



**SuperSubsidio**  
Vigilamos tu caja de compensación

# III 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](http://www.ssf.gov.co) - e-mail: [ssf@ssf.gov.co](mailto: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.....	6
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.....	14
6.6. Buzones Tecnológicos.....	17
6.7. Educación Informal para los Grupos de Interés.....	17
7. Análisis de Emociones y Sentimientos.....	20
8. Redes Sociales Twitter, Facebook, Instagram y YouTube.....	28
9. Observaciones de Satisfacción de los Ciudadanos.....	29
10. Satisfacción Global 2022.....	31



## 1. Objetivo General

Para la Superintendencia de Subsidio Familiar, es importante trabajar 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 **III 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 tercer 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, tramite, 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 iniciando el 18 de febrero de 2022. Sin embargo, dicho contrato se modificó solicitando la adición de un agente profesional especializado, con licencia de office el 15 de junio de 2022 y se solicitó la modificación del agente técnico de redes a agente profesional de redes, quedando así finalmente el contrato con un valor de \$953.811.132,40 pesos.

Información que puede ser consultada en:  
<https://colombiacompra.gov.co/tienda-virtual-del-estado-colombiano/ordenes-compra/84987>

- 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, 3 agentes especializados, 1 supervisor y 1 líder de calidad.
- Los servicios contratados que modificaron la orden de compra dejaron finalmente 2 agentes generales, 4 agentes técnicos, 5 agentes profesionales, 4 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 todos aquellos ciudadanos que se contactaron a través de los canales de atención (Personalizado, Telefónico, Chat y Portal Corporativo y redes sociales), 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. <https://www.ssf.gov.co/web/guest/atencion-al-ciudadano/canales-de-atenci%C3%B3n>



Ilustración 1 Canales de atención dispuestos para la ciudadanía.

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 III trimestre de 2022, se dio inicio a la atención personalizada, para el trimestre se atendieron un total de once (11) ciudadanos.

## 6.2. Atención Telefónica y Chat

Son atendidos por agentes de la Empresa Bpm Consulting Ltda., bajo una 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:

- ¿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?

En el siguiente cuadro se observa que el 25% de los ciudadanos atendidos por chat desearon calificar y el 45% de los atendidos por teléfono accedieron:

Respuesta	Chat	%
No	474	53%
No Aplica	244	27%
Si	178	20%
<b>Total</b>	<b>896</b>	<b>100%</b>
Respuesta	Telefónico	%
Si	1516	47%
No Aplica	1084	34%
No	635	20%
<b>Total</b>	<b>3235</b>	<b>100%</b>

**Tabla 1** Encuestas realizadas por atención en el chat de la Supersubsidio, elaboración propia, fuente 3cx

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

Encuestas aplicadas III trimestre 2022		
Canal	Cantidad	%
<b>Telefónico</b>	<b>1516</b>	<b>89%</b>

<b>Chat</b>	<b>178</b>	<b>11%</b>
<b>Total</b>	<b>1694</b>	<b>100%</b>

**Tabla 2** Total encuestas aplicadas durante el III trimestre de 2022, atención telefónica y chat, elaboración propia, fuente 3cx



**Gráfico 1** Encuestas aplicadas durante el III trimestre de 2022, elaboración propia, fuente 3cx.

Del total de las encuestas de satisfacción realizadas el 89% corresponde al canal telefónico y 11% al canal chat.

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

Meses y ponderación	Calificación	¿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?	
		Cant	%	Cant	%	Cant	%
1 de julio a 30 de septiembre	5 Excelente	1612	95%	1645	97%	1664	98%
	4 Bueno	69	4%	39	2%	23	1%
	3 Regular	10	1%	9	1%	5	0%
	2 Malo	1	0%	0	0%	1	0%
	1 Deficiente	2	0%	1	0%	1	0%
	<b>Total</b>	<b>1694</b>	<b>100%</b>	<b>1694</b>	<b>100%</b>	<b>1694</b>	<b>100%</b>

**Tabla 3** Consolidado de encuestas atención telefónica y chat, III trimestre 2022, elaboración propia, fuente 3cx

por la Superintendencia a través del canal telefónico y de chat percibe una buena atención con el servicio recibido, ya que el 97% de los encuestados calificaron con excelente y el 2 % como bueno, para un total del 99 % de satisfacción.



### 6.3. Atención Chatbot Lupita

El Chatbot es atendido por la agente virtual Lupita, la cual después de dar la información a los ciudadanos, 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 al **2 %** 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 III trimestre del año 2022 fueron quince (15):



**Gráfico 2** Nivel satisfacción Lupita por atributo II trimestre de 2022. Fuente: Dashboard microsofazure Chatbot Lupita.

	¿Cómo califica la oportunidad en la atención por este canal?	Variación porcentual	¿La información suministrada por Lupita le fue útil?	Variación porcentual	¿El lenguaje utilizado por Lupita es claro?	Variación porcentual	Promedio porcentual
<b>Excelente</b>	8	53%	7	47%	7	50%	50%
<b>Bueno</b>	2	13%	3	20%	3	21%	18%
<b>Satisfactorio</b>	1	7%	1	7%	1	7%	7%
<b>Insuficiente</b>	1	7%	1	7%	0	0%	4%
<b>Deficiente</b>	3	20%	1	7%	3	21%	16%
<b>Blanco</b>	0	0%	2	13%	0	0%	4%
<b>Total</b>	<b>15</b>		<b>15</b>		<b>14</b>		

**Tabla 4** Nivel satisfacción Lupita III trimestre de 2022. Fuente: Dashboard microfazure Chatbot Lupita.

Se evidencia que la calificación excelente es el ítem más calificado, con una media porcentual del **50 %** en promedio para las tres preguntas de referencia.

Con respecto al lenguaje utilizado, se obtuvo que el **71 %** encontró que la interacción con el Chatbot Lupita estuvo entre bueno satisfactorio. El ítem de oportunidad; información y lenguaje utilizado promedian un **16 %** de insatisfacción así que debe trabajarse aún más en la base de conocimiento y simplificar más las respuestas.

#### 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:

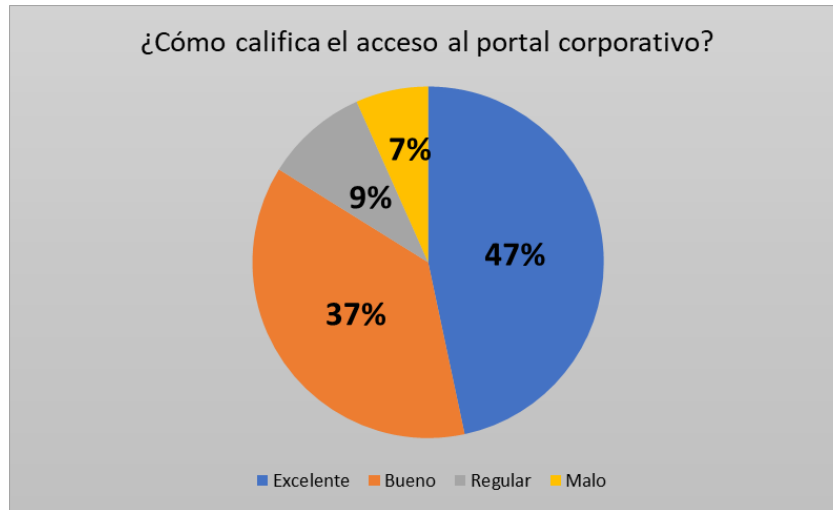
- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo

Durante el tercer trimestre del 2022, se remitieron un total de **2031 solicitudes** de evaluación a través del aplicativo corporativo E\_signa, 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%** de las encuestas de manera óptima por parte de los petitionarios que realizaron alguna solicitud durante este periodo; este porcentaje corresponde a **292 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 III trimestre del año 2022, los resultados fueron los siguientes:

Cómo califica el acceso al portal corporativo					
	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Total
Cantidad	133	106	27	19	<b>285</b>
%	<b>47%</b>	<b>37%</b>	<b>9%</b>	<b>7%</b>	<b>100%</b>

**Tabla 5** Resultado calificación PQRSF en la plataforma E-signa, elaboración propia, fuente E-signa.

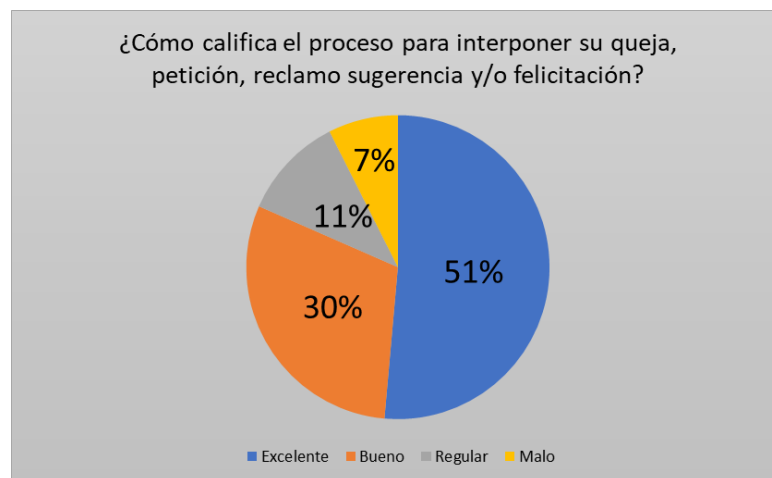


**Gráfico 3** Resultado calificación PQRSF en la plataforma E-signa, elaboración propia, fuente E-signa.

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

	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Total
Cantidad	145	85	31	21	282
%	51%	30%	11%	7%	100%

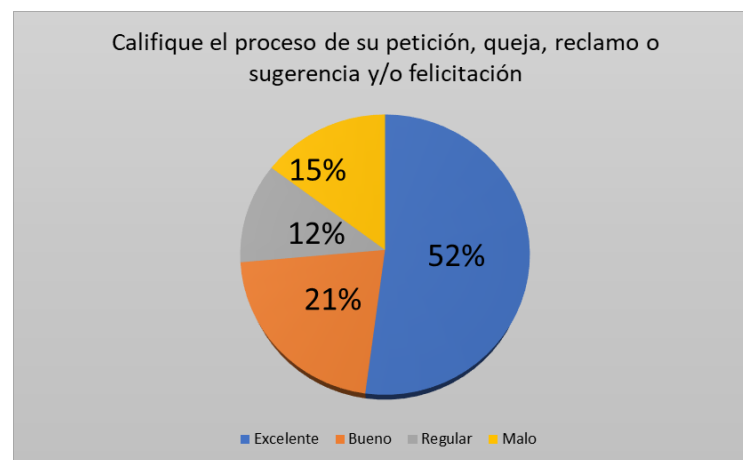
**Tabla 6** Resultado calificación PQRSF en la plataforma E-signa, elaboración propia, fuente E-signa.



**Gráfico 4** Resultado calificación PQRSF en la plataforma E-signa, elaboración propia, fuente E-signa.

Califique el proceso de su petición, queja, reclamo o sugerencia y/o felicitación					
	Excelente	Buena	Regular	Mala	Total
Cantidad	148	61	33	42	<b>284</b>
%	<b>52%</b>	<b>21%</b>	<b>12%</b>	<b>15%</b>	<b>100%</b>

**Tabla 7** Resultado calificación PQRSF en la plataforma E-signa, elaboración propia, fuente E-signa.



**Gráfico 5** Resultado calificación PQRSF en la plataforma E-signa, elaboración propia, fuente E-signa.

En términos generales el servicio ofrecido por el aplicativo E-signa representa en promedio para este trimestre un **50 %** de satisfacción Excelente y en un **29 %** Buena, sumando así una satisfacción general de **79 %**, 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 implementara 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 III trimestre de 2022 se realizaron ferias y eventos consolidadas de la siguiente manera:

Educación informal:

En el mes de julio se realizaron actividades de educación informal en el municipio de Riosucio, Caldas; abarcando 50 trabajadores.

Igualmente, para el mes de julio en el marco de la rendición de cuentas de la Superintendencia, se realizó una actividad de educación informal, llegando a 40 ciudadanos.

Feria:

En este mismo municipio se participó en la Feria Acércate convocada por el Departamento Administrativo de la Función Pública los días 1 y 2 de julio, se realizó la atención a 282 ciudadanos.

Facebook Live:

El 1 de septiembre y 13 de septiembre se realizaron Facebook Live, con un máximo de espectadores en vivo de 406, para estos eventos no se realiza encuesta de satisfacción.

Debido a que las encuestas de satisfacción usadas en los diferentes eventos son diferentes, se presenta el análisis de la siguiente manera:

## Educación informal:

**SUPERINTENDENCIA DEL SUBSIDIO FAMILIAR  
OFICINA DE PROTECCIÓN AL USUARIO  
MEDICIÓN DE SATISFACCIÓN EDUCACIÓN INFORMAL, CALDAS**

**Estimado Usuario:**

La Superintendencia de Subsidio Familiar (SSF), solicita su colaboración para responder la siguiente encuesta, la cual tiene como propósito evaluar la satisfacción respecto a la actividad realizada.

**Marque con una X según corresponda:**

E:Excelente / B:Bueno / R:Regular / M:Malo

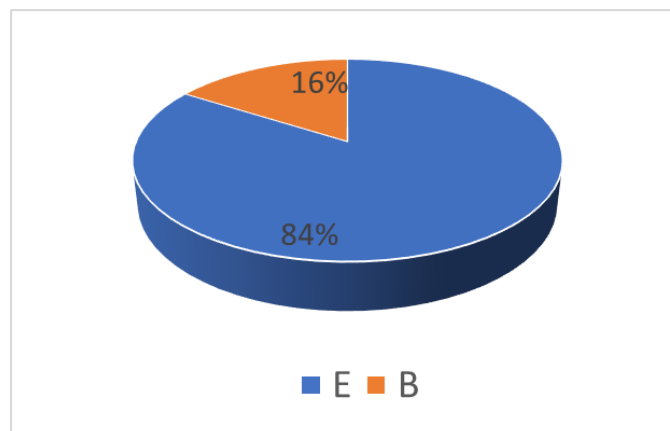
20% 10% 0% 0% 0%

25 6 0 0

1. El lenguaje usado transmitió de manera clara y simple la información
2. Los facilitadores fueron amables
3. Los facilitadores tenían dominio del tema
4. Los facilitadores tenían disposición para responder inquietudes

E	B	R	M
19	6	0	0
23	2	0	0
20	5	0	0
22	3	0	0
<b>TOTAL ENCUESTADOS</b>			<b>25</b>

**Tabla 8** Consolidado encuestas de satisfacción educación informal, elaboración propia, fuente primaria.



**Gráfico 6** Consolidado encuestas de satisfacción educación informal, elaboración propia, fuente primaria.

De acuerdo a lo anterior se evidencia que de las 25 personas encuestadas en las actividades de educación informal del III Trimestre, un 84% nos califica con un nivel de satisfacción excelente y el 16% como bueno, lo que deja ver que el

nivel de satisfacción es alto en cuanto a la información y atención recibidas por parte de la Supersubsidio.

Feria:

SUPERINTENDENCIA DEL SUBSIDIO FAMILIAR  
OFICINA DE PROTECCIÓN AL USUARIO  
MEDICIÓN DE SATISFACCIÓN FERIA ACÉRCATE RIOSUCIO, CALDAS

**Estimado Usuario:**

La Superintendencia de Subsidio Familiar (SSF), solicita su colaboración para responder la siguiente encuesta, la cual tiene como propósito evaluar la calidad del servicio que actualmente se presta a la ciudadanía.

**Marque con una X según corresponda:**

E:Excelente / B:Bueno / R:Regular / M:Malo / N/R: No Responde

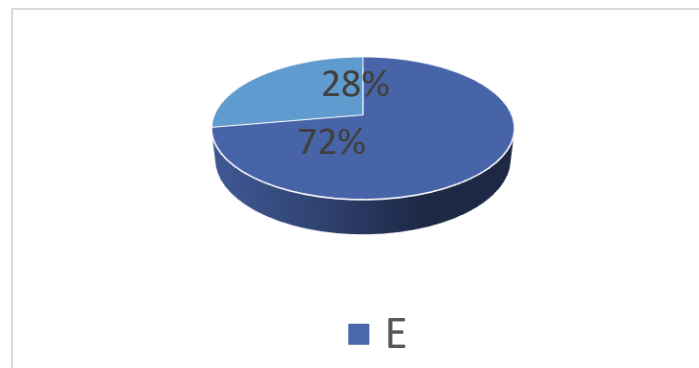
72% 28% 0% 0% 0%

72% 28% 0% 0%

1. El lenguaje usado, transmitió de manera clara, simple y efectiva la información suministrada
2. El funcionario que le atendió fue amable
3. Los conocimientos del funcionario respondieron su consulta
4. Satisfacción en general sobre el servicio prestado

E	B	R	M	N/R
40	5	0	0	0
29	16	0	0	0
29	16	0	0	0
32	13	0	0	0
<b>TOTAL ENCUESTADOS</b>				<b>45</b>

**Tabla 9** Consolidado encuestas de satisfacción ferias y eventos, elaboración propia, fuente primaria.



**Gráfico 7** Consolidado encuestas de satisfacción ferias y eventos, elaboración propia, fuente primaria.

De acuerdo a lo anterior se evidencia que de las 45 personas encuestadas en el marco de la Feria Acércate, un 72% nos califica con un nivel de satisfacción excelente y el 28% como bueno, lo que deja ver que en nivel de satisfacción es alto en cuanto a los servicios y la atención recibidas por parte de la Supersubsidio.



Tabla de satisfacción FERIAS Y EVENTOS										
	EXELENTE		BUENO		REGULAR		MALO		N/R	
El lenguaje usado, transmitió de manera clara, simple y efectiva la información suministrada	59	84%	11	16%	0	0%	0	0%	0	0%
El funcionario que le atendió fue amable.	52	74%	18	26%	0	0%	0	0%	0	0%
Los Conocimientos del funcionario respondieron su consulta?	49	70%	21	30%	0	0%	0	0%	0	0%
Satisfacción en general sobre el servicio prestado	54	77%	16	23%	0	0%	0	0%	0	0%
PROMEDIO		76%		24%		0%		0%		0%
Total encuestados	<b>70</b>	100%								

**Gráfico 8** Consolidado encuestas de satisfacción educación informal y ferias y eventos, elaboración propia, fuente primaria.

## 6.6. Buzones Tecnológicos

Ya que este canal esta 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, la Participación Ciudadana y Subsidio Familiar								
	EXCELENTE	VARIACIÓN PORCENTUAL	BUENO	VARIACIÓN PORCENTUAL	REGULAR	VARIACIÓN PORCENTUAL	MALO	VARIACIÓN PORCENTUAL
En general, cómo califica el curso virtual SISTEMA DEL SUBSIDIO FAMILIAR	448	66,2%	214	31,6%	13	1,9%	2	0,3%
Cómo califica los videos y demás material del curso	461	68,1%	201	29,7%	15	2,2%	0	0,0%
Los contenidos del curso han sido útiles para entender el sistema del Subsidio Familiar	451	66,6%	211	31,2%	14	2,1%	1	0,1%
Los contenidos del curso han sido útiles para entender los mecanismos de participación ciudadana	458	67,7%	205	30,3%	12	1,8%	2	0,3%
Total encuestas	677							

**Tabla 10** Consolidado encuestas de satisfacción cursos virtuales, elaboración propia, fuente [edured.edu.co/supersubsidio/login/index.php](http://edured.edu.co/supersubsidio/login/index.php)

Tabla satisfacción curso Subsidio Familiar de Vivienda								
	EXCELENTE	VARIACIÓN PORCENTUAL	BUENO	VARIACIÓN PORCENTUAL	REGULAR	VARIACIÓN PORCENTUAL	MALO	VARIACIÓN PORCENTUAL
En general, cómo califica el Módulo Subsidio Familiar de Vivienda	398	58,8%	204	30,1%	15	2,2%	0	0,0%
Cómo califica los videos y demás material del módulo	447	66,0%	213	31,5%	17	2,5%	0	0,0%
Los contenidos del módulo han sido útiles para entender el Sistema del Subsidio Familiar	465	68,7%	195	28,8%	17	2,5%	0	0,0%
Los contenidos del módulo han sido útiles para entender sobre el Subsidio Familiar de Vivienda	458	67,7%	205	30,3%	14	2,1%	0	0,0%
Total encuestas	677							

**Tabla 11** Resultado encuesta de satisfacción módulo vivienda, elaboración propia, fuente [edured.edu.co/supersubsidio/login/index.php](http://edured.edu.co/supersubsidio/login/index.php)

Tabla satisfacción curso Superintendencia del Subsidio Familiar								
	EXCELENTE	VARIACIÓN PORCENTUAL	BUENO	VARIACIÓN PORCENTUAL	REGULAR	VARIACIÓN PORCENTUAL	MALO	VARIACIÓN PORCENTUAL
En general, cómo califica el Módulo Superintendencia del Subsidio Familiar	377	63,1%	206	34,5%	12	2,0%	2	0,3%
Cómo califica los videos y demás material del módulo	368	61,6%	210	35,2%	19	3,2%	0	0,0%
Los contenidos del módulo han sido útiles para entender el Sistema del Subsidio Familiar	368	61,6%	211	35,3%	17	2,8%	1	0,2%
Los contenidos del módulo han sido útiles para entender sobre la Superintendencia del Subsidio Familiar	368	61,6%	216	36,2%	13	2,2%	0	0,0%
<b>Total encuestas</b>	<b>597</b>							

**Tabla 12** Resultado encuesta de satisfacción módulo Superintendencia del Subsidio Familiar, elaboración propia, fuente [edured.edu.co/supersubsidio/login/index.php](http://edured.edu.co/supersubsidio/login/index.php)

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	N/R			
Número promedio	55,45	20,65	2,2	0	0,6			
Calificación promedio % general (todos los cursos)	70,2%	26,1%	2,78%	0,0%	0,8%			
<b>PROMEDIO ENCUESTAS</b>	79							

**Tabla 13** Consolidado encuestas de satisfacción módulos virtuales, elaboración propia, fuente [edured.edu.co/supersubsidio/login/index.php](http://edured.edu.co/supersubsidio/login/index.php)

Para el servicio de educación informal a los grupos de interés tenemos una satisfacción de 97% entre excelente y bueno teniendo en cuenta un promedio de 79 encuestas de un total de 395 encuestas, durante el II trimestre de 2022, así mismo, dentro del análisis se establece que al tener un 2,78% con una calificación regular, aunque bajo, hay que mejorar aspectos que puedan satisfacer las necesidades de los ciudadanos en cuanto a los cursos ofrecidos.

## 7. Análisis de Emociones y Sentimientos

La Oficina de Protección al Usuario adelanta constantemente nuevas metodologías para el procesamiento de algoritmos para Machine Learning y la implementación de modelos para la comprensión del lenguaje natural NLP 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 tercer trimestre (Julio-Septiembre) de 2022, se realizó un análisis de sentimientos y emociones en el canal de Chat de la página de la SSF, cuya intención es medir o aproximarse a identificar los niveles de empatía y/o satisfacción al 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, dialectos, jergas populares y un conjunto de signos convencionales (expresiones lingüísticas del idioma), una idea, pensamiento, sentimiento u emoción.

Considerando lo anterior, la escritura o la acción de “chatear” 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 y el intercambio de mensajes. 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 son atendidos. 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 en las consultas de información), ya que se convierten en un insumo importante del mejoramiento de la gestión e interacción con el ciudadano; con este proceso se pueden mejorar la atención, la información e identificación de patrones que permitan la toma de decisiones y establecer los principios de confianza en el Sistema de Subsidio Familiar.

Internamente, la Oficina de Protección al Usuario a través de su científico de datos está en procesos de implementación del análisis de esta información, utilizando algunas herramientas de inteligencia artificial, mediante la aplicación de técnicas de procesamiento de la información (Machine Learning, Data Mining, Procesamiento de Lenguaje Natural), que faciliten identificar comportamientos y para este caso puntual, el reconocimiento de los sentimientos y emociones, 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).

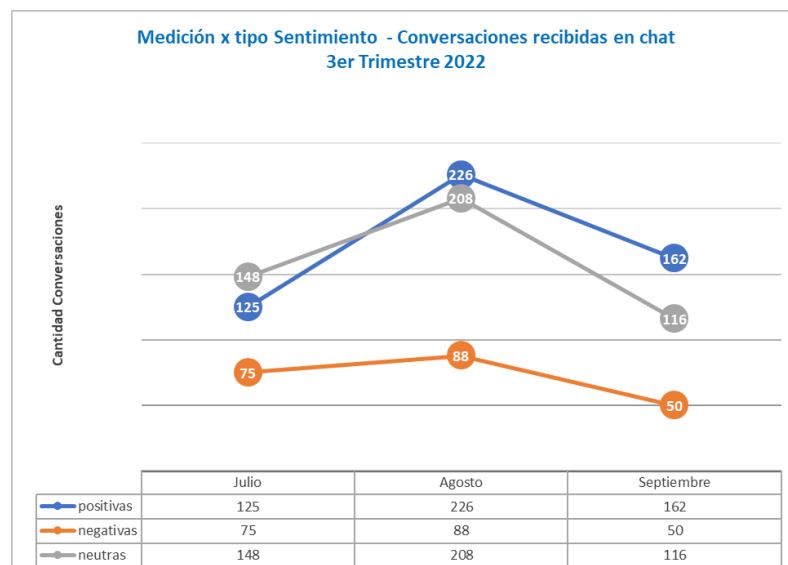
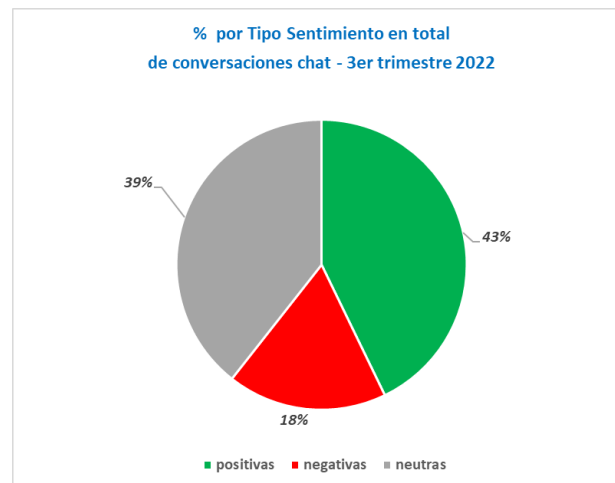
Para este análisis se consideraron todos los mensajes enviados a través de las sesiones de chat creadas por los ciudadanos en la página de la Superintendencia durante los meses de julio hasta septiembre, sumando un total de 9131 mensajes o interacciones que corresponden a 1198 hilos de conversación con nuestros agentes a través del canal chat, donde se resolvieron diferentes tipos de solicitudes, entre las que se destacan consulta de información general, solicitudes de validación y afiliaciones a las cajas de compensación a nivel nacional, información sobre quejas y reclamaciones (PQRSF), consultas sobre subsidios y mecanismo de protección al cesante, además de preguntas frecuentes sobre la cuota monetaria. Cabe destacar, que las conversaciones promedio por este canal de Chat son las siguientes:

Tabla 1. Cantidad de mensajes en un mismo hilo de conversación por mes			
Valores generales	Julio	Agosto	Septiembre
<b>Máximo en un hilo</b>	59 Mensajes	37 Mensajes	46 Mensajes
<b>Mínimo en un hilo</b>	1 Mensaje	1 Mensaje	1 Mensaje
<b>Promedio</b>	7.43	7.42	8.13

Tabla 2. Total Interacciones Canal Chat – 3er Trimestre de 2022		
Mes	Conversaciones o sesiones de chat	Mensajes escritos por los usuarios
<b>Julio</b>	348	2587
<b>Agosto</b>	522	3875
<b>Septiembre</b>	328	2669
<b>Total</b>	<b>1198</b>	<b>9131</b>

Con esta cantidad de mensajes y conversaciones se realizó un procesamiento de la información utilizando algoritmos de clasificación y predicción, arrojando los siguientes resultados:











Medición del Tipo Sentimiento en conversaciones recibidas en chat 3er Trimestre 2022				
Tipo Sentimiento	Julio	Agosto	Septiembre	%
Positivas	125	226	162	43%
Negativas	75	88	50	18%
Neutras	148	208	116	39%
<b>Total</b>	<b>348</b>	<b>522</b>	<b>328</b>	<b>100%</b>



Se encuentra que gran porcentaje de las conversaciones presentan un lenguaje neutral en la comunicación por parte de la ciudadanía, especialmente, en el primer contacto donde se desarrolla simplicidad en las consultas y las solicitudes de información general, además que confirma el uso de los procedimientos por parte de los funcionarios de atención, ya que dentro de sus primeras respuestas al contacto ciudadano, tienen filtros para el perfilamiento de la sesión, los cuales están asociados a la validación de números de documentos, nombres propios, correos electrónicos y nombre de las cajas de compensación familiar (CCF) que no reflejan sentimientos pero que hacen parte de una consulta puntual, este tipo de mensajes corresponden al 39% de las conversaciones.

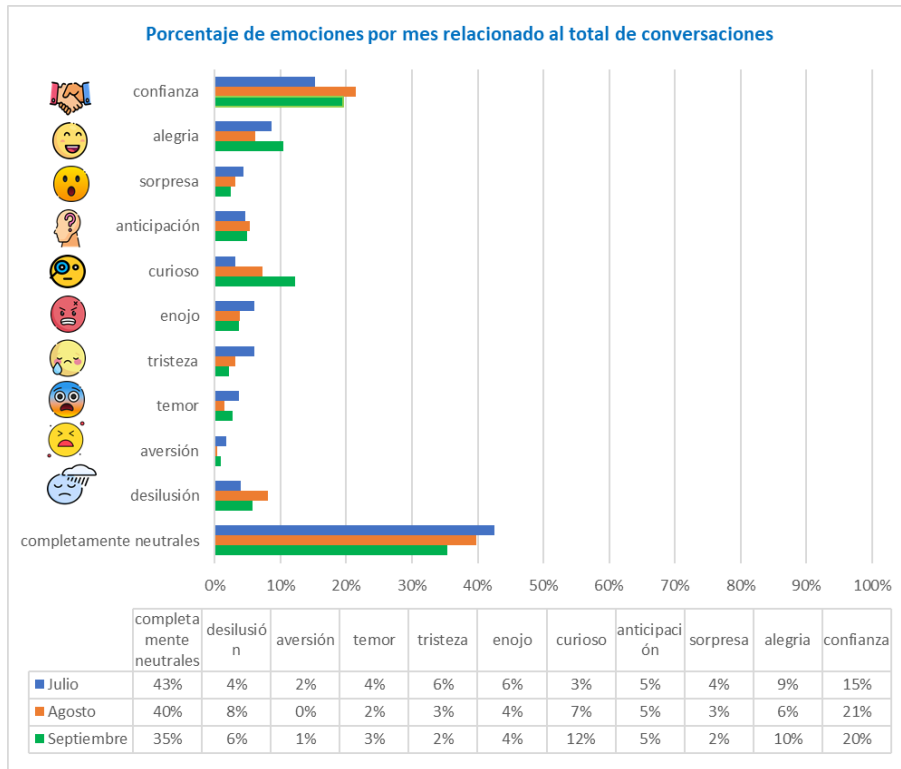
Luego de evidenciar una caracterización de las conversaciones neutras (tipo neutrales), haremos hincapié en emociones y sentimientos (positivos y negativos), cuyo resultado a nivel de experiencia del ciudadano es bastante bueno y refleja un mejoramiento, debido a que el trimestre anterior (abril - junio) las conversaciones positivas correspondían al 36%, para el actual periodo (junio-septiembre) se reflejó un 43% de conversaciones con lenguaje positivo (incremento del 7%), esto significa que los ciudadanos que contactaron el chat de la SuperSubsidio (SSF) tienen una predisposición positiva o muestran emociones como la confianza, alegría (agradecimiento) y la curiosidad durante el proceso de atención.

Respecto a las emociones negativas, se identifica que también tuvieron un incremento en comparación al periodo anterior (pasamos del 14% al 18% “incremento del 4%”), dicho incremento corresponde al aumento en la generación de consultas y solicitudes de PQRSF, destacando los sentimientos de desilusión y/o frustración, debido a que es muy normal resaltar ese tipo de emociones cuando se interponen quejas y reclamaciones, sumado para los meses de agosto y septiembre de 2022 se registraron más PQRSF de las recibidas el trimestre anterior (abril-junio) correspondientes a un aumento del 23%, por lo tanto, es consistente indicar que la identificación de esas sensaciones negativas no están enfocadas a la atención o servicio de la superintendencia del subsidio familiar, sino están enfocadas a requerimientos o inconformidades con las cajas de compensación familiar.

<b>Tabla 4. Consolidado emociones por mes tomando como referencia las conversaciones en %</b>			
<b>Emociones</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>
 Confianza	15%	21%	20%
 Alegría	9%	6%	10%
 Sorpresa	4%	3%	2%
 Anticipación	5%	5%	5%
 Curiosidad	3%	7%	12%
 Enojo	6%	4%	4%
 Tristeza	6%	3%	2%
 Temor	4%	2%	3%
 Aversión	2%	0%	1%
 Desilusión	4%	8%	6%
Completamente neutrales	43%	40%	35%
<b>Total general</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

**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 %.





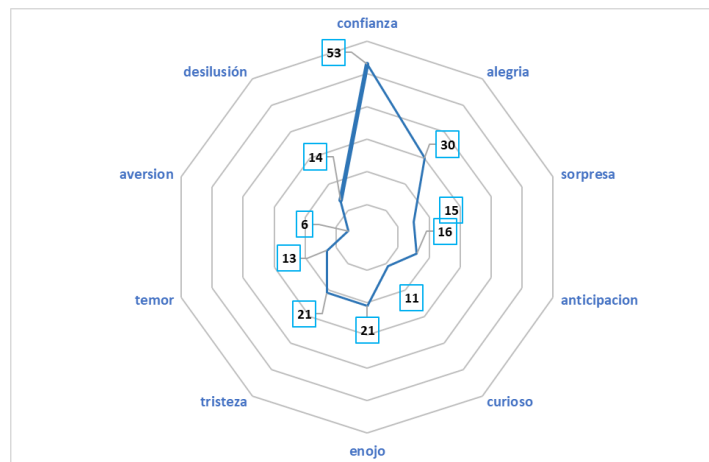
Luego de la nota de consideración (ver nota), indicando la medición de términos neutrales (39%), el análisis indica que los usuarios cuando se comunican a través de nuestro canal de chat, sienten confianza, alegría y curiosidad positiva en un mayor porcentaje general del trimestre (35%), comparado con 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, sumado a la sensación positiva que los ciudadanos perciben sobre la información suministrada y que se le brinda gestión a sus inquietudes, de igual manera cabe destacar que los ciudadanos se encuentran curiosos sobre nuestros procesos y los servicios a que tienen derecho, el aumento de esta emoción, respecto al trimestre anterior es considerable y muy bueno como Superintendencia del Subsidio Familiar, puesto que produce interés en todos los procesos.

Las emociones negativas (enojo, desilusión y tristeza) son bajas respecto al porcentaje general, representando un 15% en el trimestre, sin embargo, se resalta la participación activa correspondiente a quejas y reclamos, esto debe brindarnos un panorama de seguimiento a la gestión de las cajas de compensación y continuar con el seguimiento, vigilancia y control con la finalidad de reducir estas sensaciones ciudadanas.

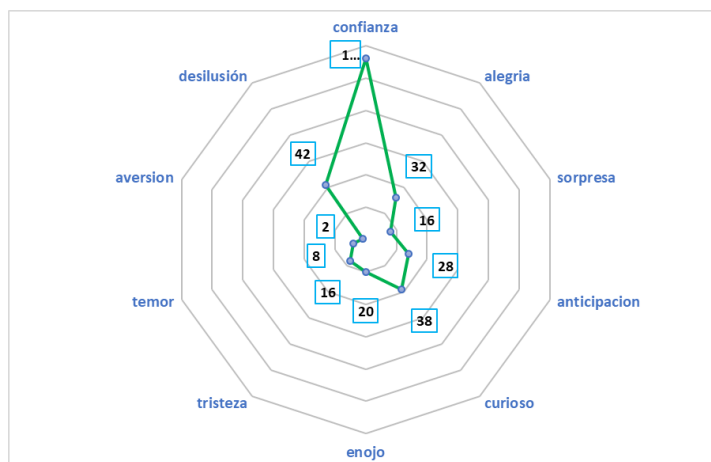
Las otras emociones (sorpresa, temor y anticipación) reflejan un porcentaje del 11%, esto indica que son emociones con las que los ciudadanos se identifican en menor proporción para este último trimestre y puede significar entre varias posibilidades tales como: comunicación con entidad equivocada (Requerimientos para Supersalud), inquietudes generales sobre protección al cesante y subsidios. De igual manera al ser la minoría entre el total de conversaciones, cabe destacar que tanto sorpresa como anticipación son denominadas como sentimientos positivos.

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

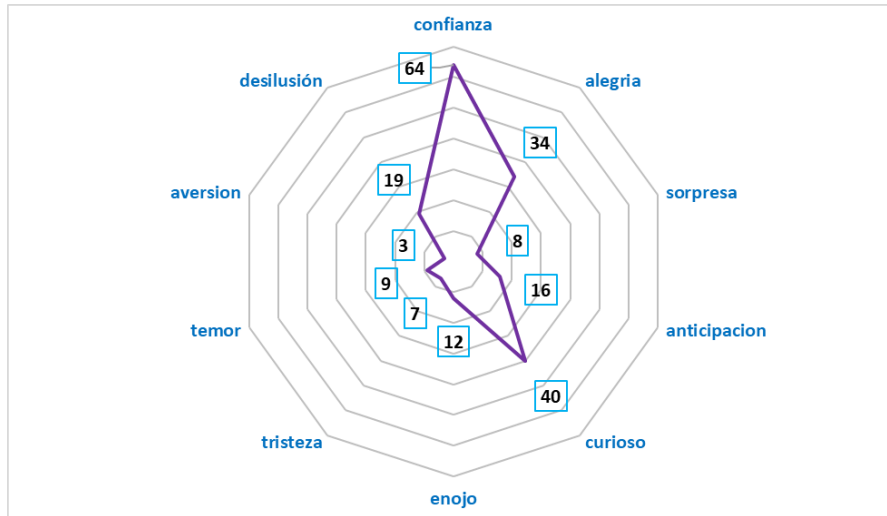
Red de Sentimientos por cantidad de conversaciones - Mes de Julio



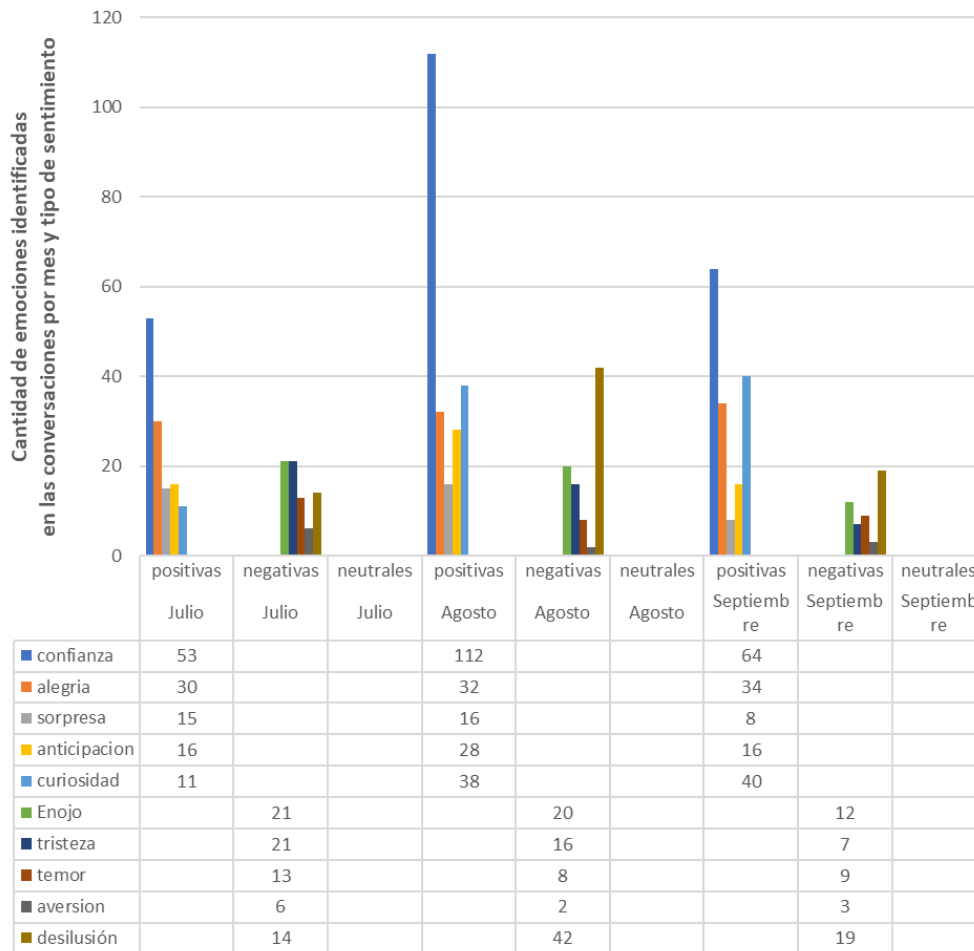
Red de Sentimientos por cantidad de conversaciones - Mes de Agosto



Red de Sentimientos por cantidad de conversaciones - Mes de Septiembre



### Emociones por conversaciones







efectiva la información suministrada? Como respuesta a la pregunta 1 los dos ciudadanos calificaron con 5 la oportunidad en la atención. Para la pregunta 2 uno de los ciudadanos calificó con 4 y otro con 5 respecto si la atención respondió a la consulta formulada. Para la pregunta 3 si el lenguaje usado transmitió de manera clara, simple y efectiva la información suministrada la calificación por un ciudadano fue de 4 y del otro 5.

ID	Hora de inicio	Hora de finalización	Correo electrónico	Red social a través de la cual recibió la atención	¿Cómo califica la oportunidad en la atención por este canal?	¿La atención respondió a la consulta por usted formulada?	¿El lenguaje usado transmitió de manera clara, simple y efectiva la información suministrada?
1	8/26/22 15:41:00	8/26/22 15:47:24	anonymous	Twitter	Opción 5	Opción 5	Opción 5
2	9/15/22 10:15:07	9/15/22 10:16:09	anonymous	Twitter	Opción 5	Opción 4	Opción 4

## 9. 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:

- Mil gracias me fue resuelto el inconveniente inmensamente ustedes actuaron
- Muchas gracias por el seguimiento y respuesta de fondo positiva para mi caso.
- La gestión de la Superintendencia del Subsidio Familiar es excelente. Primera vez que hago uso de esta herramienta y me parecía genial. Los felicito!
- Gracias por el servicio prestado y por tomar acciones inmediatas. Excelente servicio!
- Muchas gracias, me fueron de gran ayuda con el trámite que la caja no quería gestionar
- Deseo felicitar de corazón al equipo humano de la Superintendencia del Subsidio Familiar y las Cajas de Compensación asociadas, puesto que fue beneficiario del programa de apoyo al cesante CAJASAN cuando lo necesito y pues existía un vacío en la información de dichos pagos, los cuales no se ven reflejados en mi historia laboral y gracias a la intermediación de la Superintendencia de Subsidio Familiar puedo demostrar ante el fondo de pensiones su cumplimiento. UN SENTIDO GRACIAS !!!!
- A tiempo la respuesta



- Agradecemos de antemano su oportuna respuesta y acompañamiento en el caso en particular, esperamos de su parte, se realice el seguimiento a las actividades pendientes a las que se comprometió Comfamiliar de Nariño. muchas gracias
- Se evidencia el interés de la superintendencia en brindar solución de manera oportuna sin embargo Compensar sigue interponiendo trabas administrativas y al momento no se me ha dado solución a mi requerimiento por parte de Compensar.
- Es una Superintendencia muy eficiente por qué me resolvieron satisfactoria mente. Lo reclamado
- Agradezco su colaboración ya se dio solución a mi solicitud pronta y efectiva
- "Muy buen servicio, hasta que no genere el pqr con la superintendencia compensar no me respondía con el dinero del subsidio monetario. Muchas gracias a la superintendencia, por ejercer la vigilancia y a la caja de compensación para que cumpliera con sus deberes.
- Buenas tardes logre solucionar el tema de mi afiliación ante Cafam caja de compensación familiar, muchas gracias.
- Felicito a la entidad por la agilidad y atención prestada a cualquier requerimiento y dar pronta solución. Gracias
- "Expreso mi sentimiento de profunda gratitud por su atención y excelente gestión a mi petición.
- La respuesta fue satisfactoria, justa, clara, eficiente y oportuna.
- Mi sugerencia es que se hagan mas visibles en las Cajas de Compensación y mejor referenciados, es decir, que muchos usuarios no saben de su valiosa existencia y labor, porque, no recuerdo haber visto ningún aviso en Comfama que los mencione, como ente de vigilancia y control, y tampoco los sugieren cuando uno se dirige a la Caja de Compensación a expresar la inconformidades.
- DIOS les continúe guiando y apoyando en tan importante labor. Muchas gracias."
- Muchas gracias por su valiosa colaboración, de lo contrario no hubiese tenido respuesta positiva por parte de la caja de compensación.
- Gracias SSF, al hacer la PQRSF la caja de compensación compensar respondió rápido, dieron respuesta
- Gracias por brindarme solución a la queja interpuesta, muy satisfecho con la solución
- Me pareció, muy buena la atención y en tiempo pertinente la colaboración que solicite.

- "Buen día , muy buen servicio y atento a las cartas o peticiones enviadas a esta entidad
- La lucha es por el bienestar de todos o todas y unidos se ayuda al mejoramiento total
- Felicidades dios los bendiga "
- E1celente el servicio prestado por ustedes, de inmediato recibí respuesta positiva. Felicidades.
- Gracias por resolver mi problema.

## 10. Satisfacción Global 2022

A continuación, se presenta un consolidado de las encuestas de satisfacción realizadas en el III 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.

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 ENCUESTAS III TRIMESTRE DE 2022													
Canal	# encuesta I Trimestre	% ponderado encuesta	% Satisfacción	# encuesta II Trimestre	% ponderado encuesta	% Satisfacción	# encuesta III Trimestre	% ponderado encuesta	% Satisfacción	# encuesta IV Trimestre	% Satisfacción	% Participación	Prom. Satisfacción
Chat Y teléfono	1330	52%	99%	1716	73%	99%	1694	75,26%	99%				
Portal Gtss	220	13%	79%	219	9%	83%	292	12,97%	79%				
Eventos	N/A	100%	96%	N/A	N/A	N/A	156	6,93%	96%				
Educación Informal	164	94%	98%	395	17%	97%	94	4,18%	98%				
Chatbot Lupita	26	0,97%	68%	20	1,00%	73%	15	0,67%	68%				
<b>Total</b>	<b>1740</b>			<b>2350</b>			<b>2251</b>						

$$\text{Satisfacción Global, II semestre 2022} = [(75 * 99) + (13 * 79) + (7 * 96) + (4 * 98) + (1 * 68)] = \mathbf{95,95\%}.$$

Cordialmente,

**NELLY ESPERANZA GARNICA RIVERA**  
Jefe Oficina de Protección al Usuario

Elaborado y revisado por: Juan Arley Naranjo Lesmes Profesional Especializado

Preparado y revisado por: Jessica Paola Parra García Auxiliar Administrativo  
Daniel Arturo Moncada Piraneque Contratista  
Alex Fernando Morales Vargas BPM Consulting  
Diana Catherine López Cárdenas BPM Consulting  
Humberto Serrato Valbuena BPM Consulting  
Natalia Barreto Veloza BPM Consulting  
Sebastián Martínez Ángel BPM Consulting

Fecha elaboración: octubre 2022

\*Soportes (Reportes de plataforma GTSS, 3CX, Moodle, SIGER y archivo de Oficina de Protección al Usuario)