



BIENESTAR
FAMILIAR



Informe de encuestas de satisfacción por canales

**Centro de Contacto ICBF
Año 2025**



Introducción



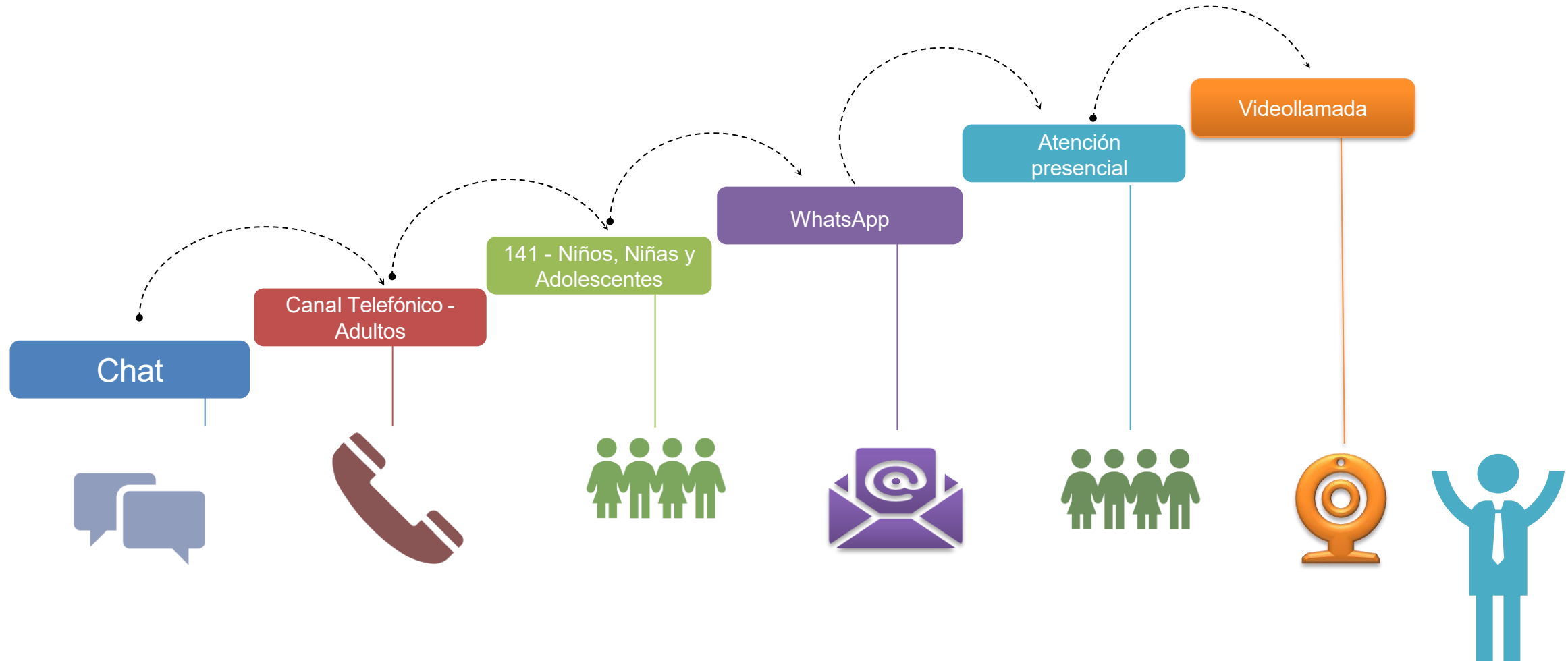
El informe que se presenta a continuación analiza el comportamiento de las encuestas recibidas de niños, niñas, adolescentes y la ciudadanía en general, así como su nivel de satisfacción respecto a los servicios ofrecidos por el ICBF a nivel nacional, a través de los canales de atención del centro de 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 de atención Centro de Contacto





Resumen Global

**Año
2025**



Resumen año 2025



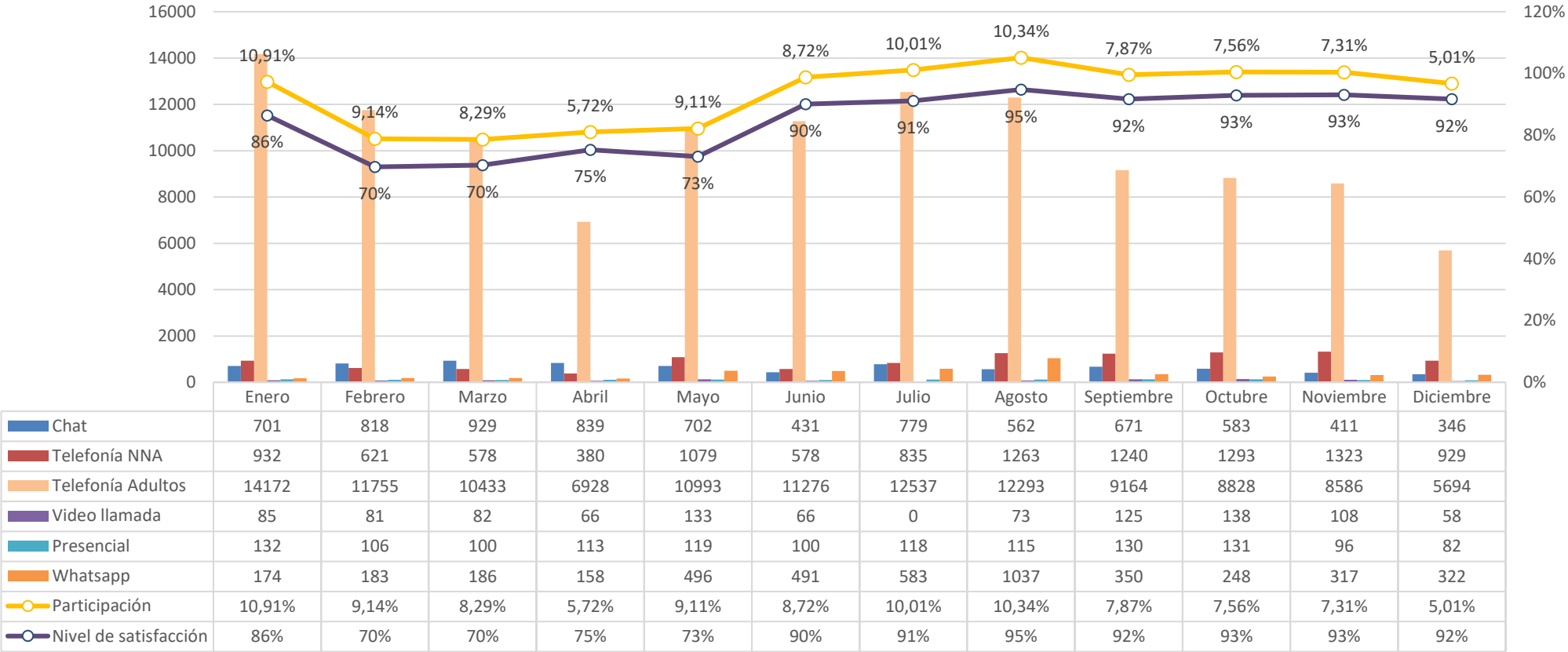
A continuación, se presenta un resumen de los resultados mensuales, del año 2025, correspondientes a los distintos canales de atención del centro de contacto. Durante los doce meses de gestión, donde se obtuvo un total de **148.384 encuestas** por parte de niños, niñas, adolescentes y ciudadanos en todo el territorio nacional. El análisis de estas encuestas refleja un **promedio de satisfacción del 85%**, lo cual evidencia un desempeño favorable en la calidad del servicio ofrecido.

	Enero		Febrero		Marzo		Abril		Mayo		Junio		Julio		Agosto		Septiembre		Octubre		Noviembre		Diciembre	
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	Encuestas	Nivel de satisfacción	Encuestas	Nivel de satisfacción	Encuestas	Nivel de satisfacción
Chat	701	88,30%	818	87%	929	88%	839	91%	702	69,66%	431	72,39%	779	68%	562	99%	671	69,9%	583	97,1%	411	86,7%	346	92,6%
Telefonía NNA	932	82,40%	621	77%	578	83%	380	77%	1079	85,91%	578	79,58%	835	95%	1263	89%	1240	94,7%	1293	83,1%	1323	86,3%	929	83,6%
Telefonía Adultos	14172	86,28%	11755	67%	10433	67%	6928	72%	10993	74,96%	11276	92,83%	12537	94%	12293	95%	9164	94,0%	8828	93,8%	8586	94,8%	5694	92,8%
Video llamada	85	97,65%	81	94%	82	90%	66	94%	133	63,16%	66	46,97%	0	0%	73	67%	125	60,0%	138	62,7%	108	66,7%	58	53,4%
Presencial	132	100,00%	106	100,00%	100	100%	113	100%	119	100%	100	100%	118	99%	115	100%	130	100,0%	131	100,0%	96	100,0%	82	100,0%
Whatsapp	174	97,70%	183	97,27%	186	93%	158	95%	496	29,23%	491	43,18%	583	52%	1037	95%	350	77,9%	248	90,7%	317	77,6%	322	87,6%
Total	16.196	86,44%	13.564	69,76%	12.308	70,35%	8.484	75,32%	13.522	73,10%	12.942	90,1%	14.852	91%	15.343	94,8%	11.680	91,7%	11.221	93,0%	10.841	93,1%	7.431	91,7%

El año muestra una tendencia de **recuperación sólida**. Tras un primer trimestre con niveles de satisfacción moderados (oscilando entre el 69% y 86%), el promedio general se estabilizó por encima del **91% a partir de junio**, cerrando el año con una gestión muy eficiente a pesar de las variaciones en el volumen de encuestas.

Canales Digitales (WhatsApp y Chat): Mayo y Junio fueron meses difíciles para los canales digitales. WhatsApp cayó al **29.23%** en mayo, sin embargo, lograron aumentar el indicador hacia el final del año, cerrando en un **87.6%** de satisfacción, estas novedades fueron a raíz de las novedades de señal de peticionarios y estabilización de las plataformas.

Resumen año 2025



Se observa que, en febrero, un volumen alto de contactos coincidió con la caída más estrepitosa de satisfacción (70%).

A partir de mayo el nivel de satisfacción subió consistentemente hasta el 94,8% en agosto. Esto indica que el equipo aprendió a manejar el volumen sin perder la calidad.

En cuanto al nivel de satisfacción
cierra 85% para el 2025



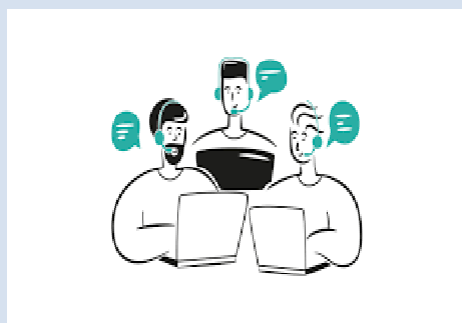
Comparativo por canal

**Año
2025**



Acciones ejecutadas para brindar una buena atención

A continuación, se muestra las acciones que se vienen ejecutando en el año 2025 para dar cumplimiento con el umbral mínimo definido, el proceso se enfoca dentro de los protocolos establecidos.



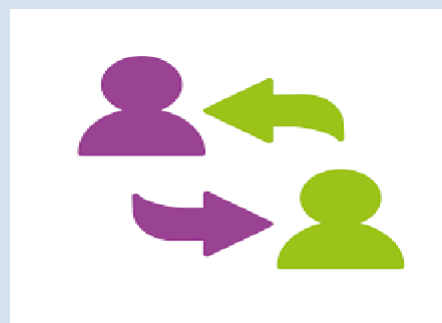
Socialización de información:

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.



Resultado canal presencial

Año
2025

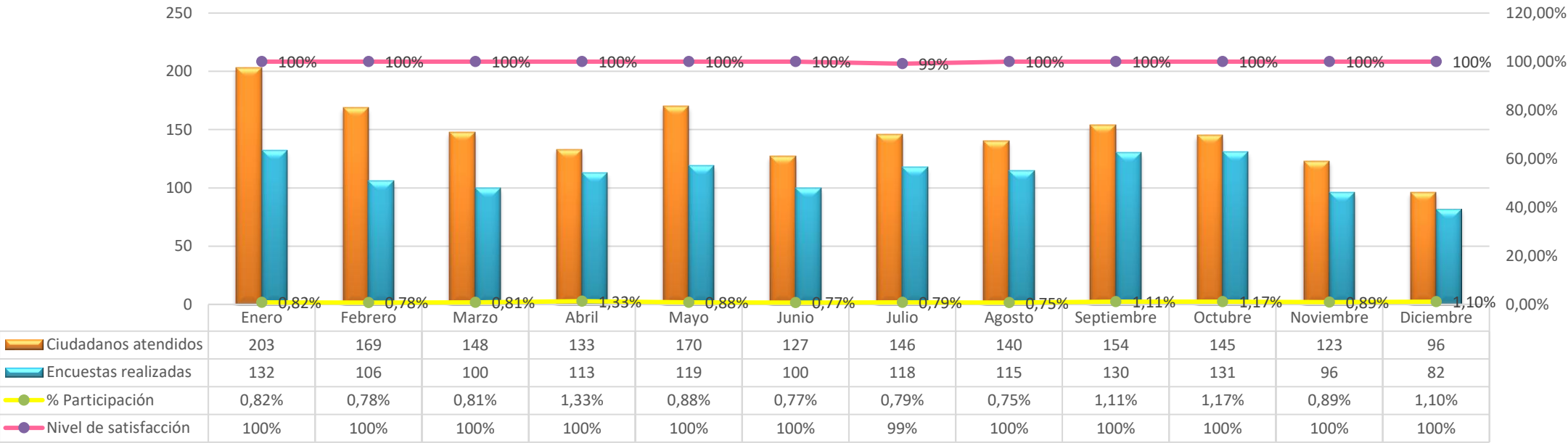


Comportamiento canal presencial



Dentro de los canales de atención, el centro de contacto tiene atención presencial de lunes a viernes; Durante el 2025 se realizo por medio de un formulario obteniendo la información más pronta.

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



- 1) Para el 2025 se atendieron **1.754** ciudadanos.
- 2) Así mismo, cierra su porcentaje de satisfacción con un **100% en lo corrido del 2025**



NOVEDAD 1

Se realizaron **1.342** encuestas para el 2025.

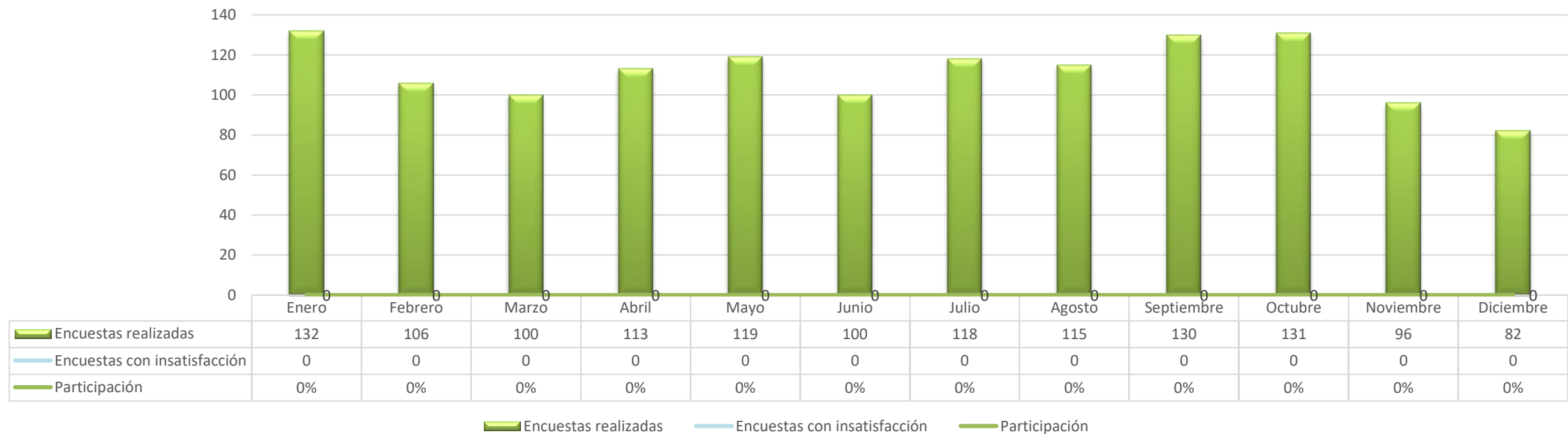


NOVEDAD 2

Participación encuestas no satisfactorias



Durante el 2025 no se tuvo encuestas mal calificadas como no satisfactorias de los ciudadanos que se atendieron de manera presencial, por lo cual no genera una afectación de impacto en los resultados finales del canal lo que da cuenta de la atención y buena disposición de los colaboradores.





Resultado canal Video llamada

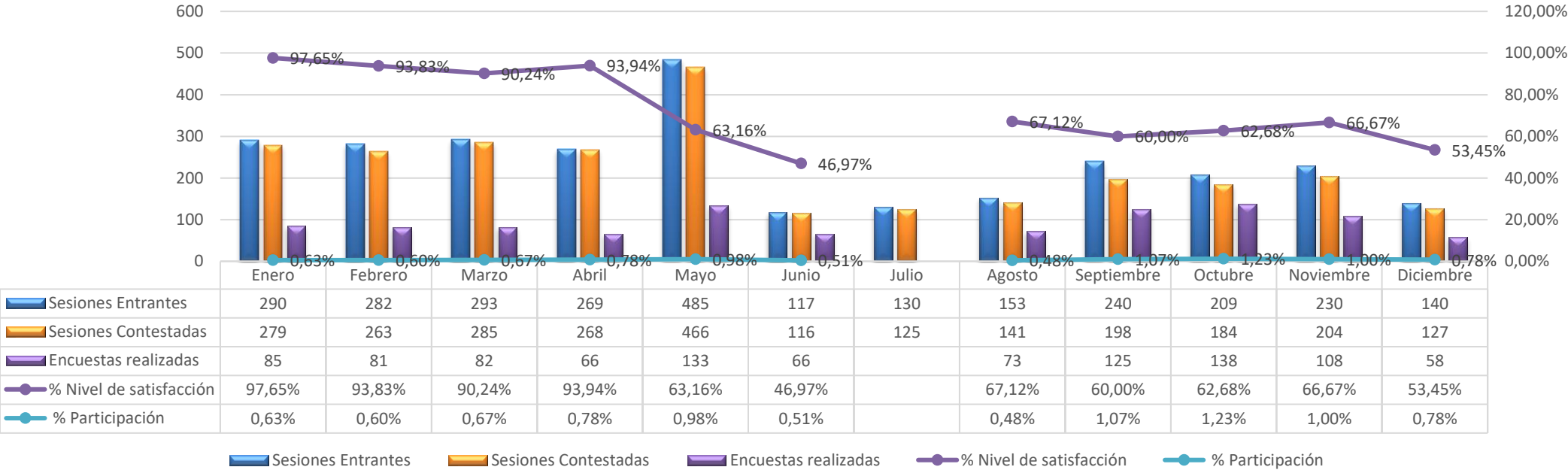
**Año
2025**



Comportamiento canal VideoLlamada



En la gráfica se evidencia el comportamiento del 2025 del canal de video llamada de las interacciones entrantes vs las contestadas, encuestas realizadas y nivel de satisfacción.

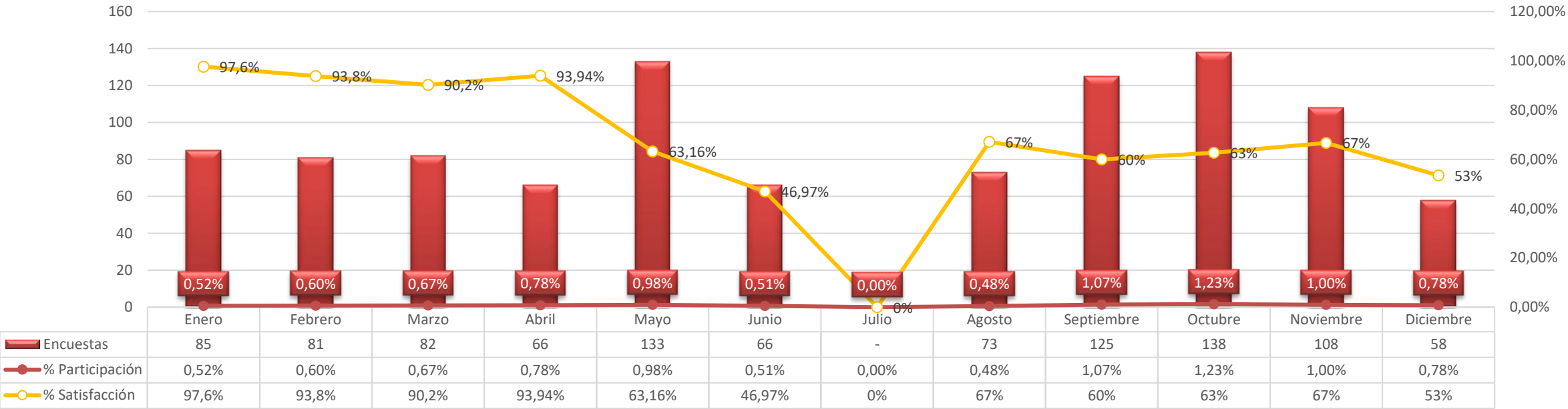


Para el año 2025 se contestaron **2.656** de **2.838** interacciones entrantes, lo que representa el **94%** de las interacciones

Para el año 2025 los resultados de satisfacción del canal de videollamada, se registraron sobre el 72%

Debido a la conexión de los peticionarios desde el lugar desde el cual nos contactan, la encuesta se ha visto afectada, ya que la comunicación se interrumpe y no es posible completar la gestión en su totalidad. No obstante, esta novedad no es atribuible directamente al operador

Encuestas vs Nivel de Satisfacción y participación canal Video llamada

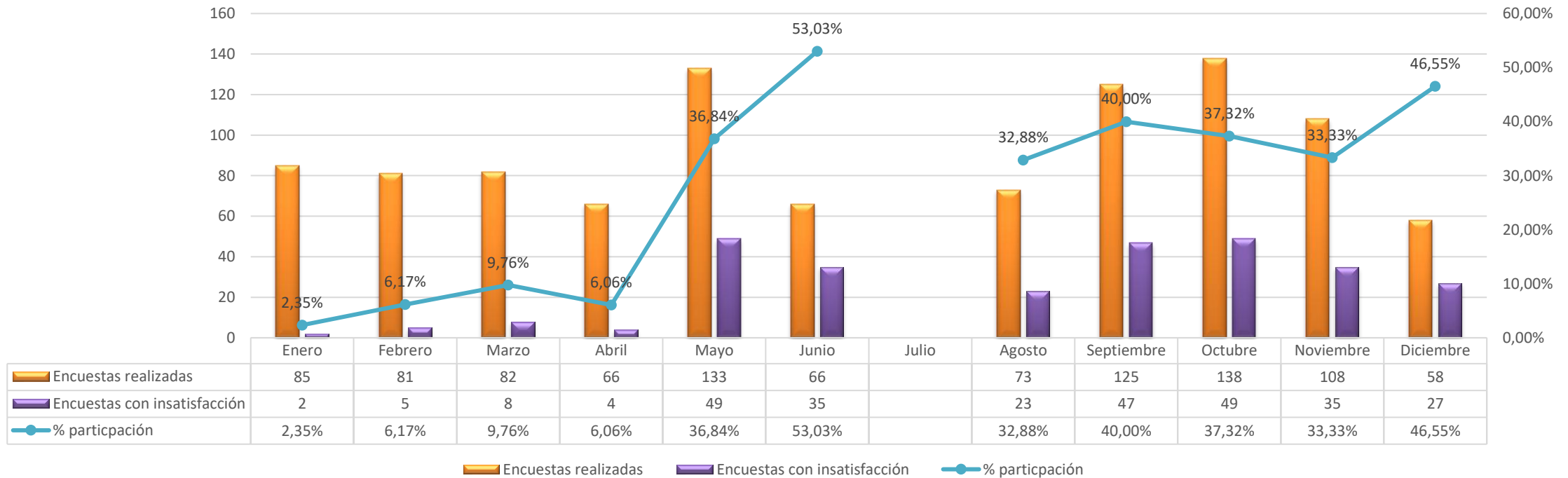


Debido a los cambios de plataforma de gestión durante el 2025, el canal de videollamada ha presentado interrupciones, lo que ha ocasionado la caída de algunas interacciones. Esta situación ha impactado negativamente en la experiencia del usuario, motivo por el cual el nivel de satisfacción de 2025 no superó el **72%**.

Durante el 2025 se registraron **1.015 encuestas efectivas** de un total de 2.656 sesiones contestadas, alcanzando una tasa de participación del **0,79%** promedio del 2025 de las encuestas del centro de contacto. Este resultado se vio influenciado por las intermitencias en el servicio del operador de telefonía que presta soporte al ICBF, afectando la prestación de los servicios de atención por videollamada.

Participación encuestas no satisfactorias canal Video llamada

Durante el 2025 se registro un total de **284 videollamadas** con calificaciones de insatisfacción, sin embargo, por los cambios de plataforma que se presentaron durante el 2025, no se logro identificar las causas de dichas valoraciones por parte de los peticionarios.





Resultado canal Telefónico

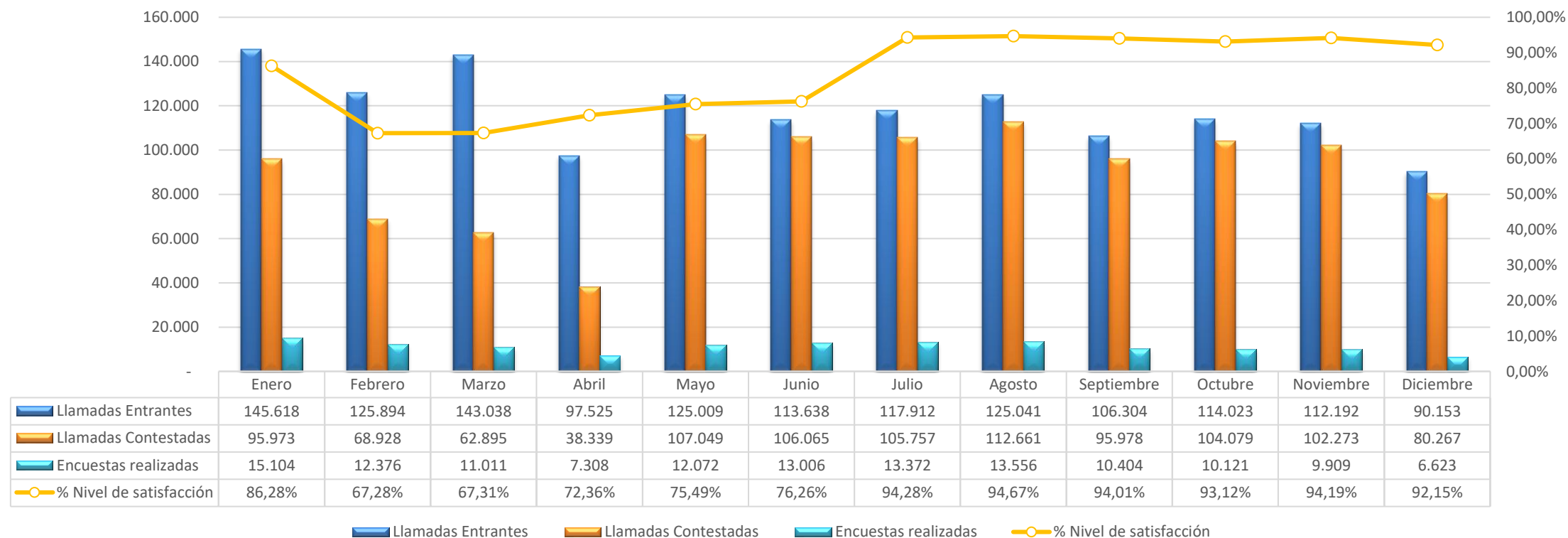
**Año
2025**



Comportamiento Canal Telefónico

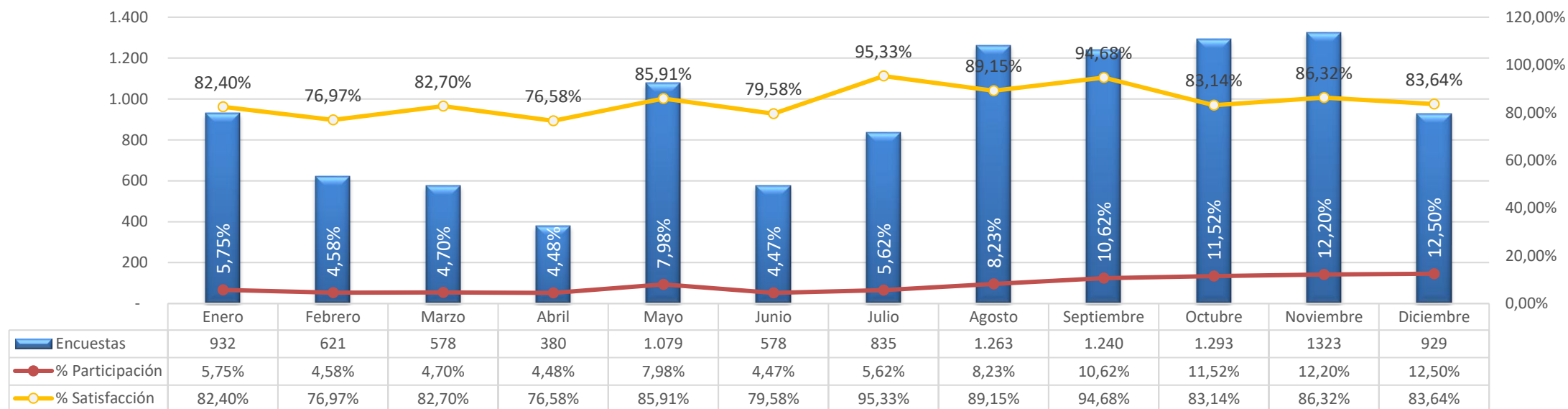


En la siguiente gráfica proyectamos las interacciones entrantes y las contestadas del canal telefónico del centro de contacto en lo corrido del 2025.



Para el 2025, se recibió un total de **1.416.347 llamadas**, de las cuales se contestaron **1.080.264**, lo que representa un promedio de atención del **76%** de las llamadas entrantes. En cuanto a las encuestas, se registro un total de **134,862** respuestas (*sumando telefonía para adultos y para NNA*) en todo el canal telefónico, con un promedio de satisfacción del **84%**.

Encuestas vs Nivel de satisfacción y participación telefonía NNA

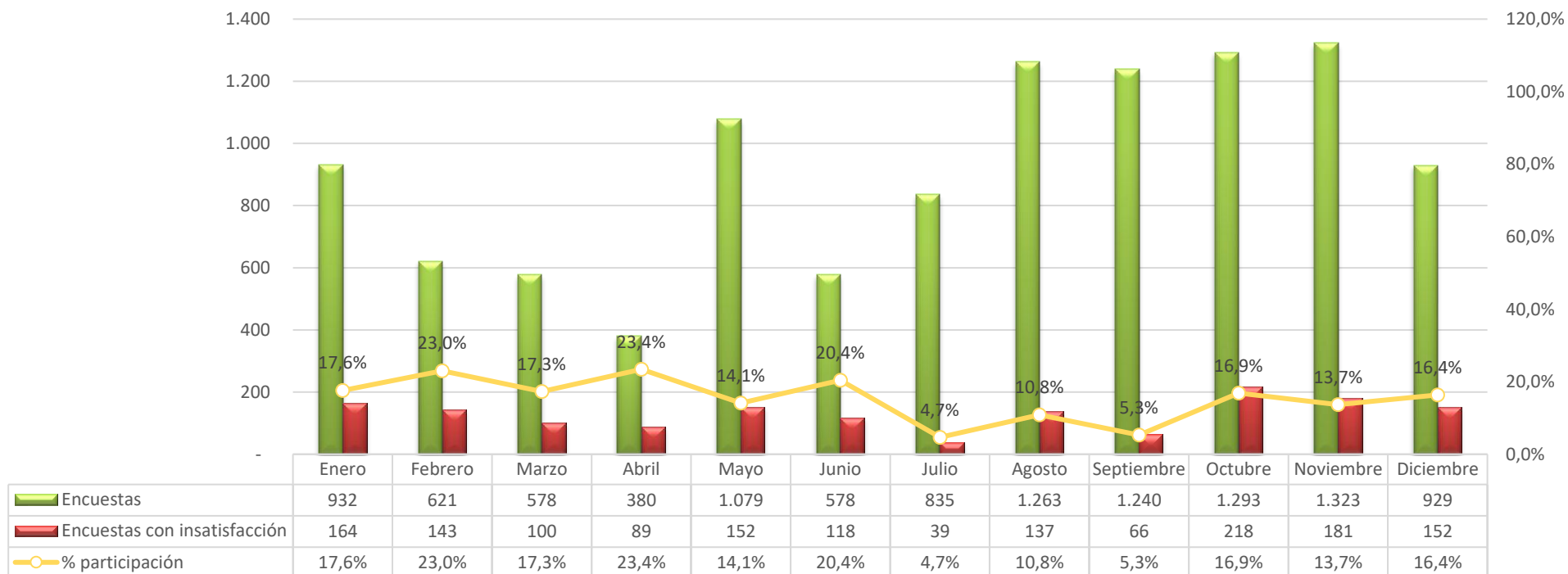


- En el de 2025, se registro un total de **11.051** encuestas en el canal de atención Telefonía NNA, con un nivel de satisfacción del **85%**.
- En cuanto a la participación, cerró con un porcentaje del **8%** sobre el total de encuestas realizadas en todo el Centro de contacto.

Participación encuestas no satisfactorias telefonía NNA



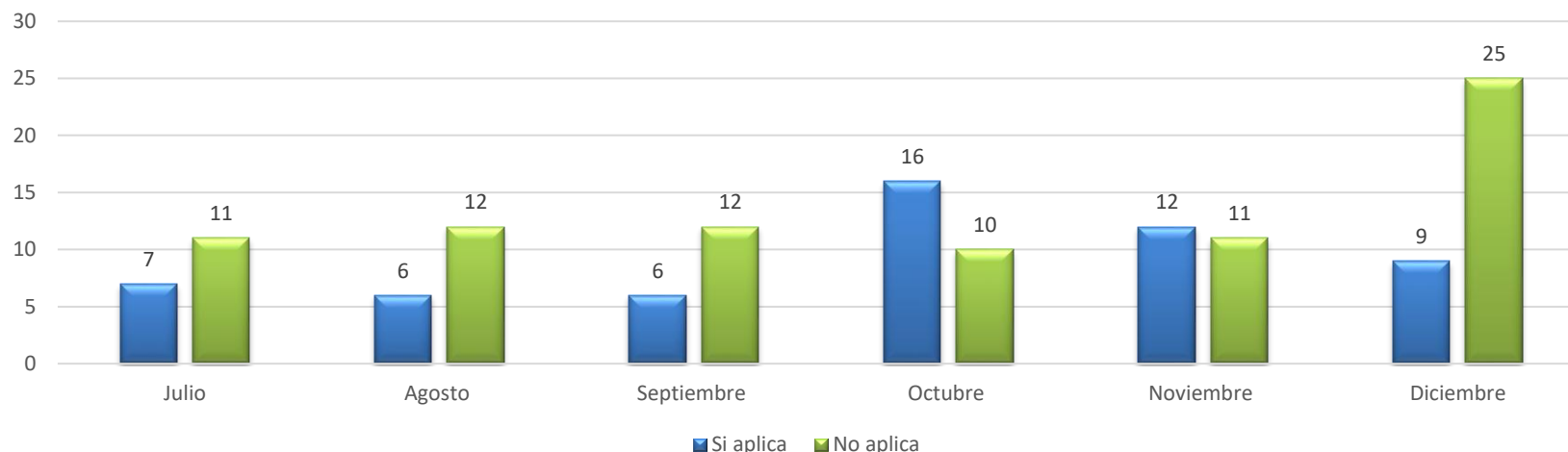
En el 2025 se obtuvieron **1.559** encuestas de niños, niñas y adolescentes calificadas como no satisfactorias equivalente al **15%** de participación en promedio sobre el total de encuestas realizadas para telefonía NNA.



Revisión interacciones con insatisfacción telefonía NNA



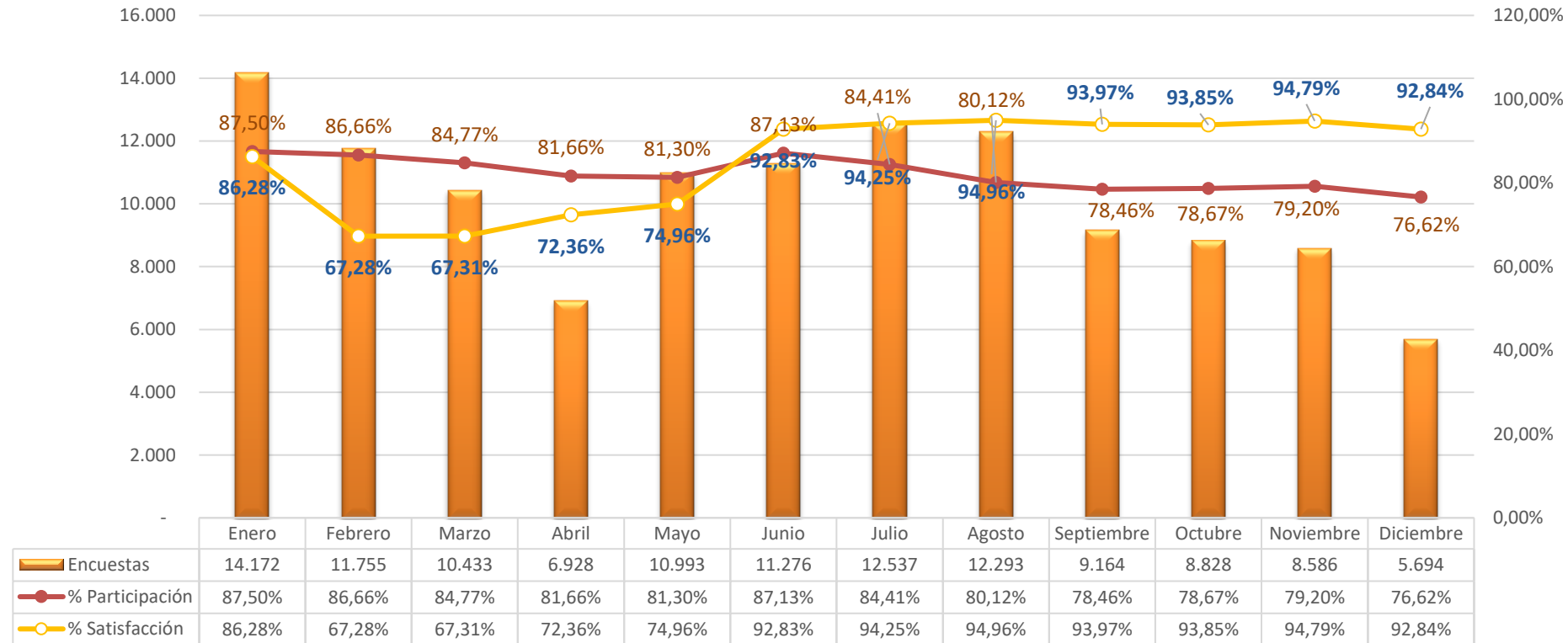
Durante el 2025, el Centro de Contacto trabajó continuamente para garantizar una atención de calidad a Niños, Niñas y Adolescentes (NNA). Como parte de este esfuerzo, se tomo una parte de las encuestas con calificaciones negativas para identificar y analizar los motivos de dicha valoración, realizando un total de 137 revisiones desde el mes de julio.



Tras el análisis de las revisiones, se determinó que la mayoría de las valoraciones negativas no se deben a una gestión deficiente del personal, sino a factores externos y técnicos. Se identificó que una parte significativa de las llamadas de NNA son de carácter lúdico o bromas hacia la línea 141, lo cual distorsiona la percepción del servicio. Asimismo, se detectaron interferencias técnicas que dificultan la comunicación efectiva.

No obstante, el proceso de auditoría también permitió detectar áreas de oportunidad para fortalecer las competencias de los agentes, tales como el perfeccionamiento de preguntas filtro y la estructura de la llamada, con el fin de optimizar el manejo de estos casos complejos

Encuestas vs Nivel de satisfacción y participación telefonía Adultos



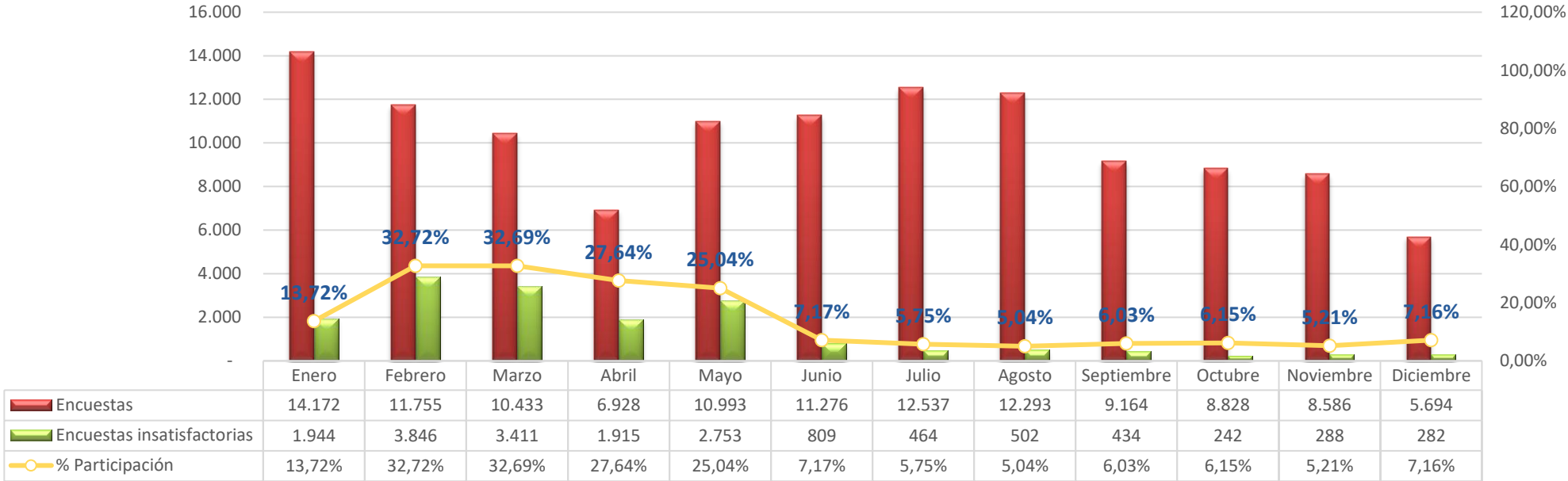
Durante el 2025, el canal de atención de telefonía para adultos registró un total de **122.659 encuestas**, alcanzando un nivel de satisfacción del **85%**.

En términos de participación, este canal representó el **82%** del total de encuestas aplicadas en todo el Centro de Contacto, consolidándose como el principal canal de medición de la experiencia del usuario.

Participación encuestas no satisfactorias telefonía Adultos



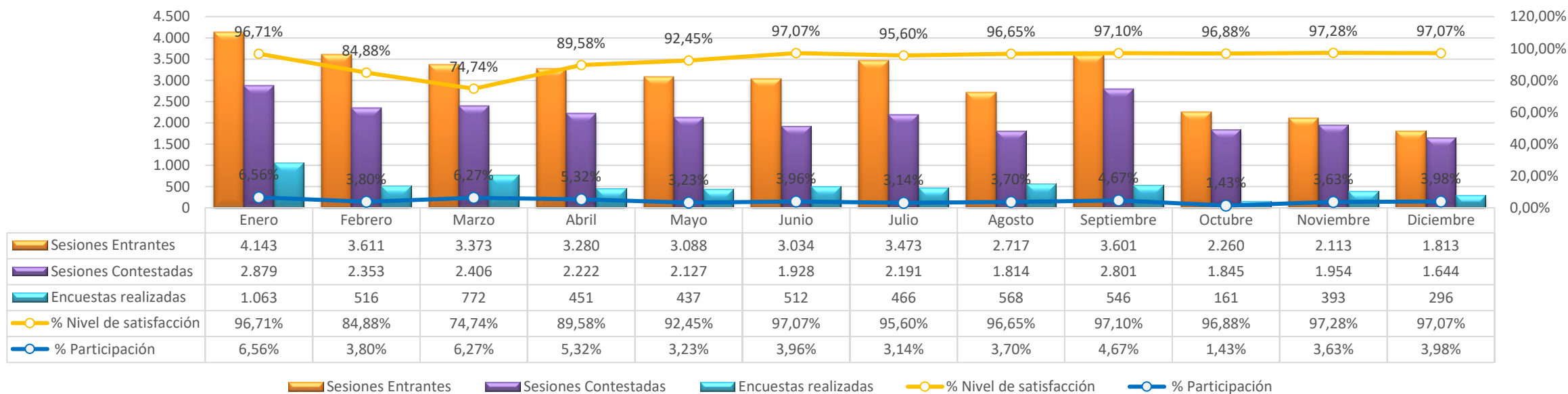
Para el año 2025 se recibieron **16.890** encuestas ciudadanas como no satisfactorias equivalente al **15%** de participación sobre el total de encuestas recibidas en telefonía adultos (*Click to call, Línea 141, Línea verde, Línea nacional y Sistema Nacional de Bienestar Familiar*).



Comportamiento Telefonía Línea Verde



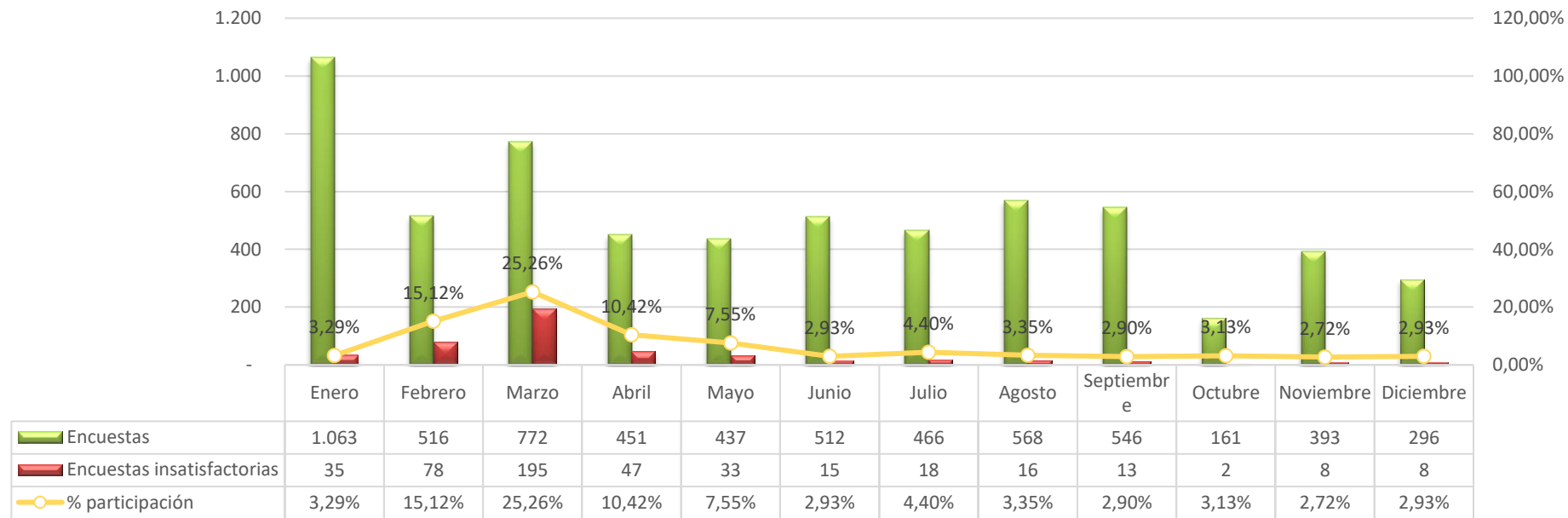
En la siguiente gráfica proyectamos las interacciones entrantes y las contestadas en la línea verde que es atendida desde el centro de contacto:



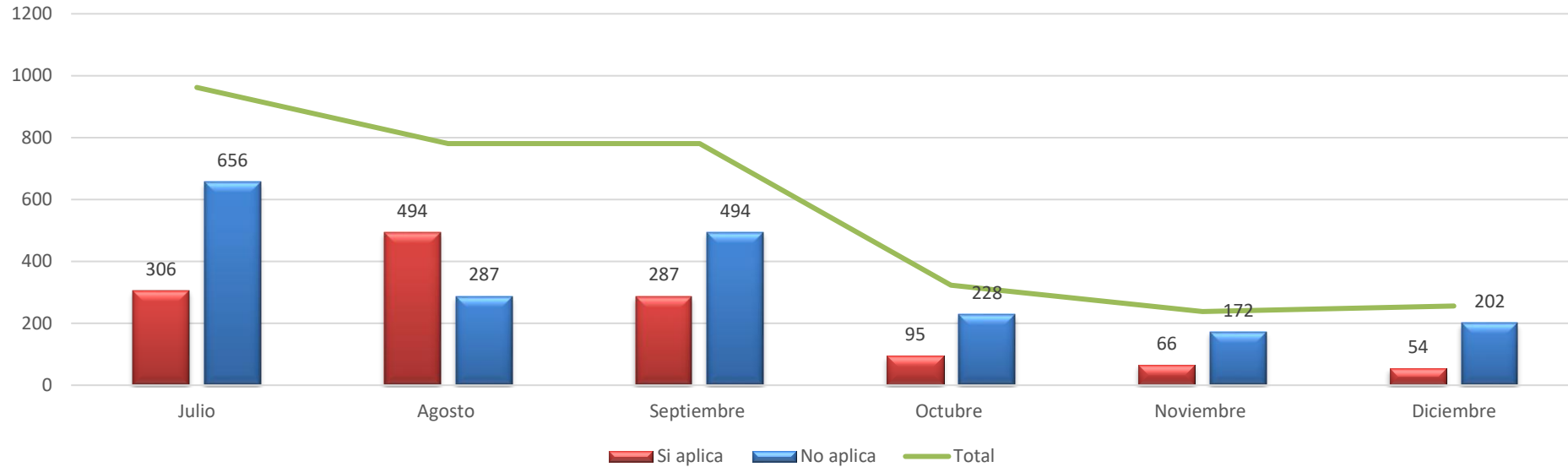
- Durante el 2025 se recibieron **36.506** interacciones de las cuales se contestaron **26.164** llamadas.
- Se obtuvo un total de **6.181 encuestas** y el nivel de satisfacción cierra con el **93%**.

Participación encuestas no satisfactorias de telefonía línea verde

Para el 2025 de las **6.181** encuestas que se obtuvieron en la Línea verde, se recibió **468** encuestas calificadas como no satisfactorias, equivalente al **7%** de participación sobre el total de encuestas.



Revisión interacciones con insatisfacción telefonía Adultos



A partir de julio de 2025, se analizaron 3,341 encuestas con calificación no satisfactoria en el servicio de telefonía para adultos de todos los canales. Tras este análisis, se determinó que 2,039 casos (61%) no fueron responsabilidad del agente, derivándose principalmente de temas conciliables, procesos de NNA e información sobre la oferta institucional.

Paralelamente, el STAFF del centro de contacto proporcionó herramientas estratégicas a los grupos de trabajo para mitigar la insatisfacción y aplicó medidas correctivas en los casos donde se identificaron incumplimientos.



Resultados canal Chat

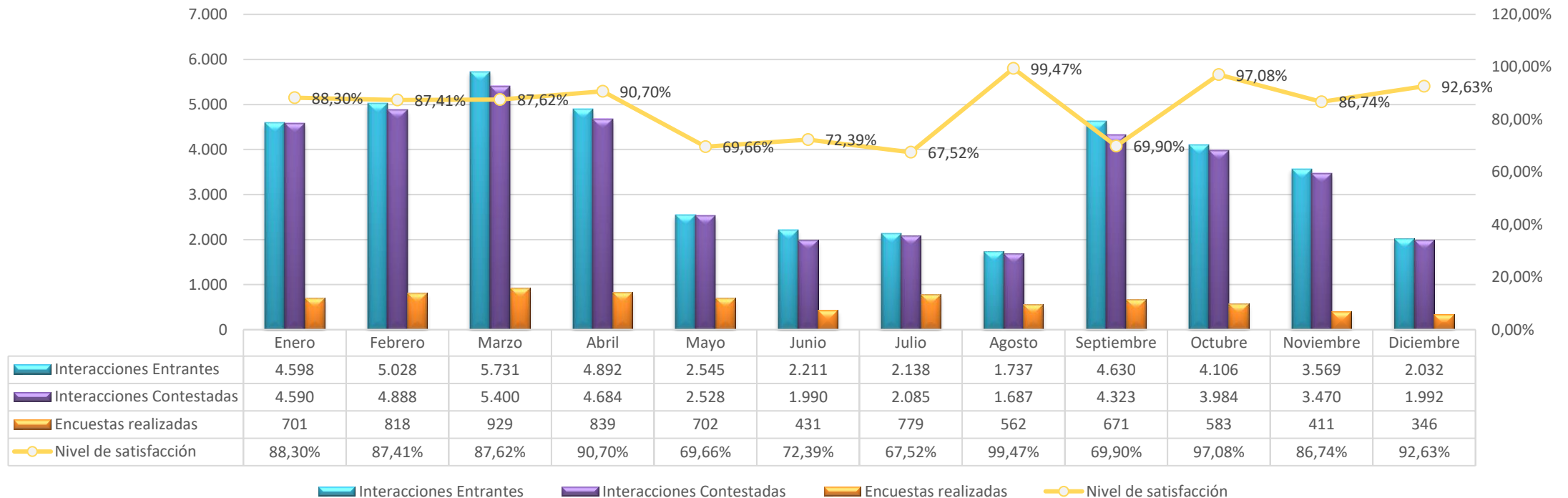
**Año
2025**



Comportamiento mensual canal chat



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

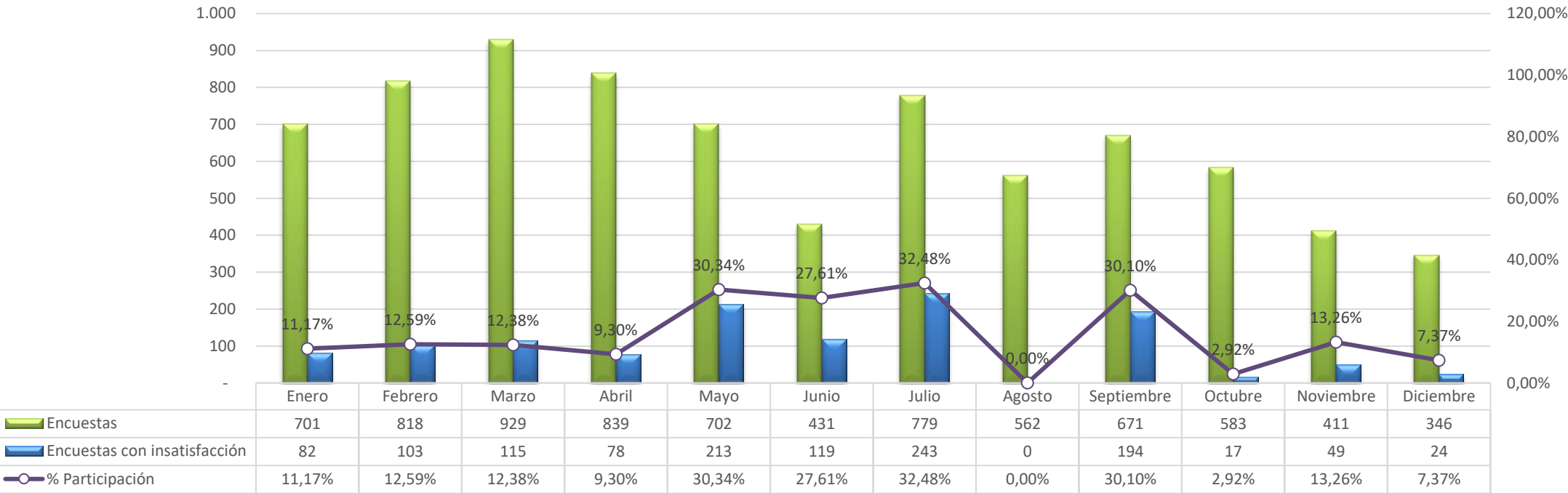


- Para el 2025 se recibieron **43.217** interacciones de las cuales contestaron **41.621** sesiones, lo cual corresponde a un promedio del **96%** de los chats ingresados.
- Se obtuvo un total de **7.772 encuestas** durante el mes y el nivel de satisfacción cierra con el **84%**.

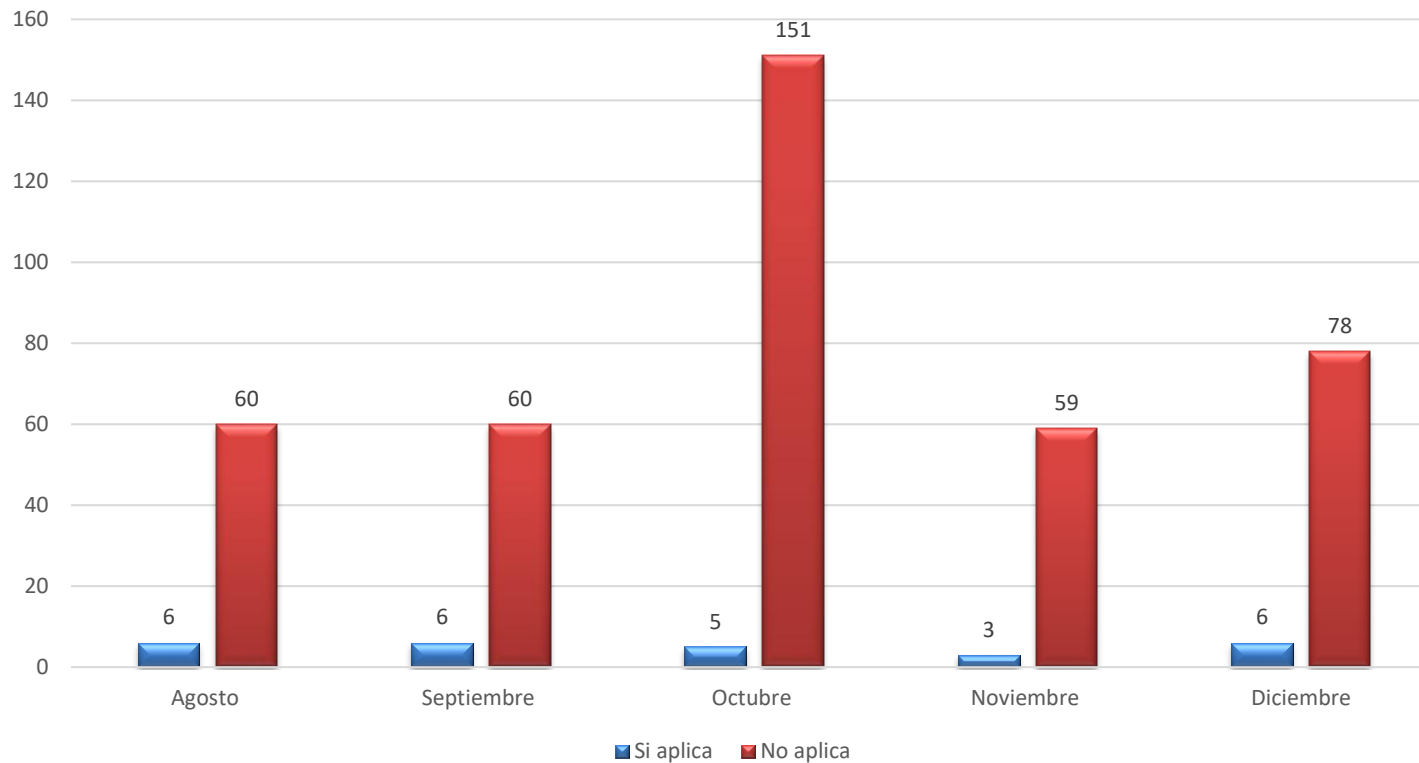
Participación encuestas no satisfactorias canal chat



En el año 2025 se recibieron **1.237** encuestas por parte de los ciudadanos calificados como no satisfactorias que es el **16%** sobre el total de las encuestas recibidas en el canal.



Revisión interacciones con insatisfacción telefonía Chat



A partir de julio de 2025, se analizaron 434 encuestas con calificación no satisfactoria en el servicio de Chat. Tras este análisis, se determinó que **408 casos (94%) no fueron responsabilidad del agente**, derivándose principalmente de temas conciliables, procesos de NNA e información sobre la oferta institucional.

Paralelamente, el STAFF del centro de contacto proporcionó herramientas estratégicas a los grupos de trabajo para mitigar la insatisfacción y aplicó medidas correctivas en los casos donde se identificaron incumplimientos.



Canal de WhatsApp

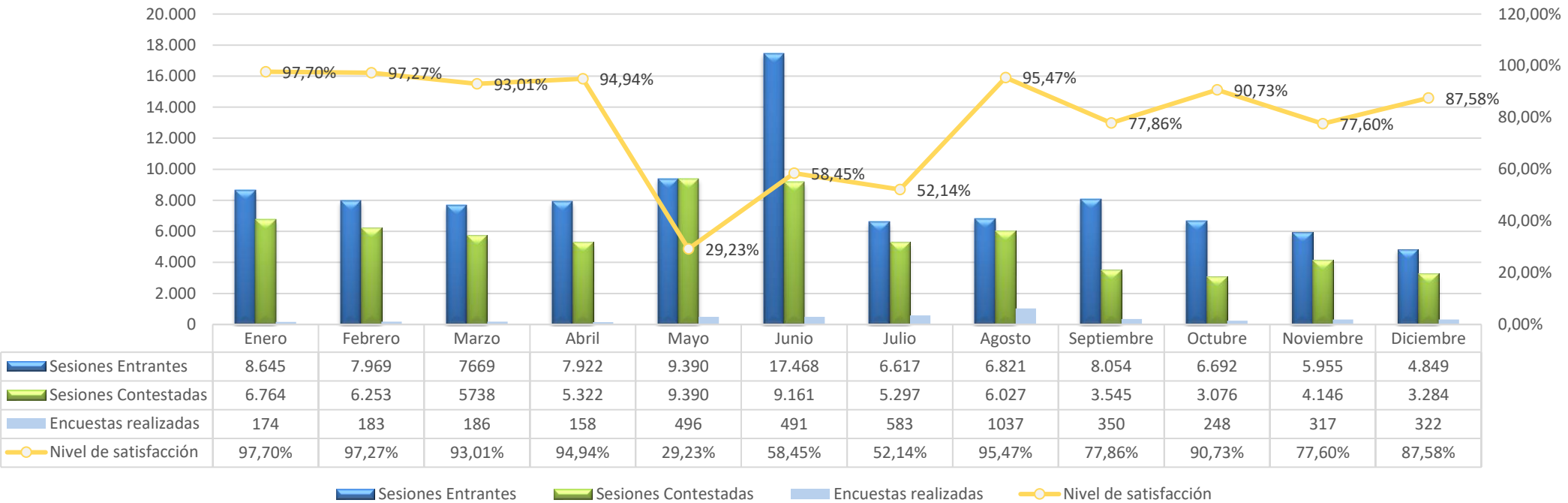
**Año
2025**



Comportamiento Canal WhatsApp



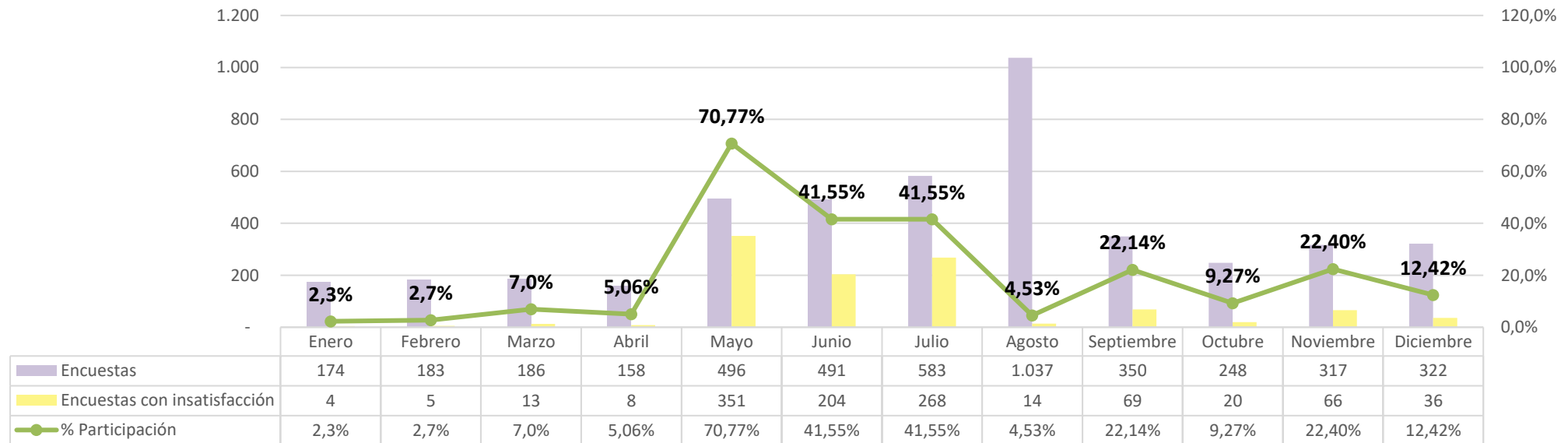
En la gráfica se puede evidenciar las interacciones ofrecidas vs las atendidas del canal de WhatsApp para el año 2025.



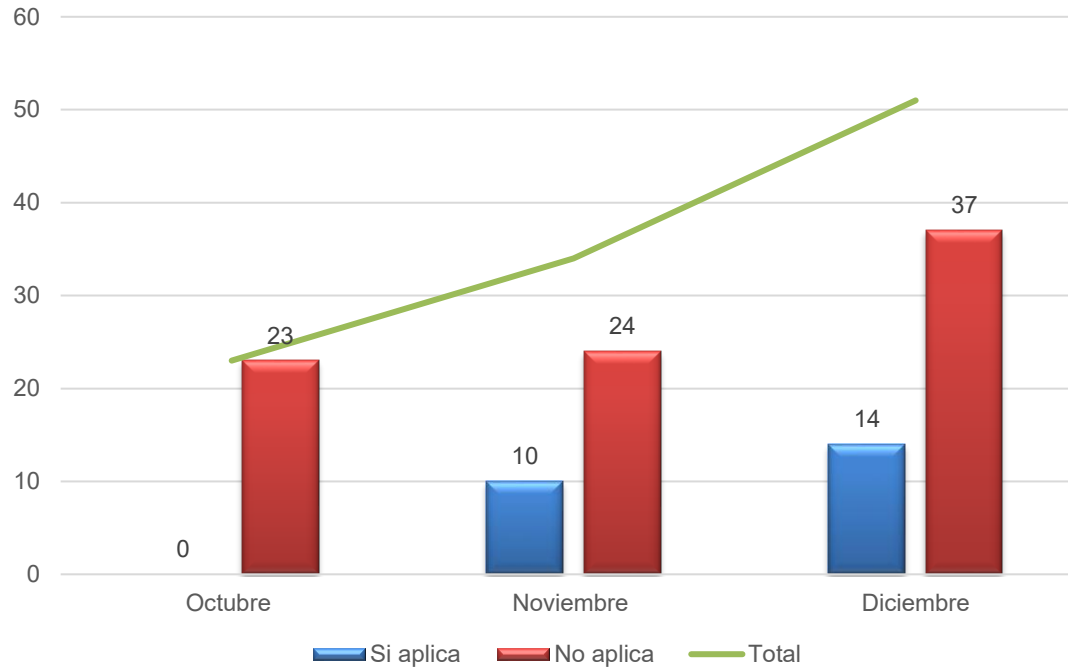
- Para el 2025 se recibieron **98.051** interacciones de las cuales contestaron **68.003** sesiones, lo cual corresponde a un promedio del **69%** de los WhatsApp ingresados.
- Se obtuvo un total de **4.545** encuestas para el 2025 y el nivel de satisfacción cerró al **79%**.

Participación encuestas no satisfactorias

Para el 2025 se recibieron **1.058** encuestas con calificación insatisfactoria por parte de los ciudadanos, lo que representa que es el **20%** sobre el total de las encuestas recibidas en los diferentes canales de atención.



Revisión interacciones con insatisfacción telefonía Chat



Es importante señalar que, debido a intermitencias técnicas en este canal, la revisión no abarca la totalidad de la muestra ni todos los meses del periodo. Por ello, los resultados presentados corresponden únicamente a una selección de los meses visualizados en la gráfica.

Durante el 2025 se analizaron un total de 108 WhatsApp, para generar una revisión detallada. Como resultado del análisis, se determinó que en 84 casos (78%) los errores o incidencias no fueron atribuibles a la gestión del agente. En contraste, 24 casos (22%) sí fueron identificados como responsabilidad del agente.

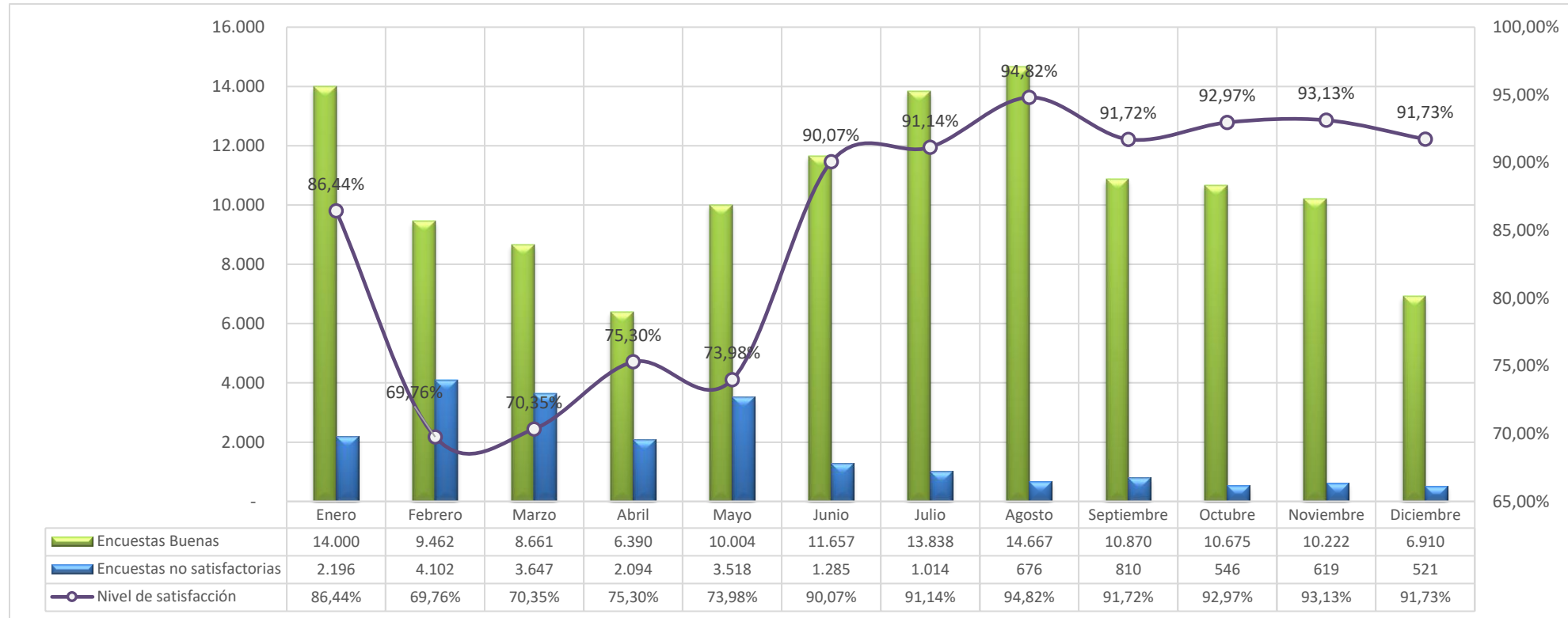


Análisis y verificación de las encuestas del centro de contacto

**Año
2025**



Comportamiento general encuestas por mes – Centro de contacto



En la gráfica se evidencia el comportamiento de encuestas buenas y no satisfactorias, para el 2025, el centro de contacto ha recibido **127.356** encuestas calificadas como Buenas con el **86%** y como No satisfactorias **21.028** equivalente al **14%**



Conclusiones

**Año
2025**

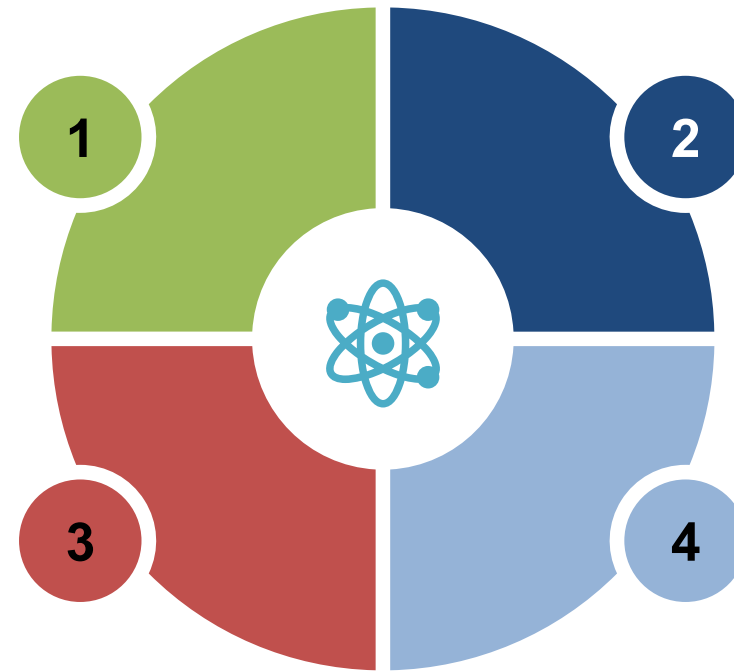


Conclusiones

- El año 2025 se define por una **exitosa transición hacia la madurez operativa**, donde la organización logró revertir una crisis de satisfacción del **69,76% en febrero** para consolidar un estándar de calidad superior al **91% en el segundo semestre**. Este crecimiento fue impulsado por la estabilización de los canales masivos (Telefonía) y la recuperación de los digitales, demostrando una capacidad instalada capaz de absorber altos volúmenes de demanda sin comprometer la experiencia del usuario

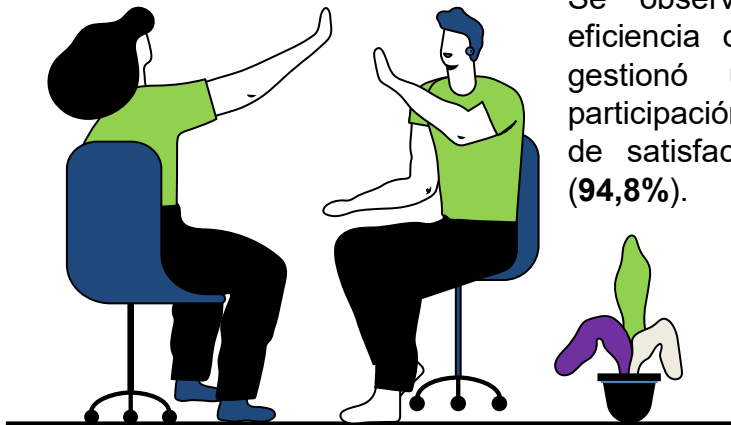
El año cierra con una gestión robusta del **91,7% en diciembre**, lo que representa una recuperación de **21,94 puntos porcentuales** respecto al punto más bajo del primer trimestre.

Se observa una mejora en la eficiencia operativa: en agosto se gestionó un volumen alto de participación (**14,31%**) con el nivel de satisfacción más alto del año (**94,8%**).



Existe una correlación positiva entre la maduración de los procesos a mitad de año y la estabilidad de los indicadores, independientemente de las fluctuaciones moderadas en el volumen de encuestas.

A partir de junio, la operación logró una estabilización sostenida por encima del 90%, alcanzando su punto máximo en agosto con un 94,8%.





Gracias