

Informe De Encuestas De Satisfacción Por Canales

Centro de Contacto ICBF
Trimestre III 2026

Pública

Introducción

El informe que se presenta a continuación analiza el comportamiento de las encuestas recibidas de niños, niñas, adolescentes y la ciudadanía en general, así como su nivel de satisfacción respecto a los servicios ofrecidos por el ICBF a nivel nacional, a través de los canales de atención del centro de contacto. El objetivo de las encuestas es conocer la percepción de nuestros ciudadanos sobre la atención brindada por el centro de contacto, con el fin de tomar las acciones necesarias para seguir mejorando en este aspecto. Dentro del proceso se tiene en cuenta:



Canales Centro de Contacto

Las encuestas de satisfacción recibidas por parte de la ciudadanía están basadas en el principio de la buena fe, establecido en el artículo 83 de la Constitución Política de Colombia.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN POR CANALES

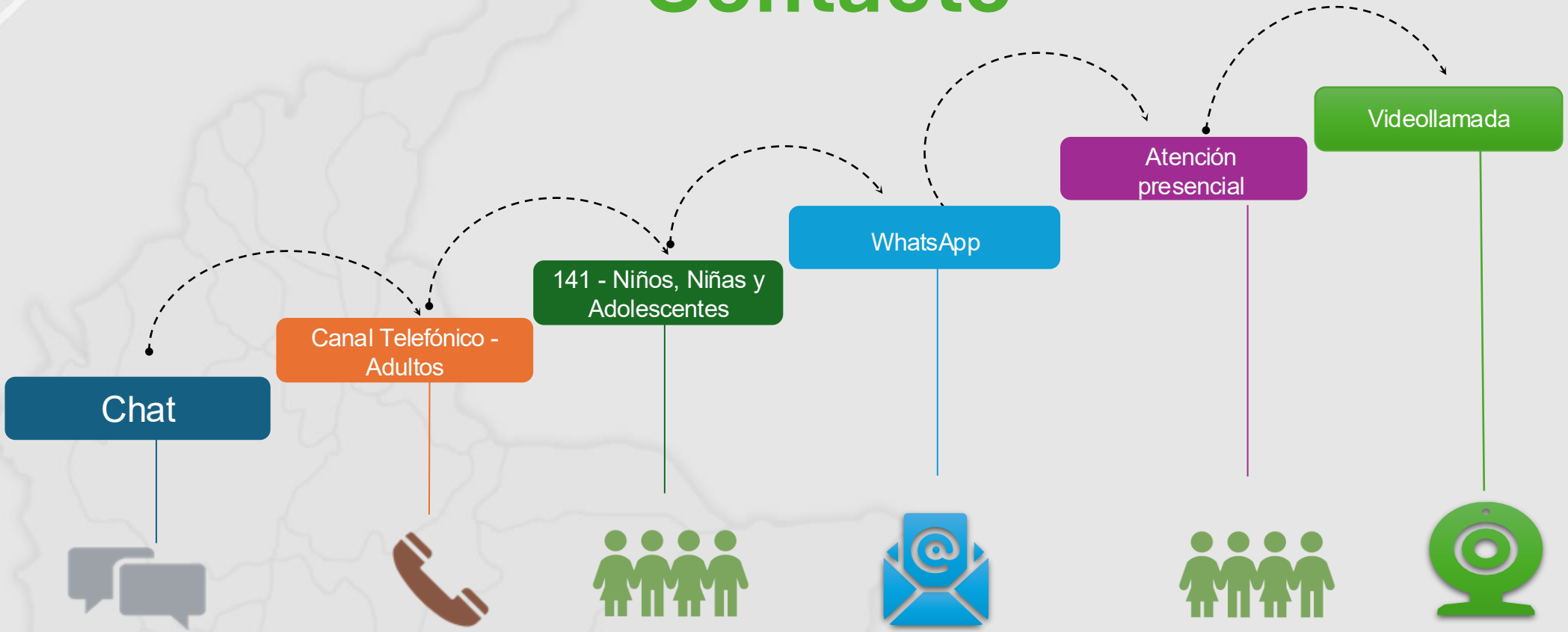
Presencial

La no conformidad manifestada por un peticionario encuestado frente a la atención brindada en cualquiera de los canales del centro de contacto será objeto de revisión, y se realizarán los ajustes a que haya lugar.

Canales Virtuales

Telefónico

Canales De Atención Centro De Contacto



Pública

Resumen Global

Trimestre III 2026

Pública

Resumen Año 2026

A continuación, se presenta un resumen de los resultados del total de la vigencia del año 2026, teniendo un total de encuestas de **76.233** y correspondientes al tercer trimestre 2026 **28.298** dirigidas a los distintos canales de atención del centro de contacto.

	Enero		Febrero		Marzo		Abril		Mayo		Junio		Julio		Agosto		Septiembre	
Canal	Encuestas	Nivel de satisfacción	Encuestas	Nivel de satisfacción	Encuestas	Nivel de satisfacción	Encuestas	Nivel de satisfacción	Encuestas	Nivel de satisfacción	Encuestas	Nivel de satisfacción	Encuestas	Nivel de satisfacción	Encuestas	Nivel de satisfacción	Encuestas	Nivel de satisfacción
Chat	563	85%	707	87%	888	91%	1,048	92%	1,072	88%	925	92%	1,012	93%	1,014	86%	1,404	90%
Telefonía NNA	162	87%	488	87%	529	98%	702	100%	719	97%	645	91%	547	89%	591	92%	658	93%
Telefonía Adultos	1,661	96%	5,294	96%	6,841	91%	6,285	97%	6,722	99%	6,558	99%	6,919	99%	7,037	99%	7,717	99.%
Video llamada	50	66%	117	64%	61	72%	101	76%	80	79%	82	76%	67	75%	75	80%	186	92%
Presencial	128	100%	98	99%	99	100%	86	100%	59	100%	75	100%	142	100%	136	99%	141	100%
Click to Call	61	69%	84	75%	106	92%	123	87%	115	87%	125	84%	132	81%	118	72%	402	92%
Total	**2,625**	**88%**	**6,788**	**95%**	**8,524**	**96%**	**8,345**	**97%**	**8,767**	**96%**	**8,410**	**98%**	**8,819**	**98%**	**8,971**	**97%**	**10,508**	**97%**

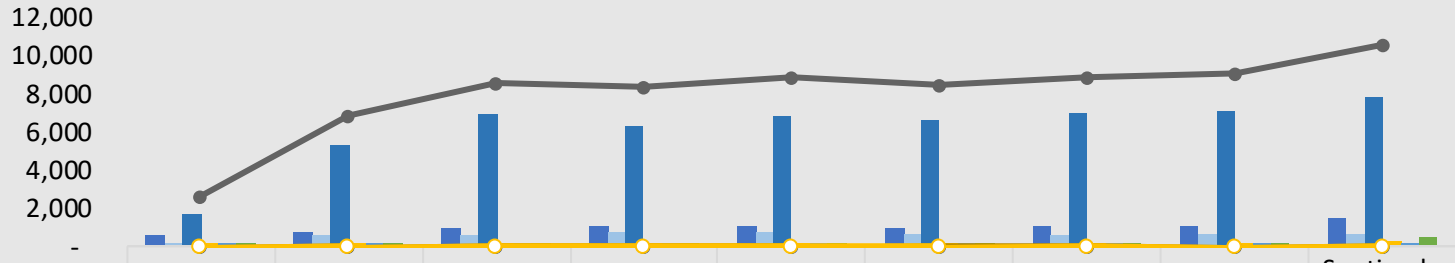


Destaca el desempeño de los canales Presencial y Telefonía Adultos con una valoración mayor al **99%.**

Durante el trimestre se obtiene un promedio de **97**% en la satisfacción global de los canales.

Pública

Resumen Del Año 2026



	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Chat	563	707	888	1,048	1,072	925	1,012	1,014	1,404
Telefonía NNA	162	488	529	702	719	645	547	591	658
Telefonía Adultos	1,661	5,294	6,841	6,285	6,722	6,558	6,919	7,037	7,717
Video llamada	50	117	61	101	80	82	67	75	186
Presencial	128	98	99	86	59	75	142	136	141
Click to Call	61	84	106	123	115	125	132	118	402
Nivel de satisfacción	2,625	6,788	8,524	8,345	8,767	8,410	8,819	8,971	10,508
Participación	3.66%	9.46%	11.88%	11.63%	12.22%	11.72%	12.29%	12.50%	14.64%
Nivel de satisfacción	92.84%	94.85%	96.47%	96.91%	96.30%	97.43%	97.63%	96.67%	97.32%

- Para el tercer trimestre se recibieron **28.298** encuestas de satisfacción del centro de contacto, el canal con mayor participación fue telefonía adultos con **21.673** y una participación del **77**% sobre el total de las encuestas realizadas.
- El canal con menos encuestas realizadas corresponde a Video Llamada con **819** registros y una participación del **3**%.
- En el según trimestre, el índice de satisfacción alcanzó un **97**%.

Pública

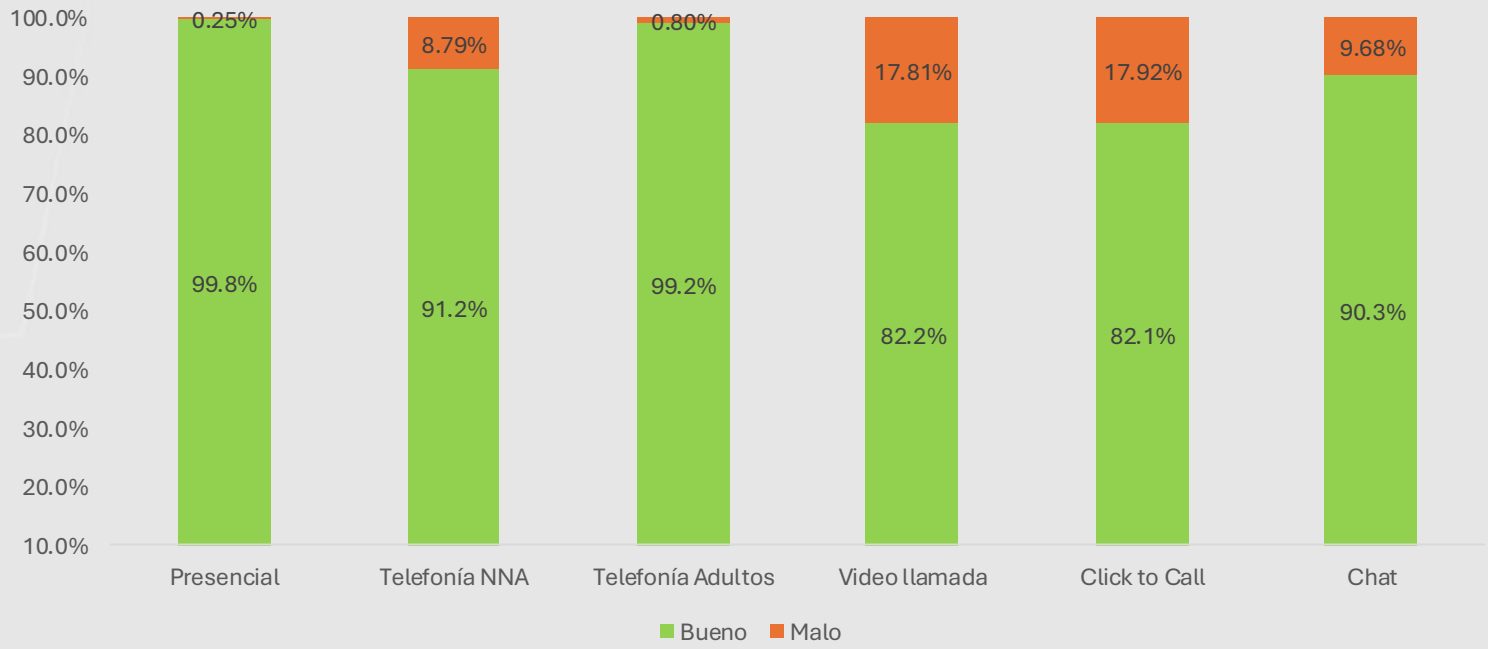
Comparativo Por Canal

Trimestre III 2026

Pública

Nivel De Satisfacción – Por Canal

El mínimo de nivel de satisfacción de los canales de atención del centro de contacto es de **>=90%** umbral.



De acuerdo con los resultados proyectados, se evidencia un desempeño sobresaliente en los canales Presencial, Telefonía NNA, Telefonía Adultos y Chat, los cuales superan de manera consistente el umbral meta del **90%.** Para, el canal de Videollamada registra actualmente un resultado por debajo del objetivo establecido; por lo tanto, se mantendrá en seguimiento.



Acciones Ejecutadas Para Brindar Una Buena Atención



Socialización de información:

De manera frecuente el centro de contacto comparte material con la finalidad que los líderes de cada área refuercen a sus equipos de trabajo.



Capacitaciones:

Constantemente desde el área de formación se realiza refuerzo mensual sobre un tema en particular, sin embargo, cada dupla de trabajo (supervisor y formador) realizan refuerzos en temáticas que consideren importantes abordar en su equipo.



Retroalimentaciones:

Como seguimiento de las oportunidades de mejora y de la evolución, cada líder de equipo está en continua verificación de espacios que favorezcan el conocimiento y habilidades de los agentes y profesionales



Seguimiento:

Cada líder de segmento mantiene un seguimiento constante sobre el que hacer de los colaboradores con la finalidad de operar de manera eficiente para evidenciar mejoría mes a mes.



Pública

Resultado Presencial: Sede Nacional

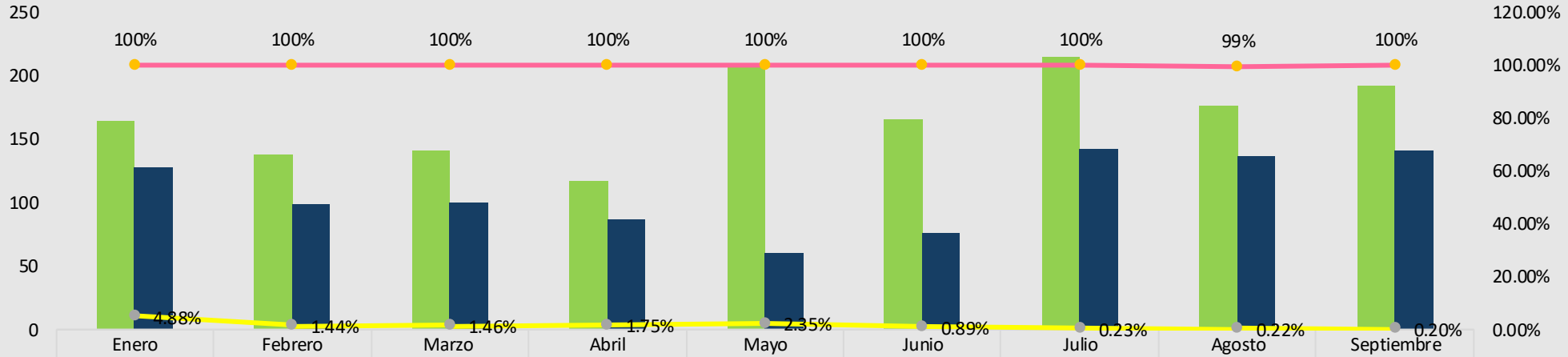
Trimestre III 2026

Pública

Comportamiento Canal Presencial- Sede Nacional

Dentro de los canales de atención, el centro de contacto tiene atención presencial esta se presta de lunes a viernes, en el año 2026 la medición de la satisfacción se realiza por medio de un formulario web.

A continuación, se evidencia los resultados sobre los ciudadanos atendidos VS encuestas realizadas:



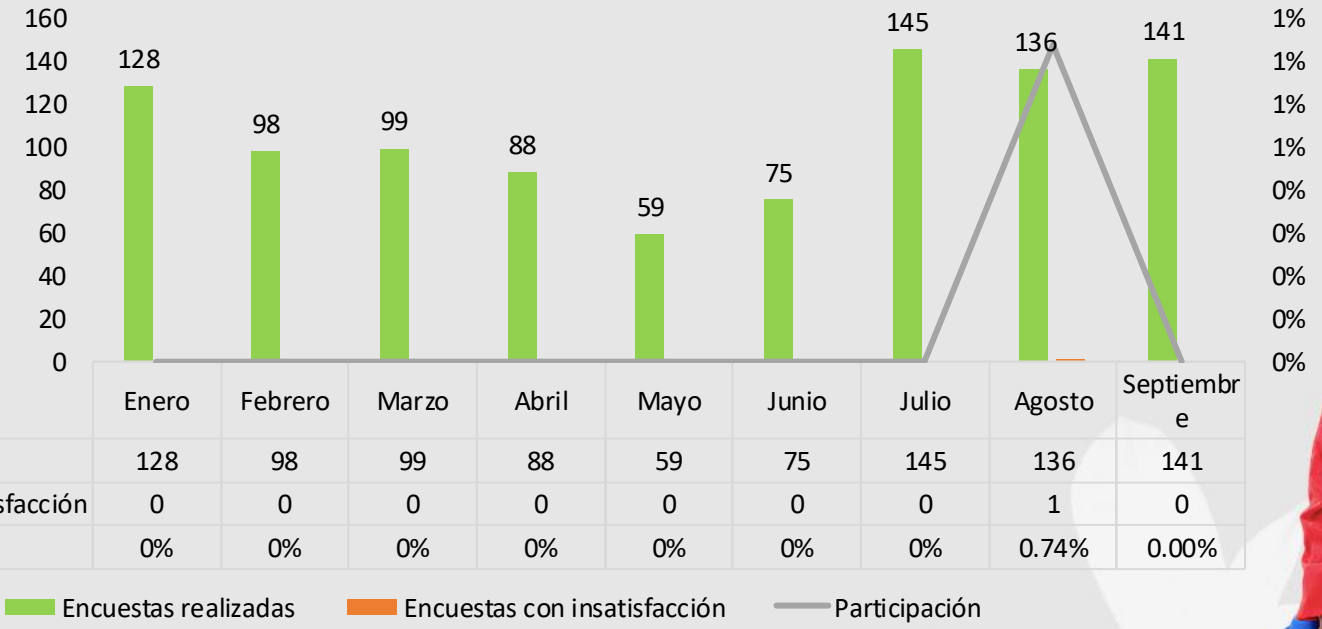
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Intención de encuesta	164	137	141	116	206	165	215	176	192
Encuestas realizadas	128	98	99	86	59	75	142	136	141
% Participación	4.88%	1.44%	1.46%	1.75%	2.35%	0.89%	0.23%	0.22%	0.20%
Nivel de satisfacción	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	99%	100%

Para el tercer trimestre se atendieron **583** ciudadanos. de los cuales realizaron la encuesta **419** peticionarios, logrando un porcentaje de satisfacción del **100**%

En el ultimo trimestre se realizaron **28.298** el canal presencial presenta una participación del **1.5**%

Participación Encuestas No Satisfactorias Canal Presencial

Se evidencia una operación estable durante el trimestre, con **419** encuestas realizadas y un nivel de satisfacción superior al **99%.** Dos de los tres meses evaluados alcanzaron satisfacción del **100**%, mientras que agosto registró una única valoración negativa. La estabilidad en los volúmenes de participación y los resultados obtenidos reflejan la consolidación de un modelo de atención consistente, capaz de mantener altos niveles de calidad y experiencia ciudadana de forma sostenida.



	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Encuestas realizadas	128	98	99	88	59	75	145	136	141
Encuestas con insatisfacción	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Participación	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0.74%	0.00%



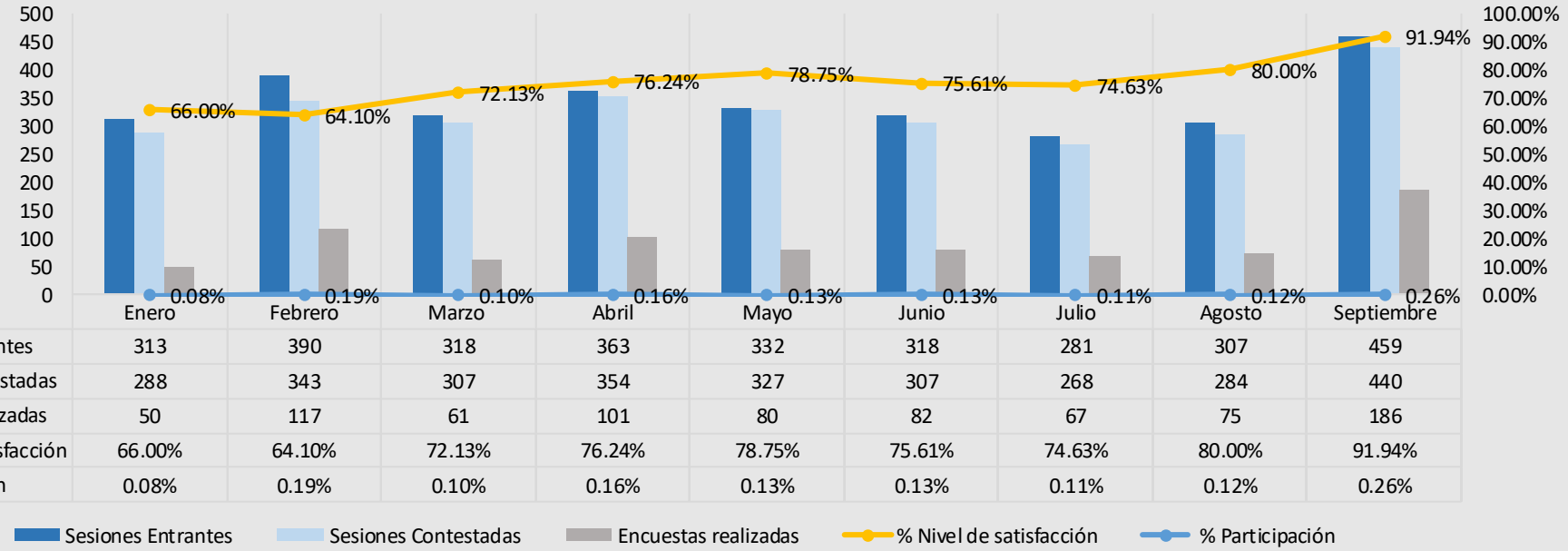
Resultado Canal Video Llamada

Trimestre III 2026

Pública

Comportamiento Video Llamada

En la gráfica se evidencia el comportamiento año 2026 del canal de video llamada de las interacciones entrantes vs las contestadas, encuestas realizadas y nivel de satisfacción. Donde se evidencia **328** encuestas efectivas para el tercer trimestre del año 2026.

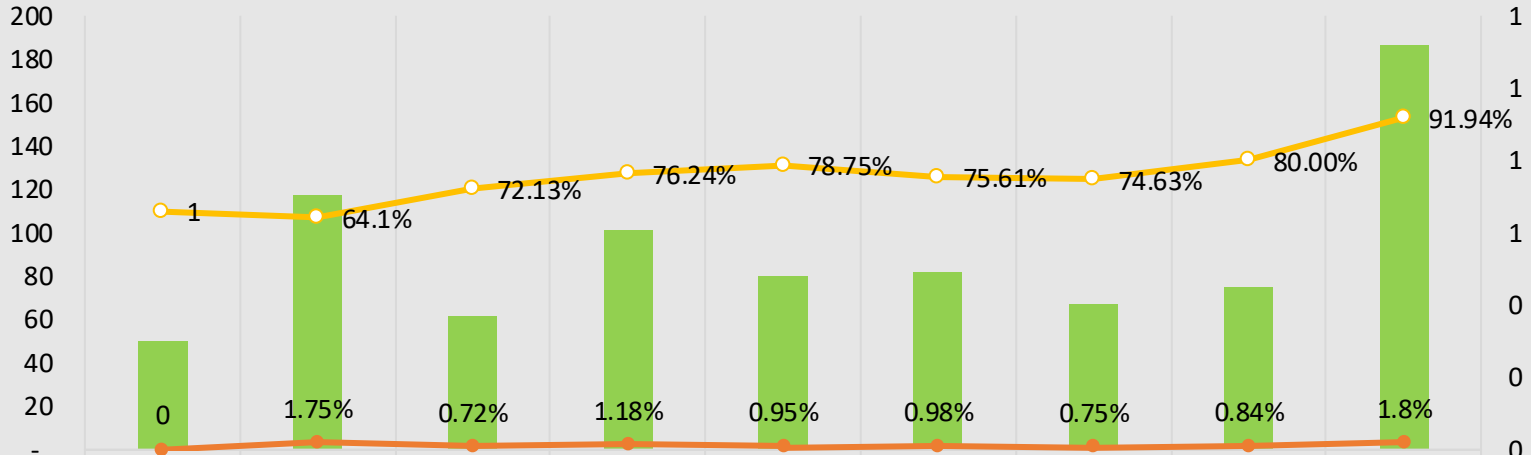


	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Sesiones Entrantes	313	390	318	363	332	318	281	307	459
Sesiones Contestadas	288	343	307	354	327	307	268	284	440
Encuestas realizadas	50	117	61	101	80	82	67	75	186
% Nivel de satisfacción	66.00%	64.10%	72.13%	76.24%	78.75%	75.61%	74.63%	80.00%	91.94%
% Participación	0.08%	0.19%	0.10%	0.16%	0.13%	0.13%	0.11%	0.12%	0.26%

Durante el tercer trimestre se atendieron **992** de las **1.047** interacciones recibidas, alcanzando un nivel de atención del **95%.**

Entre julio y septiembre se realizaron **328** encuestas efectivas, observándose un incremento en la participación ciudadana durante septiembre con **186** encuestas, equivalente al **56,7**% del total trimestral.

Encuestas VS Nivel De Satisfacción y Participación Canal Videollamada



	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Encuestas	50	117	61	101	80	82	67	75	186
% Participación	0	1.75%	0.72%	1.18%	0.95%	0.98%	0.75%	0.84%	1.8%
% Satisfacción	1	64.1%	72.13%	76.24%	78.75%	75.61%	74.63%	80.00%	91.94%

Septiembre concentró el mayor volumen de participación del trimestre, con **186** encuestas realizadas, equivalente al **56,7**% del total de encuestas del canal.

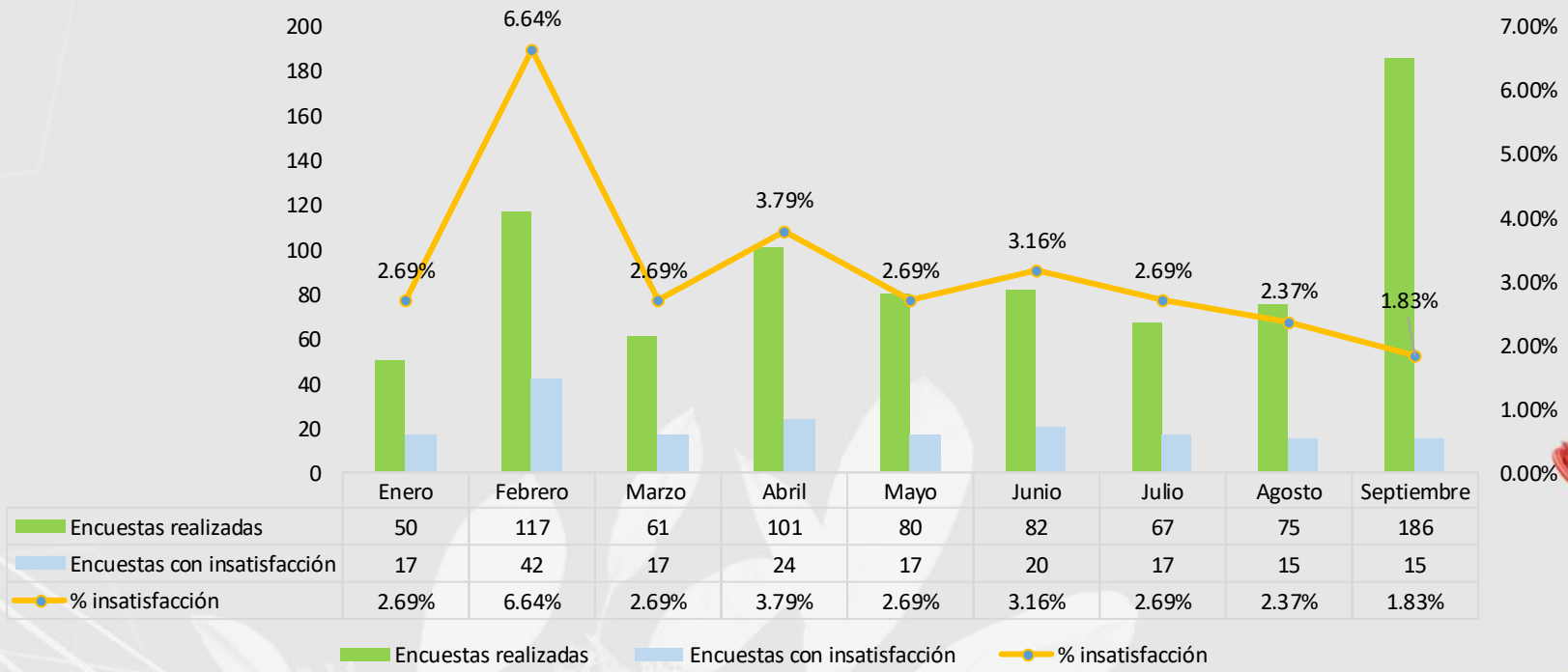
La satisfacción presentó un comportamiento favorable durante el trimestre, pasando de **74,63**% en julio a **91,94**% en septiembre, manteniéndose por encima del **74**% en todos los meses evaluados.

El aumento en las sesiones atendidas y en el volumen de encuestas permitió fortalecer la representatividad de los resultados y ampliar la medición de la experiencia de los ciudadanos en el canal.



Participación Encuestas No Satisfactorias Canal Video Llamada

Durante el tercer trimestre, la participación en el canal Videollamada aumentó significativamente, pasando de **67** encuestas en julio y **75** en agosto a **186** en septiembre. A su vez, las encuestas insatisfactorias se redujeron de **17** casos en julio a **15** en agosto y septiembre, permitiendo disminuir el porcentaje de insatisfacción de **2,69**% a **1,83**%, incluso con un mayor volumen de participación.



	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Encuestas realizadas	50	117	61	101	80	82	67	75	186
Encuestas con insatisfacción	17	42	17	24	17	20	17	15	15
% insatisfacción	2.69%	6.64%	2.69%	3.79%	2.69%	3.16%	2.69%	2.37%	1.83%

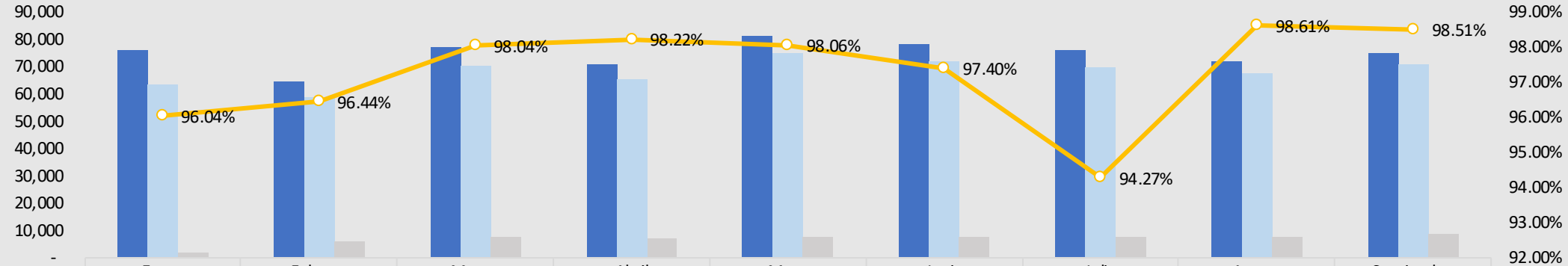


Resultado Canal Telefónico

Trimestre III 2026

Pública

Comportamiento Canal Telefónico



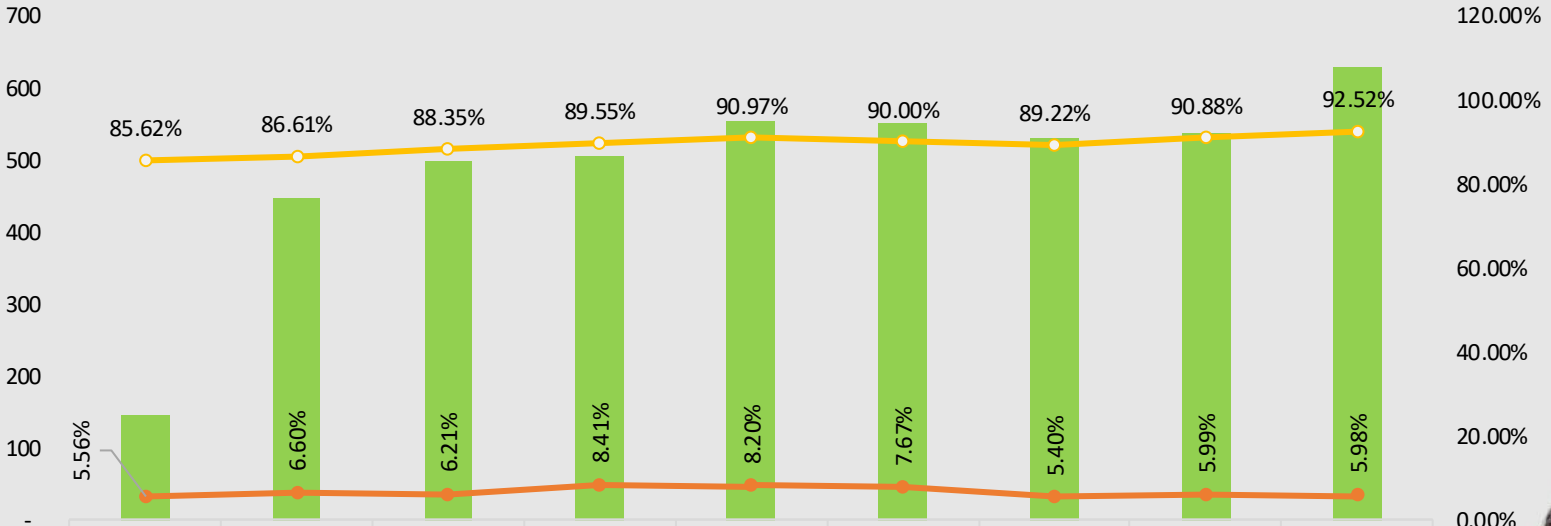
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Llamadas Entrantes	75,600	64,364	77,111	70,674	81,128	77,756	76,046	71,538	74,905
Llamadas Contestadas	63,215	58,497	69,871	65,310	74,710	71,614	69,410	67,504	70,746
Encuestas realizadas	1,823	5,782	7,310	6,987	7,441	7,203	7,466	7,628	8,375
% Nivel de satisfacción	96.04%	96.44%	98.04%	98.22%	98.06%	97.40%	94.27%	98.61%	98.51%

Llamadas Entrantes Llamadas Contestadas Encuestas realizadas % Nivel de satisfacción

Durante el tercer trimestre, el canal telefónico mantuvo un volumen estable de atención, registrando **76.046** llamadas entrantes en julio, **71.538** en agosto y **74.905** en septiembre. De estas, se atendieron **69.410**, **67.504** y **70.746** llamadas, respectivamente, conservando niveles de atención cercanos al **94**%.

En la medición de satisfacción se observa un incremento progresivo en la participación, pasando de **7.466** encuestas en julio a **7.628** en agosto y **8.375** en septiembre, el mayor volumen del trimestre. Asimismo, los resultados de satisfacción fueron de **94,27**% en julio, **98,61**% en agosto y **98,51**% en septiembre, manteniéndose por encima del **94**% durante todo el período.

Encuestas Vs Nivel De Satisfacción Y Participación Telefonía NNA



	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Encuestas	146	448	498	507	554	550	529	537	628
% Participación	5.56%	6.60%	6.21%	8.41%	8.20%	7.67%	5.40%	5.99%	5.98%
% Satisfacción	85.62%	86.61%	88.35%	89.55%	90.97%	90.00%	89.22%	90.88%	92.52%

Durante el trimestre se realizaron **1.694** encuestas en el canal de Telefonía NNA, de las cuales el **37**% se concentraron en septiembre con un total de **628** mediciones.

La satisfacción presentó un comportamiento estable durante el período, pasando de **89,22**% en julio a **92,52**% en septiembre.

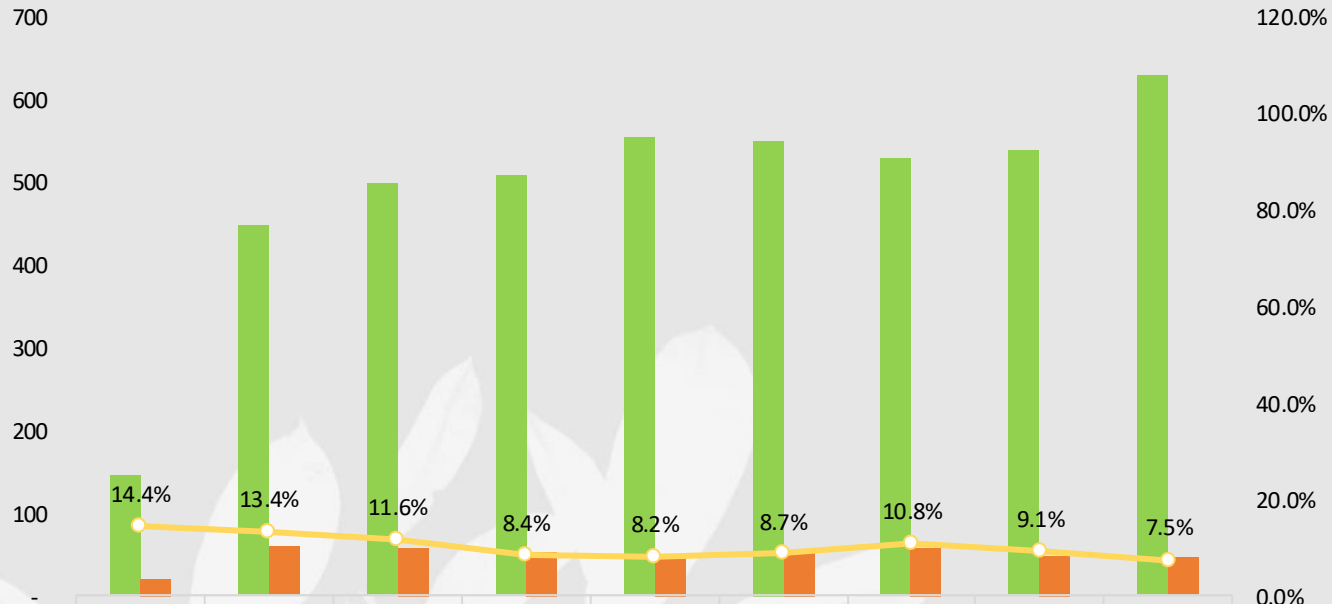
La participación del canal se mantuvo cercana al **6**% del total de encuestas del Centro de Contacto, reflejando una presencia constante dentro de la medición de satisfacción institucional.



Participación Encuestas No Satisfactorias Telefonía NNA

Durante el tercer trimestre, el canal de Telefonía NNA registró un comportamiento estable en el volumen de encuestas, pasando de **529** en julio a **537** en agosto y **628** en septiembre. Paralelamente, las encuestas calificadas como insatisfactorias disminuyeron de **57** casos en julio a **49** en agosto y **47** en septiembre, aun cuando el volumen de medición fue mayor en este último mes.

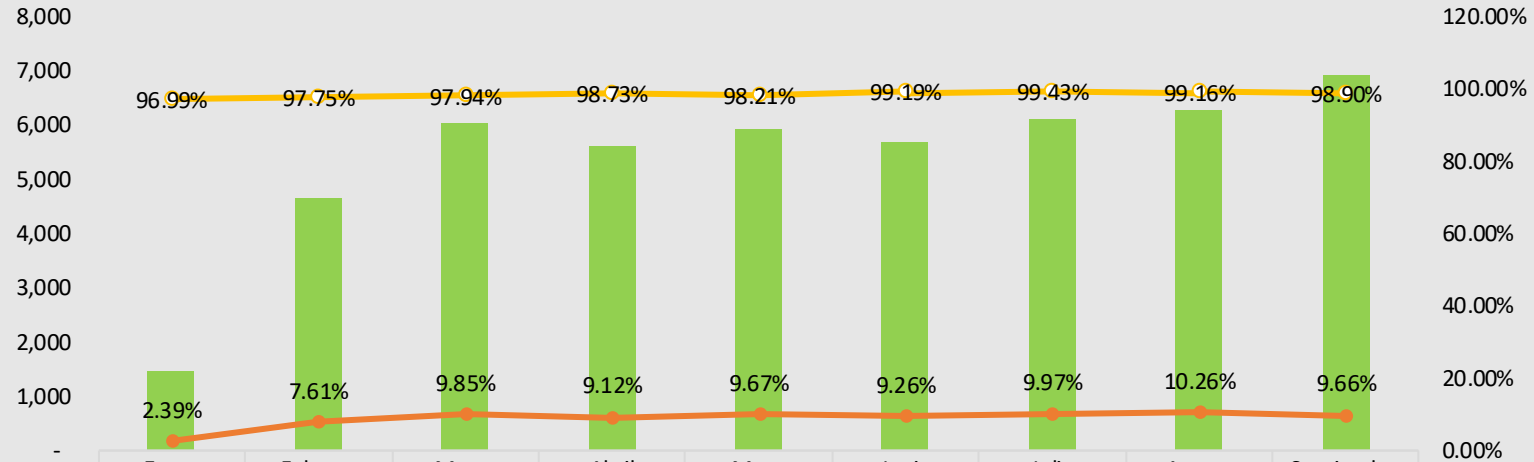
Como resultado, el porcentaje de insatisfacción presentó una reducción progresiva durante el período, pasando de **10,8**% en julio a **9,1**% en agosto y **7,5**% en septiembre, reflejando una menor proporción de valoraciones negativas frente al total de encuestas realizadas.



	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Encuestas	146	448	498	507	554	550	529	537	628
Encuestas con insatisfacción	21	60	58	53	50	55	57	49	47
% participación	14.4%	13.4%	11.6%	8.4%	8.2%	8.7%	10.8%	9.1%	7.5%



Encuestas VS Nivel De Satisfacción Y Participación Telefonía Adultos Línea 141



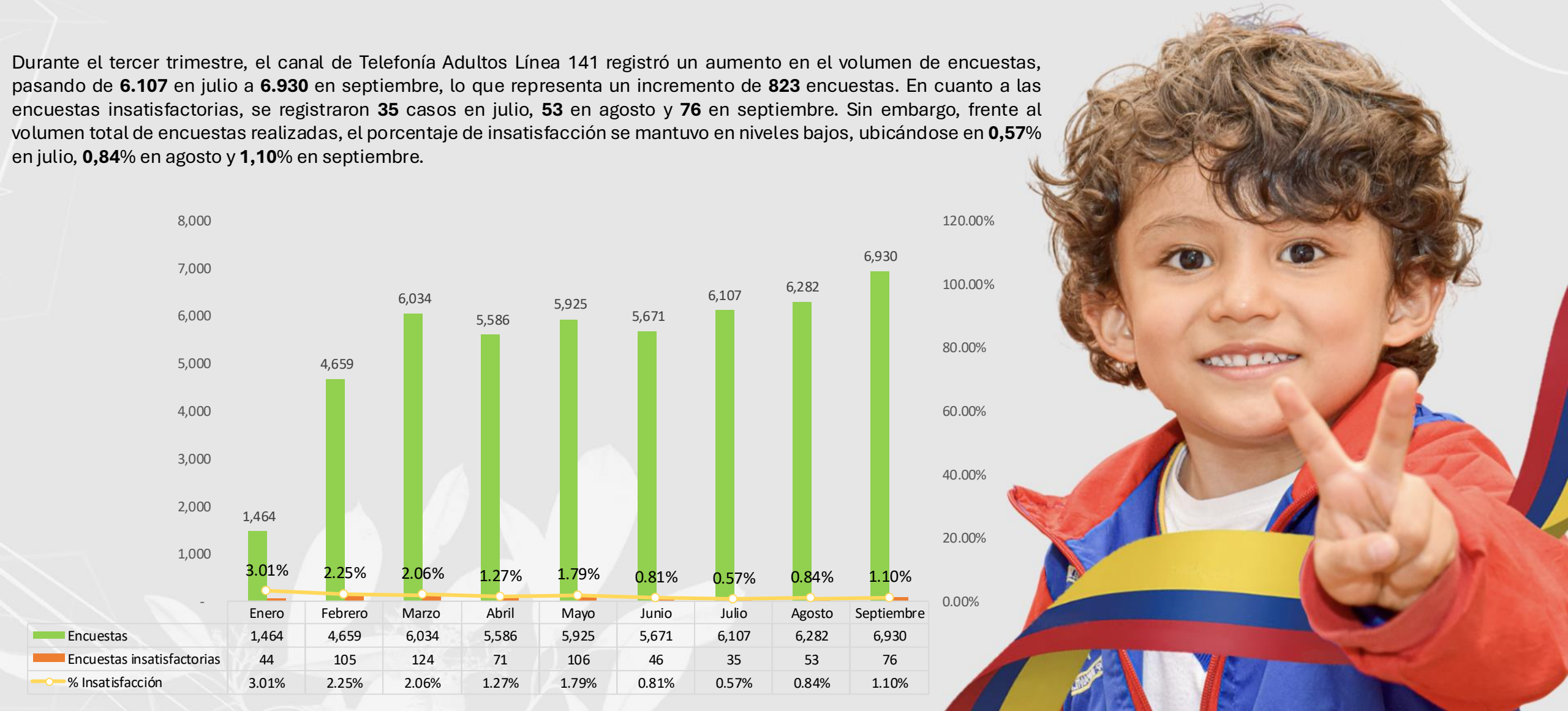
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Encuestas	1,464	4,659	6,034	5,586	5,925	5,671	6,107	6,282	6,930
% Participación	2.39%	7.61%	9.85%	9.12%	9.67%	9.26%	9.97%	10.26%	9.66%
% Satisfacción	96.99%	97.75%	97.94%	98.73%	98.21%	99.19%	99.43%	99.16%	98.90%

Durante el tercer trimestre, el canal de Telefonía Adultos Línea 141 consolidó el mayor aporte a la medición de satisfacción del Centro de Contacto, incrementando el volumen de encuestas de **6.107** en julio a **6.930** en septiembre, lo que representa un crecimiento de **823** encuestas. Al mismo tiempo, mantuvo una participación cercana al **10**% y niveles de satisfacción superiores al **98**% durante todo el período, reflejando estabilidad en la calidad del servicio y una percepción consistentemente favorable por parte de los ciudadanos.



Participación Encuestas No Satisfactorias Atención Telefónica Adultos - Línea 141

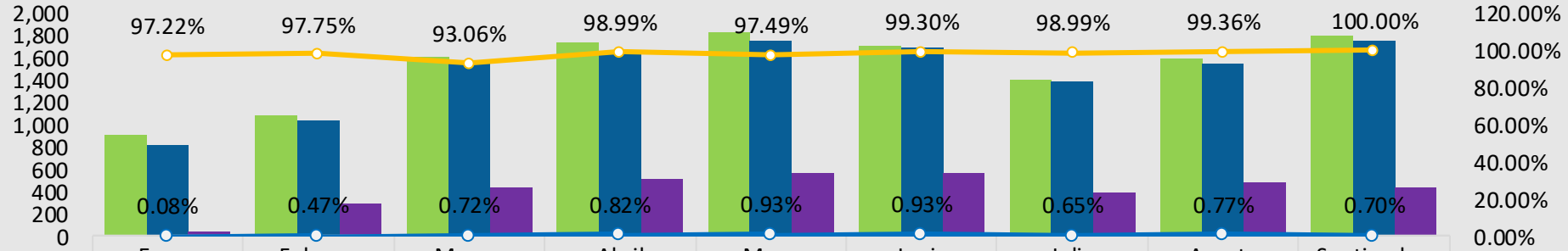
Durante el tercer trimestre, el canal de Telefonía Adultos Línea 141 registró un aumento en el volumen de encuestas, pasando de **6.107** en julio a **6.930** en septiembre, lo que representa un incremento de **823** encuestas. En cuanto a las encuestas insatisfactorias, se registraron **35** casos en julio, **53** en agosto y **76** en septiembre. Sin embargo, frente al volumen total de encuestas realizadas, el porcentaje de insatisfacción se mantuvo en niveles bajos, ubicándose en **0,57**% en julio, **0,84**% en agosto y **1,10**% en septiembre.



	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Encuestas	1,464	4,659	6,034	5,586	5,925	5,671	6,107	6,282	6,930
Encuestas insatisfactorias	44	105	124	71	106	46	35	53	76
% Insatisfacción	3.01%	2.25%	2.06%	1.27%	1.79%	0.81%	0.57%	0.84%	1.10%

Comportamiento Canal Línea Nacional Y SNBF

En la gráfica se evidencia el comportamiento los meses de enero a septiembre del 2026 del canal de Línea Nacional y SNBF de las interacciones entrantes vs las contestadas, encuestas realizadas y nivel de satisfacción.



	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Sesiones Entrantes	894	1,070	1,607	1,736	1,822	1,704	1,401	1,581	1,785
Sesiones Contestadas	814	1,037	1548	1632	1741	1685	1,383	1,547	1,752
Encuestas realizadas	47	287	441	504	567	572	396	472	428
% Nivel de satisfacción	97.22%	97.75%	93.06%	98.99%	97.49%	99.30%	98.99%	99.36%	100.00%
% Participación	0.08%	0.47%	0.72%	0.82%	0.93%	0.93%	0.65%	0.77%	0.70%

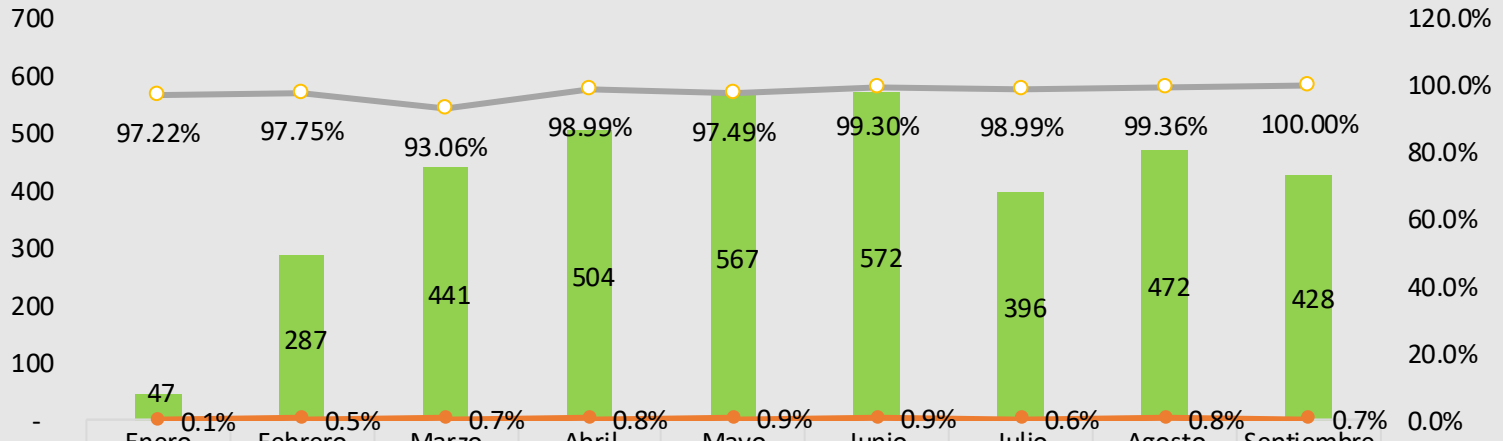
Sesiones Entrantes Sesiones Contestadas Encuestas realizadas % Nivel de satisfacción % Participación

El volumen de atención presentó un crecimiento entre julio y septiembre, pasando de **1.383** a **1.752** sesiones atendidas, equivalente a un incremento de **369** interacciones.

La satisfacción se mantuvo en niveles sobresalientes durante todo el trimestre, alcanzando **98,99**% en julio, **99,36**% en agosto y **100**% en septiembre.

A pesar de representar menos del **1**% del total de encuestas del Centro de Contacto, el canal mantuvo una participación estable y resultados consistentes en la percepción de los ciudadanos.

Encuestas Vs Nivel De Satisfacción Y Participación Canal Línea Nacional Y SNBF



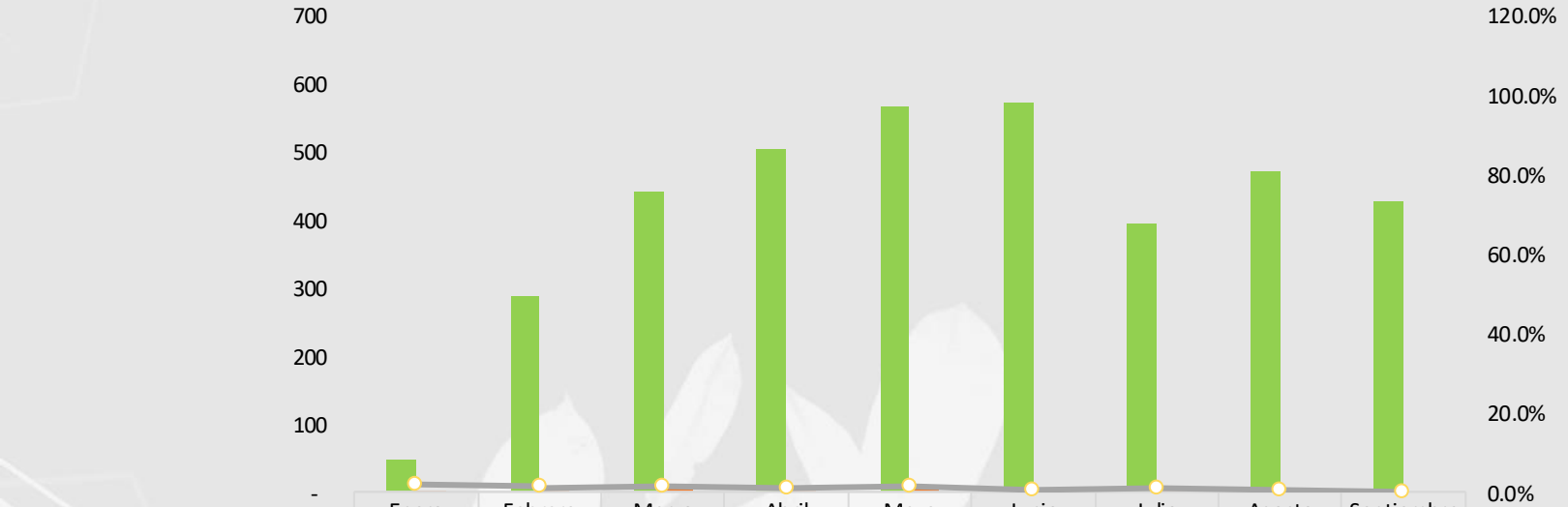
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Encuestas realizadas	47	287	441	504	567	572	396	472	428
% Participación	0.1%	0.5%	0.7%	0.8%	0.9%	0.9%	0.6%	0.8%	0.7%
% Nivel de satisfacción	97.22%	97.75%	93.06%	98.99%	97.49%	99.30%	98.99%	99.36%	100.00%

Durante el tercer trimestre, el canal de Línea Nacional y SNBF registró **396** encuestas en julio, **472** en agosto y **428** en septiembre. Aunque el volumen de medición presentó variaciones entre los meses, los resultados de satisfacción se mantuvieron en niveles sobresalientes, alcanzando **98,99**% en julio, **99,36**% en agosto y **100**% en septiembre, reflejando una percepción consistentemente favorable frente al servicio recibido.



Participación Encuestas No Satisfactorias Telefonía Línea Nacional Y SNBF

Durante el tercer trimestre, Línea Nacional y SNBF mantuvo un volumen estable de medición, con **396** encuestas en julio, **472** en agosto y **428** en septiembre. En este mismo periodo, las encuestas insatisfactorias se redujeron de **4** casos en julio a **0** en septiembre, lo que representa una disminución del **100**%. Como resultado, el porcentaje de insatisfacción pasó de **0,8**% a **0,0**%, evidenciando una reducción progresiva de las valoraciones negativas y una percepción consistentemente favorable de los ciudadanos frente a la atención recibida.



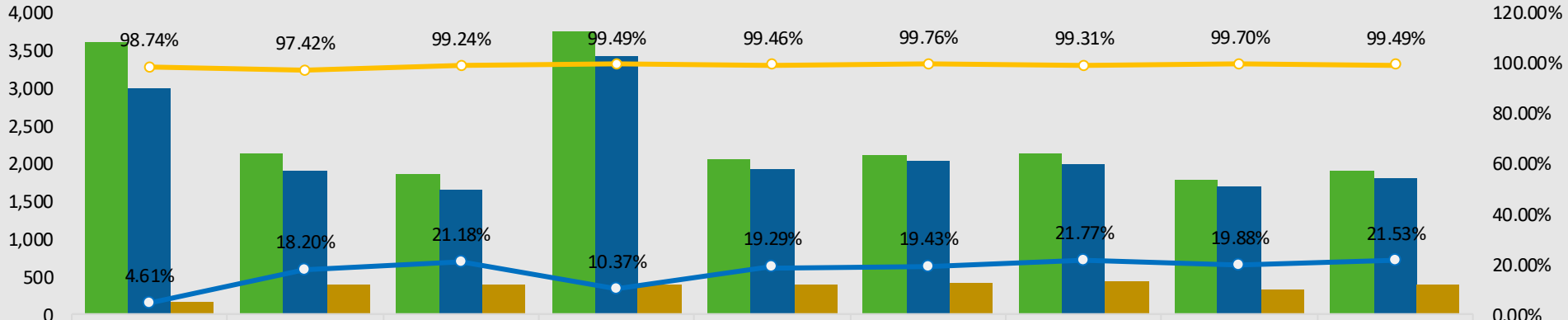
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Encuestas realizadas	47	287	441	504	567	572	396	472	428
Encuestas insatisfactorias	1	4	7	4	9	4	4	3	0
% Insatisfacción	2.1%	1.4%	1.6%	0.8%	1.6%	0.7%	0.8%	0.6%	0.0%



Pública

Comportamiento Telefonía Línea Verde

En la siguiente gráfica proyectamos las interacciones entrantes y las contestadas de la línea verde del centro de contacto.



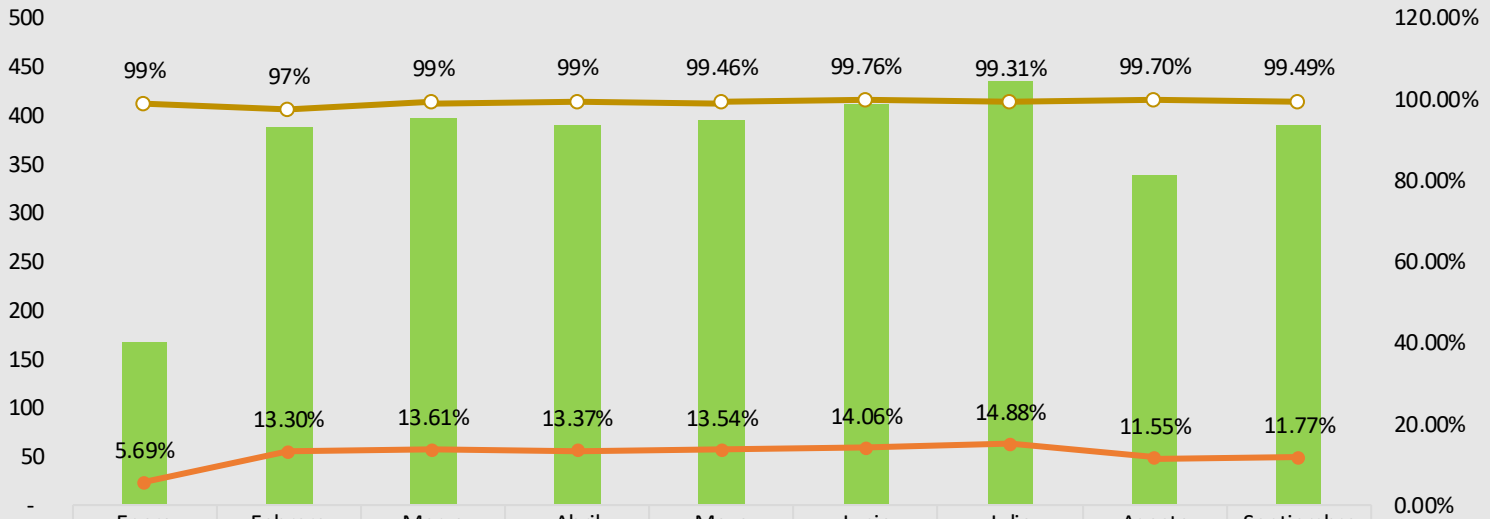
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Sesiones Entrantes	3,601	2,132	1,874	3,760	2,048	2,110	2,135	1,786	1,912
Sesiones Contestadas	3,003	1,905	1658	3410	1933	2038	1994	1695	1807
Encuestas realizadas	166	388	397	390	395	410	434	337	389
% Nivel de satisfacción	98.74%	97.42%	99.24%	99.49%	99.46%	99.76%	99.31%	99.70%	99.49%
% Participación	4.61%	18.20%	21.18%	10.37%	19.29%	19.43%	21.77%	19.88%	21.53%

Sesiones Entrantes Sesiones Contestadas Encuestas realizadas % Nivel de satisfacción % Participación

Durante el tercer trimestre, se mantuvo un volumen estable de atención, registrando **2.135** sesiones entrantes en julio, **1.786** en agosto y **1.912** en septiembre. Asimismo, las encuestas realizadas pasaron de **434** en julio a **389** en septiembre, manteniéndose por encima de las **300** mediciones mensuales.

La satisfacción presentó un comportamiento consistente durante todo el período, ubicándose en **99,31**% en julio, **99,70**% en agosto y **99,49**% en septiembre, con variaciones inferiores a un punto porcentual entre los meses evaluados.

Encuestas Vs Nivel De Satisfacción Y Participación Canal Línea Verde



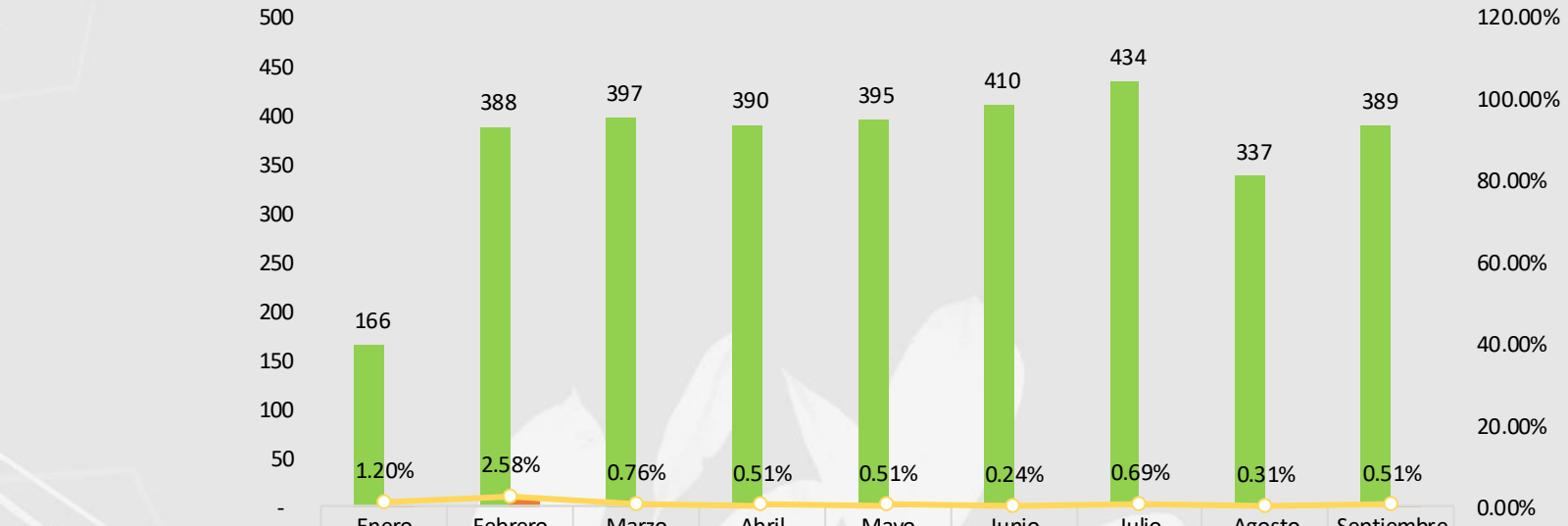
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Encuestas realizadas	166	388	397	390	395	410	434	337	389
% Participación	5.69%	13.30%	13.61%	13.37%	13.54%	14.06%	14.88%	11.55%	11.77%
% Nivel de satisfacción	99%	97%	99%	99%	99.46%	99.76%	99.31%	99.70%	99.49%

Durante el tercer trimestre, el canal Línea Verde mantuvo una medición estable, con **434** encuestas en julio, **337** en agosto y **389** en septiembre. Aunque entre julio y septiembre se presentó una reducción de **45** encuestas, los niveles de satisfacción se mantuvieron consistentemente altos, pasando de **99,31**% en julio a **99,49**% en septiembre, con un máximo de **99,70**% en agosto. Este comportamiento evidencia una percepción favorable y homogénea del servicio por parte de los ciudadanos a lo largo del período evaluado.

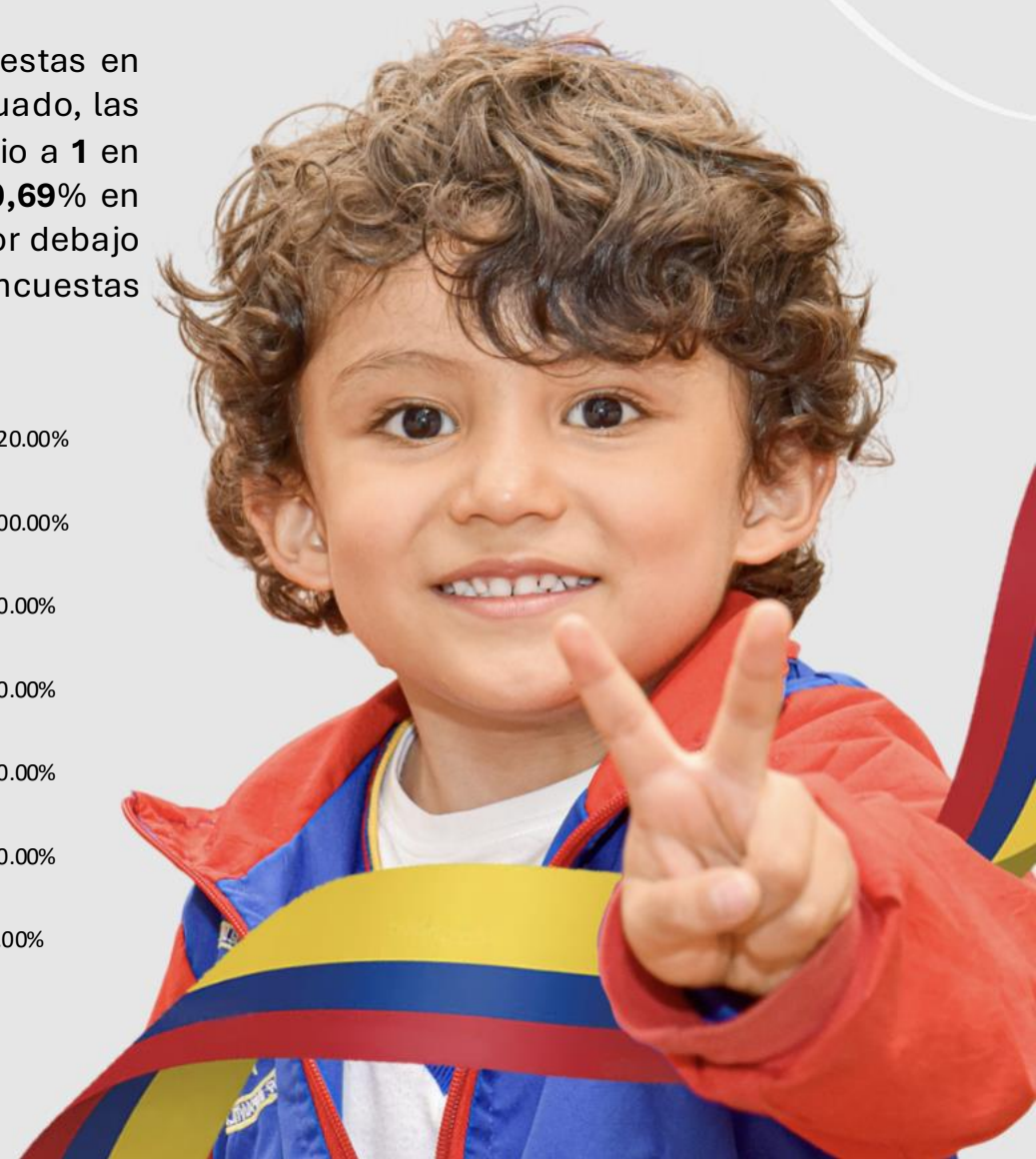


Participación Encuestas No Satisfactorias Línea Verde

Durante el tercer trimestre, se mantuvo un volumen de medición estable, con **434** encuestas en julio, **337** en agosto y **389** en septiembre. A pesar de estas variaciones en el volumen evaluado, las encuestas insatisfactorias se mantuvieron en niveles mínimos, pasando de **3** casos en julio a **1** en agosto y **2** en septiembre. Como resultado, el porcentaje de insatisfacción se ubicó en **0,69**% en julio, **0,31**% en agosto y **0,51**% en septiembre, manteniéndose durante todo el trimestre por debajo del 1% y evidenciando una baja incidencia de valoraciones negativas frente al total de encuestas realizadas.



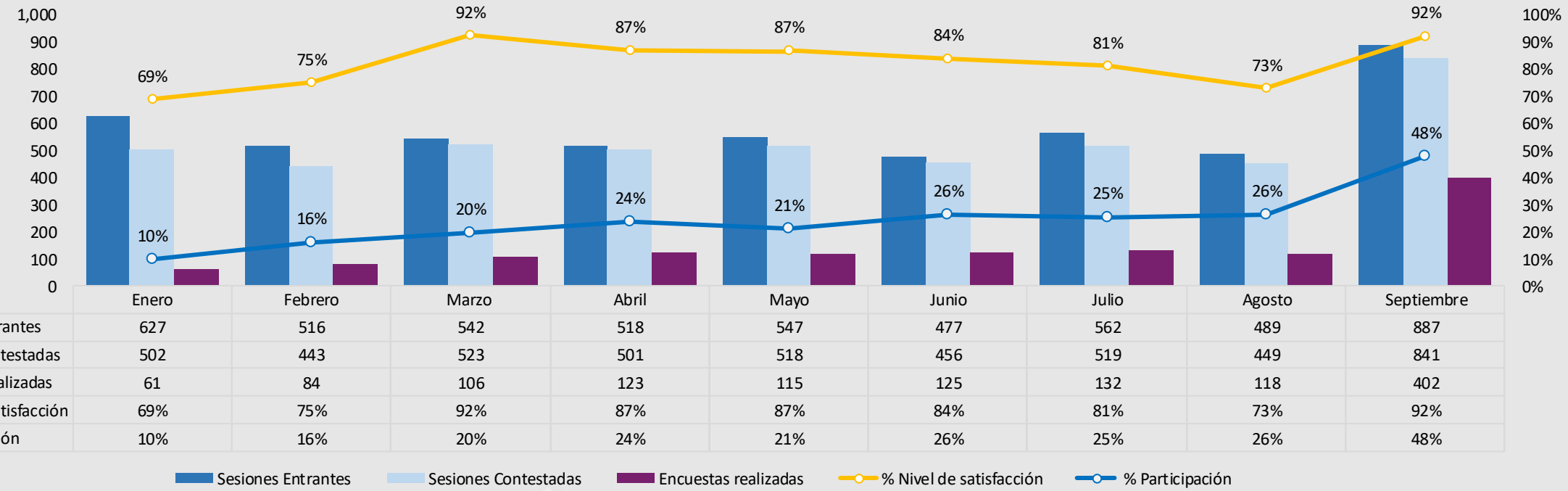
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Encuestas	166	388	397	390	395	410	434	337	389
Encuestas insatisfactorias	2	10	3	2	2	1	3	1	2
% Insatisfacción	1.20%	2.58%	0.76%	0.51%	0.51%	0.24%	0.69%	0.31%	0.51%



Pública

Comportamiento Click To Call

En la siguiente gráfica se proyecta las interacciones entrantes y las contestadas de Click to call, para poder obtener un comparativo sobre el total de encuestas para el segmento.

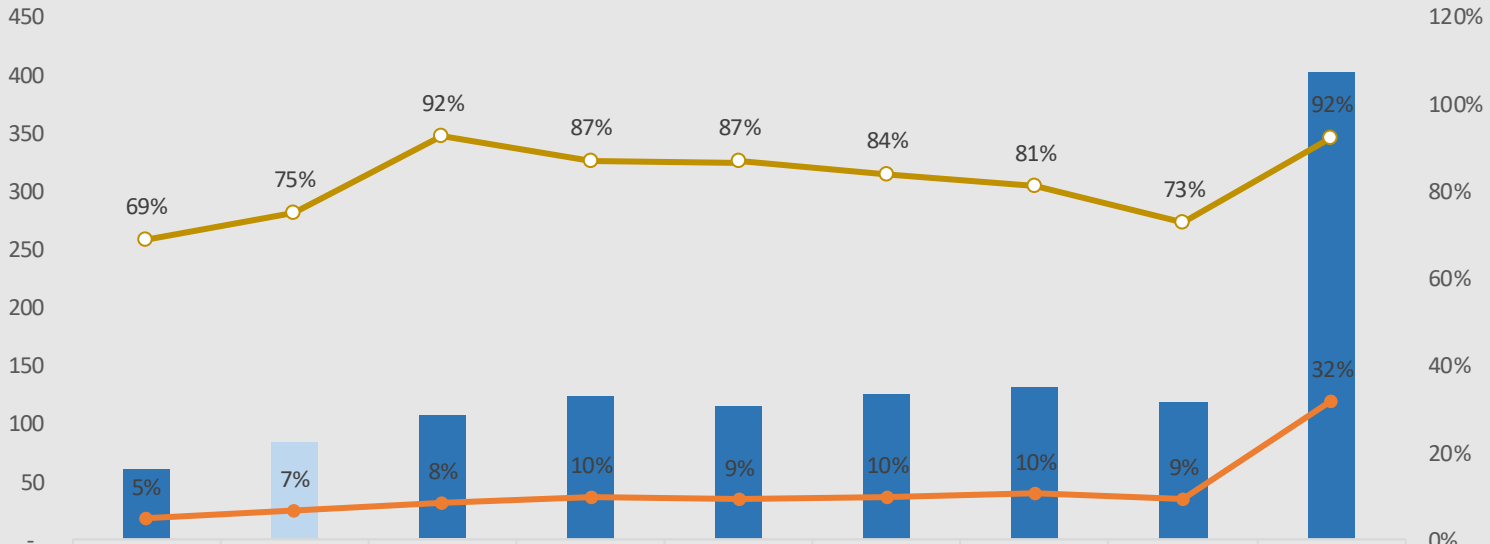


	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Sesiones Entrantes	627	516	542	518	547	477	562	489	887
Sesiones Contestadas	502	443	523	501	518	456	519	449	841
Encuestas realizadas	61	84	106	123	115	125	132	118	402
% Nivel de satisfacción	69%	75%	92%	87%	87%	84%	81%	73%	92%
% Participación	10%	16%	20%	24%	21%	26%	25%	26%	48%

Sesiones Entrantes Sesiones Contestadas Encuestas realizadas % Nivel de satisfacción % Participación

Durante el tercer trimestre, el canal Click to Call presentó un crecimiento sostenido en su volumen de gestión, pasando de **562** interacciones en julio a **887** en septiembre. Este comportamiento estuvo acompañado por un aumento en las encuestas realizadas, que pasaron de **132** a **402**, mientras que la satisfacción evolucionó de **81**% a **92**%, reflejando una mayor capacidad de medición y una percepción favorable del servicio por parte de los ciudadanos.

Encuestas Vs Nivel De Satisfacción Y Participación Canal Click To Call



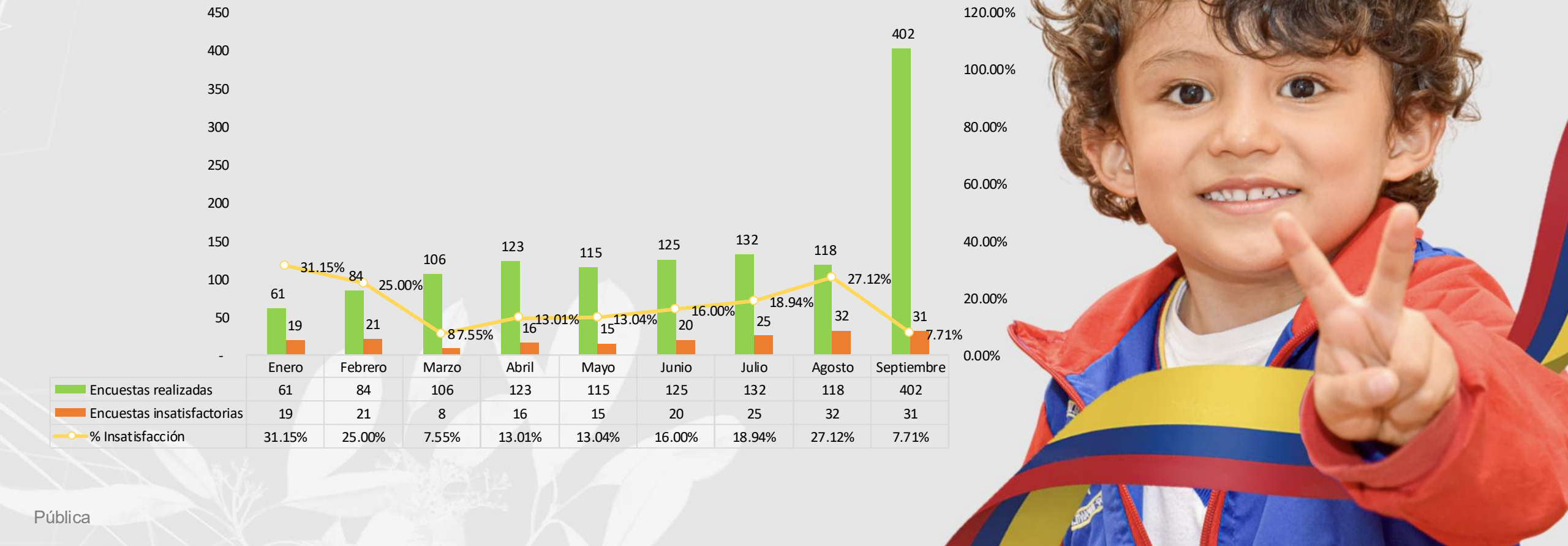
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Encuestas realizadas	61	84	106	123	115	125	132	118	402
% Participación	5%	7%	8%	10%	9%	10%	10%	9%	32%
% Nivel de satisfacción	69%	75%	92%	87%	87%	84%	81%	73%	92%

Durante el tercer trimestre, el canal Click to Call mostró un crecimiento sostenido tanto en el volumen de encuestas como en la participación de los ciudadanos. Las encuestas realizadas pasaron de **132** en julio a **402** en septiembre, lo que representa **270** mediciones adicionales al cierre del período. De igual forma, la participación aumentó de **25**% a **48**%, mientras que la satisfacción evolucionó de **81**% a **92**%, reflejando una mayor interacción de los usuarios con el proceso de medición y una percepción favorable del servicio.



Participación Encuestas No Satisfactorias Click To Call

Durante el tercer trimestre, el canal Click to Call aumentó su volumen de encuestas, pasando de **132** en julio y **118** en agosto a **402** en septiembre. Aunque las encuestas insatisfactorias fueron **25** en julio, **32** en agosto y **31** en septiembre, el porcentaje de insatisfacción se redujo de **27,12**% en agosto a **7,71**% en septiembre, reflejando una menor proporción de valoraciones negativas frente a un volumen de medición significativamente mayor.



	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Encuestas realizadas	61	84	106	123	115	125	132	118	402
Encuestas insatisfactorias	19	21	8	16	15	20	25	32	31
% Insatisfacción	31.15%	25.00%	7.55%	13.01%	13.04%	16.00%	18.94%	27.12%	7.71%

Pública

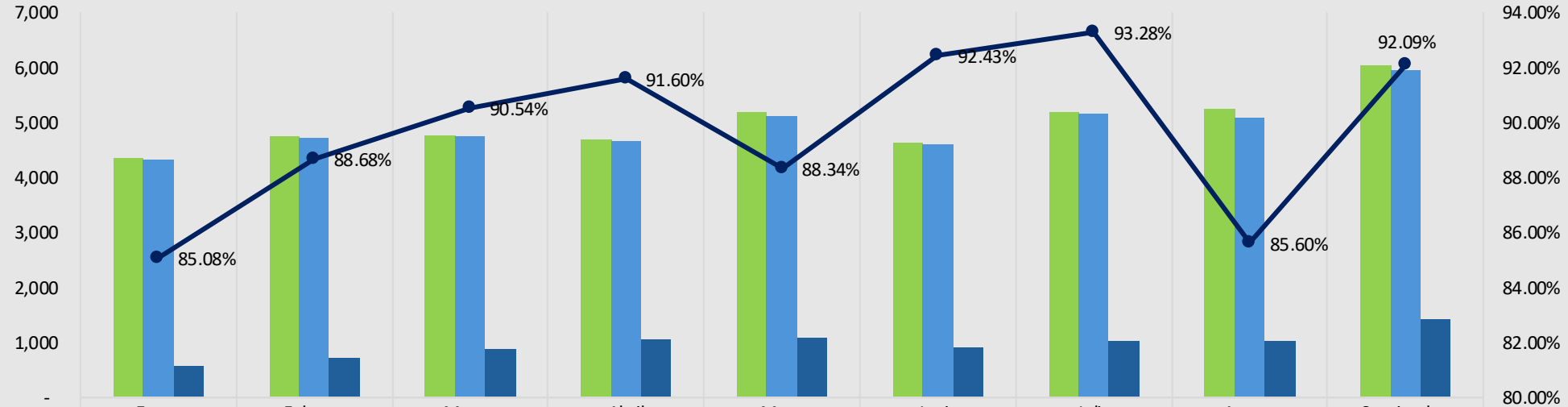
Resultados Canal Chat

Trimestre III 2026

Pública

Comportamiento Mensual Canal Chat

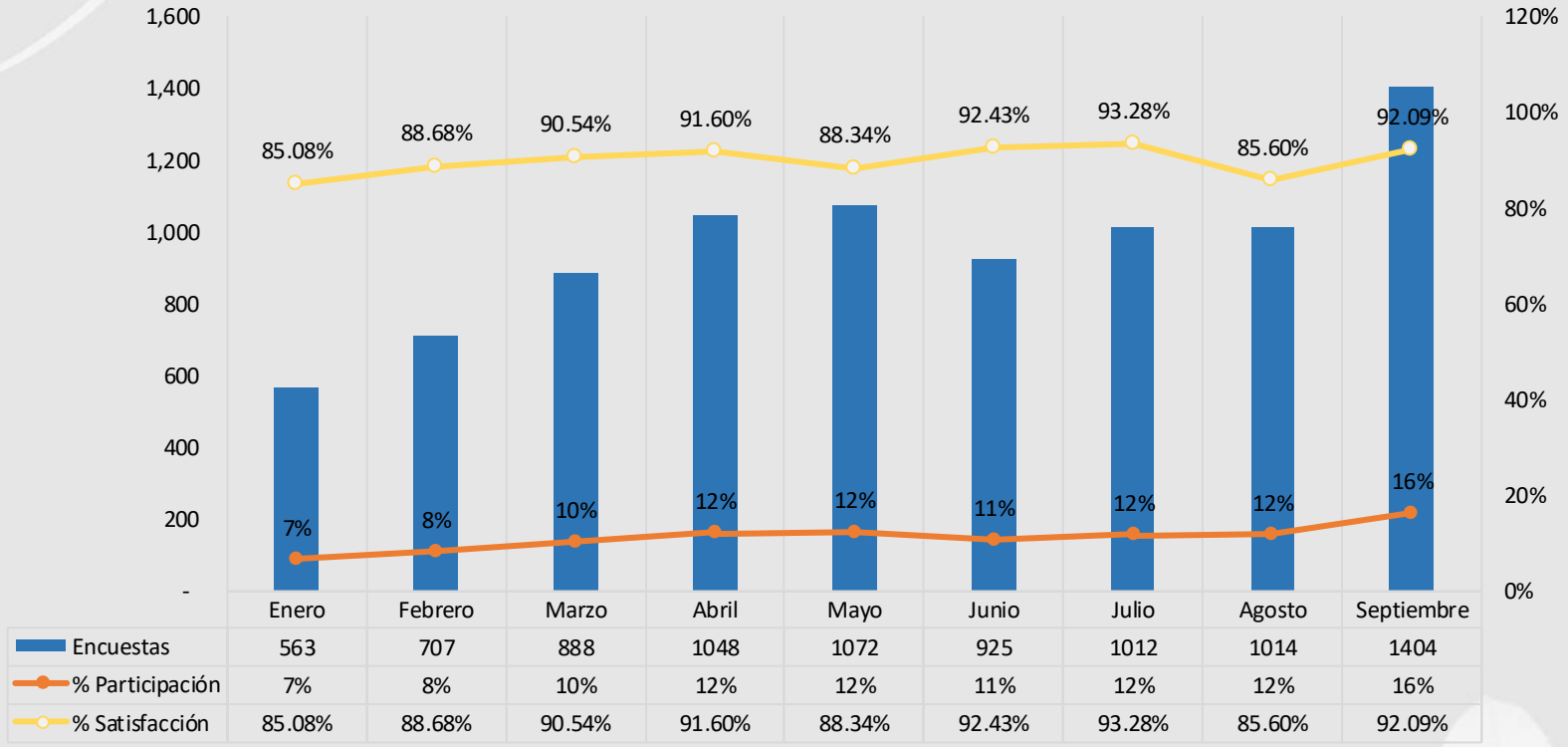
En la siguiente gráfica proyectamos las interacciones entrantes y las contestadas del canal chat del centro de contacto.



	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Interacciones Entrantes	4,358	4,743	4,776	4,699	5,202	4,635	5,183	5,253	6,043
Interacciones Contestadas	4,318	4,709	4,742	4,668	5,121	4,595	5,159	5,089	5,949
Encuestas realizadas	563	707	888	1,048	1,072	925	1,012	1,014	1,404
Nivel de satisfacción	85.08%	88.68%	90.54%	91.60%	88.34%	92.43%	93.28%	85.60%	92.09%

Durante el tercer trimestre, el canal Chat presentó un crecimiento en el volumen de interacciones y encuestas realizadas. Las interacciones entrantes pasaron de **5.183** en julio a **6.043** en septiembre, mientras que las encuestas aumentaron de **1.012** a **1.404**. En cuanto a la satisfacción, después de registrar **93,28**% en julio y **85,60**% en agosto, el canal cerró septiembre con **92,09**%.

Encuestas Vs Nivel De Satisfacción Y Participación Canal Chat



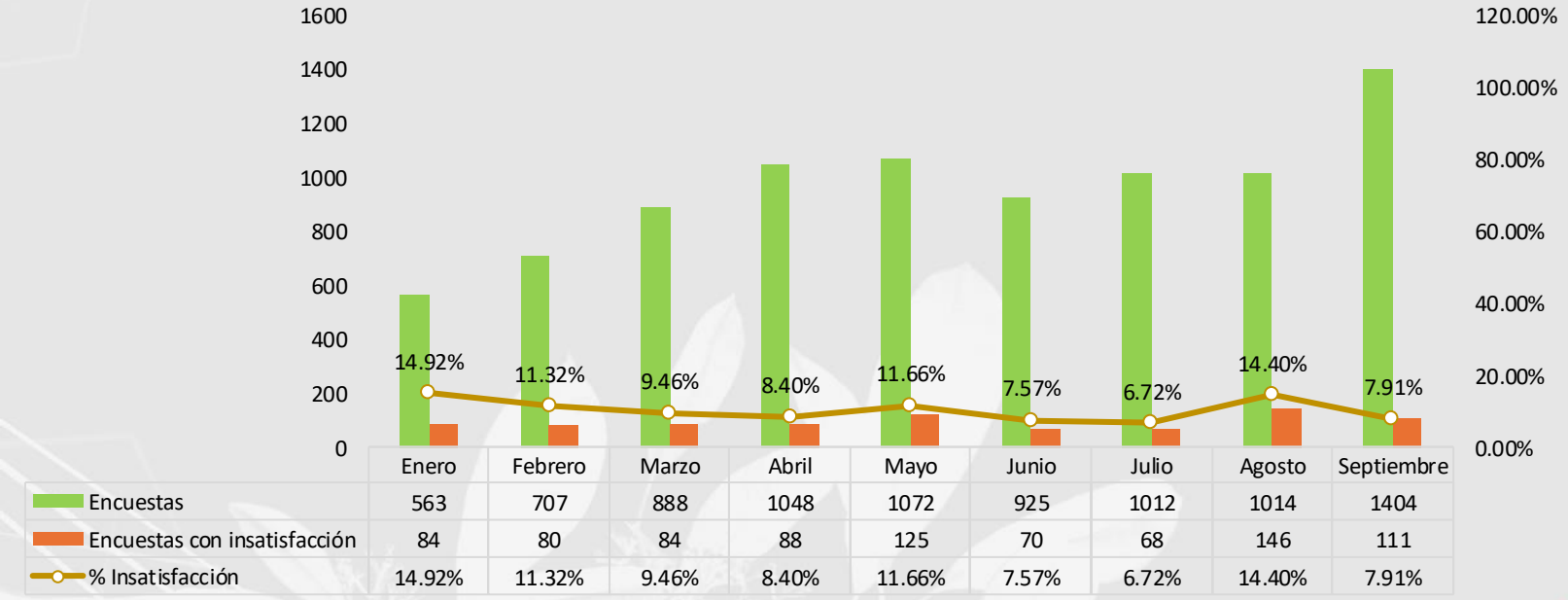
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Encuestas	563	707	888	1048	1072	925	1012	1014	1404
% Participación	7%	8%	10%	12%	12%	11%	12%	12%	16%
% Satisfacción	85.08%	88.68%	90.54%	91.60%	88.34%	92.43%	93.28%	85.60%	92.09%

En el tercer trimestre, el canal Chat presentó un aumento en el volumen de encuestas realizadas, pasando de **1.012** en julio a **1.404** en septiembre, lo que representa **392** encuestas adicionales. Asimismo, la satisfacción pasó de **93,28**% en julio a **85,60**% en agosto y cerró septiembre en **92,09**%, manteniéndose en niveles favorables durante el período. Este comportamiento estuvo acompañado por un incremento en las interacciones atendidas, que pasaron de **5.159** en julio a **5.949** en septiembre.

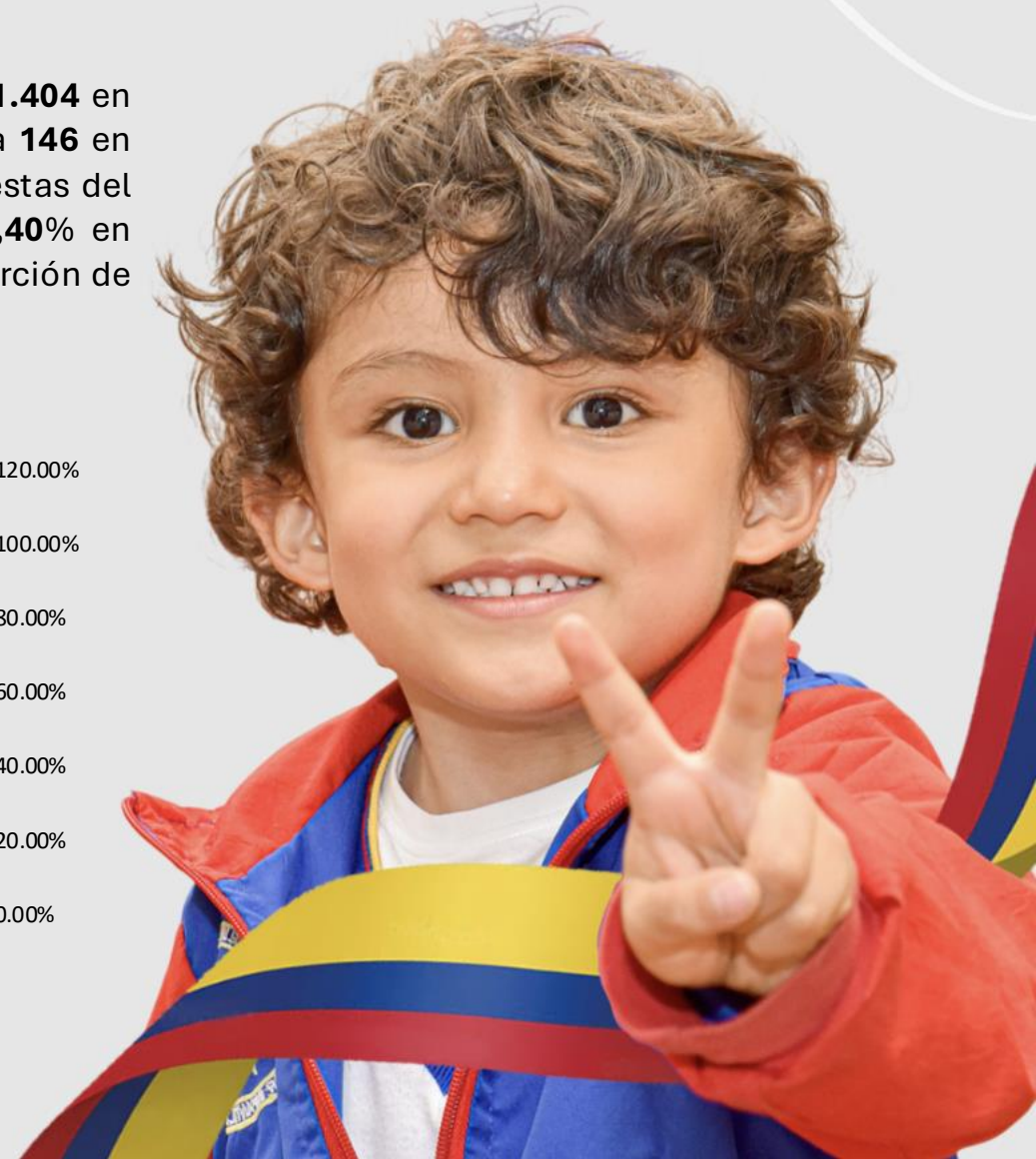


Participación Encuestas No Satisfactorias Chat

En el tercer trimestre, el canal Chat registró **1.012** encuestas en julio, **1.014** en agosto y **1.404** en septiembre. Aunque las encuestas con insatisfacción aumentaron de **68** casos en julio a **146** en agosto, en septiembre disminuyeron a **111** casos, incluso con el mayor volumen de encuestas del período. Como resultado, el porcentaje de insatisfacción pasó de **6,72**% en julio a **14,40**% en agosto y posteriormente se redujo a **7,91**% en septiembre, evidenciando una menor proporción de valoraciones negativas frente a un volumen de medición significativamente mayor.



	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Encuestas	563	707	888	1048	1072	925	1012	1014	1404
Encuestas con insatisfacción	84	80	84	88	125	70	68	146	111
% Insatisfacción	14.92%	11.32%	9.46%	8.40%	11.66%	7.57%	6.72%	14.40%	7.91%

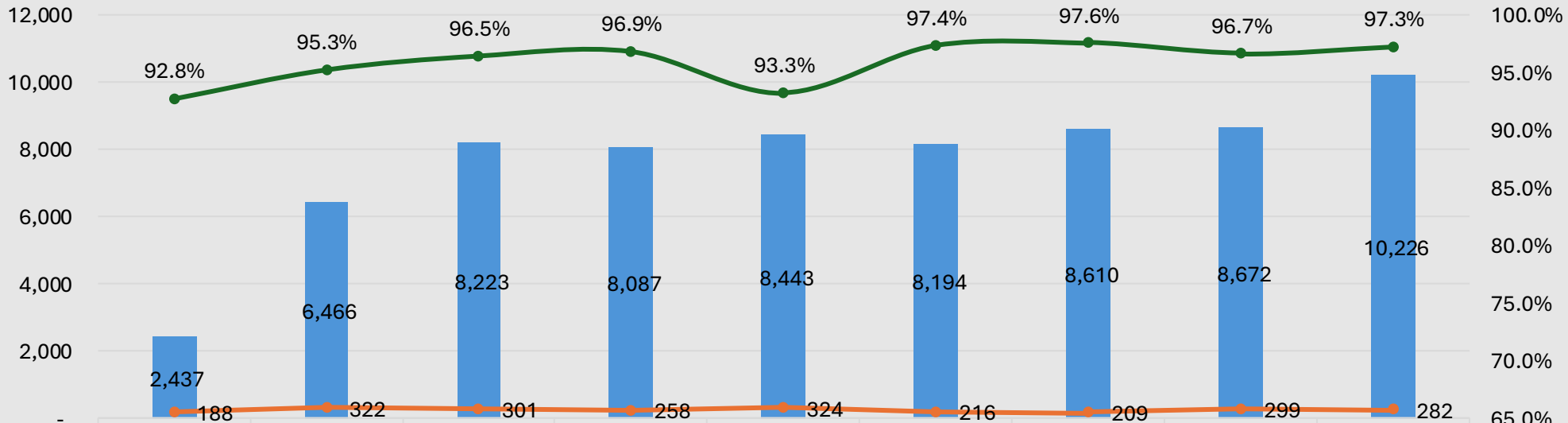


Análisis Y Verificación De Las Encuestas Del Centro De Contacto

Trimestre III 2026

Pública

Comportamiento General Encuestas Por Mes – Centro De Contacto



	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Encuestas Buenas	2,437	6,466	8,223	8,087	8,443	8,194	8,610	8,672	10,226
Encuestas no satisfactorias	188	322	301	258	324	216	209	299	282
Nivel de satisfacción	92.8%	95.3%	96.5%	96.9%	93.3%	97.4%	97.6%	96.7%	97.3%

En el tercer trimestre, el Centro de Contacto mantuvo niveles de satisfacción superiores al **96**% en julio (**97,6**%), agosto (**96,7**%) y septiembre (**97,3**%), mientras el volumen de encuestas satisfactorias aumentó de **8.610** a **10.226**, equivalente a **1.616** registros adicionales. Aunque las encuestas no satisfactorias presentaron variaciones entre los meses, cerraron septiembre con **282** casos, representando solo el **2,68**% del total de encuestas realizadas. Estos resultados reflejan una percepción favorable y estable del servicio, incluso ante el incremento en el volumen de participación ciudadana.

Conclusiones

Trimestre III 2026

Pública

Conclusiones

1

- Durante el tercer trimestre se recibieron **28.298** encuestas de satisfacción, manteniendo un nivel de satisfacción global promedio del **97**%, lo que evidencia estabilidad en la percepción positiva de los ciudadanos frente a los servicios prestados por el Centro de Contacto.

2

- Septiembre concentró el mayor volumen de medición del trimestre con **10.508** encuestas, superando en 1.689 registros a julio y en **1.537** a agosto, fortaleciendo la representatividad de los resultados obtenidos.

3

- Telefonía Adultos continuó siendo el principal canal de atención y medición, con **21.673** encuestas durante el trimestre y niveles de satisfacción superiores al **98**%, consolidándose como el mayor contribuyente a los resultados generales del Centro de Contacto.

4

- Los canales Presencial, Línea Nacional y SNBF, y Línea Verde mantuvieron resultados sobresalientes durante el trimestre, registrando niveles de satisfacción iguales o superiores al **99**%, lo que refleja consistencia en la experiencia de atención brindada a los ciudadanos.

5

- Videollamada y Click to Call registraron las mayores variaciones del trimestre, incrementando significativamente sus volúmenes de encuestas y cerrando septiembre con niveles de satisfacción superiores al **92**%, lo que evidencia una evolución favorable en la percepción de estos canales.

Pública



GRACIAS

Pública