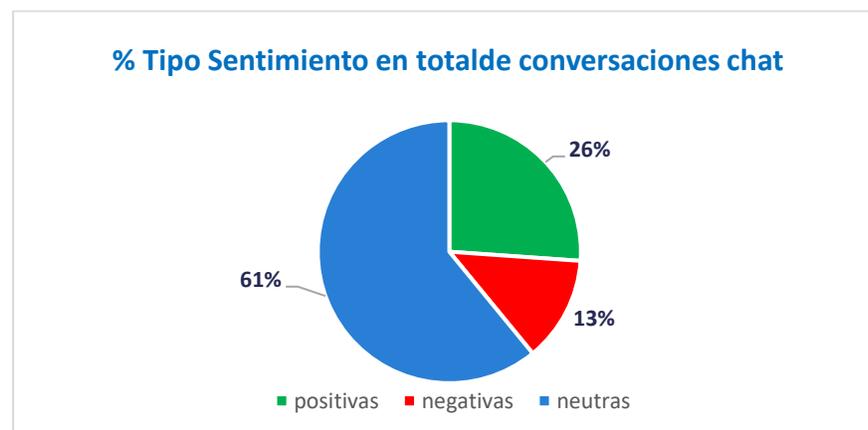
Para este análisis se consideraron todos los mensajes enviados por parte de los ciudadanos en el canal de chat de la Superintendencia durante los meses de enero hasta marzo, sumando un total de **13218 mensajes en 2045 hilos de conversación** con nuestros agentes de chat, donde se resolvieron diferentes tipos de solicitudes, entre las que se destacan consulta de información general, quejas y reclamaciones, orientación sobre los servicios de la Supersubsidio y preguntas frecuentes sobre el estado de solicitudes de PQRSF. Cabe destacar, que las conversaciones promedio por este canal de Chat son las siguientes:

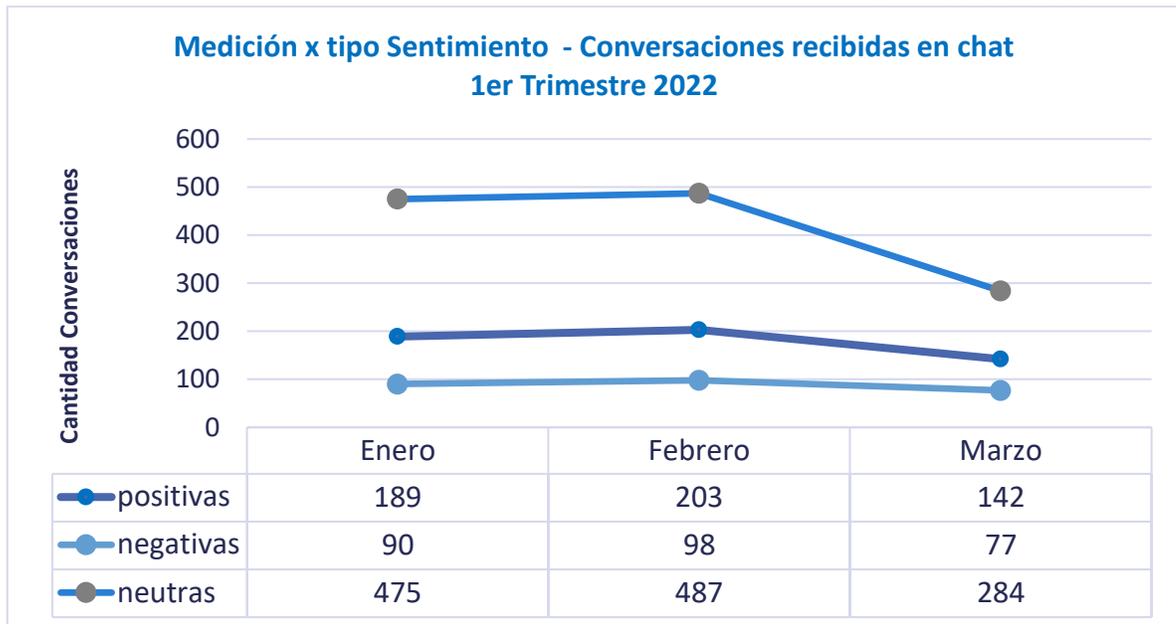
Cantidad de mensajes en un mismo hilo de conversación por mes			
	Enero	Febrero	Marzo
Máximo en un hilo	36 Mensajes	42 Mensajes	39 Mensajes
Mínimo en un hilo	1 Mensaje	1 Mensaje	1 Mensaje
Promedio	18.5	21.5	20

Total Interacciones Canal Chat - 1er Trimestre de 2022		
Mes	Conversaciones	Mensajes escritos por los usuarios
Enero	754	4749
Febrero	788	5285
Marzo	503	3184
Total	2045	13218

Sobre esta cantidad de mensajes y conversaciones se realizó el proceso de procesamiento, arrojando los siguientes resultados:

Medición del Tipo Sentimiento en conversaciones recibidas en chat 1er Trimestre 2022				
Tipo Sentimiento	Enero	Febrero	Marzo	%
positivas	189	203	142	26%
negativas	90	98	77	13%
neutras	475	487	284	61%
Total	754	788	503	100%





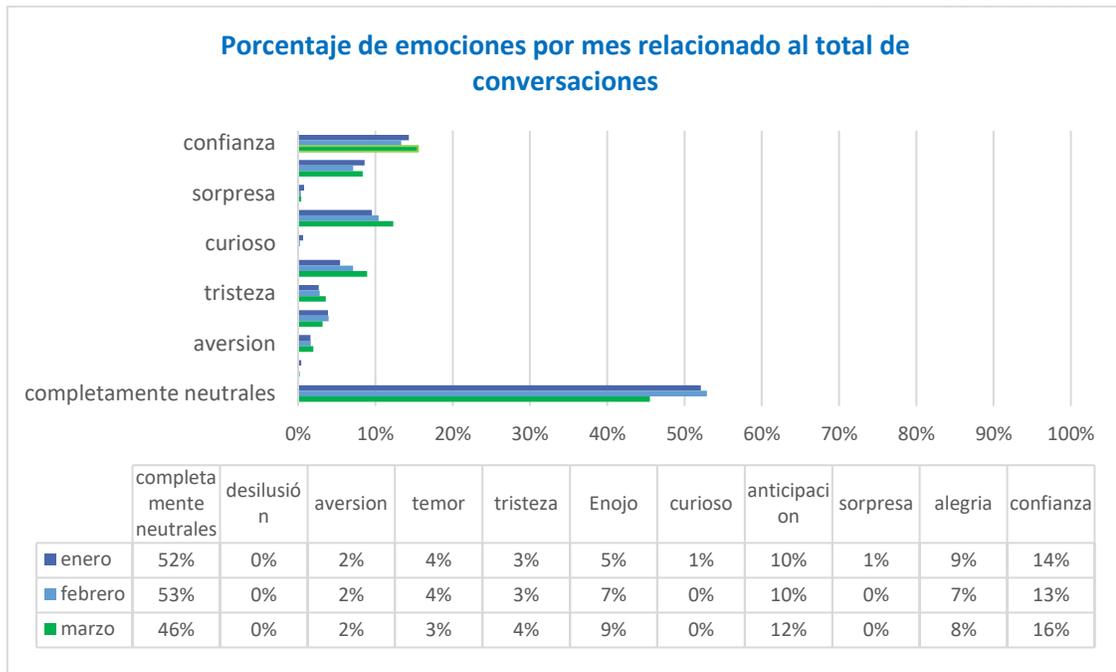
Se encuentra que durante las comunicaciones por parte de los usuarios en el canal chat, reflejan neutralidad en su mayoría puesto (**61% de las conversaciones**) que se trata de solicitudes donde las conversaciones son más formales en la solicitud de información, también se debe a que en la mayoría de los mensajes se incluyen términos como número de caso, documentos y otros elementos que no corresponden a la medición de una emoción.

Si obviamos, que la mayoría de las conversaciones tienen un tono neutral, se hace hincapié en emociones y sentimientos (positivos y negativos), el resultado es inclinado hacia una experiencia positiva (**26%**) y de trato muy amable, reflejando buenas sensaciones por parte de la atención brindada por la superintendencia respecto al manejo de la información y el objetivo del usuario al comunicarse en nuestro canal.

Las emociones negativas (**13%**) corresponden a temáticas relacionadas a quejas y reclamaciones que al usar expresiones por estas tipologías son tomadas como sensaciones negativas, sin embargo, a pesar de que el canal recibe constantemente PQRSF (Peticiónes, quejas, reclamos, solicitudes y felicitaciones), la sensación de los usuarios no es tan negativa. Por el contrario, el manejo se da más hacia la neutralidad.

Nota: Los elementos que corresponden a la categoría de emociones “Completamente neutrales”, se refiere a términos o la expresión de números (documentos o id de solicitudes) que no expresan emociones o un valor que se relacione a una emoción, sin embargo, para este universo de datos expresados en % es necesario incluirlos para llegar al 100%. (Ver gráfica – Porcentaje de emociones por mes relacionado al total de conversaciones) –Tabla 4. Consolidado emociones por mes tomando como referencia las conversaciones en porcentaje %.

Consolidado emociones por mes tomando como referencia las conversaciones en %			
Emociones	enero	febrero	marzo
 Confianza	14%	13%	16%
 Alegría	9%	7%	8%
 Sorpresa	1%	0%	0%
 Anticipación	10%	10%	12%
 Curiosidad	1%	0%	0%
 Enojo	5%	7%	9%
 Tristeza	3%	3%	4%
 Temor	4%	4%	3%
 Aversión	2%	2%	2%
 Desilusión	0%	0%	0%
Completamente neutrales	52%	53%	46%
Total general	100%	100%	100%



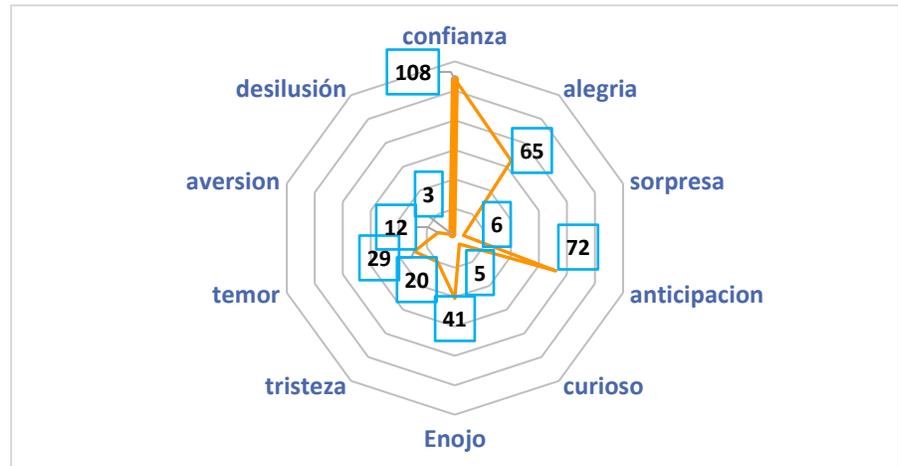
Luego de la nota de consideración (Nota- página 3), indicando la medición de términos neutrales (**50.3%**), el análisis indica que los usuarios cuando se comunican a través de nuestro canal de chat, sienten **confianza, anticipación y alegría** en un mayor porcentaje general del trimestre (**32,9%**), comparado con las otras emociones, lo cual es bastante bueno puesto que resalta la calidad de nuestra atención y el manejo de las conversaciones por parte de nuestros agentes.

Las emociones negativas (**temor, desilusión, aversión**) son bastante bajas en casos con relación al total de conversaciones con un porcentaje general del **6%** en el trimestre, por ende, también es positivo para la gestión de la superintendencia puesto que la disposición de los usuarios en sus emociones, no refleja sentimientos tan negativos. Respecto a las emociones (**tristeza y enojo**) tienen un mayor impacto en las conversaciones puesto que representan un **10.33%** del total en el trimestre, las cuales son asociadas a las quejas y reclamaciones, por lo tanto, se normalizan puesto que es muy común en procesos de recepción de requerimientos que vienen asociados a una molestia previa.

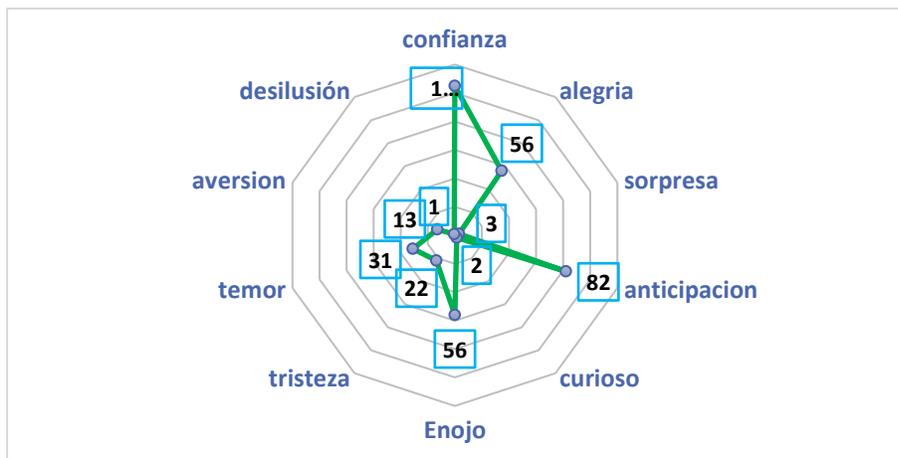
Las otras emociones (**sorpresa y curiosidad**) reflejan un valor menor al **1%**, e indica que son emociones con las que nuestros usuarios se sienten poco identificados, puesto que el análisis de los términos usados en las conversaciones no identifica un patrón que refleje un mayor impacto.

A continuación, se muestra el detallado de las conversaciones por mes y algunas gráficas de red de sentimientos por mes del trimestre:

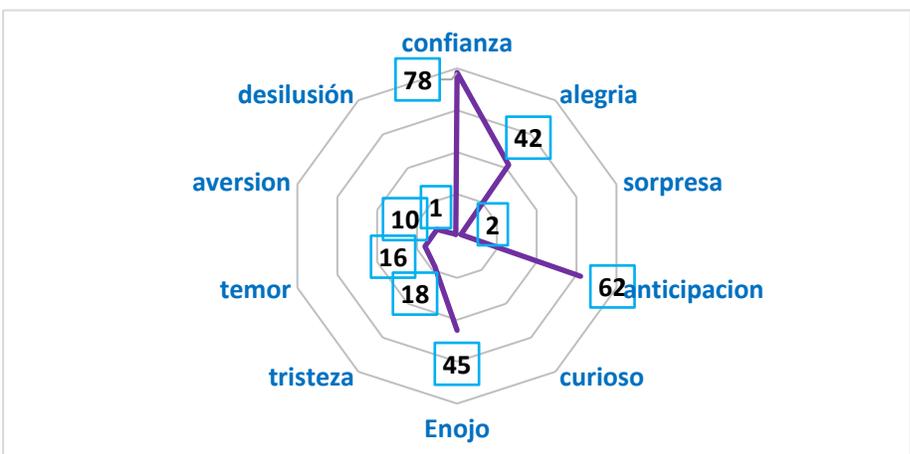
Red de Sentimientos por cantidad de conversaciones - Mes de Enero



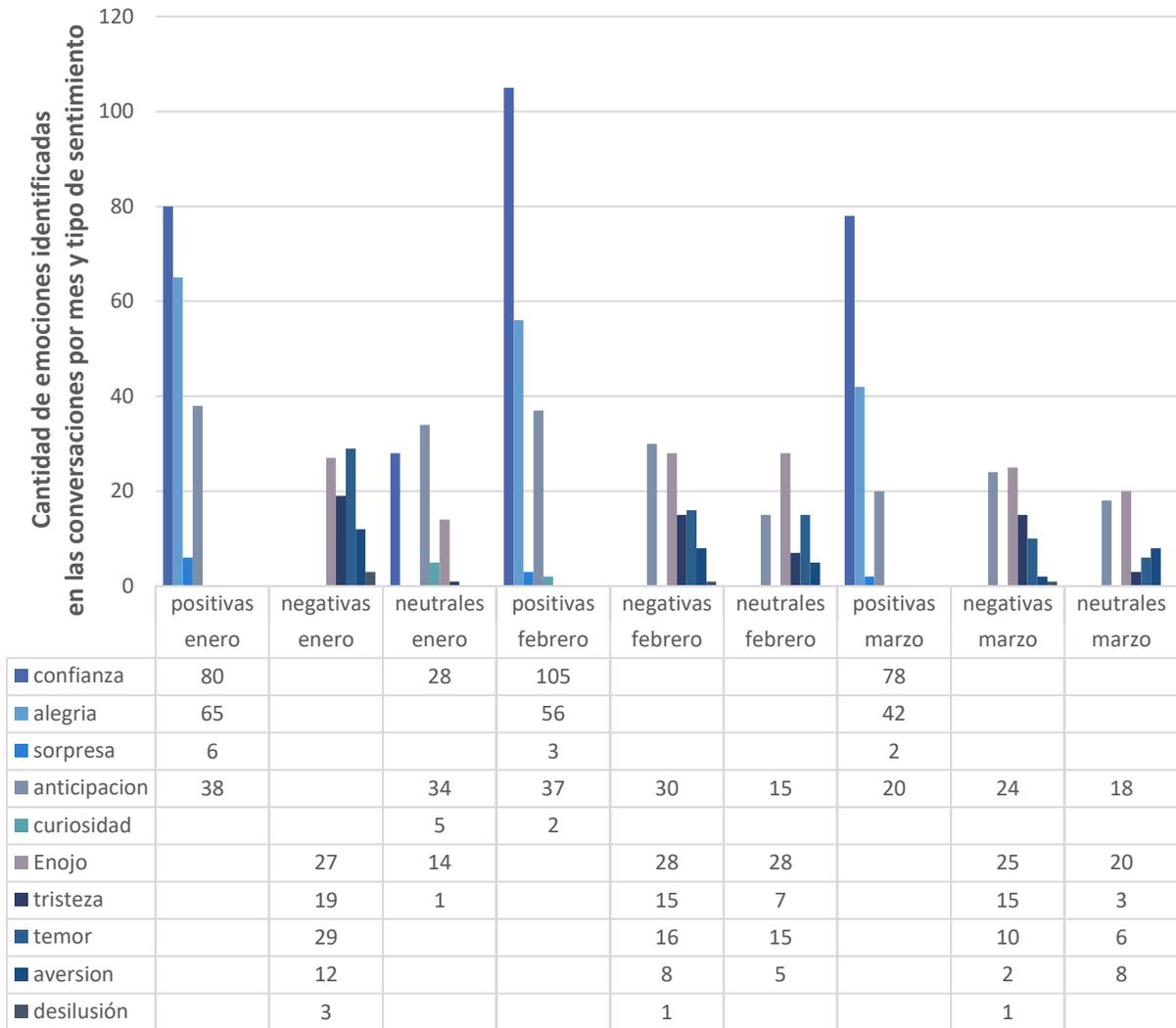
Red de Sentimientos por cantidad de conversaciones - Mes de Febrero



Red de Sentimientos por cantidad de conversaciones - Mes de Marzo



Consolidado Emociones por conversaciones 1er Trimestre 2022



Se concluye que, como balance general, la percepción del canal chat basado en el análisis de sentimientos y emociones refleja buenas sensaciones, debido a que es muy importante mantener comunicaciones neutras con los usuarios, procurando garantizar la comunicación asertiva y los protocolos de atención al usuario en general, destacando que los sentimientos de nuestros ciudadanos que contactan la Superintendencia de subsidio familiar son **positivos** en su mayoría.

8. Observaciones de satisfacción de los ciudadanos

Para la Oficina de Protección al Usuario es un gusto estar al servicio de los ciudadanos, sus felicitaciones y retroalimentación positiva, es nuestra mayor fuente de motivación, por esta razón agradecemos estos mensajes:

- *“Me gusta la forma en que son atentos, y me agrada tener una respuesta sobre mi queja, simplemente por el tiempo que duró discontinuo el programa de Proyectarte Tics creo que no seguiríamos y me alegra que pueda continuar en el proceso de formación, muy agradecida con su atención, buen día”.*
- *“Gracias a su gestión, la caja de compensación solucionó mi problema casi de inmediato. Estoy muy agradecida con ustedes”.*
- *“Muchas gracias Supersubsidio. Ya me hicieron la devolución del subsidio familiar que me habían robado. Mil gracias por tan excelente labor de proteger al trabajador. GRACIAS”.*
- *Respuesta Rápida y Efectiva*
- *Excelente toda la atención y solución. Muchas gracias*
- *“Felicitaciones a ustedes por colaborarme en este proceso. Muchas gracias ya que sin ustedes en muchas ocasiones no nos ponen cuidado. Dios los bendiga gracias”.*
- *“Muchas gracias por su colaboración, sin la intervención de ustedes no hubiera Sido posible por fin afiliarse a mi hija, Dios los bendiga”..*
- *“Muchas gracias por el acompañamiento brindado en mi caso ya quedo el tema solucionado por parte de la empresa y la caja de compensación”.*
- *Buenas tardes para desearle bendiciones y agradecerle por la respuesta a la petición que fue exitosa y solucionada*
- *“Una excelente gestión por parte de la Superintendencia, agradeciendo su eficiente respuesta”.*
- *“Excelente servicio y apoyo al ciudadano en el trámite de sus solicitudes”.*
- *“Agradezco la atención prestada en mi solicitud un servicio satisfactorio y un acompañamiento constante en mis dudas excelente servicio”.*
- *“Las respuestas son muy efectivas a través de la Superintendencia. Muchas gracias”.*
- *“Agradezco mucho la gestión de ustedes, pues a la fecha ya me dieron solución en la entidad”.*
- *“Agradezco su colaboración e intervención oportuna. Son excelentes”.*

9. Satisfacción global 2022

A continuación, se presenta un consolidado de las encuestas de satisfacción realizadas en el I trimestre 2022 para cada uno de los canales de atención en funcionamiento, lo siguiente permitirá evidenciar el porcentaje de participación de la medición de satisfacción por cada canal.

24

En el cálculo de la satisfacción global se tiene en cuenta que los canales de atención no fueron evaluados por la misma cantidad de ciudadanos, por lo cual no se hace un promedio, sino que se multiplica el grado de satisfacción encontrado en los canales y el porcentaje total de participación de cada uno de ellos; con lo que se busca una evaluación más objetiva:

Consolidado de Encuestas a I Trimestre 2022											
Canal	# encuesta I Trimestre	% encuesta	% Satisfacción	# encuesta II Trimestre	% Satisfacción	# encuesta III Trimestre	% Satisfacción	# encuesta IV Trimestre	% Satisfacción	% Participación	Prom. Satisfacción
Chat Y teléfono	1330	77%	99%								
Portal Gtss	220	13%	82%								
Eventos	NA	NA	NA								
Educación Informal	164	9%	99%								
Chatbot Lupita	26	1%	75.3%								
Total	1740	100%									

$Satisfacción\ Global\ I\ semestre\ 2022 = [(77 * 99) + (13 * 82) + (9 * 99) + (1 * 75.3)] = 96.55\%$

Cordialmente,

CLAUDIA INES IBÁÑEZ NOCETE
Jefe Oficina de Protección al Usuario



SuperSubsidio
Vigilamos tu caja de compensación



El empleo
es de todos

Mintrabajo

FO- PIN- CODO- 03 Versión 1

Proyectó: DANIEL MONCADA
Contratista Supersubsidio

NATALIA BARRETO VELOZA
Líder de Calidad Supersubsidio- Bpm Consulting

MARIA FERNANDA MARÍN VÁSQUEZ
Profesional Especializado

Fecha elaboración: Abril 2022
*Soportes (archivo de oficina de Protección al Usuario)

25