

FONCEP

Fondo de Prestaciones Económicas,
Cesantías y Pensiones.

Caracterización de los grupos de valor



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS

Contenido

1. Introducción.
2. Proceso para la caracterización e identificación de variables.
3. Caracterizaciones.
 - 3.1 Pensionados.
 - 3.2 Entidades.
4. Anexo Metodológico.



Caracterización de los grupos de valor

1. Introducción

Objetivo de la Caracterización.

Objetivo general

Obtener información de los grupos de valor de FONCEP, con el fin de contar con herramientas suficientes para plantear mejoras en el Modelo de Servicio al Ciudadano.

Objetivos Específicos

1. Realizar el diagnóstico del modelo de actual de servicio del FONCEP
2. Caracterizar los grupos de valor de la entidad
3. Identificar y elaborar los mapas de interacciones de los grupos de valor definidos

Contenido del entregable

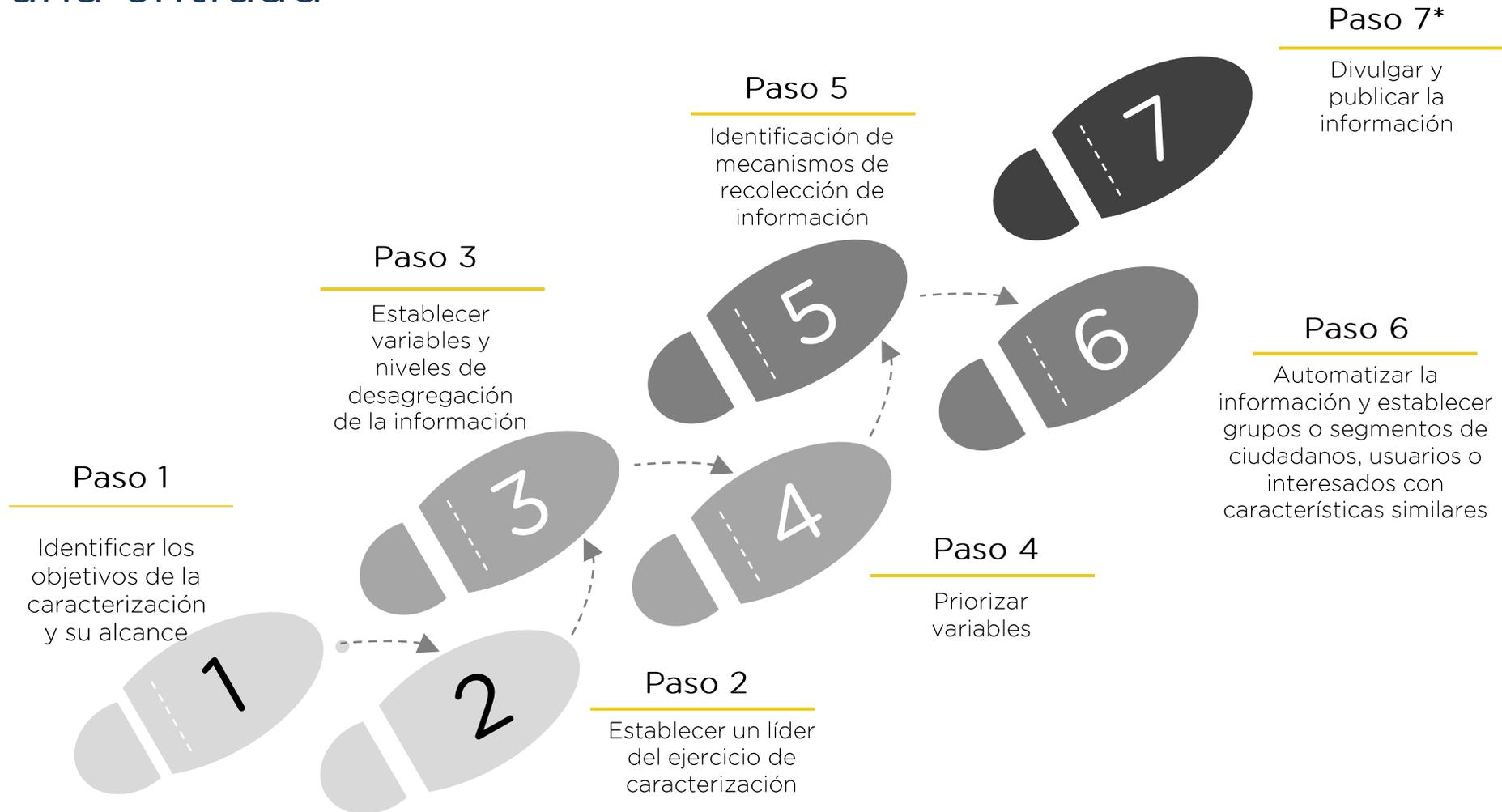
1. El ejercicio de caracterización se realizó siguiendo los lineamientos contenidos en los siguientes documentos:
 - a) Guía de caracterización de ciudadanos usuarios y grupos de interés(DNP).
 - b) La Guía para la caracterización de usuarios de las entidades públicas (MINTIC).
 - c) Manual de Rendición de cuentas. Capítulo 3.1. y el framework de EY.
2. Las variables analizadas se escogieron teniendo en cuenta su pertinencia para la definición del futuro Modelo de Servicio de la entidad, de acuerdo al objetivo planteado por FONCEP.
3. Los resultados obtenidos de este entregable están en función de la información disponible en FONCEP y la información levantada en las encuestas según el alcance y tiempo definido para la ejecución del proyecto.



Caracterización de los grupos de valor

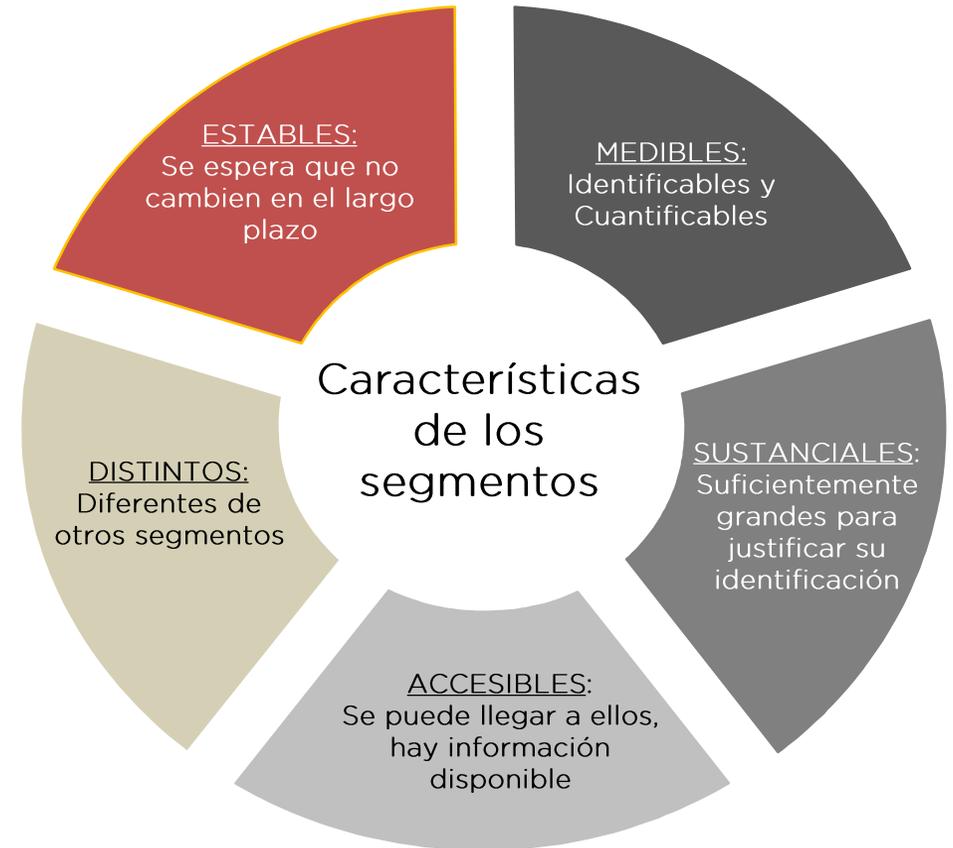
2. Proceso para la caracterización e identificación de variables.

Las Guías de Caracterización de Grupos de valor analizadas, proponen un proceso de 7 pasos para ejecutar la caracterización de los grupos de valor en una entidad



El proceso de caracterización y segmentación se realizó teniendo en cuenta los criterios establecidos en las Guías de referencia y las prácticas líderes del mercado

- a. Para efectos del presente documento, la **caracterización hace referencia** a identificar las particularidades de los ciudadanos, usuarios o grupos de valor con los cuales interactúa el FONCEP, con el fin de segmentarlos en grupos que compartan atributos similares.
- b. El **objetivo del ejercicio** de caracterización es definir y gestionar acciones para definir un Modelo de Servicio que se ajuste a las particularidades de cada grupo.
- c. En el proceso de segmentación se tomaron como principios rectores las **5 características** que definen a un segmento, de acuerdo a las prácticas líderes del mercado.



Para cada grupo de valor se definieron una serie de variables candidatas y sus correspondiente tipología para la realización de la caracterización

Grupo de valor		Tipos de Variables Incluidas	No. de Variables	Observaciones
Pensionados (455 encuestados)		4 tipos: Geográficas, Demográficas, Comportamentales e Intrínsecas	22 variables	Variables base para realizar el análisis de segmentación. Los segmentos se definieron con base en las variables que impacte la construcción del Modelo de Servicio.
Entidades	Cesantías (20 encuestados)	2 tipos: Comportamiento Organizacional, Tipología organizacional	3 variables	Para las entidades se definió el primer nivel de caracterización de acuerdo al procedimiento usado, dentro de las variables de comportamiento organizacional
	Cuotas partes	3 tipos: Comportamiento Organizacional, Tipología organizacional, Geográfica	6 variables	
	Bonos Pensionales (4 encuestados)			
Cartera FAVIDI		2 tipos: Comportamentales e Intrínsecas	2 variables	Se tomó el estado de la cartera como base para la caracterización
Otros grupos de interés		1 tipo: Comportamiento Organizacional	1 variable	Para los Grupos de Interés diferentes a “clientes” con los que se relaciona FONCEP, se los trata como <i>stakeholders</i> del Modelo de Servicio



Caracterización de los grupos de valor

3. Caracterizaciones



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

**BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS**

Para la consecución de los objetivos de este entregable, se utilizaron tres técnicas para adquirir conocimiento de los clientes



El Reportero

Se conversó con los clientes en entrevistas guiadas por una encuesta para obtener información y entender sus experiencias. Las encuestas se realizaron de manera presencial, por teléfono, correo electrónico y por medio de la página de internet



El Antropólogo

Con el fin de entender cómo se comportan realmente los clientes, se estudio en alto nivel sus comportamientos y experiencias al momento de utilizar los servicios en la sede principal del FONCEP



El Detective

Se investigó sobre tendencias y necesidades de grupos de valor similares con el fin de complementar el conocimiento de los clientes



Caracterización de los grupos de valor

3.1 Pensionados

El reportero-resultados de encuestas



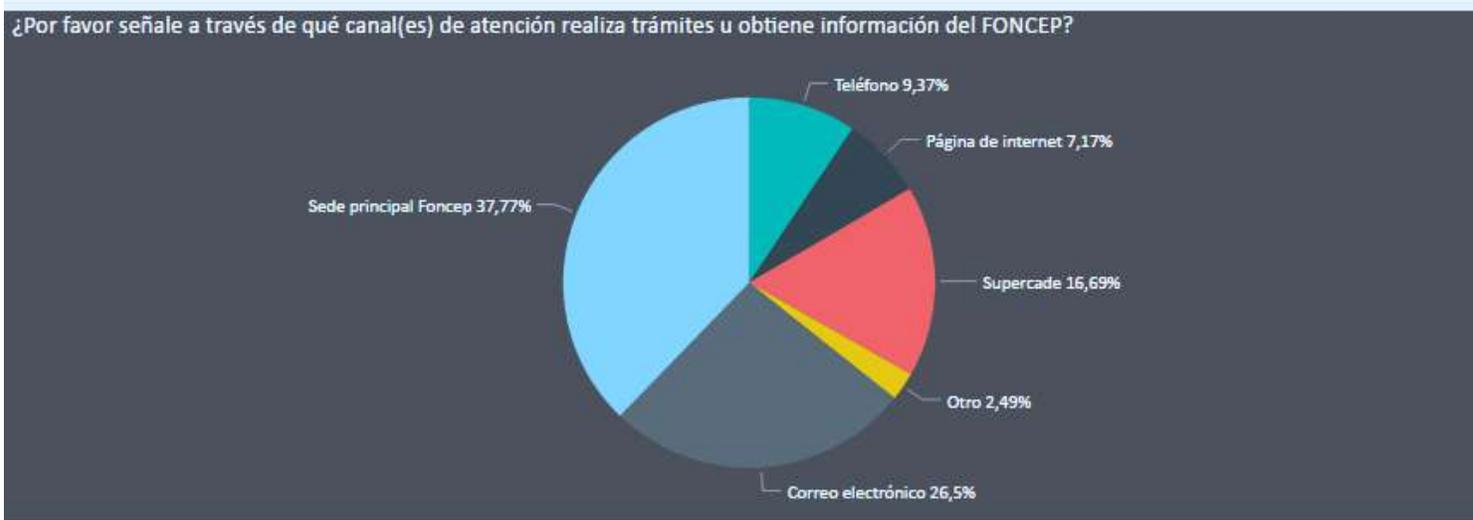
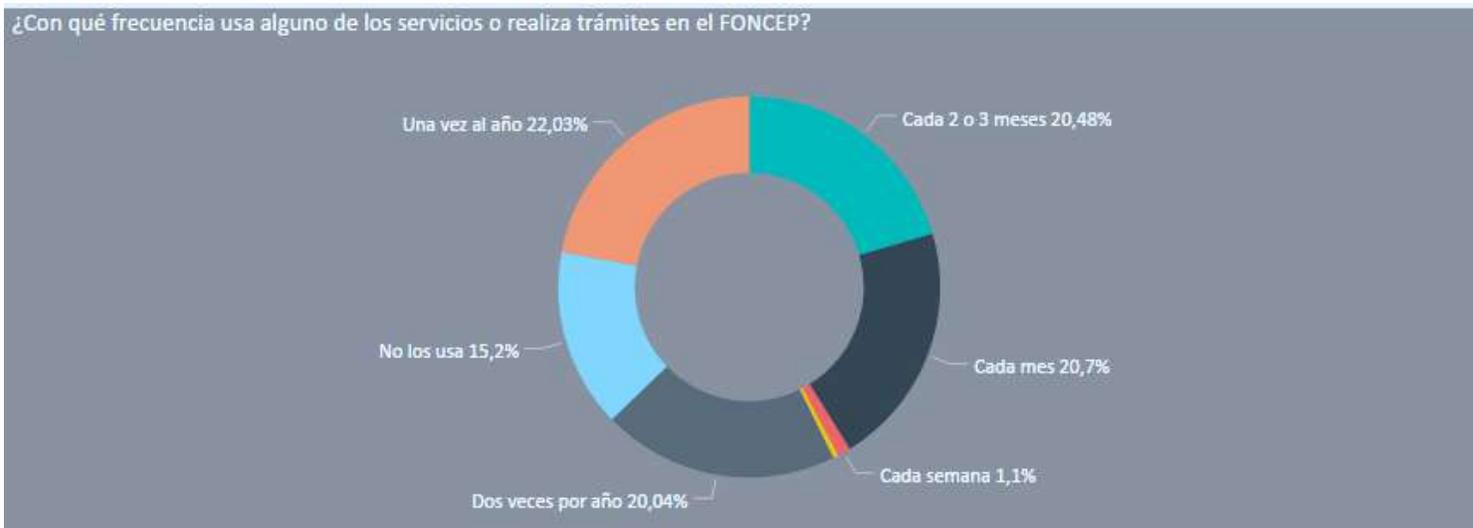
ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

**BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS**

Pensionados: resultados encuesta – Frecuencia y canal



El
Reportero

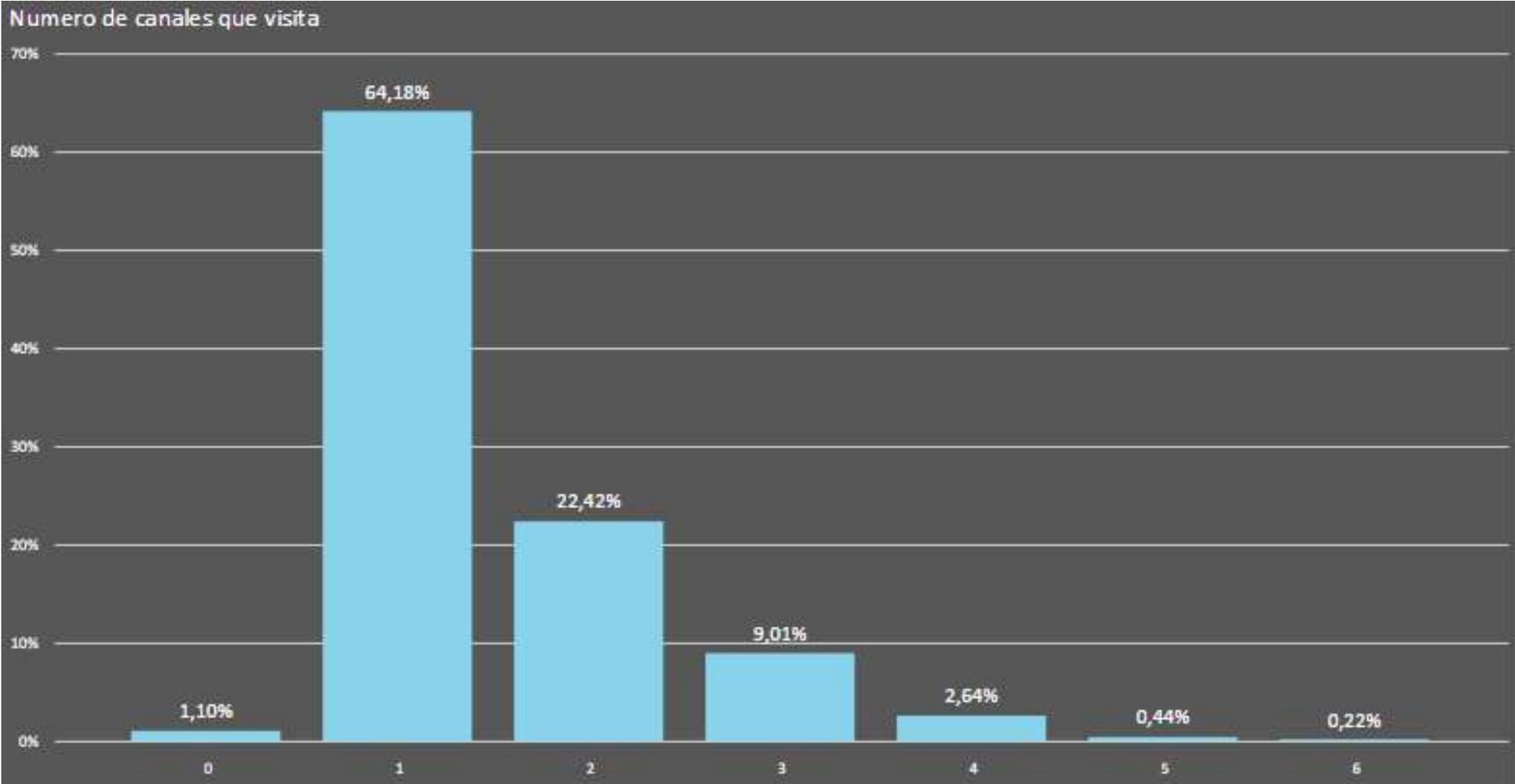


Número de
encuestados
455

Pensionados: resultados encuesta - Número de canales visitados



El Reportero



Número de encuestados
455

Pensionados: resultados encuesta – Canal físico



El Reportero



Número de encuestados
455

Pensionados: resultados encuesta – Canal telefónico



El Reportero

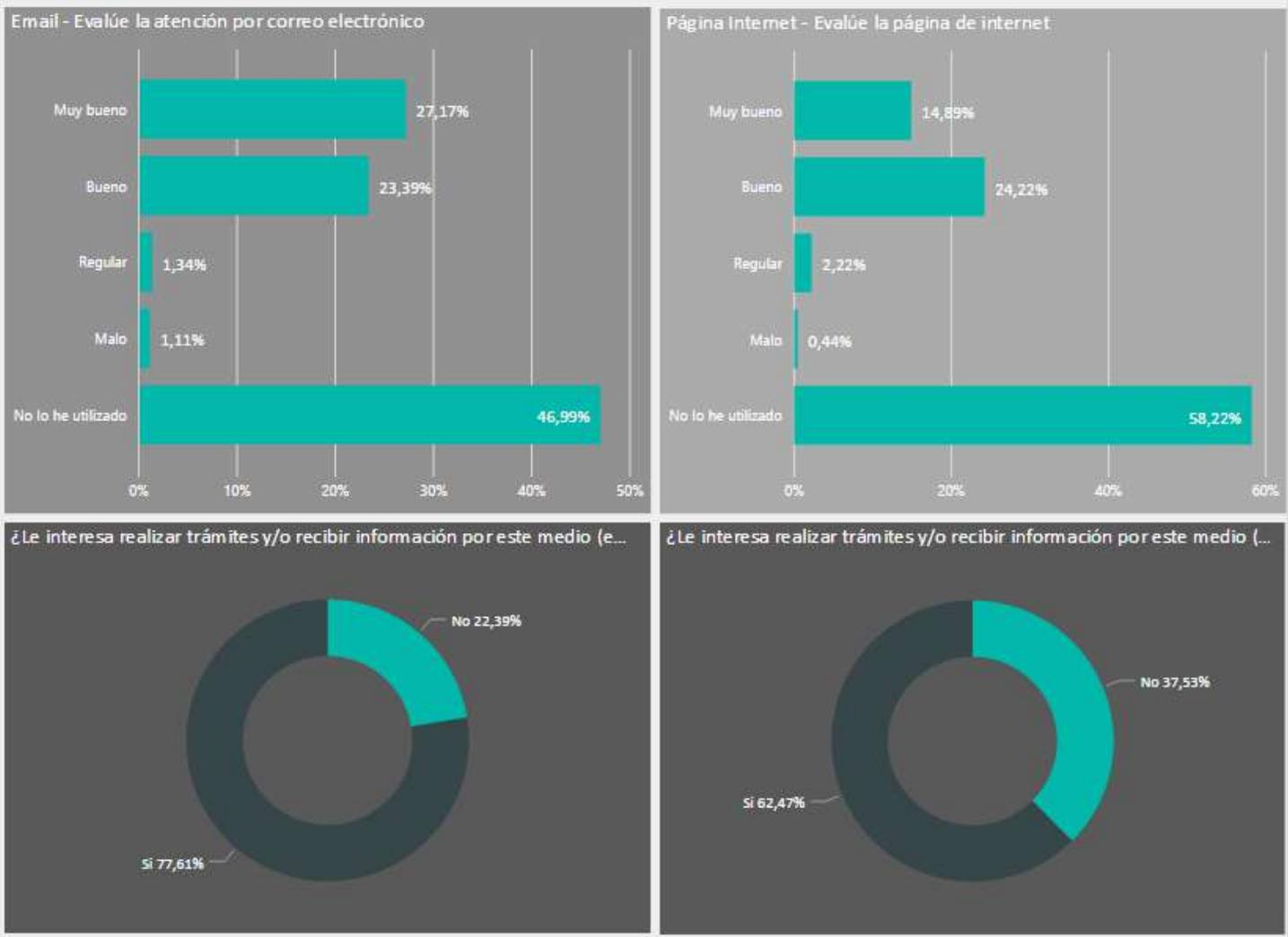


Número de encuestados
455

Pensionados: resultados encuesta – Canal correo electrónico y página web



El Reportero

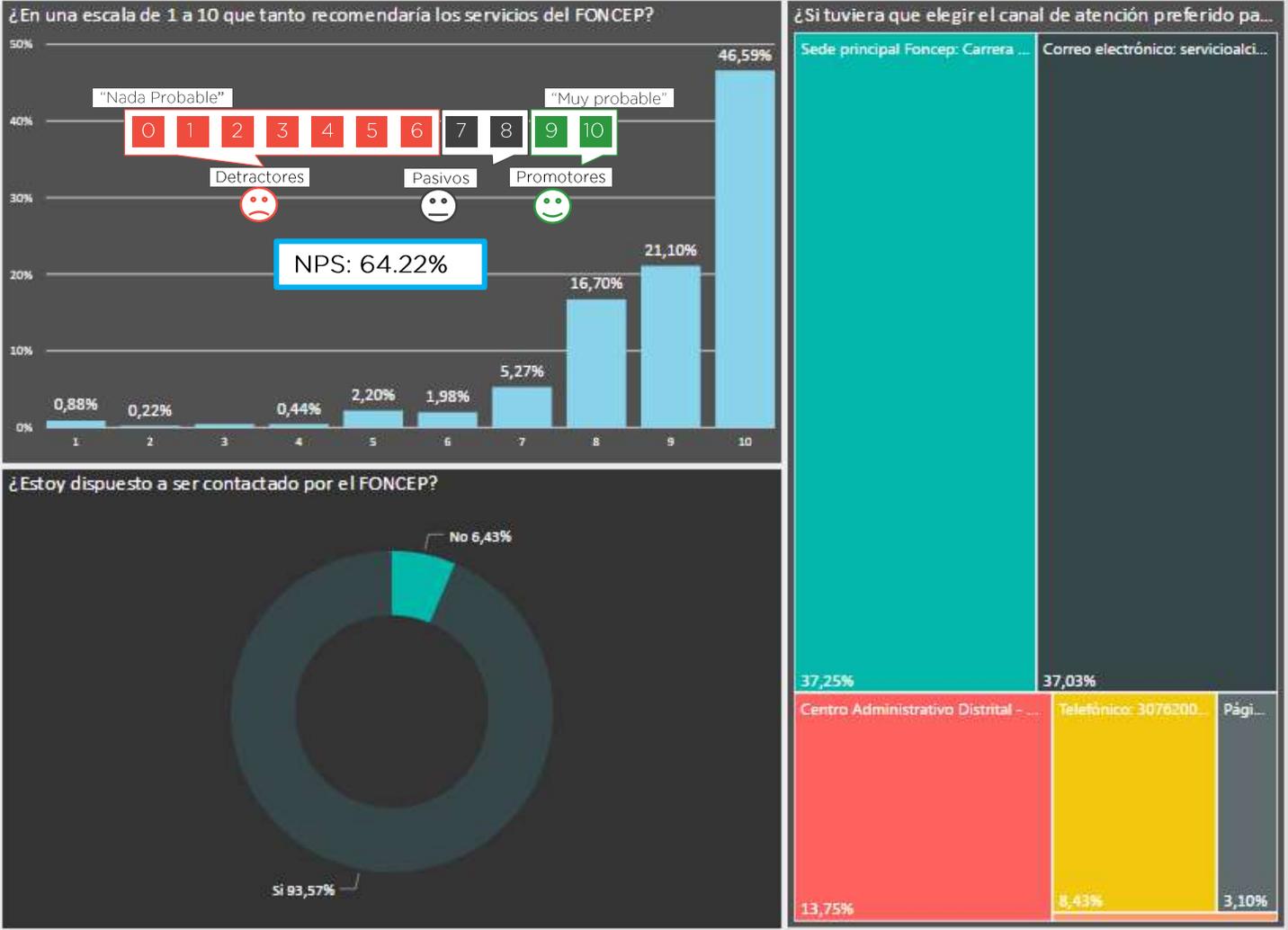


Número de encuestados
455

Pensionados: resultados encuesta – Recomendación y contacto con FONCEP



El Reportero



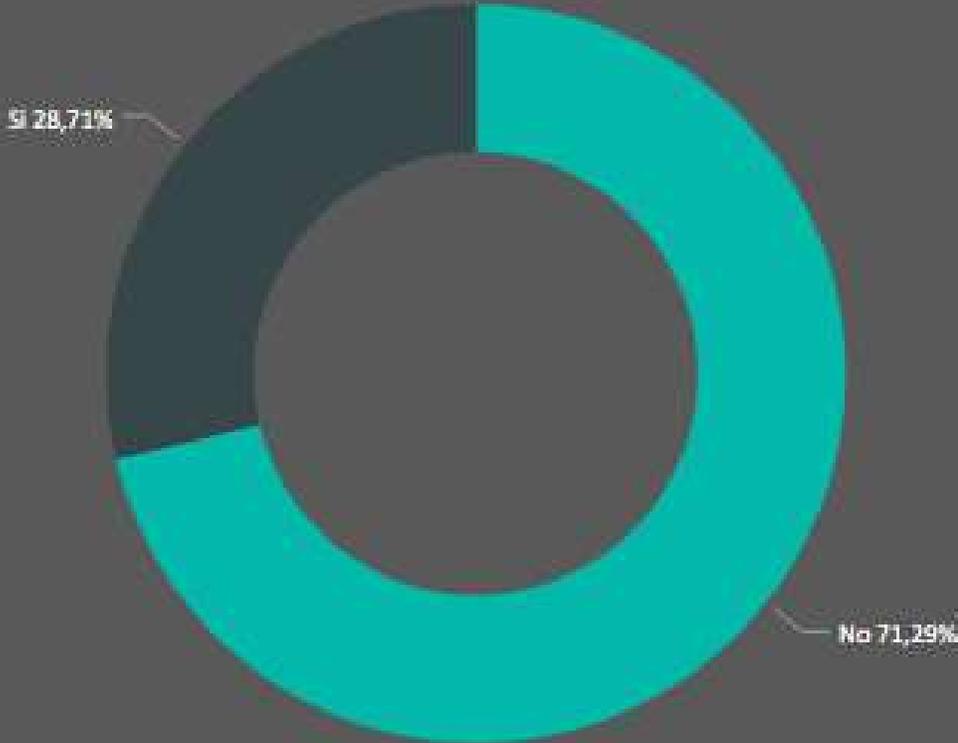
Número de encuestados
455

Pensionados: resultados encuesta – Número de canales visitados



El Reportero

¿Le interesa realizar trámites y/o recibir información por este medio (email)? (Sin incluir canal encuesta Email)



Número de encuestados
163

¿Cuál ha sido la MEJOR EXPERIENCIA para los pensionados



El
Reportero

Mi pensión me la pagan en las fechas indicadas y nunca he tenido inconvenientes con ella

Agilidad en la consignación de la pensión

He sido tratada como persona

Todo va bien, no he tenido dificultades

Todos los servicios se me han prestado con respeto y cumplimiento

El envío de mis desprendibles por correo electrónico



¿Cuál ha sido la PEOR EXPERIENCIA para los pensionados?



El
Reportero

Las celebraciones del día de los pensionados. Se debe mejorar mucho esta actividad la cual es muy importante para la integración de todos los afiliados.

Han quitado todo los regalos que daban anteriormente

La fiesta que realizaron en el Parque El Tunal fue un total desastre

Que no me hubiesen atendido mi reclamación directa por mal liquidación de la pensión

Tuve que solicitar varias veces el certificado de pagos y retenciones

Por el teléfono es imposible





Caracterización de los grupos de valor

3.1 Pensionados-El antropólogo



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

**BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS**

El Antropólogo



El
Antropólogo

Sede Principal FONCEP

- Alegrías
 - Servicio de tinto o aromática cuando están esperando su turno
 - Encontrarse con sus compañeros pensionados
 - El servicio es rápido y oportuno
 - Trato paciente, inclusivo y atento
- Frustraciones
 - Cuando no hay solución al requerimiento

Llamadas telefónicas

- Alegrías
 - Puntualidad de pago
 - Amabilidad de los funcionarios
 - Encontrarse con sus antiguos compañeros de trabajo
- Frustraciones
 - Desmejora en la celebración del día del pensionado
 - Falta de contacto continuo e información
 - Falta de canales alternos para trámites



Caracterización de los grupos de valor

3.1 Pensionados-El detective

Pensionados y la tecnología - ¿Por qué es importante?



El
Detective

1. A los adultos mayores...

- Les gusta aprender, conocer e investigar
- Les gusta el internet por la facilidad en comunicación
 - Pueden enviar fotos y/o recibir fotos de sus hijos/nietos
 - Aplicaciones como *Whatsapp* les permite acortar la distancia con familiares

2. Capacitaciones tecnológicas son un instrumento para combatir la soledad



Pensionados y la tecnología - ¿Cómo incluirlos?



El
Detective

1. Expertos recomiendan ajustar el **tamaño de la letra de la pantalla** a uno que le resulte fácil de leer y cuidar que el brillo de la misma no resulte ni excesivo en condiciones de poca luz ni muy bajo en espacios más iluminados.
2. No sucumbir a la frustración. Es necesario mostrar las posibilidades que tienen en internet, en portales como Facebook o YouTube para que estén motivados a seguir explorando.
3. Se recomienda el computador de escritorio para comenzar. Al momento de manejarlo correctamente puede ser más entretenido y útil que la televisión

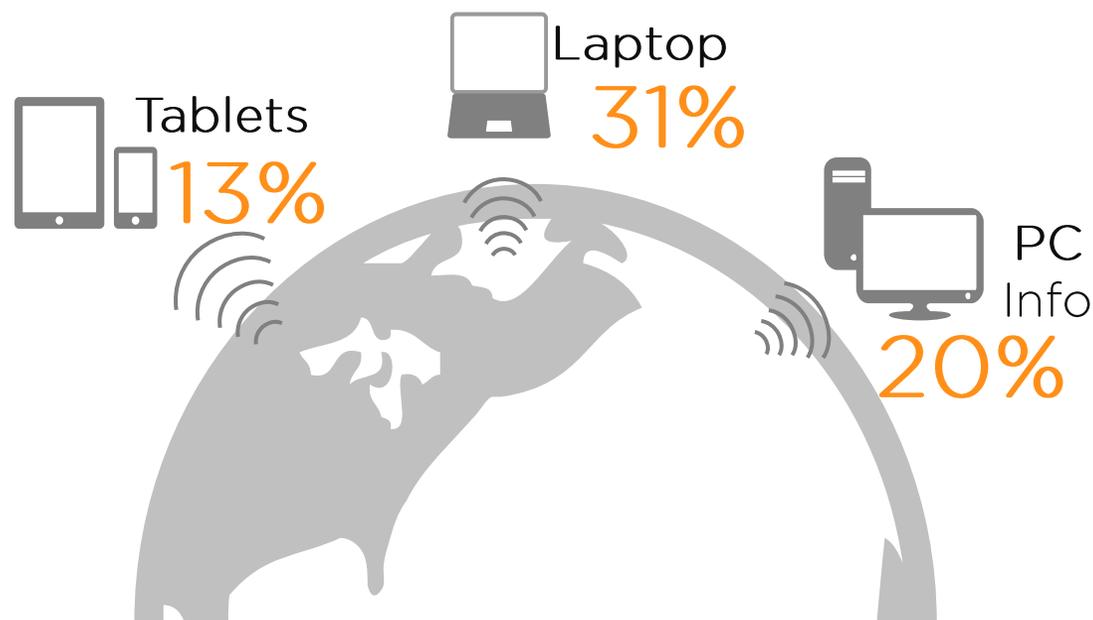
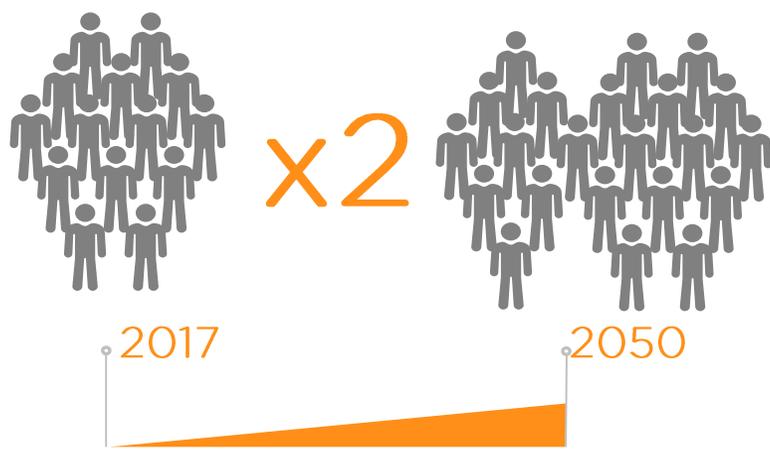
Pensionados y la tecnología -Estadísticas



El
Detective

- a) La proporción de adultos mayores con destrezas digitales llegará, afirma un estudio del U.S. Census Bureau, a doblarse antes de 2050.
- b) 31 % de los adultos mayores en Latinoamérica de 75 años prefiere usar un computador de escritorio y 20 % un laptop, según Pew Research Center.
- c) 13 % de los adultos entre 50 y 65 años se inclinan por tablets en Colombia.

Adultos con destreza digital





Caracterización de los grupos de valor

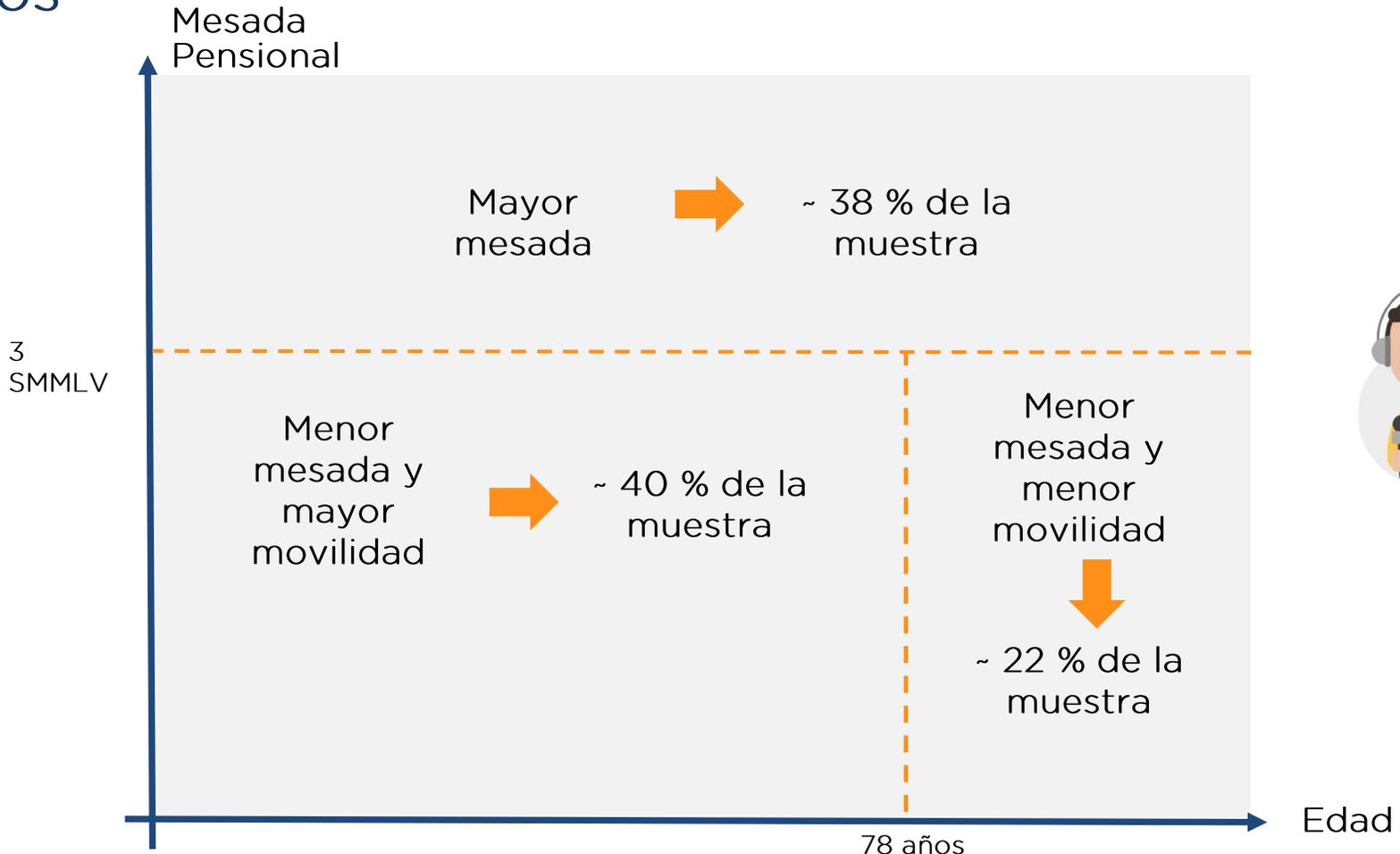
3.1 Pensionados
Resultados segmentación



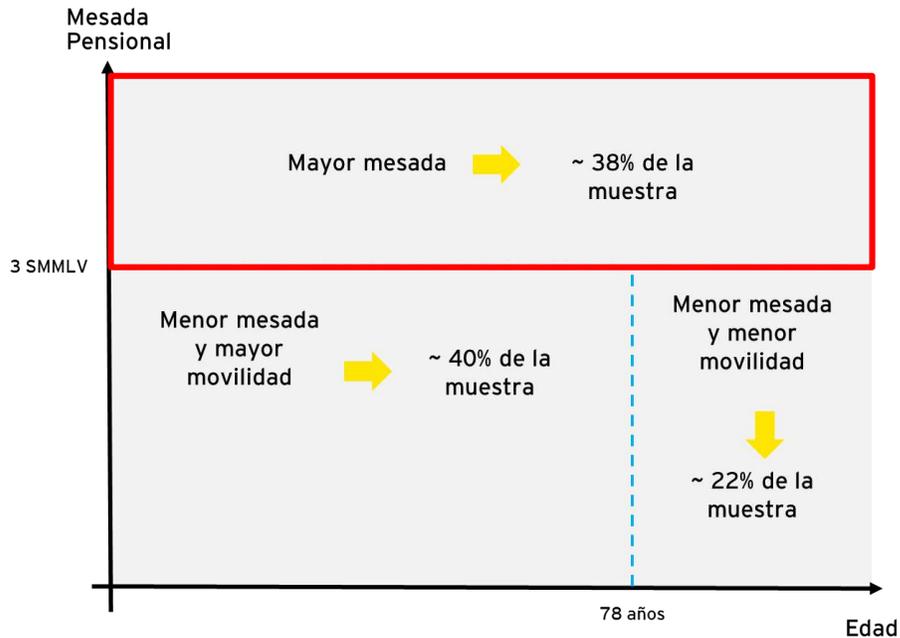
ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

**BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS**

En función de la información recolectada a través del reportero, antropólogo, detective y la aplicación de la metodología detallada en el anexo metodológico, se proponen los siguientes segmentos para pensionados



En función de los segmentos planteados, se realiza el análisis de cada uno y la identificación de las necesidades principales asociadas (1/3)



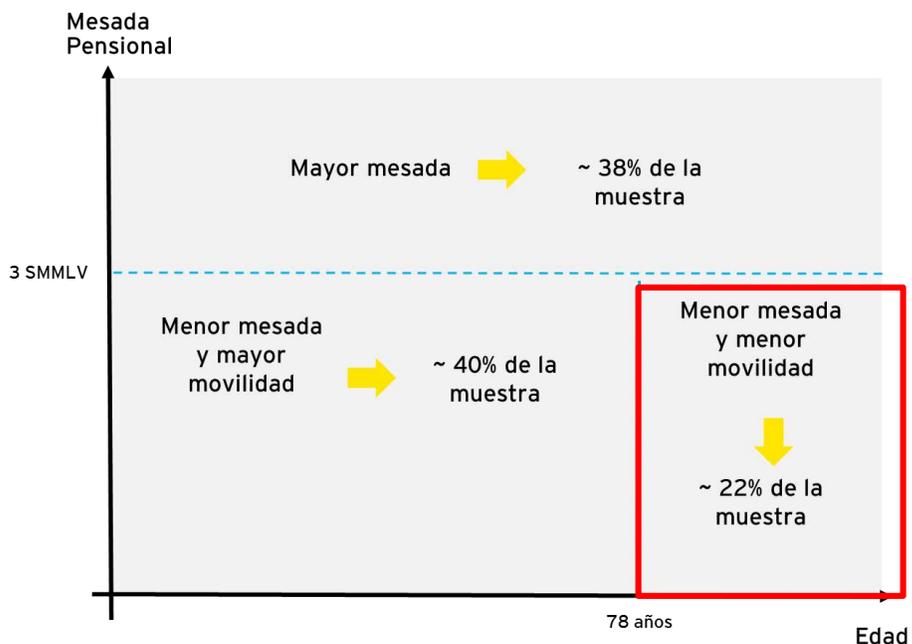
Relación con el FONCEP

- ✓ 80 % de este segmento le interesa realizar trámites a través de correo electrónico y el 64 % por la página web. Sin embargo, 49 % indicó que su canal preferido son las oficinas del FONCEP, seguidas del correo electrónico con 41%.
- ✓ Para 72 % de este segmento es fácil movilizarse hacia los canales físicos del FONCEP, sin embargo, 54 % no ha visitado las oficinas en el último año.
- ✓ 27 % indica que su mejor experiencia con FONCEP está en la puntualidad y agilidad en los pagos, y otro 26 % afirma que está en la calidad, atención e instalaciones. El 74 % indica no haber tenido una mala experiencia en el FONCEP.
- ✓ 53 % de este segmento son de estrato 4, 5, ó 6.
- ✓ Solamente el 2% pertenece a una asociación.
- ✓ Este grupo tiene un NPS (Net promoter Score) de 66 %.

Necesidades Principales

- ✓ Tomando en consideración el nivel de interés por realizar trámites y conseguir información a través de medios digitales, a este segmento se lo puede incentivar al uso de los mismos proveyéndoles las herramientas adecuadas e informándoles. Los **canales digitales** se convertirían en el **canal principal** de este segmento, lo que implicaría una reducción de costos operativos asociados al canal físico.
- ✓ Se debe mantener de **canal físico como canal secundario y de soporte** para este segmento ya que tiene un alto nivel de preferencia.
- ✓ Mantener la puntualidad y agilidad en los pagos

En función de los segmentos planteados se realiza el análisis de cada uno y la identificación de las necesidades principales asociadas (2/3)



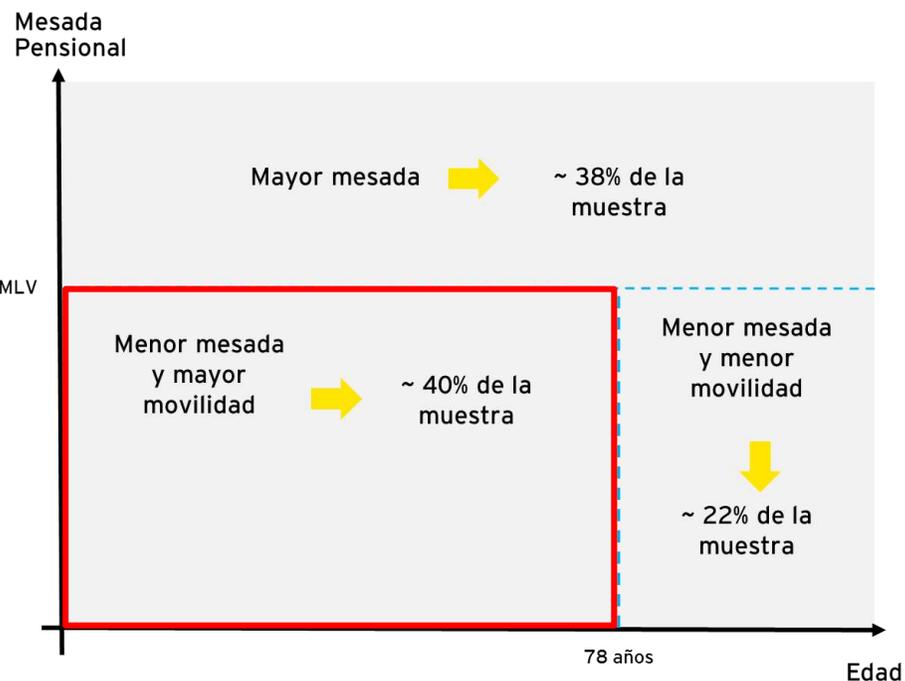
Relación con el FONCEP

- ✓ 70 % no ha visitado la oficina en el último año y 32 % indica que no le es fácil movilizarse a las oficinas (proporción más alta de los 3 segmentos), solo 37 % de este segmento indica que su canal preferido es la oficina.
- ✓ 70 % de este segmento le interesa realizar trámites a través de correo electrónico y el 46 % de los casos indican que es el correo electrónico.
- ✓ 18 % de este grupo pertenece a una asociación (cuando en general este valor es del 9 %).
- ✓ 27 % de ellos dicen que su mejor experiencia está relacionada con la calidad en el servicio y la atención.
- ✓ 74 % de este segmento son de estrato 1, 2 ó 3 y 90 % de éste vive con familiares.
- ✓ Este grupo tiene un NPS (Net promoter Score) de 55 %, el menor de todos los segmentos.

Necesidades Principales

- ✓ Tomando en consideración el nivel de interés por realizar trámites y conseguir información a través de medios digitales, este segmento se puede incentivar con el uso de los mismos brindándoles las herramientas adecuadas e informándoles. Los **canales digitales** se convertirían en el **canal principal** de este segmento, lo que implicaría una reducción de costos operativos asociados al canal físico.
- ✓ Impulsar la comunicación y el relacionamiento a través de asociaciones.
- ✓ Al ser un segmento donde la mayoría vive con familiares y tienen poca movilidad, se sugiere que los trámites que deban realizarse de manera presencial se hagan a través de apoderados (familiares).
- ✓ Se podría analizar la opción de hacer jornadas de “FONCEP Móvil” cerca de sus casas.

En función de los segmentos planteados se realiza el análisis de cada uno y la identificación de las necesidades principales asociadas (3/3)



Relación con el FONCEP

- ✓ 60 % prefiere el canal físico (oficinas), seguido del 29 % que prefiere correo electrónico (% más bajo de todos los segmentos). La mayoría de ellos (55 %) ha visitado la oficina en el último año.
- ✓ Mayor participación en el tipo de pago por ventanilla 17 %.
- ✓ Para el 70 % de este segmento es fácil movilizarse a las oficinas, sin embargo, en el top 4 de temas que haría a FONCEP una mejor entidad está la apertura de más puntos de atención.
- ✓ 87 % de este segmento son de estrato 1, 2 ó 3 y un 17 % vive solo.
- ✓ En el top 3 de temas relacionados con hacer una mejor entidad a FONCEP: agilidad y calidad en trámites, oportunidad en la información y beneficios adicionales - alianzas.
- ✓ 18 % desea beneficios adicionales relacionados con programas de salud y bienestar, el 23 % con capacitación y 13 % con convenios para servicios financieros.
- ✓ Este grupo tiene un NPS (Net Promoter Score) de 66 %.

Necesidades Principales

- ✓ Considerando que su canal de preferencia es el físico y que desean actividades relacionadas con salud y bienestar, se podría incentivar la asistencia a las instalaciones de FONCEP a través de actividades de capacitación, jornadas de salud y bienestar, entre otras.
- ✓ Impulsar beneficios adicionales como alianzas, por ejemplo, con entidades financieras.
- ✓ Dado su interés en puntos de atención en otras zonas de la ciudad, se podría analizar la opción de hacer jornadas de "FONCEP Móvil" cerca de sus casas.



Caracterización de los grupos de valor

3.2 Usuarios de Cesantías
Análisis descriptivo



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

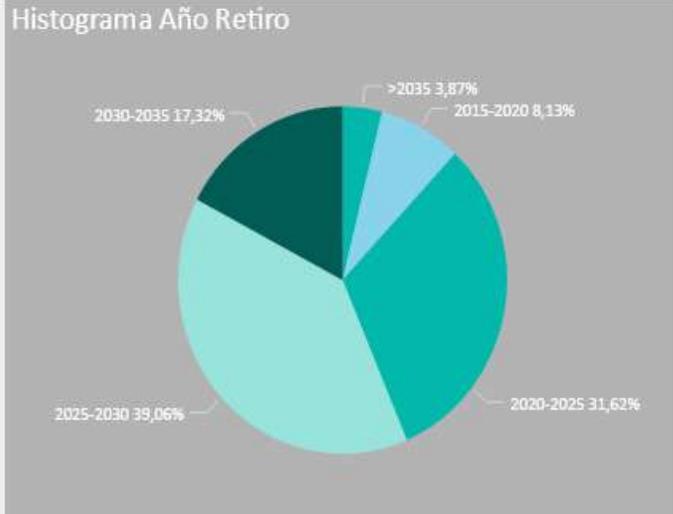
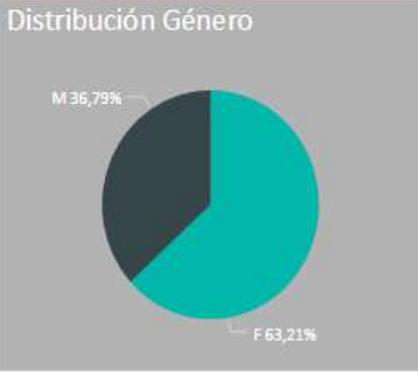
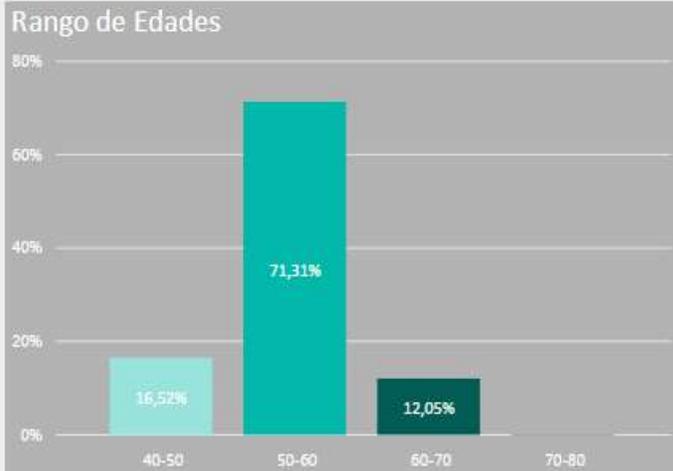
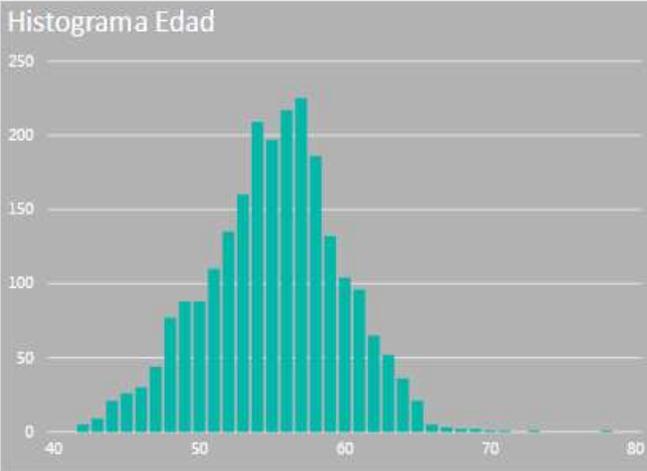
**BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS**

Cesantías: Análisis de Información – Personas Naturales

FONCEP
Análisis Cesantías
Personas Naturales

Nombre Entidad 2017

2351
 Número de Peronas Naturales



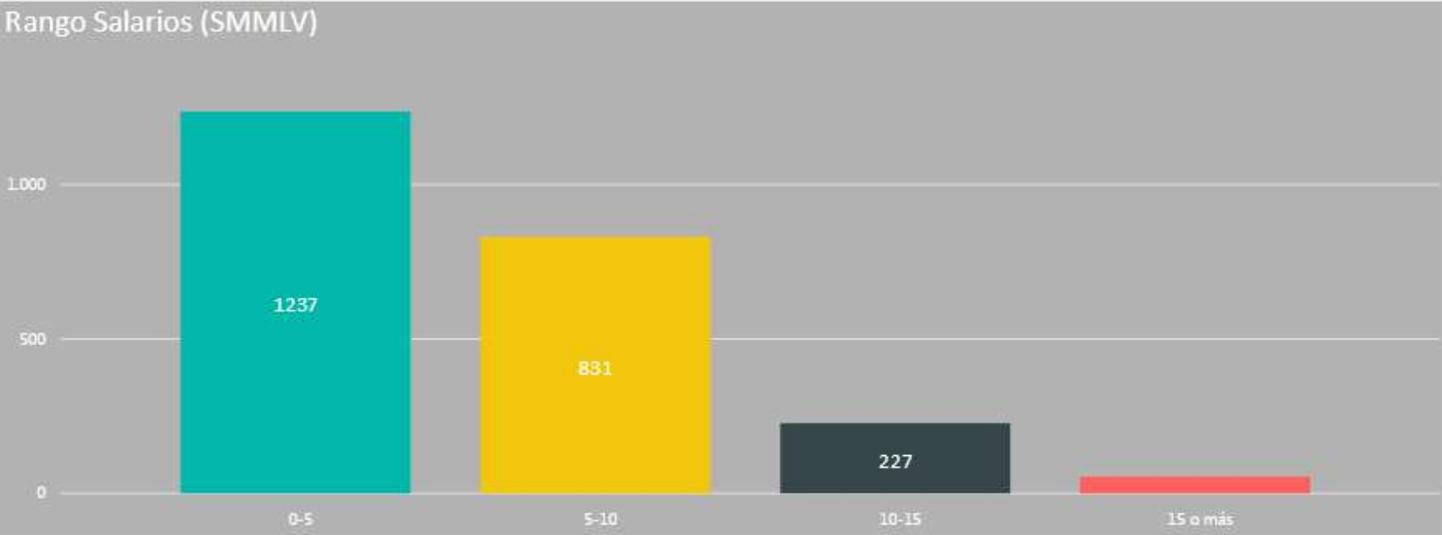
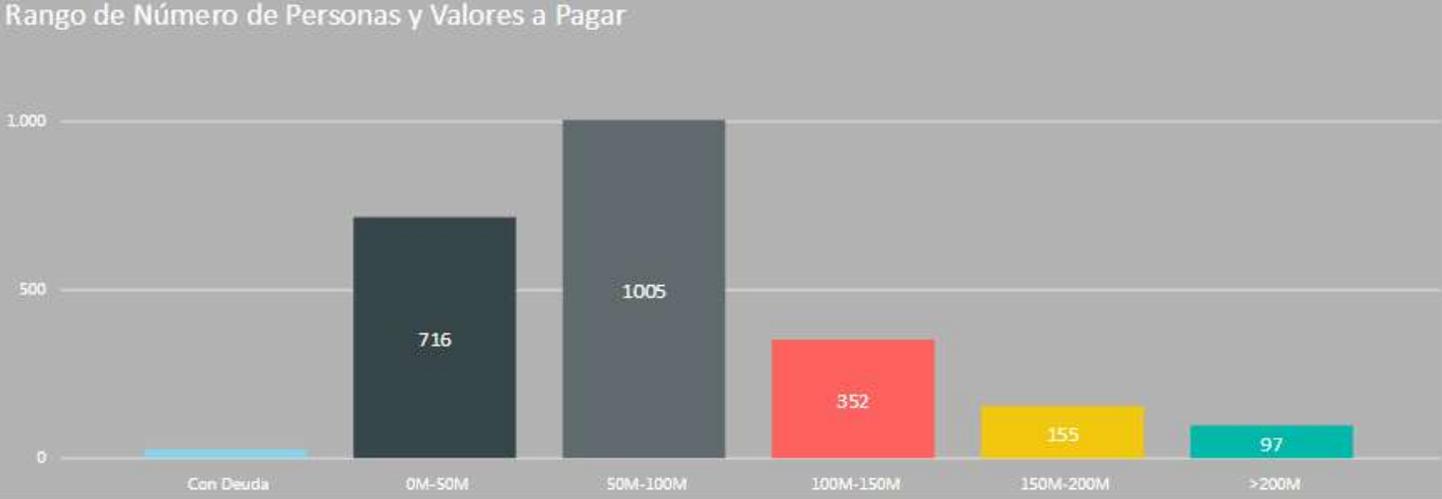
El Reportero

Cesantías: Análisis de Información – Personas Naturales

FONCEP
Análisis Cesantías
Personas Naturales

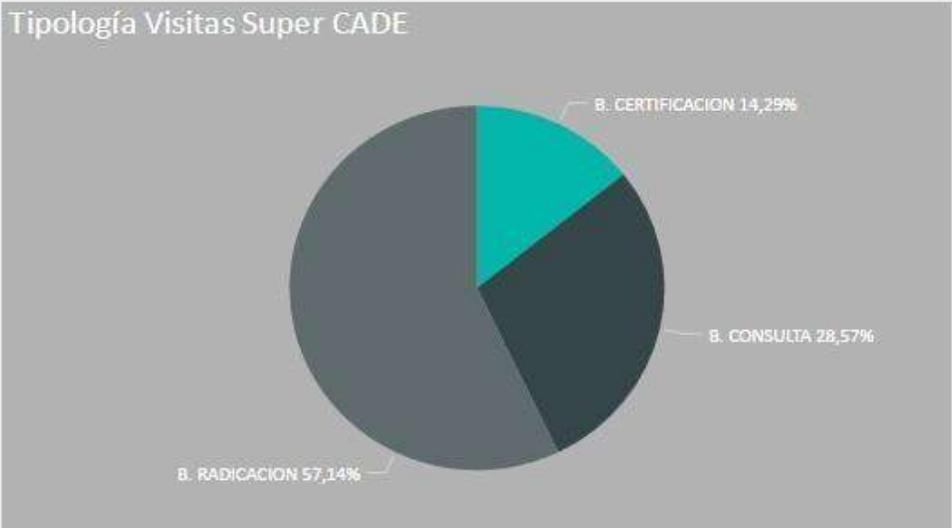
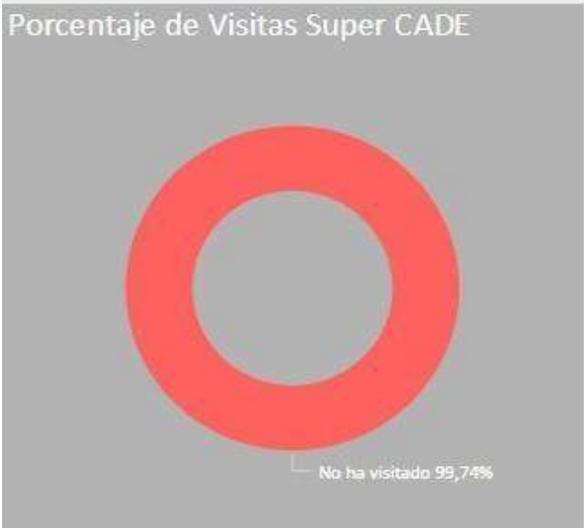
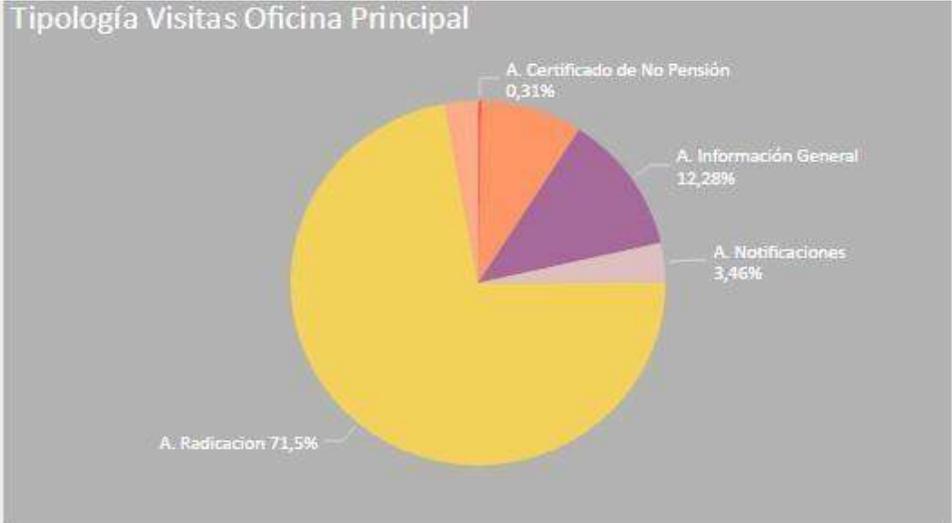
Nombre Entidad 2017
All

2351
Número de Peronas Naturales



El Reportero

Cesantías: Análisis de Información – Personas Naturales



El Reportero



Caracterización de los grupos de valor

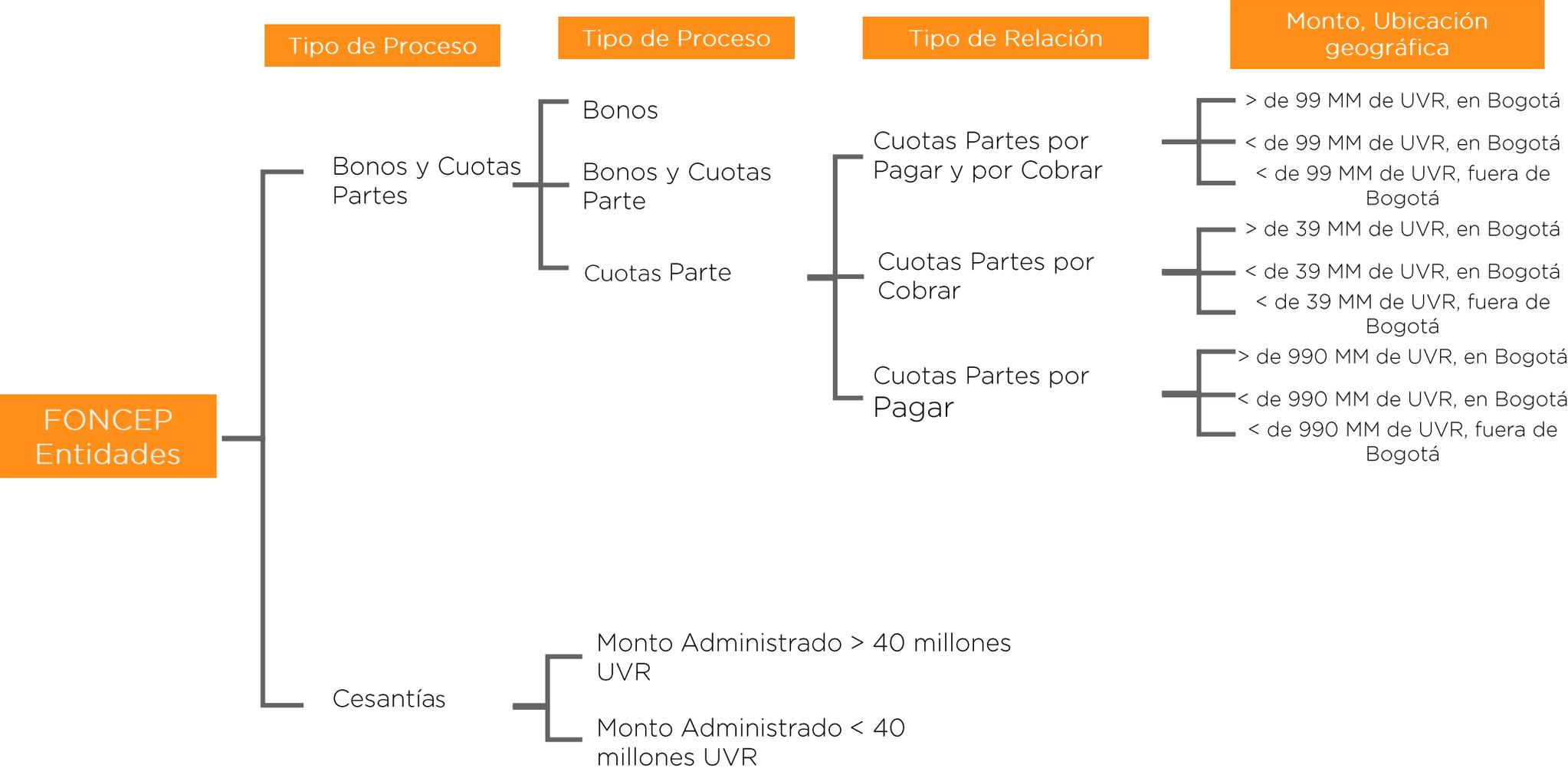
3.3 Entidades



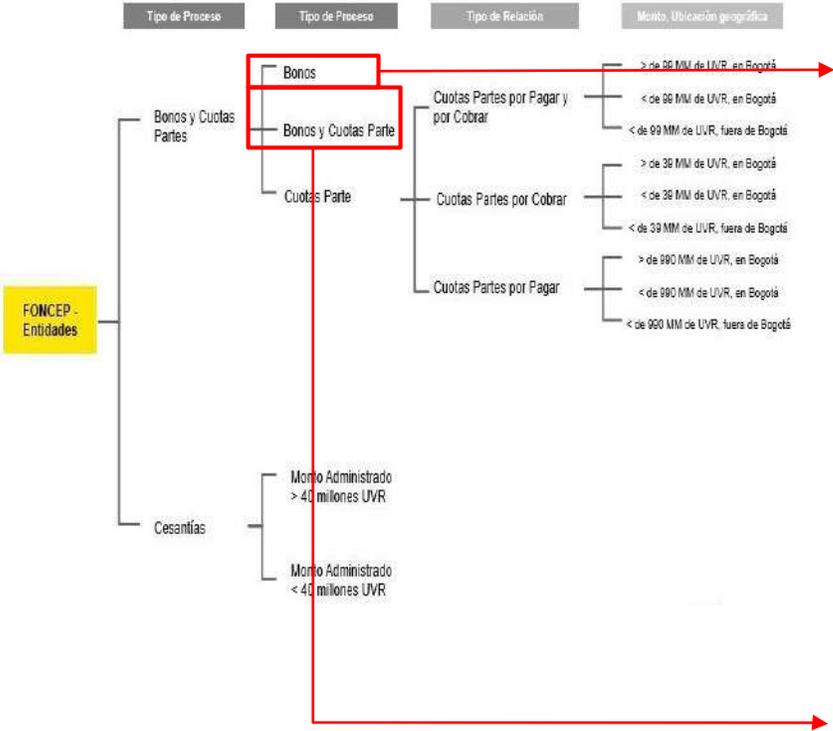
ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

**BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS**

Las entidades “clientes” de FONCEP se segmentaron de acuerdo a los criterios de tipo de proceso, tipo de relación, monto de la deuda y ubicación geográfica.



En función de los segmentos planteados se realiza el análisis de cada uno y la identificación de las necesidades principales asociadas (1/7) .



Bonos

Forma de Relación con FONCEP

Estas entidades cobran bonos pensionales a FONCEP. Son entidades privadas y tienen una relación constante con FONCEP. Interactúan con una frecuencia diaria o semanal a través de canales no presenciales (teléfono, correo electrónico).

Necesidades del Grupo

Tener la opción de hacer trámites y consultas por medios virtuales, que faciliten el intercambio de información y reduzcan los tiempos de respuesta y menos trámites por medio físico como es actualmente. Desean que se reduzcan los trámites y se reciban respuestas con mayor velocidad.

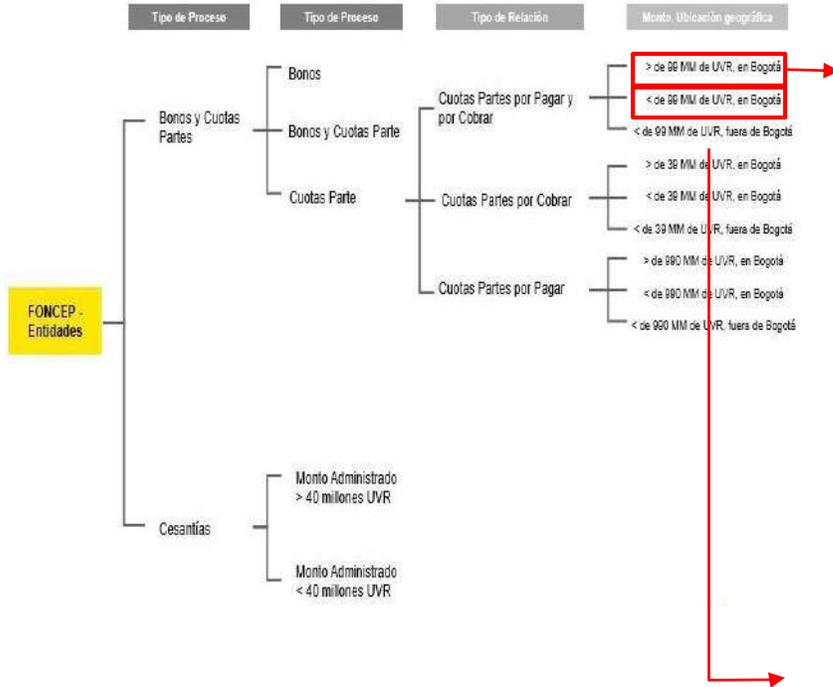
Forma de Relación con FONCEP

Entidades que tienen relación con FONCEP a través de los procesos de Bonos y Cuotas partes. Su relación es constante ya que manejan al mayor volumen de emisiones de bonos y están entre las 4 entidades con mayores montos en cuotas partes. Los mecanismos de conciliación y cruce de información son cruciales para mantener una buena relación. Interactúan con el FONCEP por medios no presenciales (teléfono y correo electrónico) y presenciales a través de las mesas de trabajo que se han establecido.

Necesidades del Grupo

Desean poder tener la posibilidad de hacer trámites y consultas través de medios virtuales. Valoran que se mantenga contacto permanente con ellas y que la comunicación sea fluida. Por el alto volumen de operaciones que se maneja con ellas requieren un tratamiento diferencial.

En función de los segmentos planteados se realiza el análisis de cada uno y la identificación de las necesidades principales asociadas (2/7)



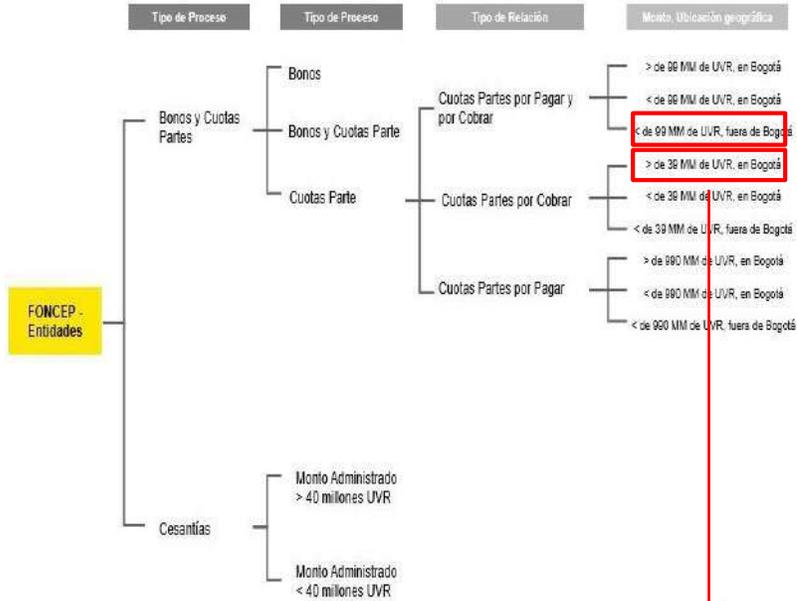
Cuotas parte por pagar y cobrar Más de 99 MM de UVR, ubicadas en Bogotá

Forma de Relación con FONCEP	Necesidades del Grupo
Entidades que deben cuotas partes a FONCEP y a la vez FONCEP les debe cuotas partes. Para estas entidades es relevante identificar qué cuentas se tienen con cada una, establecer los mecanismos de comunicación y cruces de información para poder tener efectividad en los pagos/cobros correspondientes (ej. cruce de cuentas). Con la información actual, estas representan el 80% del monto total de este grupo. Ubicadas en Bogotá.	Tener claridad de las cuentas y montos correspondientes, así como de los responsables del proceso tanto de la entidad como en FONCEP. Establecer canales de comunicación fluidos y una relación constante que permita que el proceso fluya sin necesidad de llegar a pleitos judiciales. Por el monto adeudado, estas entidades requieren mayor atención por parte de la entidad .

Forma de Relación con FONCEP Menos de 99 MM de UVR, ubicadas en Bogotá

Forma de Relación con FONCEP	Necesidades del Grupo
Entidades que deben cuotas partes a FONCEP y a la vez FONCEP les debe cuotas partes. Para estas entidades es relevante identificar qué cuentas se tienen con cada una, establecer los mecanismos de comunicación y cruces de información para poder tener efectividad en los pagos/cobros correspondientes (ej. cruce de cuentas). Ubicadas en Bogotá.	Tener claridad de las cuentas y montos correspondientes, así como de los responsables del proceso tanto de la entidad como en FONCEP. Establecer canales de comunicación fluidos y una relación constante que permita que el proceso fluya sin necesidad de llegar a pleitos judiciales.

En función de los segmentos planteados se realiza el análisis de cada uno y la identificación de las necesidades principales asociadas (3/7)



Cuotas parte por pagar y cobrar

Menos de 99 MM de UVR, fuera de Bogotá

Forma de Relación con FONCEP

Entidades que deben cuotas partes a FONCEP y a la vez FONCEP les debe cuotas partes. Para estas entidades es relevante identificar qué cuentas se tienen con cada una, establecer los mecanismos de comunicación y cruces de información para poder tener efectividad en los pagos/cobros correspondientes (ej. cruce de cuentas). Ubicadas fuera de Bogotá.

Necesidades del Grupo

Tener claridad de las cuentas y montos correspondientes, así como de los responsables del proceso tanto de la entidad como en FONCEP. Establecer canales de comunicación fluidos y una relación constante que permita que el proceso fluya sin necesidad de llegar a demandas. Por ser ubicadas fuera de Bogotá, los canales de comunicación virtuales son más relevantes.

Cuotas parte por cobrar

Más de 39 MM de UVR, ubicadas en Bogotá

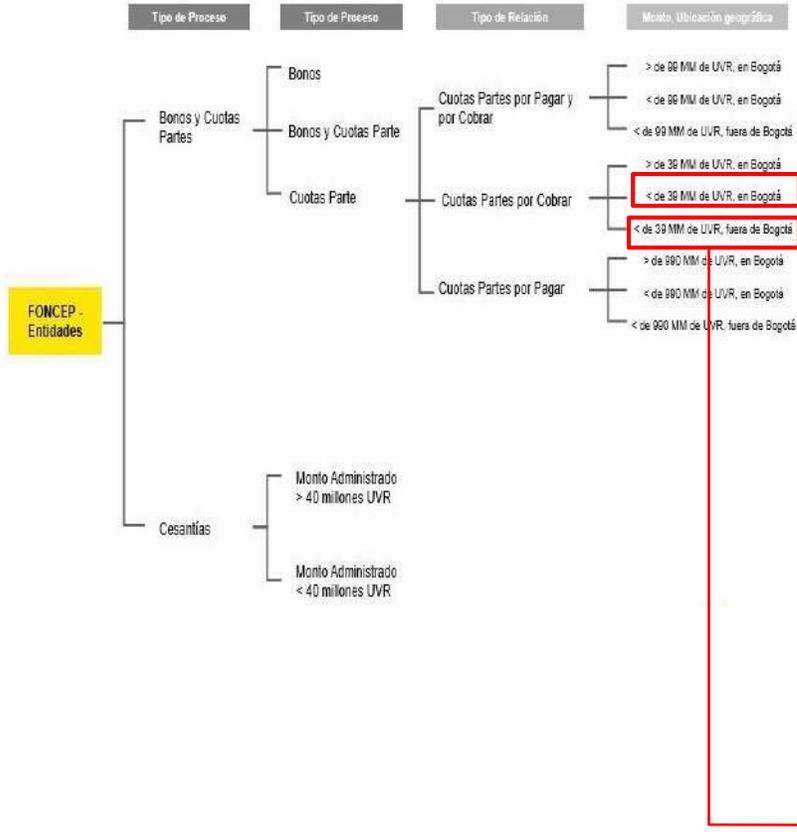
Forma de Relación con FONCEP

Entidades que deben cuotas partes pensionales a FONCEP. Se debe tener claridad de cuáles son las entidades de este grupo y cuáles los montos que cada una adeuda. Con la información actual, estas representan el 80% del total de cuotas partes por cobrar. Ubicadas en Bogotá.

Necesidades del Grupo

Tener claridad de las cuentas y montos correspondientes, así como de los responsables del proceso tanto de la entidad como en FONCEP. Establecer canales de comunicación fluidos y una relación constante que permita que el proceso fluya sin necesidad de llegar a pleitos judiciales. Por el monto adeudado, estas entidades requieren mayor atención por parte de la entidad.

En función de los segmentos planteados se realiza el análisis de cada uno y la identificación de las necesidades principales asociadas (4/7)



Cuotas parte por cobrar

Menos de 39 MM de UVR, ubicadas en Bogotá

Forma de Relación con FONCEP

Entidades que deben cuotas partes pensionales a FONCEP. Se debe tener claridad de cuáles son las entidades de este grupo y cuáles los montos que cada una adeuda. Ubicadas en Bogotá.

Necesidades del Grupo

Tener claridad de las cuentas y montos correspondientes, así como de los responsables del proceso tanto de la entidad como en FONCEP. Establecer canales de comunicación fluidos y una relación constante que permita que el proceso fluya sin necesidad de llegar a pleitos judiciales.

Menos de 39 MM de UVR, fuera de Bogotá

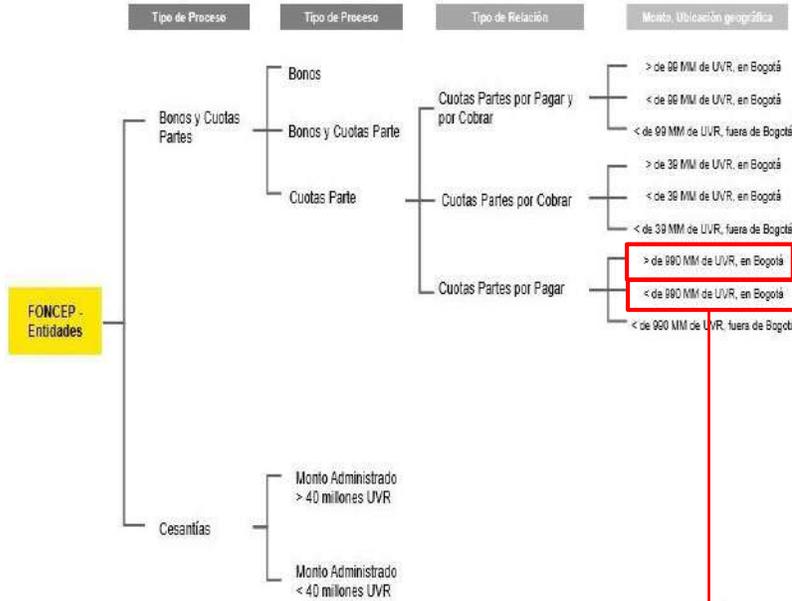
Forma de Relación con FONCEP

Entidades que deben cuotas partes pensionales a FONCEP. Se debe tener claridad de cuáles son las entidades de este grupo y cuáles los montos que cada una adeuda. Ubicadas fuera de Bogotá.

Necesidades del Grupo

Tener claridad de las cuentas y montos correspondientes, así como de los responsables del proceso tanto de la entidad como en FONCEP. Establecer canales de comunicación fluidos y una relación constante que permita que el proceso fluya sin necesidad de llegar a demandas. Por ser ubicadas fuera de Bogotá, los canales de comunicación virtuales son más relevantes.

En función de los segmentos planteados se realiza el análisis de cada uno y la identificación de las necesidades principales asociadas (5/7)



Cuotas parte por pagar y cobrar

Menos de 990 MM de UVR, ubicadas en Bogotá

Forma de Relación con FONCEP

Entidades a las que FONCEP les debe cuotas partes pensionales. Se debe tener claridad de cuáles son las entidades de este grupo y cuáles los montos que cada una adeuda. Con la información actual, estas representan el 80% del total de cuotas partes por pagar. Ubicadas en Bogotá.

Necesidades del Grupo

Tener claridad de las cuentas y montos correspondientes, así como de los responsables del proceso tanto de la entidad como en FONCEP. Establecer canales de comunicación fluidos y una relación constante que permita que el proceso fluya sin necesidad de llegar a pleitos judiciales. Por el monto adeudado, estas entidades requieren mayor atención por parte de la entidad.

Menos de 990 MM de UVR, ubicadas en Bogotá

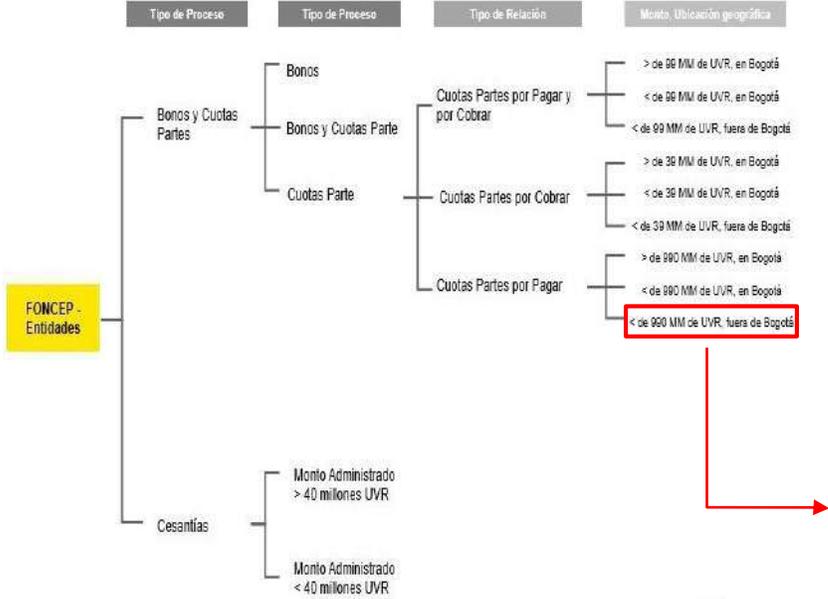
Forma de Relación con FONCEP

Entidades a las que FONCEP les debe cuotas partes pensionales. Se debe tener claridad de cuáles son las entidades de este grupo y cuáles los montos que cada una adeuda. Ubicadas en Bogotá.

Necesidades del Grupo

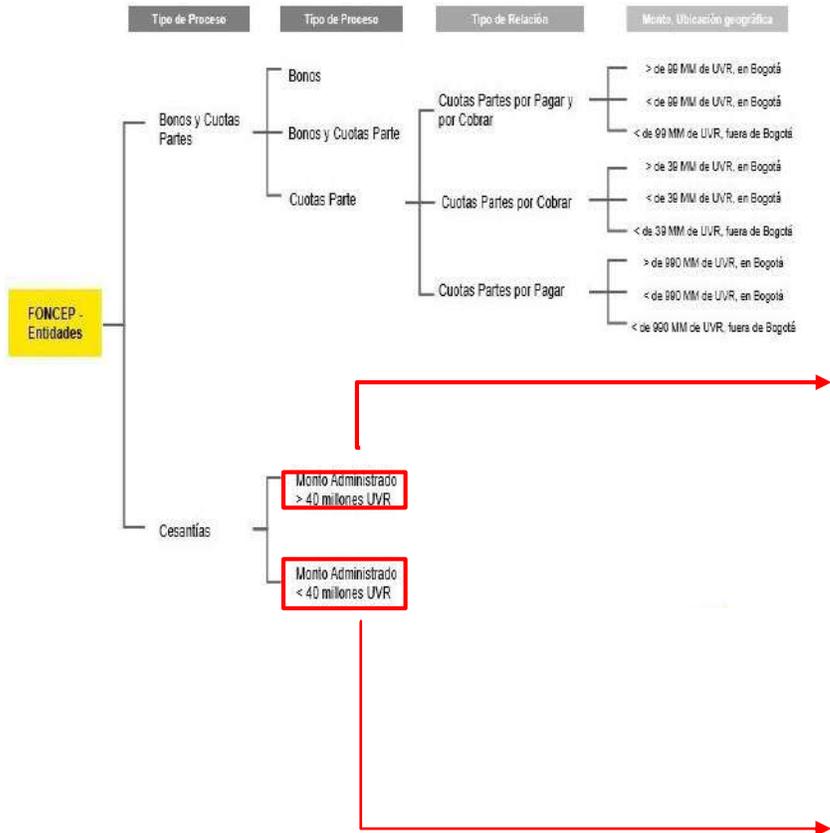
Tener claridad de las cuentas y montos correspondientes, así como de los responsables del proceso tanto de la entidad como en FONCEP. Establecer canales de comunicación fluidos y una relación constante que permita que el proceso fluya sin necesidad de llegar a pleitos judiciales.

En función de los segmentos planteados se realiza el análisis de cada uno y la identificación de las necesidades principales asociadas (6/7)



Cuotas parte por pagar y cobrar	
Más de 990 MM de UVR, ubicadas en Bogotá	
Forma de Relación con FONCEP	Necesidades del Grupo
<p>Entidades a las que FONCEP les debe cuotas partes pensionales. Se debe tener claridad de cuáles son las entidades de este grupo y cuáles los montos que cada una adeuda. Ubicadas fuera de Bogotá.</p>	<p>Tener claridad de las cuentas y montos correspondientes, así como de los responsables del proceso tanto de la entidad como en FONCEP. Establecer canales de comunicación fluidos y una relación constante que permita que el proceso fluya sin necesidad de llegar a demandas. Por ser ubicadas fuera de Bogotá, los canales de comunicación virtuales son más relevantes.</p>

En función de los segmentos planteados se realiza el análisis de cada uno y la identificación de las necesidades principales asociadas (5/7)



Cuotas parte por pagar y cobrar

Monto administrativo >40 millones UVR

Forma de Relación con FONCEP

Entidades cuyo monto administrado por FONCEP es mayor a 40 millones de UVR representan el 80% del monto total administrado por FONCEP.

Necesidades del Grupo

El 60% de las entidades de este grupo interactúan a diario y el 40% una vez por semana, directamente en la sede principal de FONCEP, vía telefónica o por correo electrónico. El 80% del grupo considera el servicio vía telefónica regular y considera muy buena la atención por los otros canales de comunicación. Todos los clientes están muy satisfechos con los servicios de FONCEP. Requieren un mejor atención telefónica y la posibilidad de realizar trámites a través de la página Web.

Monto administrativo >40 millones UVR

Forma de Relación con FONCEP

Entidades cuyo monto administrado por FONCEP es menor a 40 millones de UVR representan el 20% del monto total administrado por FONCEP.

Necesidades del Grupo

El 71% de las entidades de este grupo interactúan mensualmente, visitando la sede principal de FONCEP, vía telefónica y correo electrónico. El 75% de las entidades de este grupo que utilizan los servicios telefónicos, consideran la atención telefónica buena o muy buena y los otros canales de atención muy buenos.



Caracterización de los grupos de valor

3.3.1 Entidades-Cesantías

El reportero-resultados encuestas

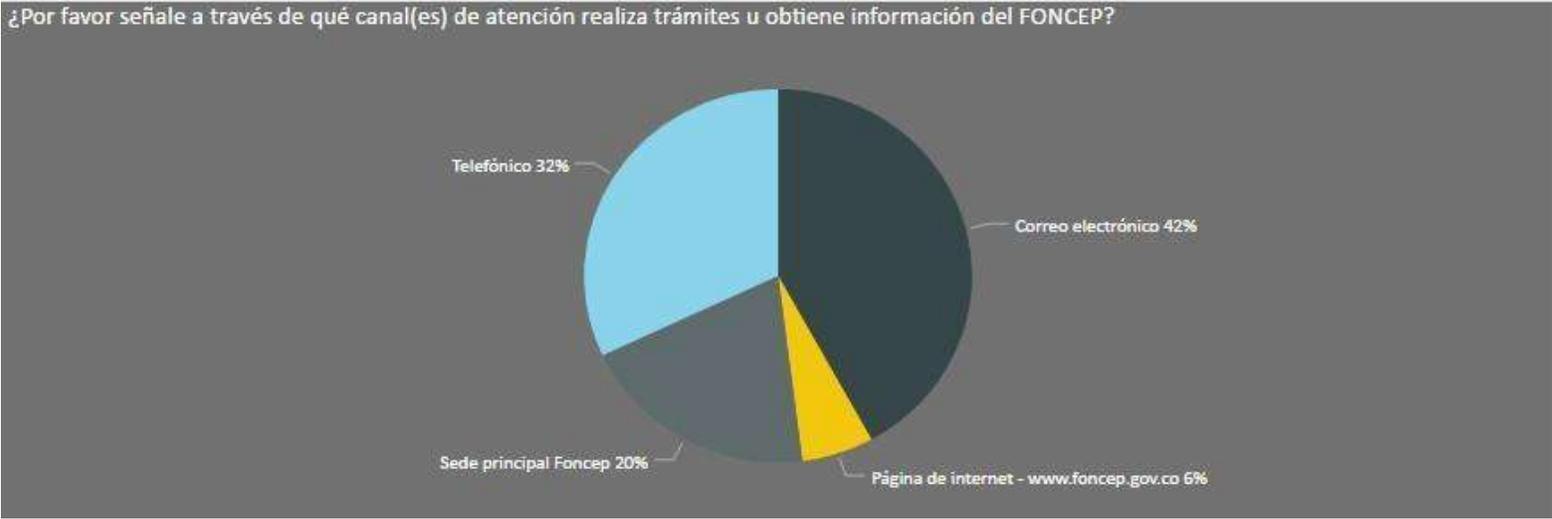
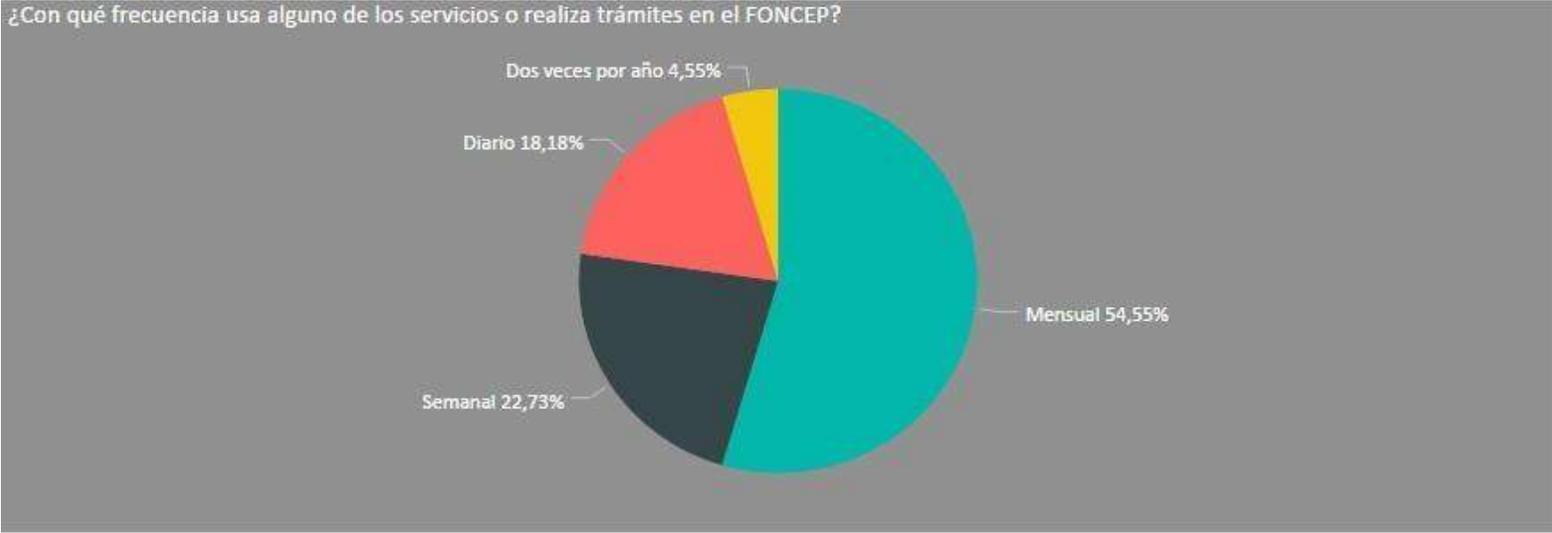


ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

**BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS**

Cesantías: resultados encuesta – Frecuencia y canal

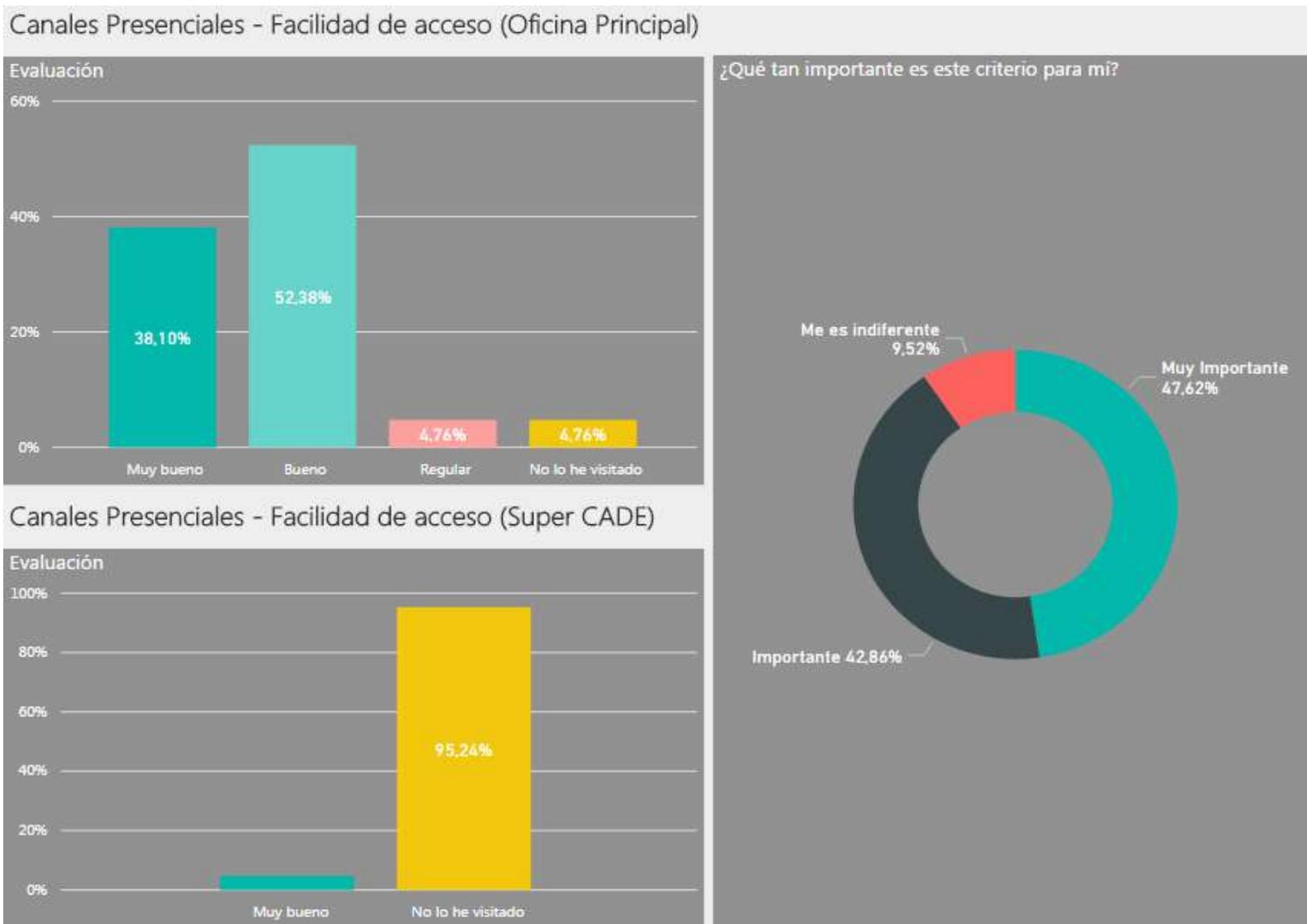
Número de encuestados
20



El Reportero

Cesantías: resultados encuesta – Canales Presenciales

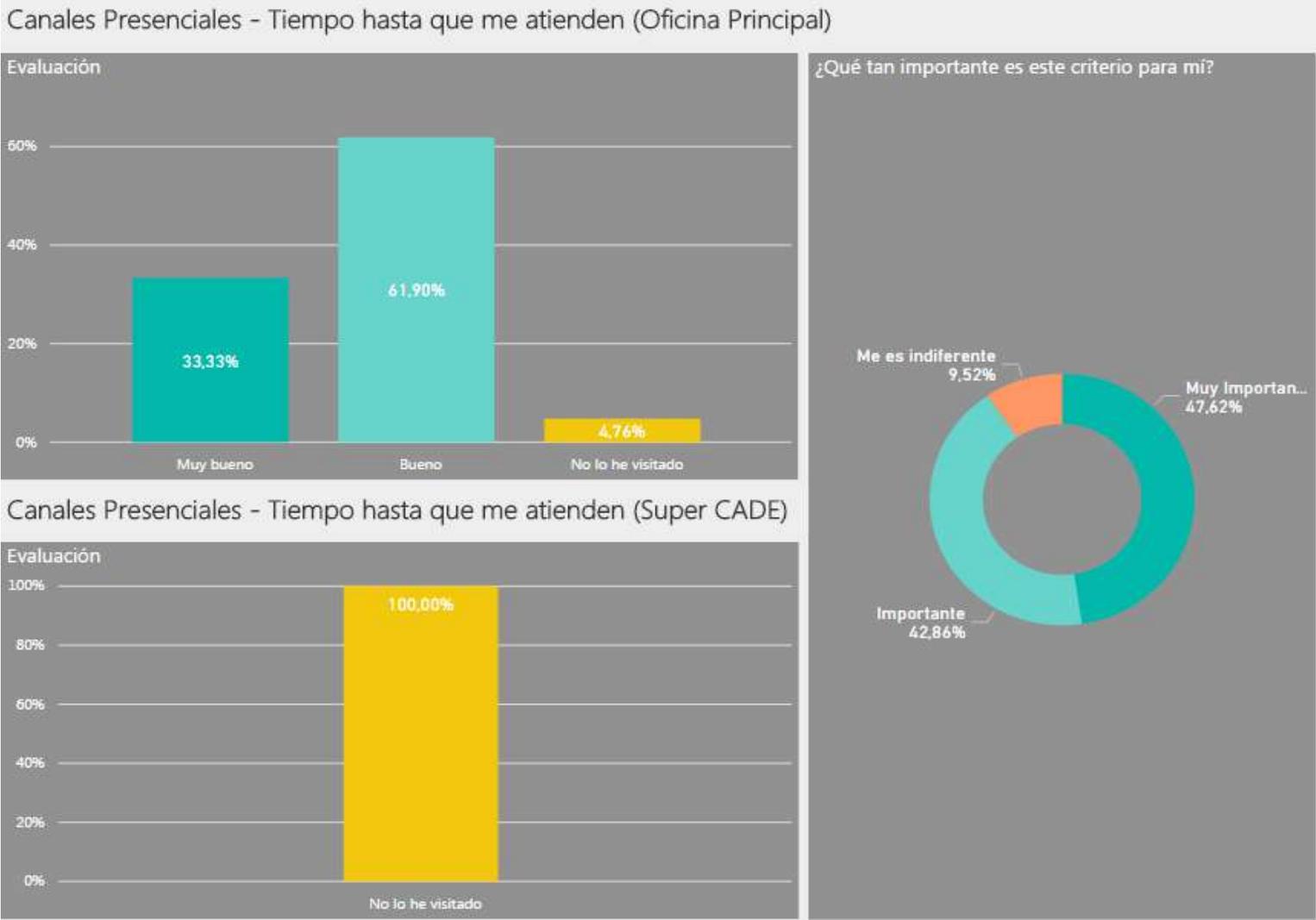
Número de encuestados
20



El Reportero

Cesantías: resultados encuesta – Canales Presenciales

Número de encuestados
20

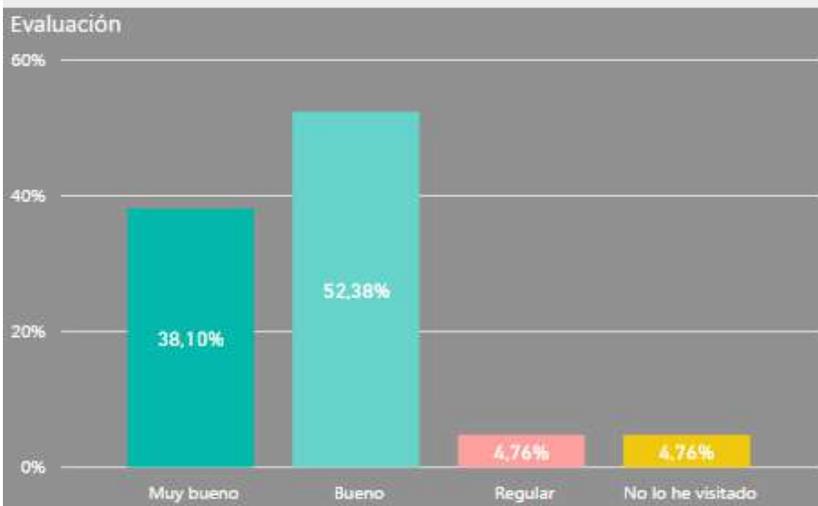


El Reportero

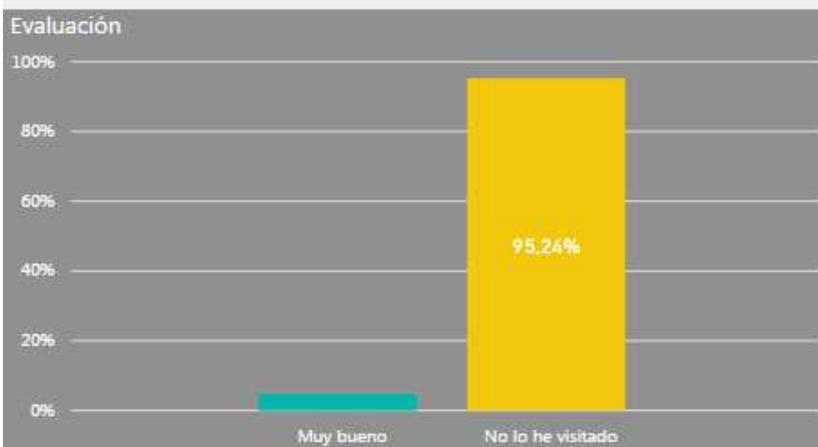
Cesantías: resultados encuesta – Canales Presenciales

Número de encuestados
20

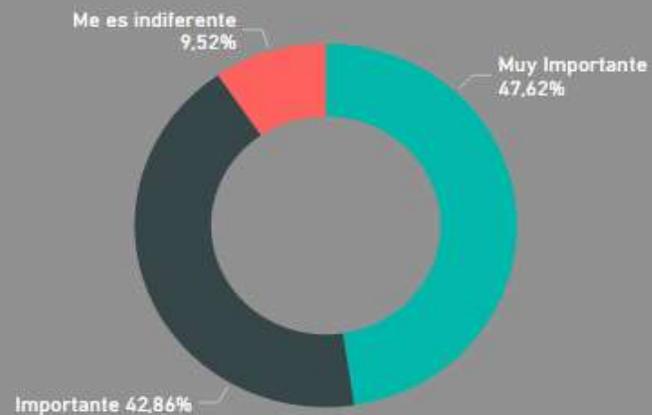
Canales Presenciales - Facilidad de acceso (Oficina Principal)



Canales Presenciales - Facilidad de acceso (Super CADE)



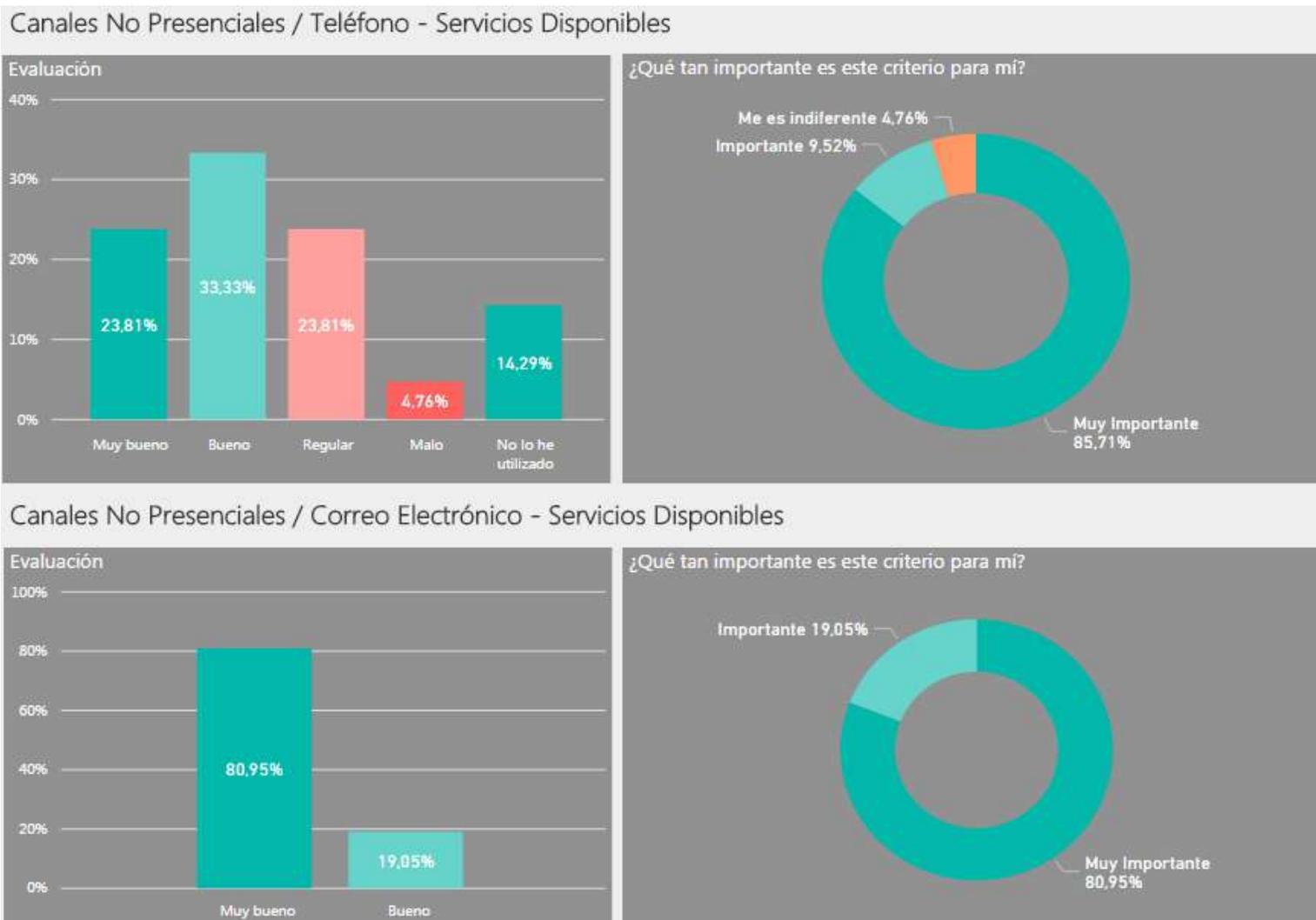
¿Qué tan importante es este criterio para mí?



El Reportero

Cesantías: resultados encuesta – Canales no Presenciales

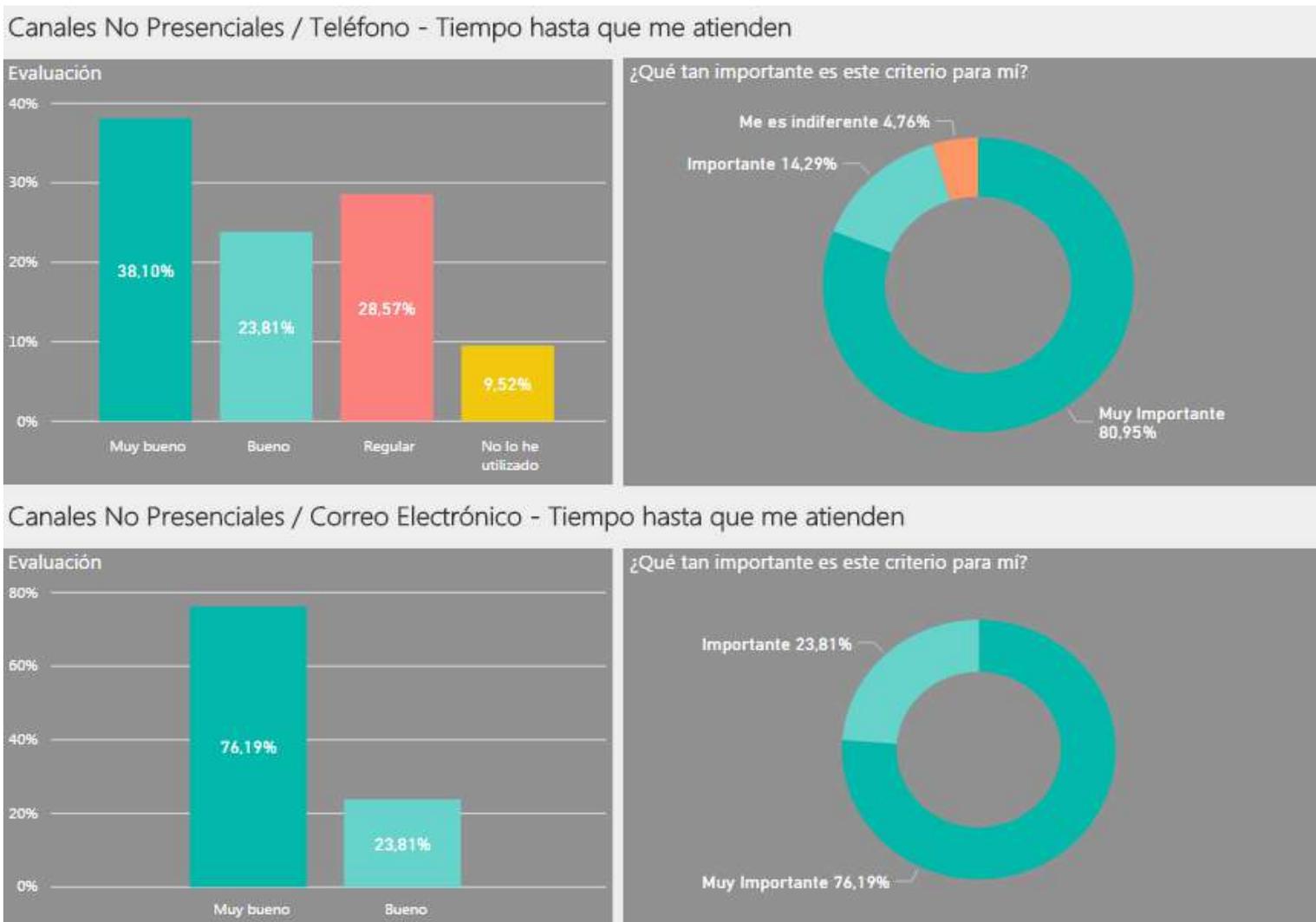
Número de encuestados
20



El Reportero

Cesantías: resultados encuesta – Canales no Presenciales

Número de encuestados
20

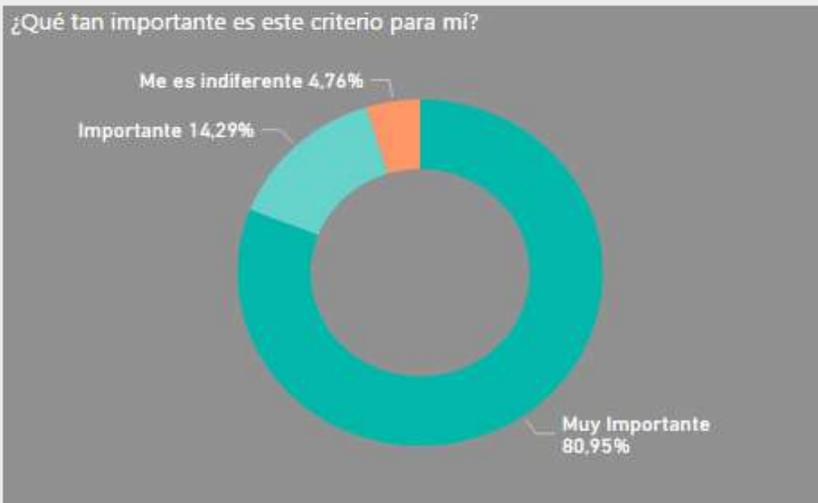
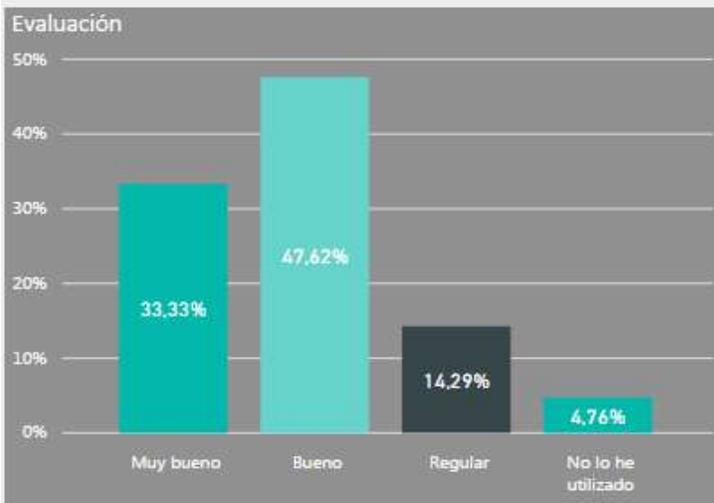


El Reportero

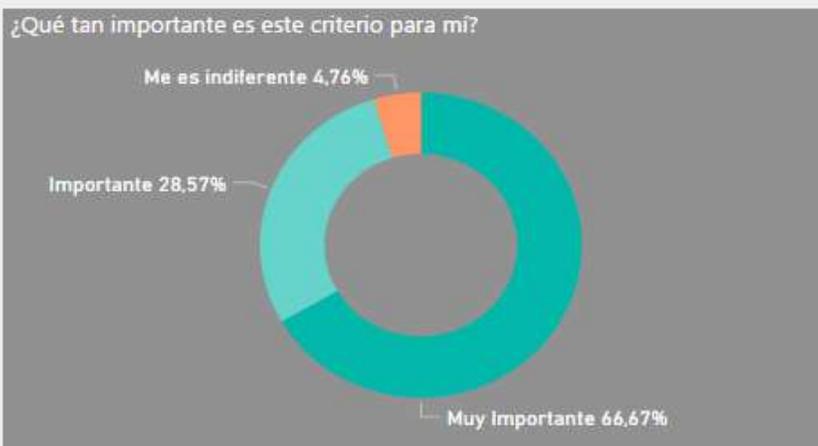
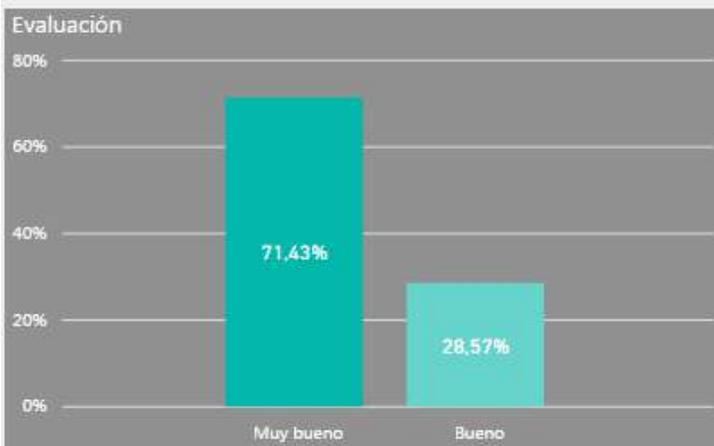
Cesantías: resultados encuesta – Canales no Presenciales

Número de encuestados
20

Canales No Presenciales / Teléfono - Horario de atención



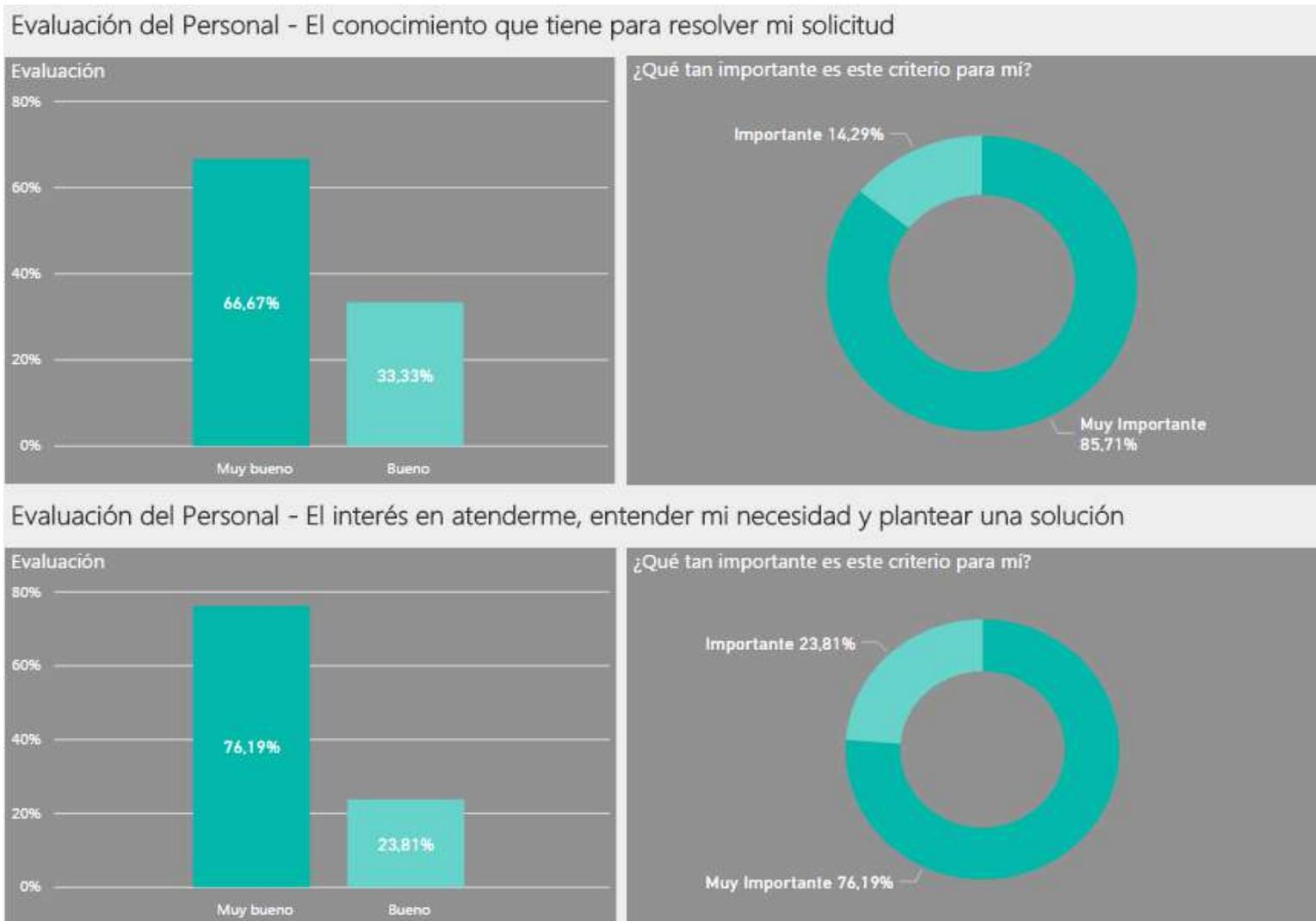
Canales No Presenciales / Correo Electrónico - Horario de atención



El Reportero

Cesantías: resultados encuesta – Canales no Presenciales

Número de encuestados
20

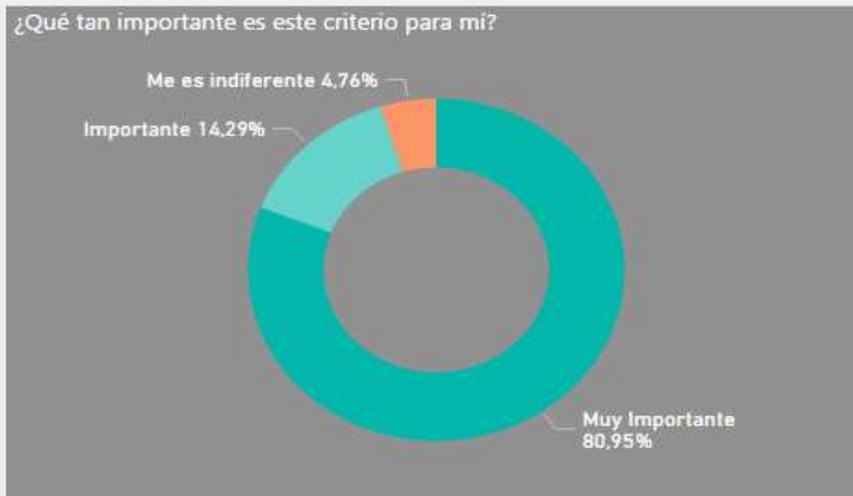


El Reportero

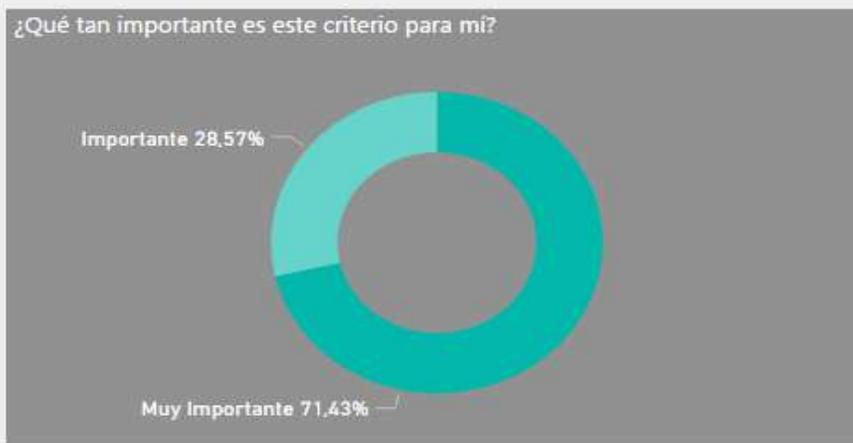
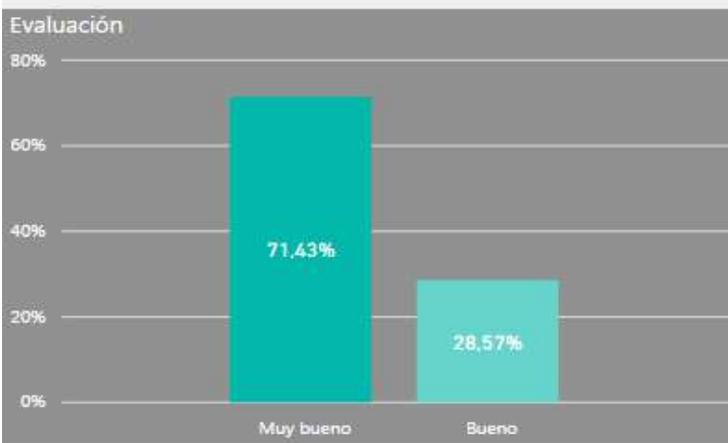
Cesantías: resultados encuesta – Canales no Presenciales

Número de encuestados
20

Evaluación del Personal - La calidad de la respuesta



Evaluación del Personal - El tiempo de respuesta

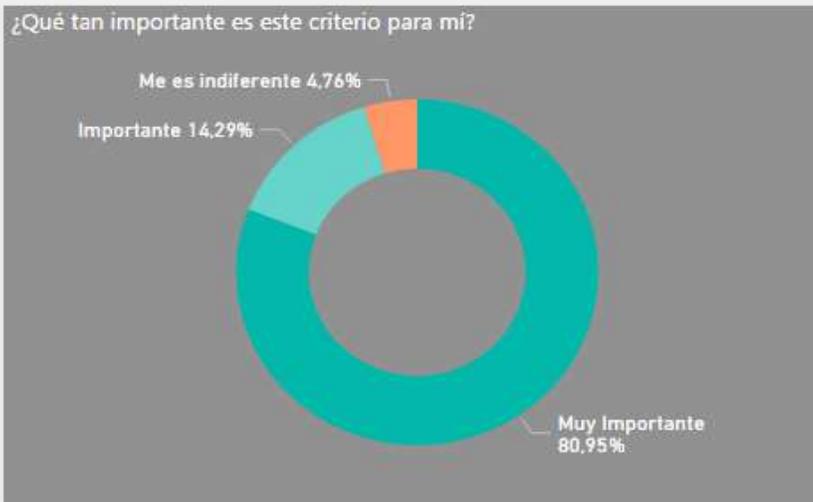
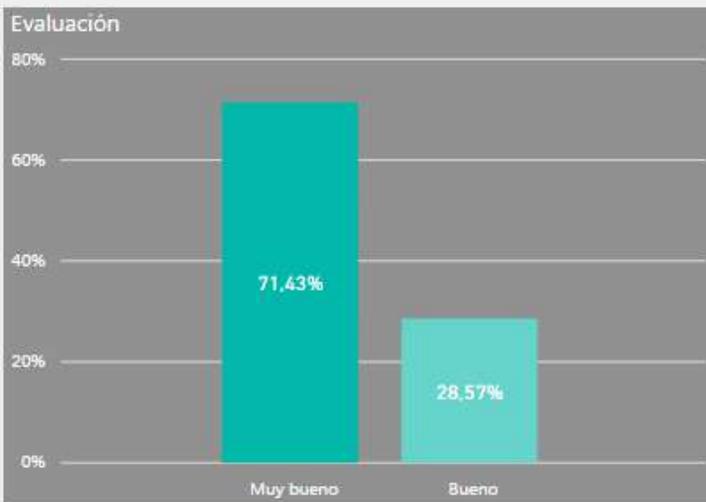


El Reportero

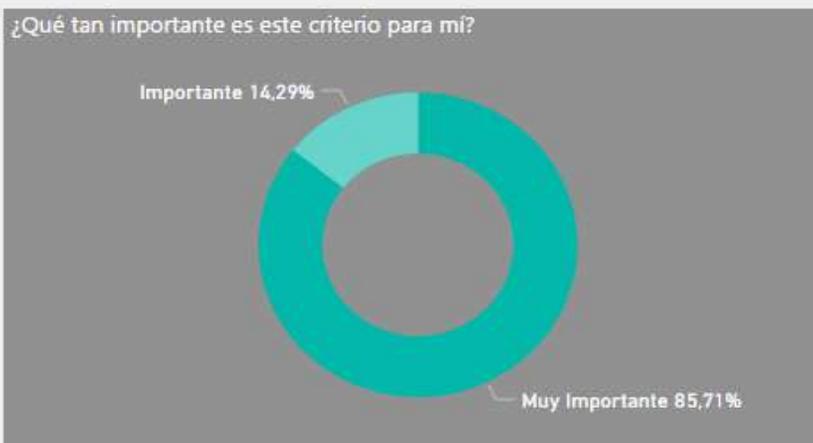
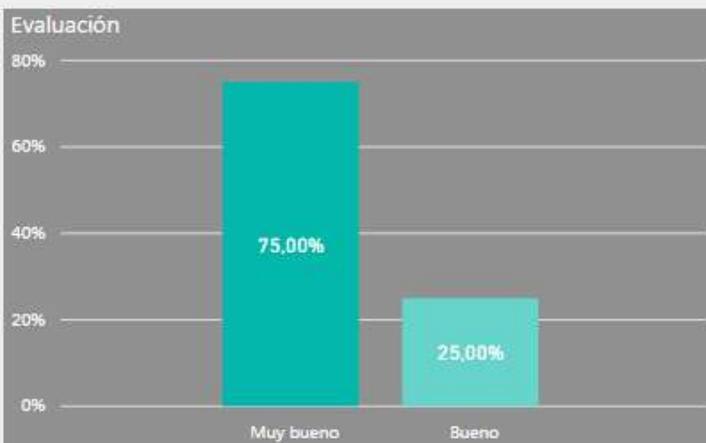
Cesantías: resultados encuesta – Canales no Presenciales

Número de encuestados
20

Evaluación del Personal - La claridad en el lenguaje



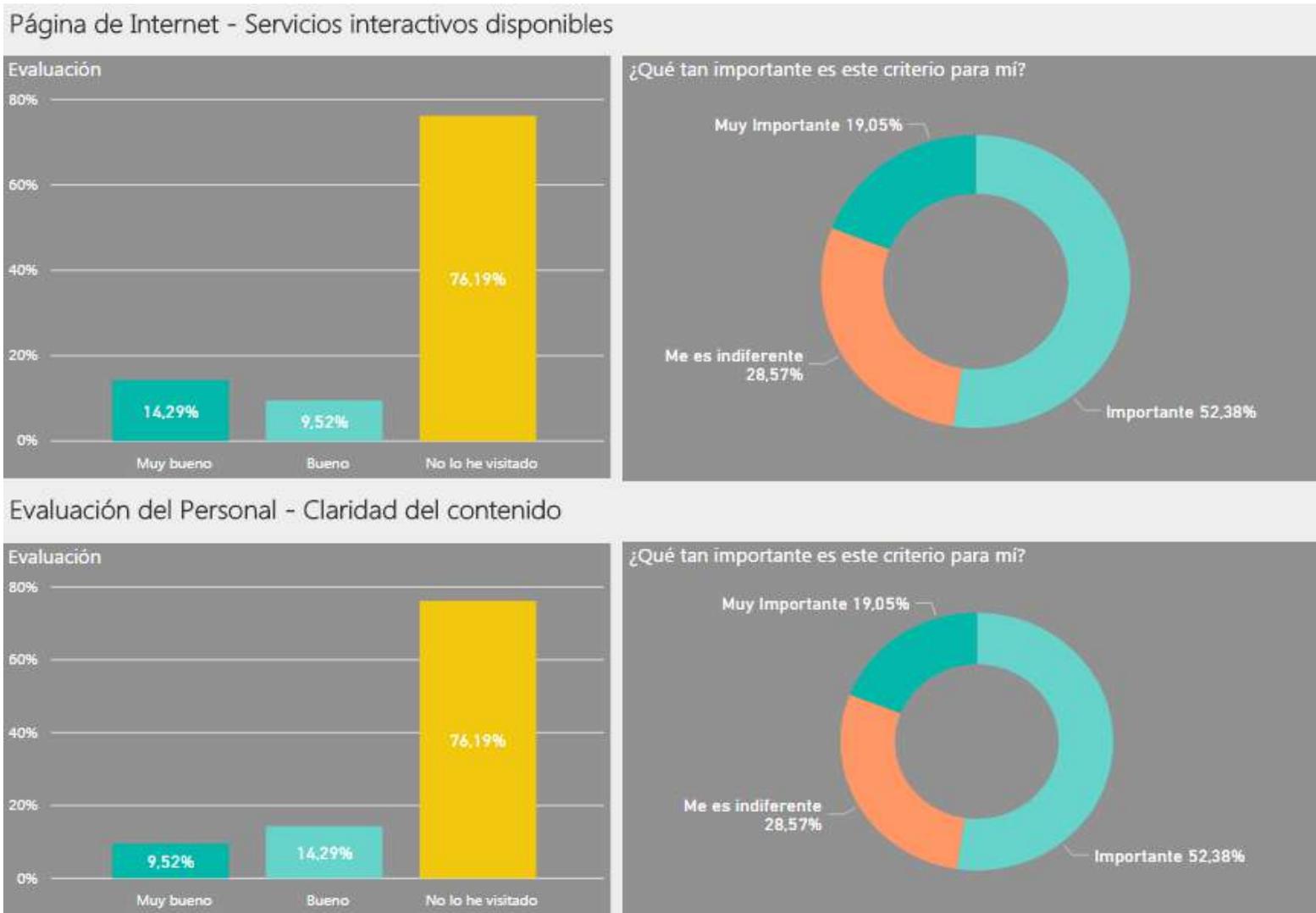
Evaluación del Personal - La agilidad en la atención



El Reportero

Cesantías: resultados encuesta – Canales no Presenciales

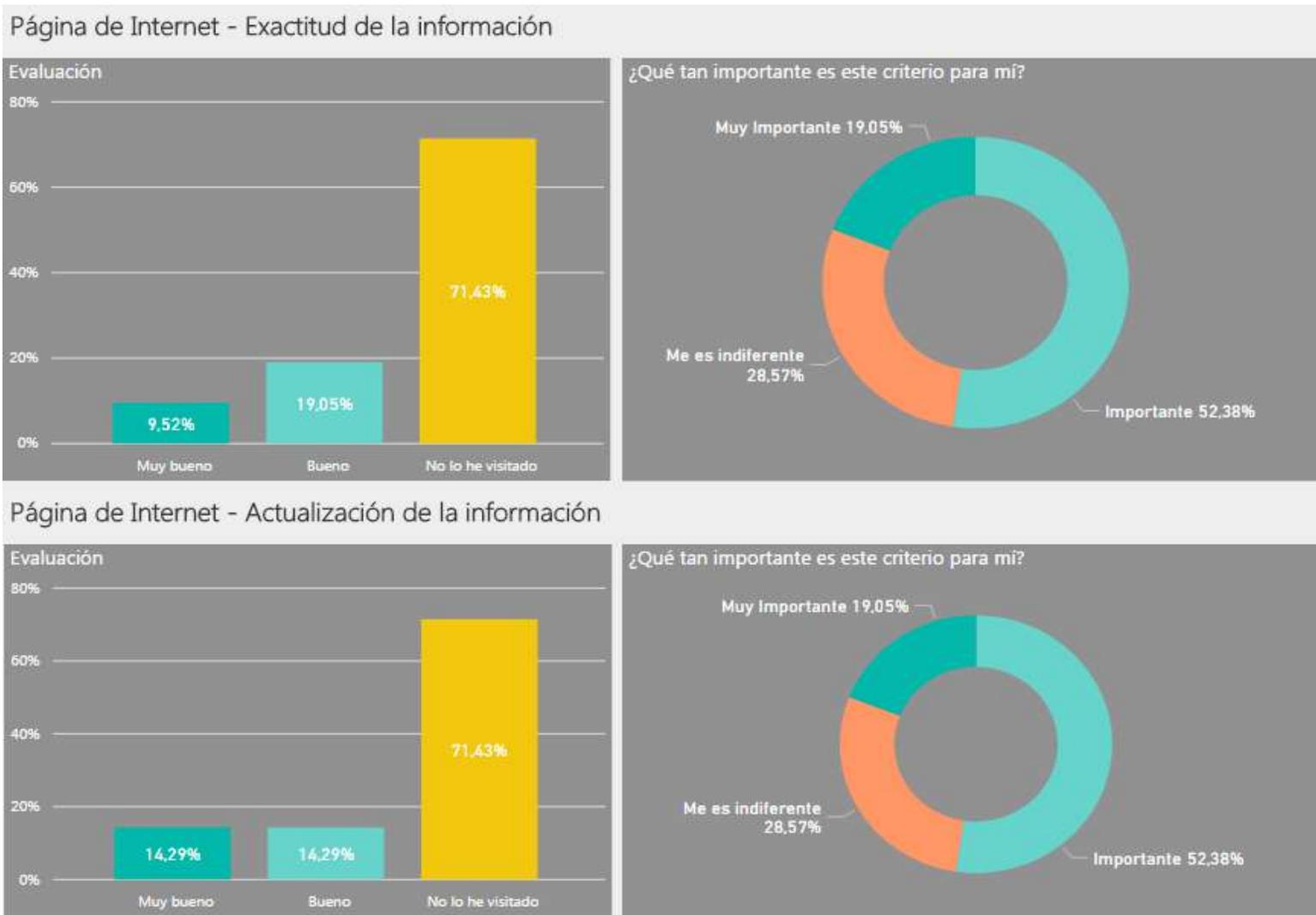
Número de encuestados
20



El Reportero

Cesantías: resultados encuesta – Canales no Presenciales

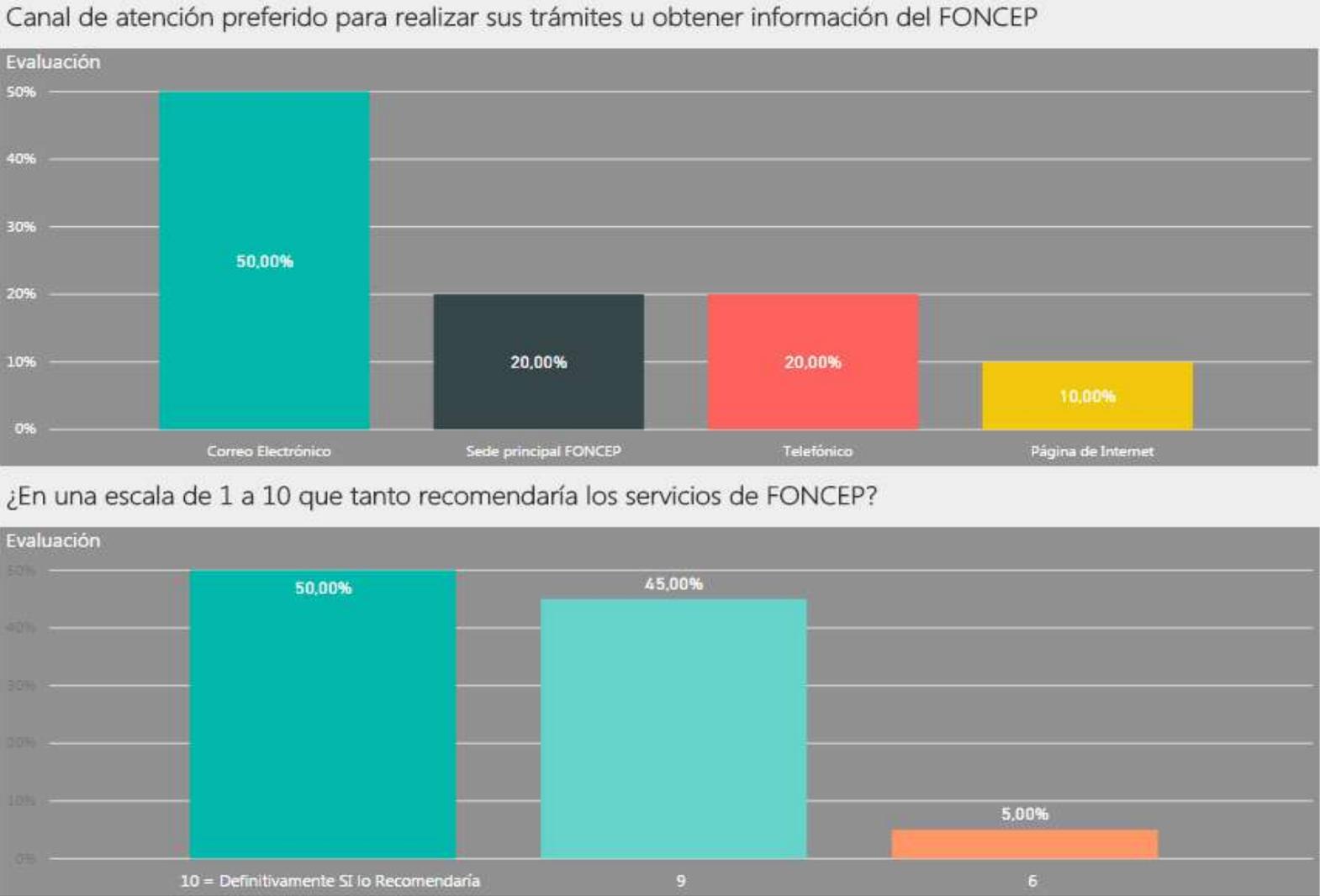
Número de encuestados
20



El Reportero

Cesantías: resultados encuesta – Canales no Presenciales

Número de encuestados
20



El Reportero

Cesantías: ¿Cuál ha sido la MEJOR EXPERIENCIA con el FONCEP?

La atención
respetuosa y ágil
de sus servidores

Agilidad en el
tiempo de
respuesta para el
pago de las
cesantías

La calidad humana
de los servidores
públicos y la
oportuna
respuesta



La disposición de
servicio y
conocimiento de
los funcionarios

Cesantías: ¿Cuál ha sido la PEOR EXPERIENCIA con el FONCEP?

Cuando me regresan documentos de trámites de cesantías

A la fecha no se ha presentado

Cuando no atienden a tiempo la llamada telefónica

No la he tenido hasta la fecha





Caracterización de los grupos de valor

3.3.2 Entidades-Bonos Pensionales
El reportero-resultados encuestas



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

**BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS**

Bonos Pensionales: resultados encuesta - Frecuencia y canal

Número de encuestados
4

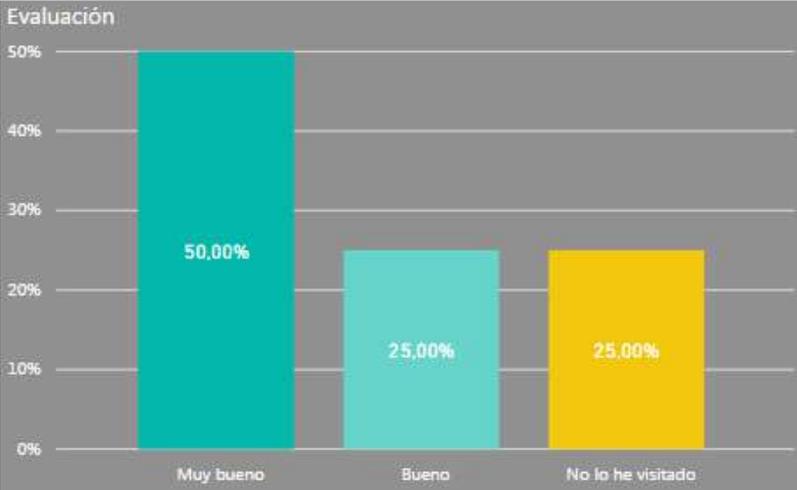


El Reportero

Bonos Pensionales: resultados encuesta - canales presenciales

Número de encuestados
4

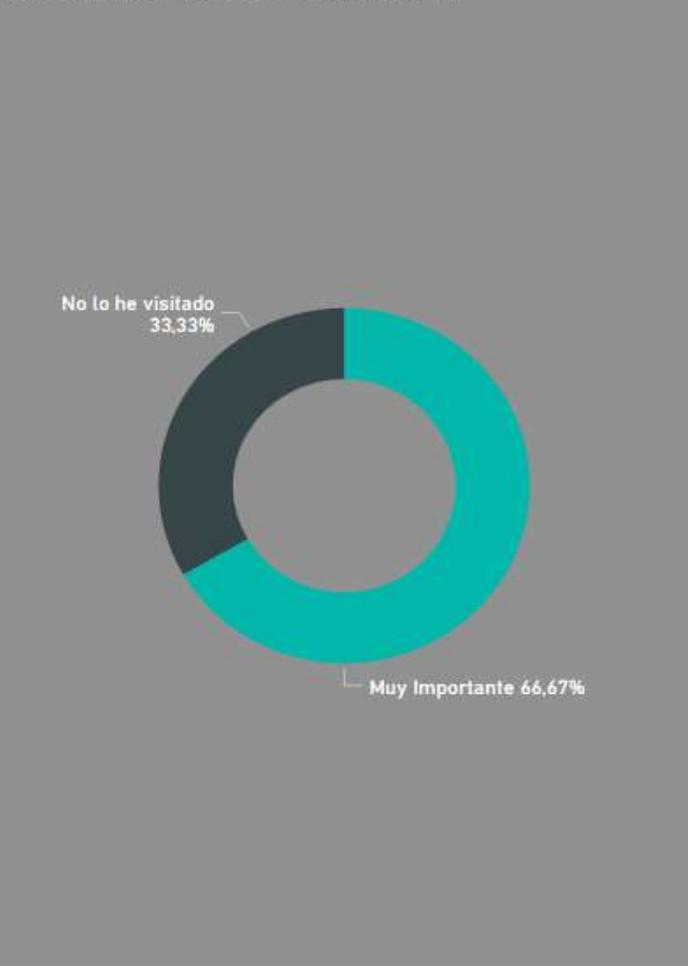
Canales Presenciales - Facilidad de acceso (Oficina Principal)



Canales Presenciales - Facilidad de acceso (Super CADE)



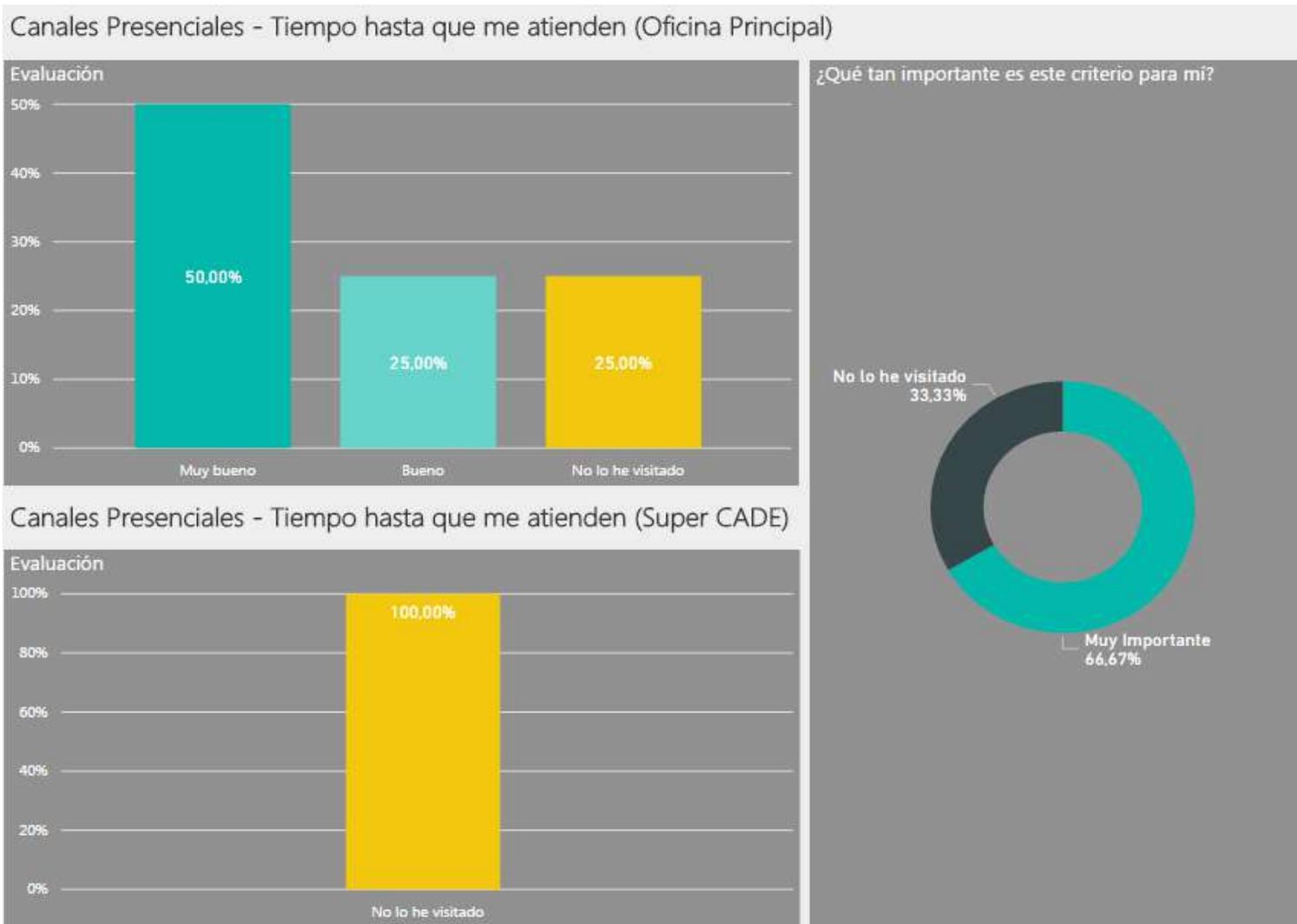
¿Qué tan importante es este criterio para mí?



El Reportero

Bonos Pensionales: resultados encuesta – canales presenciales

Número de encuestados
4

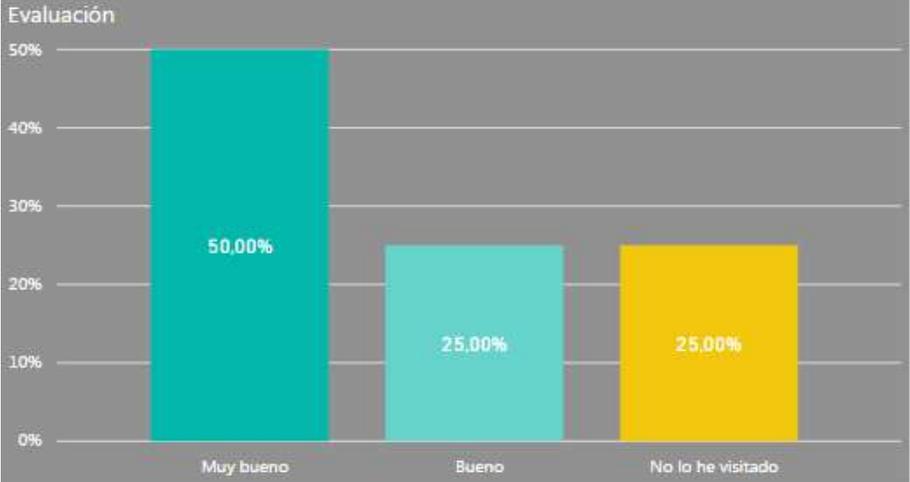


El Reportero

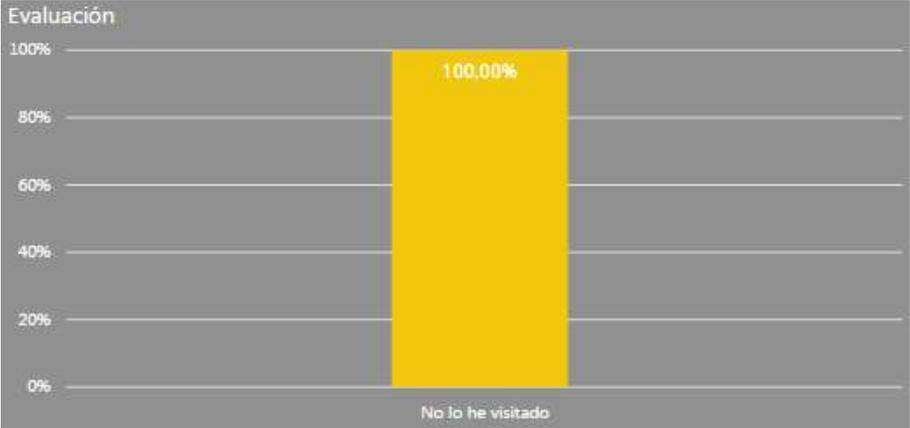
Bonos Pensionales: resultados encuesta - canales presenciales

Número de encuestados
4

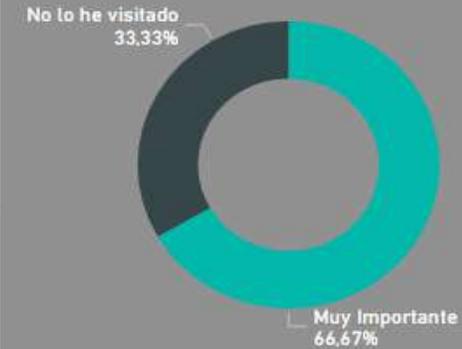
Canales Presenciales - Horario de Atención (Oficina Principal)



Canales Presenciales - Horario de Atención (Super CADE)



¿Qué tan importante es este criterio para mí?



El Reportero

Bonos Pensionales: resultados encuesta - canales no presenciales

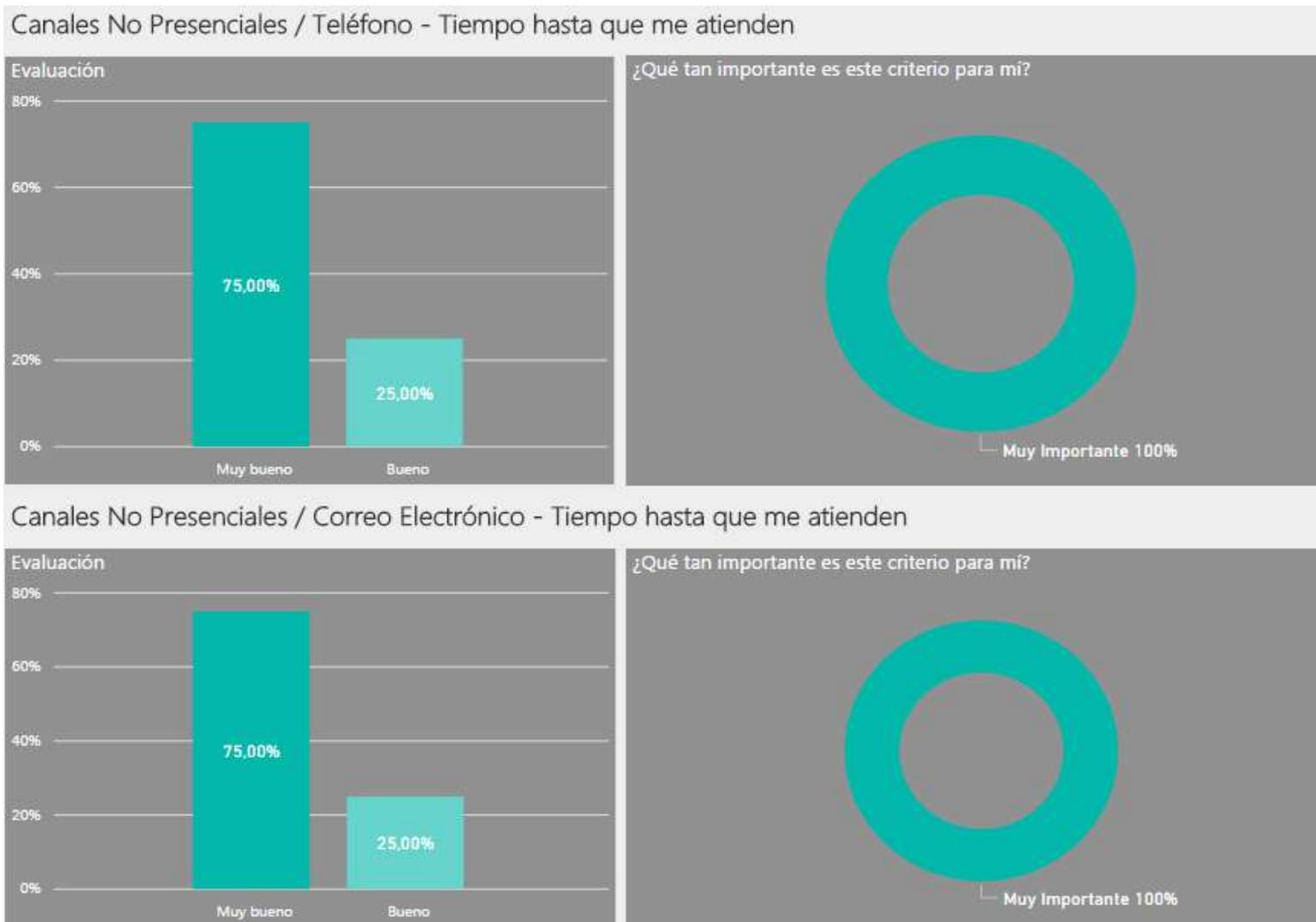
Número de encuestados
4



El Reportero

Bonos Pensionales: resultados encuesta - canales no presenciales

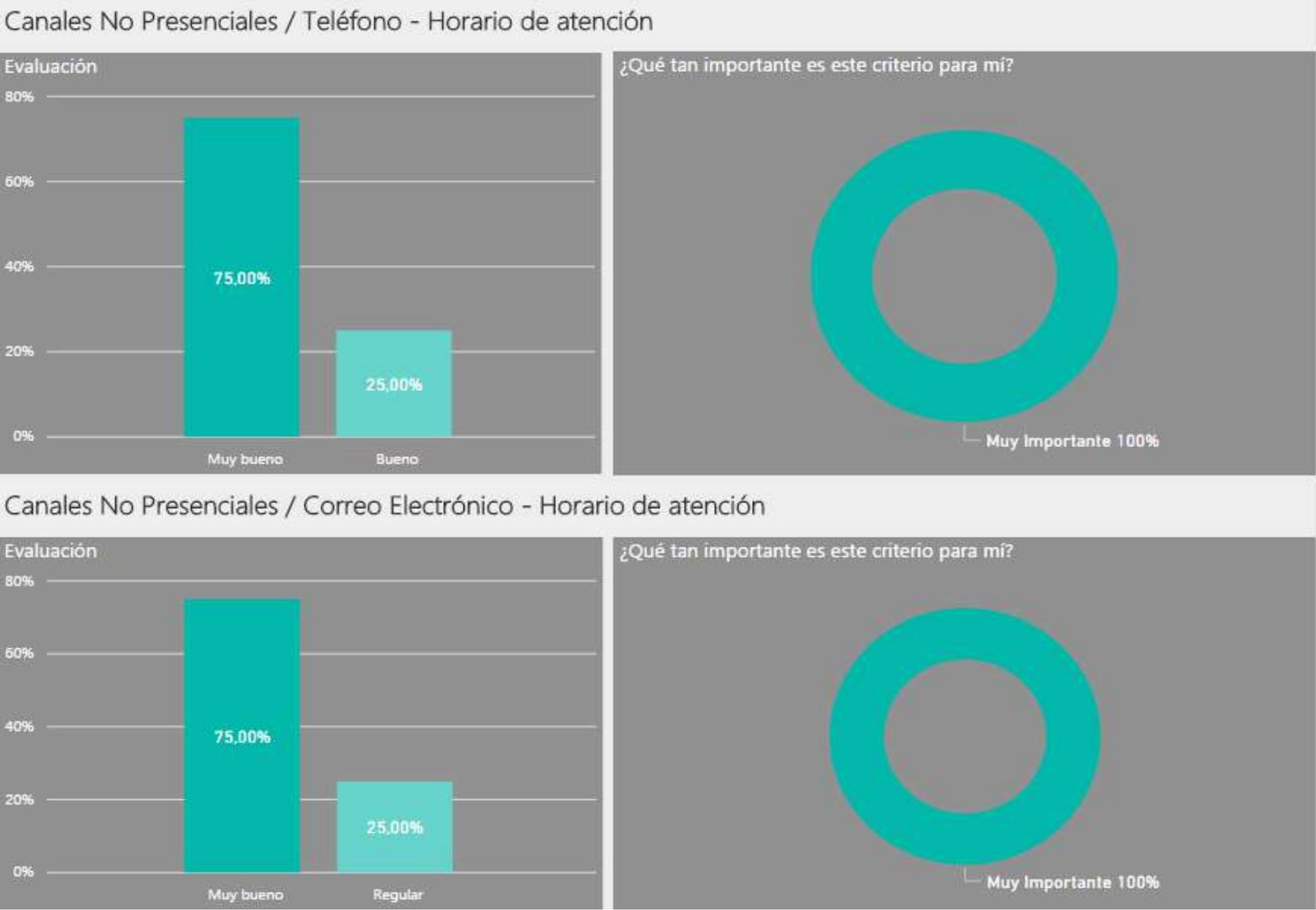
Número de encuestados
4



El Reportero

Bonos Pensionales: resultados encuesta - canales no presenciales

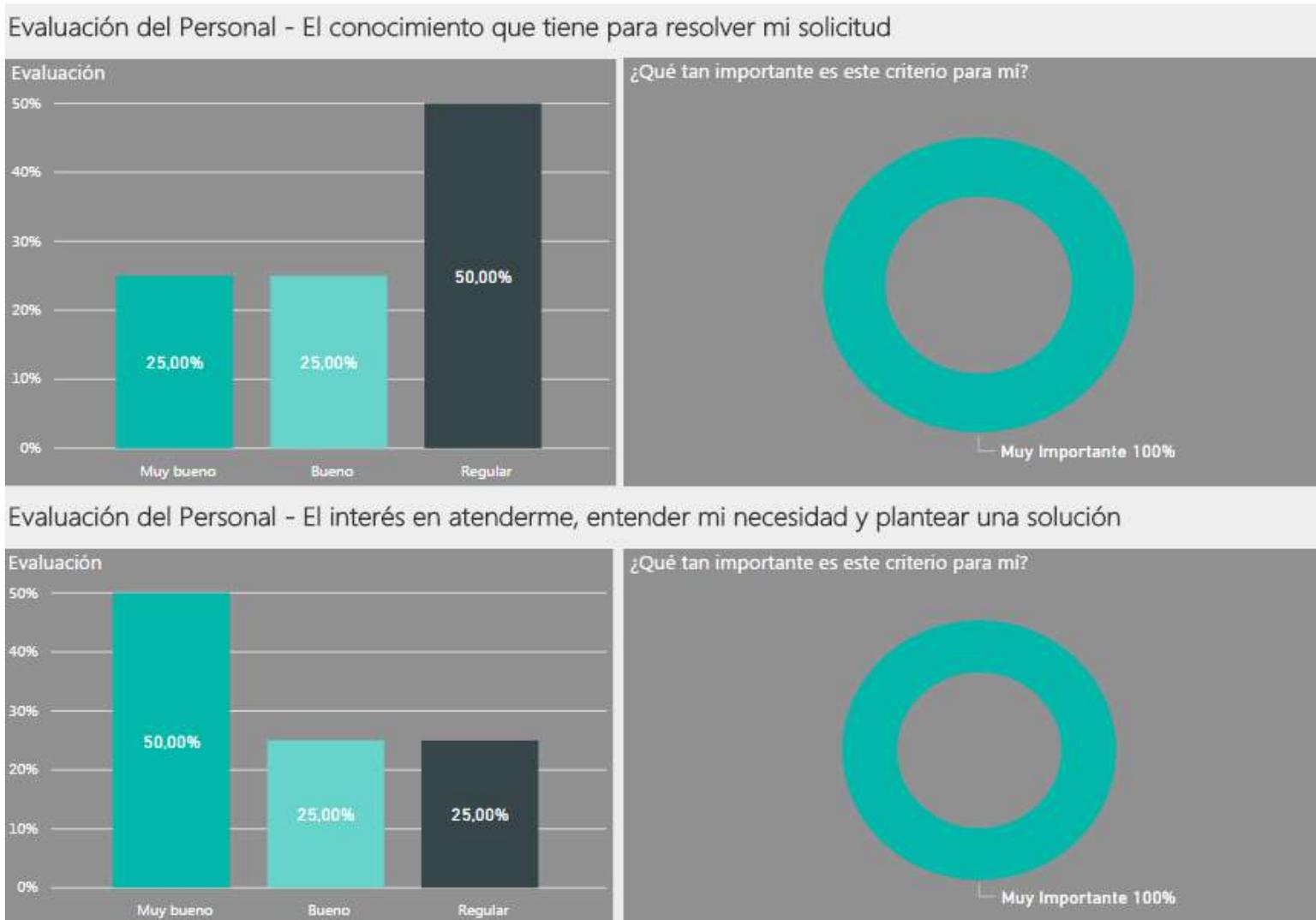
Número de encuestados
4



El Reportero

Bonos Pensionales: resultados encuesta - canales no presenciales

Número de encuestados
4



El Reportero

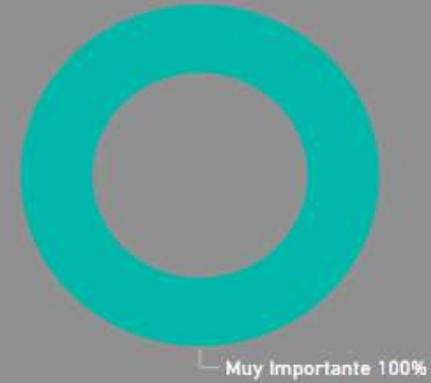
Bonos Pensionales: resultados encuesta - canales no presenciales

Número de encuestados
4

Evaluación del Personal - La claridad en el lenguaje



¿Qué tan importante es este criterio para mí?



Evaluación del Personal - La agilidad en la atención



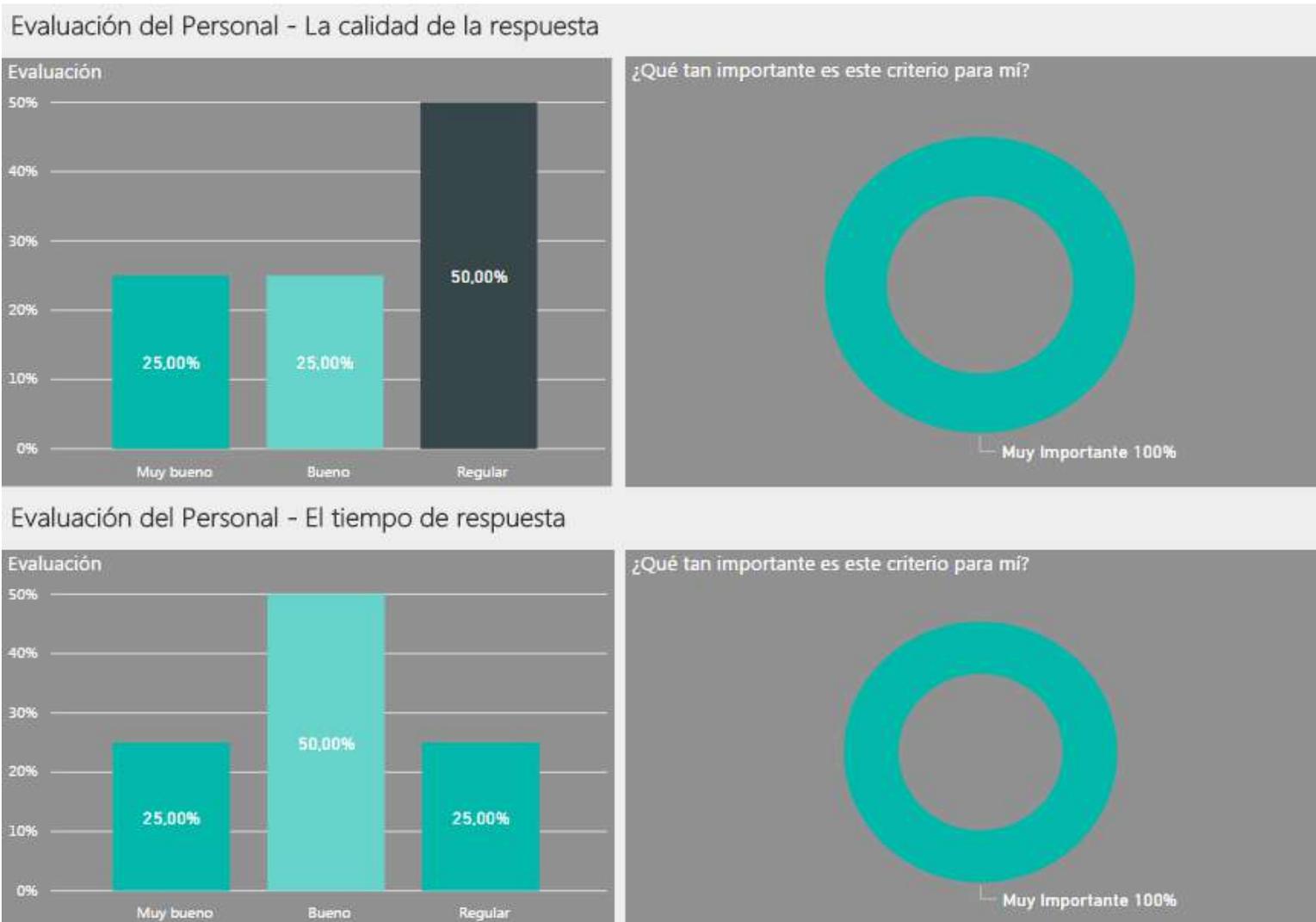
¿Qué tan importante es este criterio para mí?



El Reportero

Bonos Pensionales: resultados encuesta - canales no presenciales

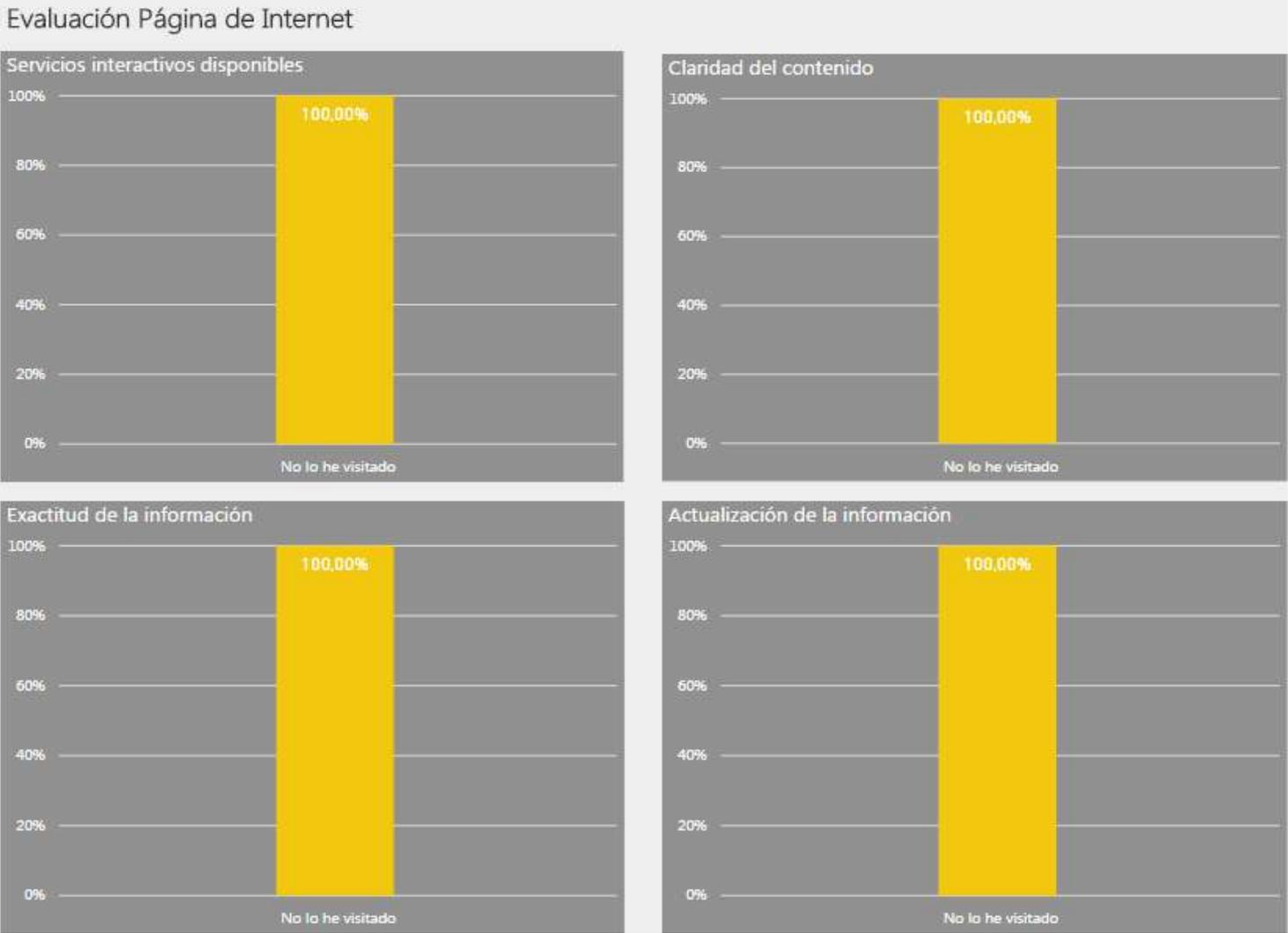
Número de encuestados
4



El Reportero

Bonos Pensionales: resultados encuesta - canales no presenciales

Número de encuestados
4



El Reportero

¿Cuál ha sido la MEJOR EXPERIENCIA – PORVENIR Y COLFONDOS?

“Habilitar los canales y nueva disposición para atender en esta administración”



“Desde que Zulma llegó, cambió la cara de la entidad. Ella funciona...”

¿Cuál ha sido la PEOR EXPERIENCIA – PORVENIR Y COLFONDOS?

“El funcionamiento de hace dos años, respuestas que no son respuestas. Exceso de ritualismo”

“Se reciben muchos requerimientos, más del 50% es reconstrucción. Para eso nunca se recibía respuesta, se acumularon muchas solicitudes y las respuestas son demoradas por tanto comunicado formal y termina habiendo mucho reprocesos.”

“Habilitar los canales electrónicos es clave. Una expedición de un bono que por lo general se demora 1 mes, se esta tomando más de 3 meses.”





Caracterización de los grupos de valor

3.3.3 Entidades
Resultados segmentación



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

**BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS**

De acuerdo a las variables definidas la segmentación tipo de procesos, para Bonos y Cuotas partes identificamos 3 segmentos (1/4)

Bonos	4 entidades	<ul style="list-style-type: none"> • Porvenir • Colfondos 	<ul style="list-style-type: none"> • Old Mutual • Protección
Bonos y Cuotas Parte	2 entidades	<ul style="list-style-type: none"> • Colpensiones 	<ul style="list-style-type: none"> • Fonprecon
Cuotas Parte por Pagar y por Cobrar	> de 99 MM de UVR, ubicadas en Bogotá - 5 entidades	<ul style="list-style-type: none"> • Fiduciaria La Previsora S.A.-Fondo Prestacional del Magisterio • Instituto de Seguro Social • Gobernación de Cundinamarca - Fondo de Pensiones Publicas 	<ul style="list-style-type: none"> • Empresa Colombiana de Petróleos - Ecopetrol • Fondo de Pasivo Social - Ferrocarriles Nacionales de Colombia
	< de 99 MM de UVR, ubicadas en Bogotá - 22 entidades	<ul style="list-style-type: none"> • Empresa de Telecomunicaciones de Bogotá - ETB • Ministerio de Tecnologías de La Información Y Las Comunicaciones - CAPRECOM • Superintendencia Financiera de Colombia - CAPRESUB • Ministerio de defensa Nacional • Servicio Nacional de Aprendizaje - Sena • Empresa de Acueducto Y Alcantarillado de Bogotá E.S.P. • Superintendencia de Notariado Y Registro • Superintendencia de Sociedades • Fiduprevisora Patrimonio Autónomo de Remanentes de La Caja Agraria En Liquidación • Ministerio de Comercio Industria Y Turismo . IFI Concesión Salinas • Banco de La Republica 	<ul style="list-style-type: none"> • Fiduciaria Colombiana de Comercio Exterior S.A. FIDUCOLDEX Patrimonio Autónomo IFI Pensiones • Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca "CAR" • Banco Popular S.A. • UGPP • Hospital Militar Central • Ministerio de Ambiente, Vivienda Y desarrollo Territorial - INDERENA • Caja de Sueldos de Retiro de La Policía Nacional • Industria Militar INDUMIL • Banco Cafetero En Liquidación • Ministerio de Transporte • Caja de Retiro de Las Fuerzas Militares

De acuerdo a las variables definidas la segmentación tipo de procesos, para Bonos y Cuotas partes identificamos 3 segmentos (2/4)

Cuotas Parte por Pagar y Cobrar

< de 99 MM de UVR, ubicadas fuera de Bogotá - 19 entidades

- Universidad Industrial de Santander
- Universidad del Valle
- Gobernación del Valle del Cauca
- Gobernación de Norte de Santander - Fondo Territorial de Pensiones
- Gobernación del Caquetá - Fondo Territorial de Pensiones
- Municipio de Manizales - Fondo Territorial de Pensiones
- Interconexión Eléctrica S.A. E.S.P.
- Pensiones de Antioquia
- Gobernación de Antioquia
- Alcaldía de Medellín
- Gobernación del Huila - Fondo Territorial de Pensiones
- Gobernación de Nariño-fondo Territorial de Pensiones
- Universidad de Nariño
- Universidad del Cauca
- Gobernación de Boyacá
- Gobernación del Cesar
- Gobernación del Meta - Fondo Territorial de Pensiones
- Gobernación del Tolima - Fondo Territorial de Pensiones
- Gobernación de Casanare - Fondo Territorial de Pensiones

Cuotas Parte por Cobrar

> de 39 MM de UVR, ubicadas en Bogotá - 5 entidades

- Caja Nacional de Previsión Social EICE
- Caja de Previsión Social de Comunicaciones - Caprecom
- Empresa de Energía de Bogotá S.A. E.S.P.
- Patrimonio Autónomo Fondo de Prestaciones Sociales del Magisterio
- Ministerio de Agricultura

< de 39 MM de UVR, ubicadas en Bogotá - 10 entidades

- ESE Luis Carlos Galán Sarmiento (Fiduprevisora)
- Caja de Previsión de La Universidad Nacional
- Universidad Nacional de Colombia
- Policía Nacional
- Caja de Previsión Social de La Universidad Nacional
- Caja de Crédito Agrario Industrial Y Minero En Liquidación
- Patrimonio Autónomo de Remanentes de La Caja Agraria En Liquidación
- Universidad Distrital Francisco José de Caldas
- Financiera de desarrollo Nacional
- Empresa de Energía de Cundinamarca S.A. E.S.P.

De acuerdo a las variables definidas la segmentación tipo de procesos, para Bonos y Cuotas partes identificamos 3 segmentos (3/4)

Cuotas Parte por Cobrar

< de 99 MM de UVR, ubicadas fuera de Bogotá - 17

- Universidad del Quindío
- Gobernación del Atlántico
- Alcaldía de Bucaramanga
- Municipio de Santiago de Cali
- Alcaldía de Ibagué - Fondo Territorial de Pensiones
- Departamento de Caldas
- Universidad de Antioquia
- Municipio de Montenegro Quindío
- Departamento del Huila
- Alcaldía de Neiva
- Municipio de Ortega - Tolima
- Departamento de Nariño
- Departamento del Cauca
- Gobernación del Vichada
- Departamento de La Guajira
- Municipio de Tabio Cundinamarca
- Alcaldía de Villavicencio

Cuotas Parte por Pagar

> de 990 MM de UVR, ubicadas en Bogotá- 5 entidades

- Ministerio de Agricultura - Instituto Colombiano de Reforma Agraria INCORA En Liquidación
- Empresa de Energía Eléctrica de Bogotá
- Fondo de Pensiones Publicas de Cundinamarca
- Porvenir
- P Y D - CORPOR.Nal.de Turismo
- E.S.E. Luis Carlos Galán Sarmiento - Fiduprevisora

< de 990 MM de UVR, ubicadas en Bogotá - 7 entidades

- Ministerio de Minas Y Energía
- Carbones de Colombia "Carbocol En Liquidación"
- La Previsora S.A. Compañía de Seguros
- Prosocial
- Caja Promotora de Vivienda Militar
- Lotería de Bogotá
- Hotel Tequendama - San Diego

De acuerdo a las variables definidas la segmentación tipo de procesos, para Bonos y Cuotas partes identificamos 3 segmentos (4/4)

Cuotas Parte por Cobrar

< de 99 MM de UVR, ubicadas fuera de Bogotá - 20 entidades

- Universidad Industrial de Santander
- Universidad del Valle
- Gobernación del Valle del Cauca
- Gobernación de Norte de Santander - Fondo Territorial de Pensiones
- Gobernación del Caquetá - Fondo Territorial de Pensiones
- Municipio de Manizales - Fondo Territorial de Pensiones
- Interconexión Eléctrica S.A. E.S.P.
- Pensiones de Antioquia
- Gobernación de Antioquia
- Alcaldía de Medellín
- Gobernación del Huila - Fondo Territorial de Pensiones
- Gobernación de Nariño-fondo Territorial de Pensiones
- Universidad de Nariño
- Universidad del Cauca
- Gobernación de Boyacá
- Gobernación del Cesar
- Gobernación del Meta - Fondo Territorial de Pensiones
- Gobernación del Tolima - Fondo Territorial de Pensiones
- Gobernación de Casanare - Fondo Territorial de Pensiones

¿Cuál ha sido la MEJOR EXPERIENCIA – COLPENSIONES Y FONPRECON?

“Llegar a acuerdos en el pago de cuotas y que estos se cumplan”

“La nueva administración”

“Oportunidad en el pago de bonos”

“La disposición y gestión para poder solucionar la cartera”



¿Cuál ha sido la PEOR EXPERIENCIA – COLPENSIONES Y FONPRECON?

“Sentarse todo un mes para sacar los temas de cuotas que están pendientes”

“Más disponibilidad de ambas partes para conciliar”



“El desconocimiento en coactivo por parte de los abogados, que vienen de la anterior administración. La posición fue intransigente, reflejo desconocimiento y por eso los procesos los pierde FONCEP”



Caracterización de los grupos de valor

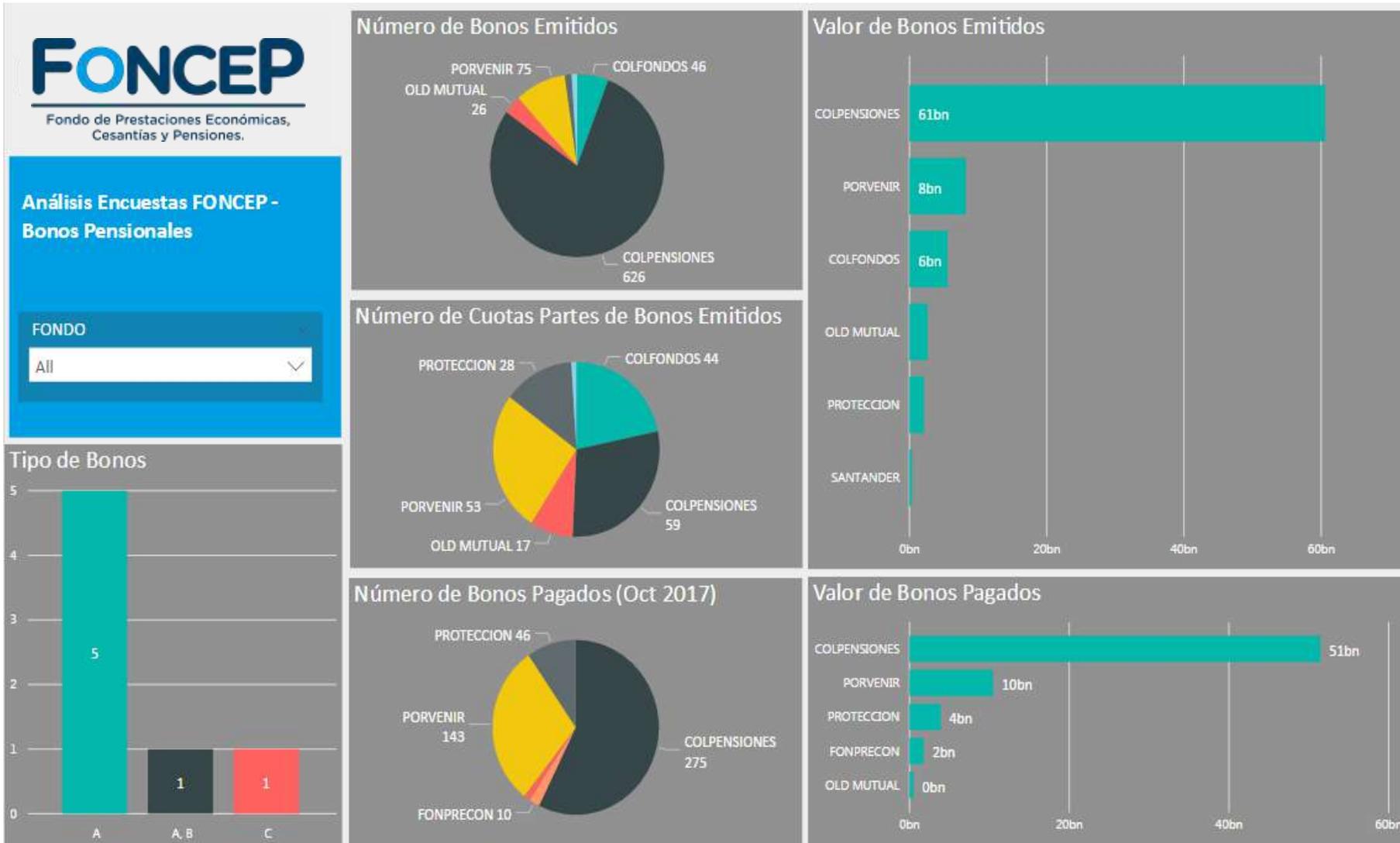
Análisis de datos Bonos Pensionales



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

**BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS**

Bonos Pensionales: Análisis de Información - Entidades





Caracterización de los grupos de valor

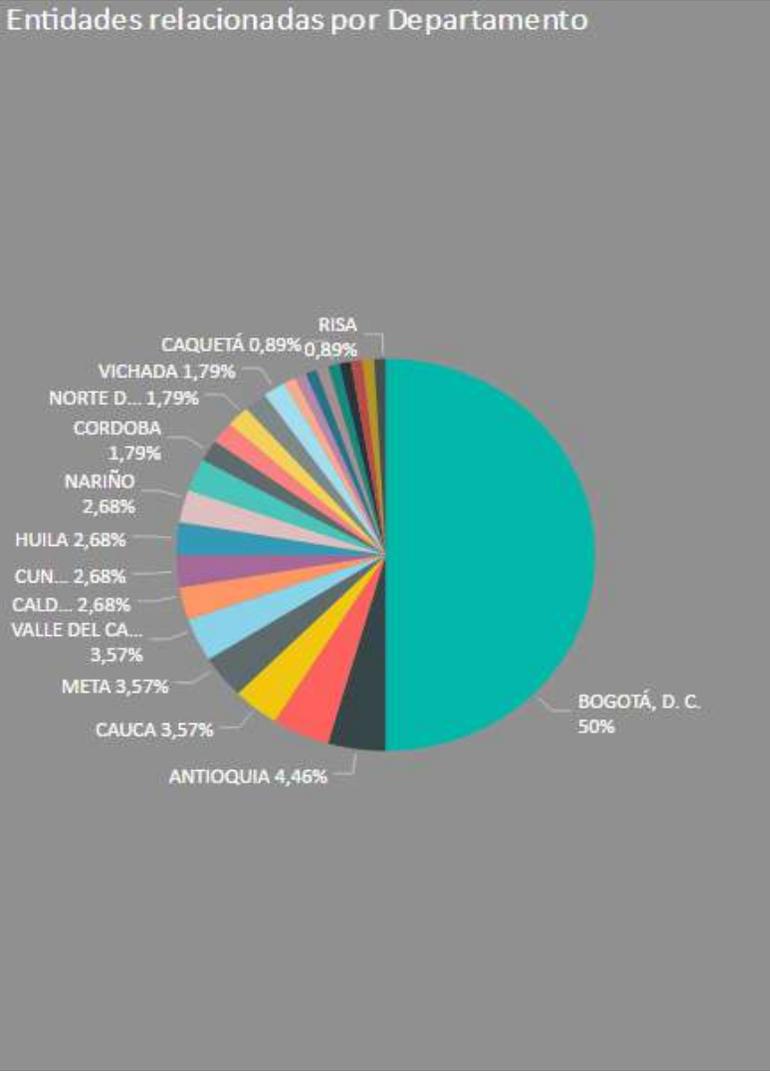
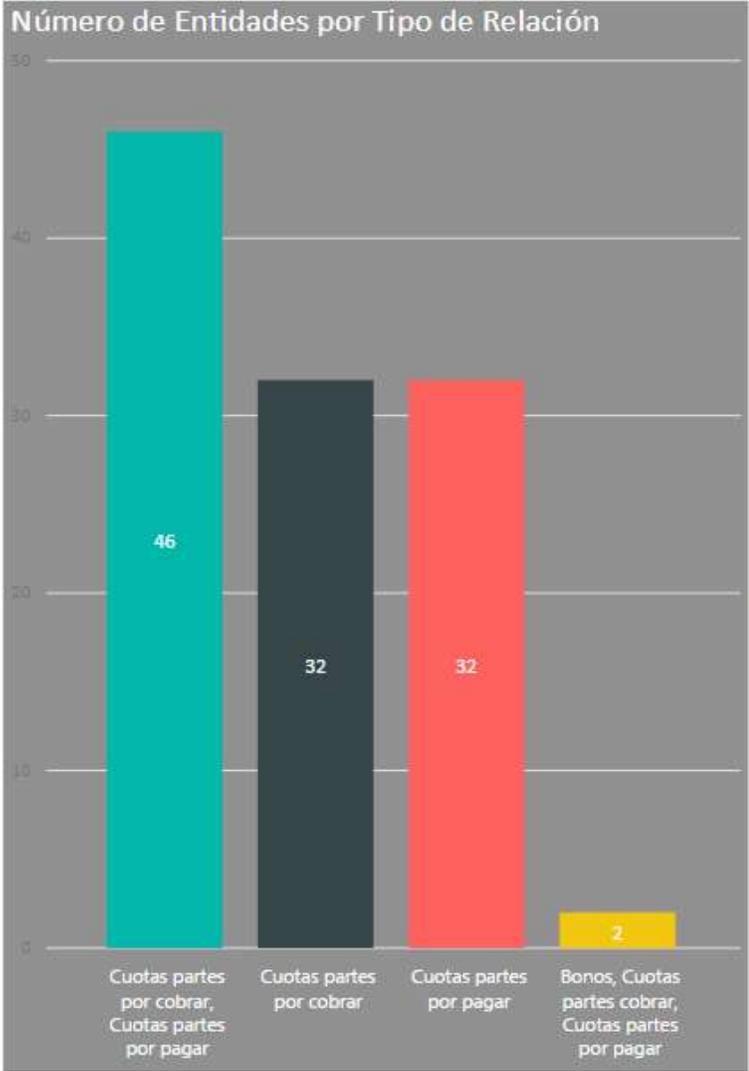
Análisis de datos cuotas partes



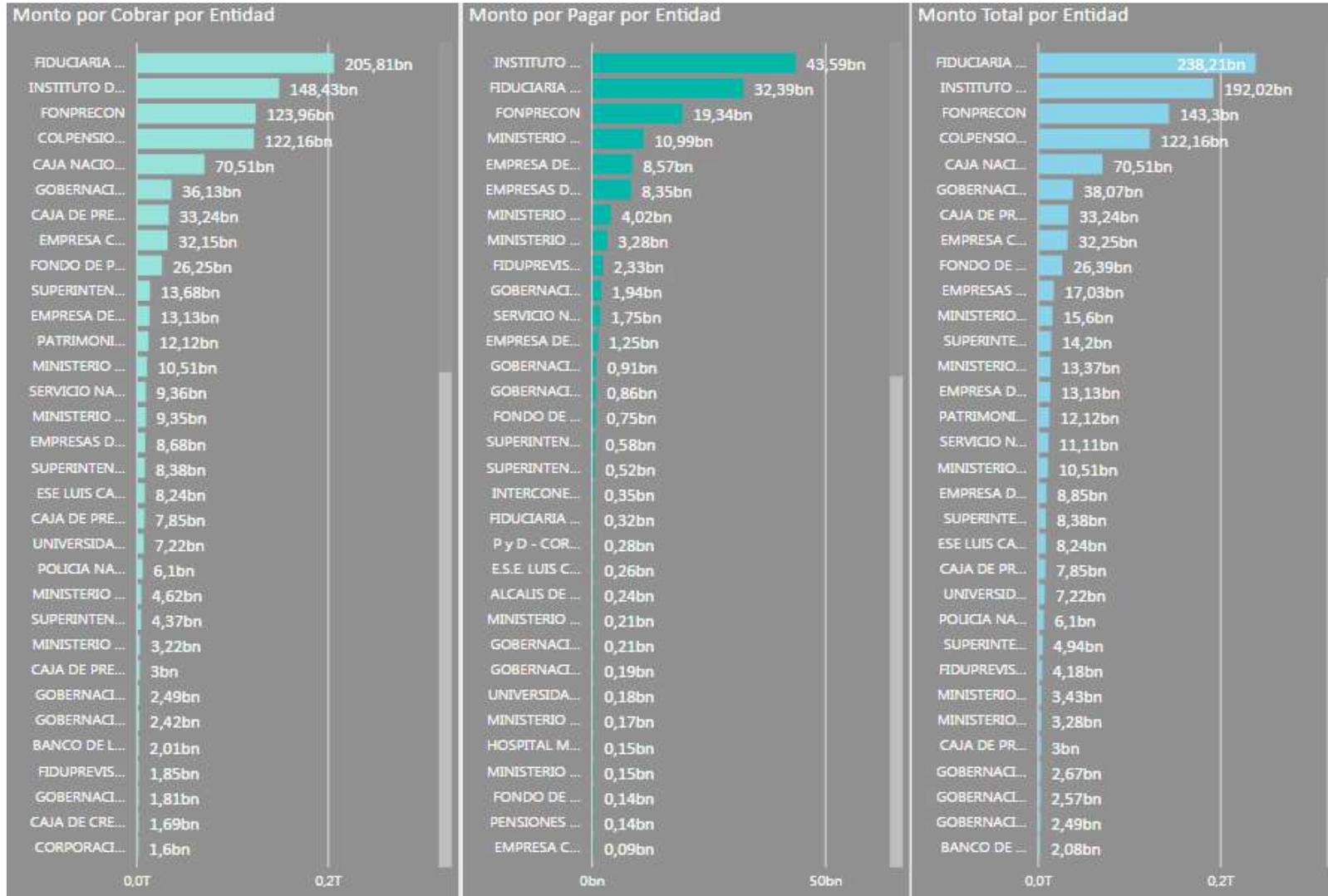
ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

**BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS**

Cuotas Partes: Análisis de Información – Entidades



Cuotas Partes: Análisis de Información – Entidades





Caracterización de los grupos de valor

Análisis de datos cesantías



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

**BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS**

Cesantías: Análisis de Información – Entidades

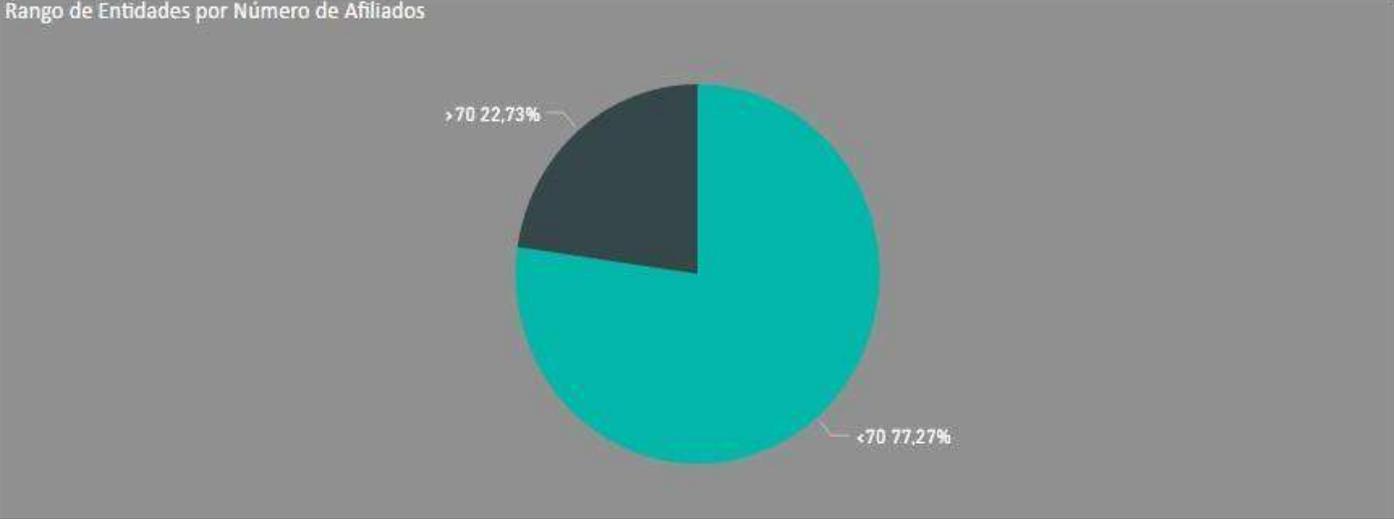
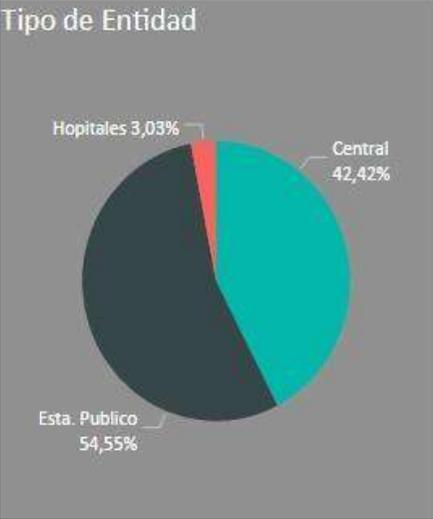
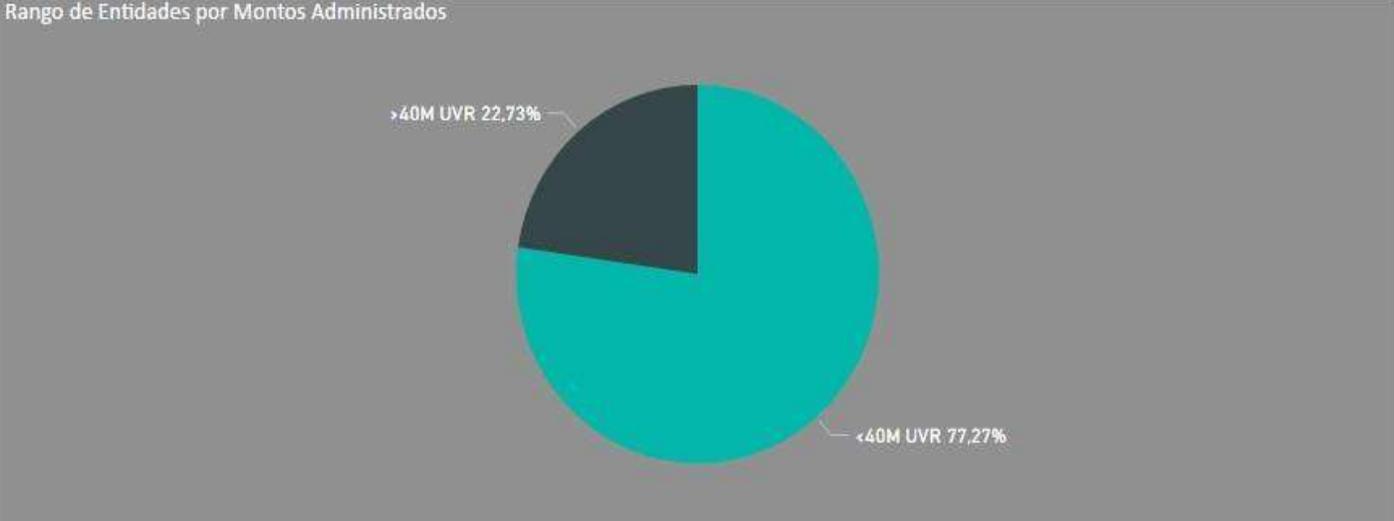
Análisis Encuestas FONCEP - Cesantías

TIPO DE ENTIDAD

All



Fondo de Prestaciones Económicas, Cesantías y Pensiones.





Caracterización de los grupos de valor

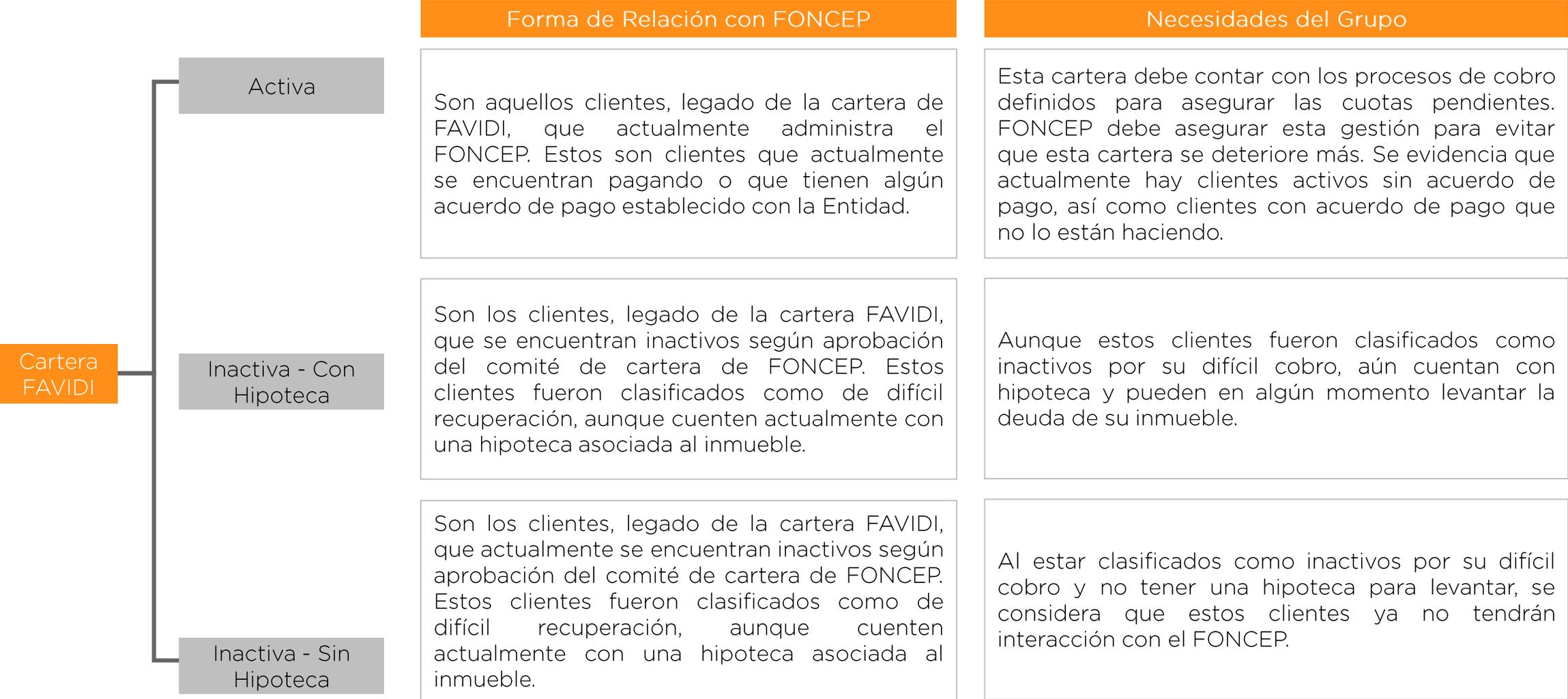
3.4 Cartera FAVIDI



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

**BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS**

Para el caso de cartera FAVIDI considerando la naturaleza de la relación, se plantea dividir a los clientes en los siguientes grupos





Caracterización de los grupos de valor

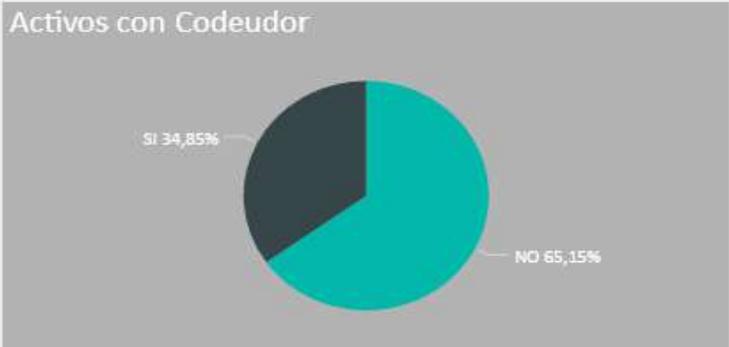
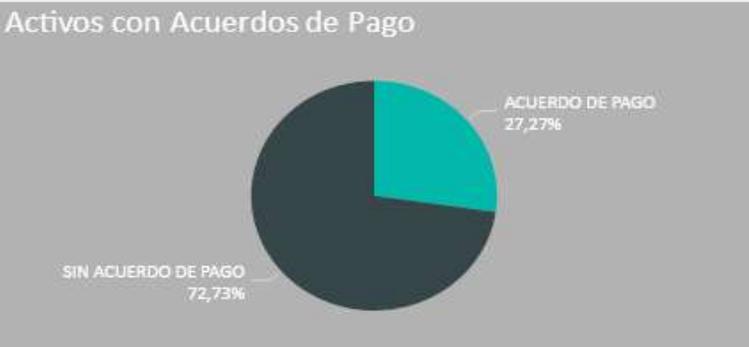
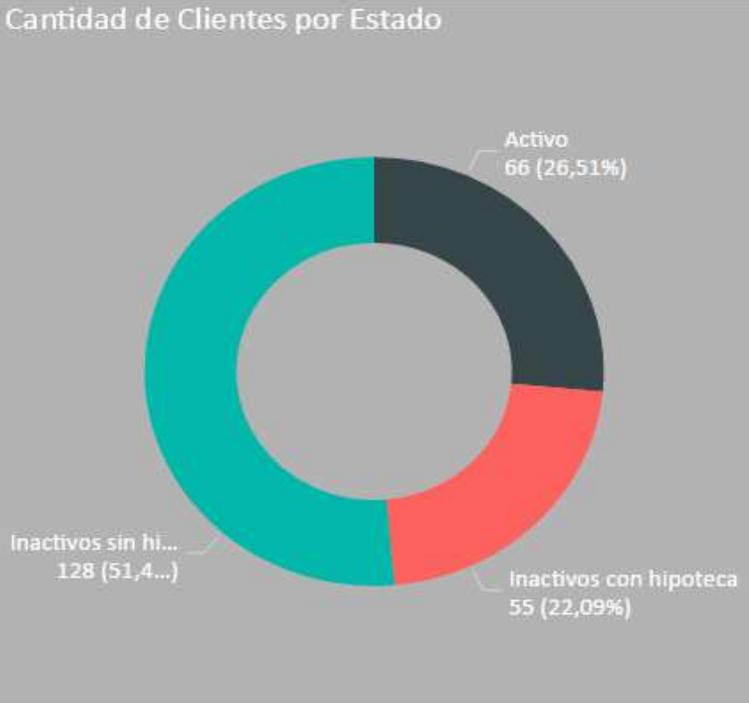
Análisis de datos cartera FAVIDI



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

**BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS**

Cartera FAVIDI: Análisis de la información disponible





Caracterización de los grupos de interés

3.5 Otros grupos de interés



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

**BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS**

Estos grupos de interés (*stakeholders*) hacen referencia a aquellos grupos que no tienen relación directa con los servicios de la Entidad, pero tienen interacción y debe ser identificada por el FONCEP (1/2)

Alcaldía

- Brinda lineamientos y directrices a nivel político, estratégico y de gestión para el funcionamiento del FONCEP, de acuerdo a la regulación y normatividad vigente, así como otras disposiciones para el tratamiento de los ciudadanos que interactúan con la Entidad.

Secretaría de Hacienda Distrital (SHD)

- Tiene la misión de gestionar recursos y distribuirlos entre los sectores de la Administración Distrital para cumplir con las metas establecidas en el Plan de desarrollo, bajo el principio de sostenibilidad fiscal. La relación principal entre el FONCEP y la Secretaría corresponde, principalmente, a que la SHD delega en la Entidad funciones del manejo del pasivo pensional de los funcionarios del Distrito, de conformidad con el artículo 60 del Acuerdo Distrital N° 257 de 2006.

Junta Directiva

- De conformidad con el artículo 66 del Acuerdo Distrital N° 257 de 2006, la Junta Directiva del FONCEP está conformada por el Alcalde(sa) Mayor o su delegado, que será la secretaria o secretario cabeza del sector, quien la presida y cinco miembros, los cuales serán designados por el Alcalde(sa) Mayor. Las funciones de la Junta Directiva son las siguientes:
 - ❖ Formular la política general de la entidad en concordancia con el Plan de desarrollo Económico, Social y de Obras Públicas del Distrito Capital.
 - ❖ Aprobar anualmente los planes, programas, proyectos y el presupuesto del Fondo, así como las modificaciones que se hagan a los mismos, de acuerdo con las disposiciones distritales vigentes sobre el tema y que sean de su competencia de conformidad con el reglamento.
 - ❖ Adoptar y modificar los Estatutos del Fondo.
 - ❖ Evaluar la gestión con base en los informes que le presente la Directora o Director General.
 - ❖ determinar la estructura interna del Fondo, señalar las funciones básicas de cada una de sus dependencias.
 - ❖ Fijar la planta de cargos, nomenclatura y clasificación de los empleos, la escala de remuneración de las diferentes categorías de empleos, y los emolumentos de los servidores y servidoras de la entidad de acuerdo a la política que para el efecto establezca el CONFIS; con base en esta facultad, no podrá crear obligaciones que excedan el monto global fijado para gastos de personal en el presupuesto inicialmente aprobado para la entidad.
 - ❖ Darse su propio reglamento
 - ❖ Autorizar previamente al director del FONCEP para delegar algunos asuntos en funcionarios del nivel directivo y asesor.
 - ❖ Las demás que le sean asignadas por la normativa.

Estos grupos de interés (*stakeholders*) hacen referencia a aquellos grupos que no tienen relación directa con los servicios que la entidad ofrece, pero tienen una interacción que debe ser identificada por FONCEP (2/2)

Proveedores

- Los proveedores del FONCEP son todos aquellos que mantienen una relación comercial al proveer los bienes y servicios que soportan y habilitan los procesos misionales (ej. asesorías jurídicas) como los procesos de apoyo (ej. tecnología, administrativo) para el normal funcionamiento de la entidad.

Entes de control

- Los entes de control son aquellos organismos que velan por el cumplimiento de las normas, regulaciones, políticas y directrices organizacionales, jurídicas, fiscales y financieras de la Entidad. Los principales entes de control para el FONCEP son (sin ser excluyente):
 - Secretaría de Hacienda Distrital
 - Contraloría Distrital
 - Personería Distrital
 - Veeduría Distrital

Trabajadores

- Los trabajadores son aquellos funcionarios o colaboradores que tienen una relación laboral directa o indirecta con el FONCEP, que ejecutan las actividades de los procesos misionales y de apoyo que permiten el normal funcionamiento de la Entidad. Los trabajadores pueden estar vinculados de la siguiente forma:
 - Libre nombramiento y remoción
 - Carrera administrativa
 - Contratistas (termino fijo y/o temporales)



Caracterización de los grupos de valor

4. Anexo metodológico



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

**BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS**

Una vez definido el alcance y los objetivos de la segmentación, que es desde donde se parte para una adecuada segmentación, la primera etapa consiste en entender el entorno



1 Entender el entorno



Esta etapa consistió en el entendimiento del funcionamiento del FONCEP y su relación con sus “clientes” objetivo:

Pensionados: Pensiones bajo el régimen de prima media para funcionarios y ex-funcionarios de entidades del Distrito Capital

Entidades:

- ✓ **Cesantías:** Entidades del Distrito Capital que manejan con el FONCEP las cesantías de sus funcionarios que aún están con el régimen de retroactividad y los usuarios relacionados.
- ✓ **Bonos Pensionales:** Fondos de Pensiones que solicitan la emisión de bonos pensionales para ex funcionarios del Distrito Capital.
- ✓ **Cuotas partes:** Entidades que soliciten el pago o entidades a las que se les solicite el pago de cuotas partes de una pensión de ex funcionarios del Distrito Capital.
- ✓ **Cartera FAVIDI:** Personas que adquirieron créditos de vivienda con el Fondo de Ahorro y Vivienda Distrital, cuya cartera fue transferida al FONCEP.
- ✓ **Otros grupos de interés:** Otras entidades y / o personas relacionadas de alguna manera con el FONCEP, que no estén incluidas en los grupos mencionados anteriormente y que no son considerados “clientes” de los servicios de FONCEP

La segunda etapa para una segmentación consiste en estudiar y entender al cliente a través de sus diferentes dimensiones para lo cual se planea y realiza un estudio



2 Entender a los clientes a través de sus dimensiones



Para el FONCEP esta etapa consistió en el análisis de la información interna y en el diseño de un estudio de las necesidades y comportamientos, así como la fortaleza de la relación de la entidad con sus diferentes “clientes” (Reportero, Antropólogo, Detective).

La realización del estudio consiste en cinco pasos:

1. Identificación y validación de grupos a los cuales se iba a realizar encuesta.
2. Definición del tamaño de la muestra.
3. Preparación y validación del set de preguntas dirigidas a cada grupo de clientes.
4. Preparación y validación de los mecanismos para recolectar las preguntas.
5. Ejecución del estudio con los diferentes grupos de clientes y recopilación de resultados.

Paso 1: Grupos a encuestar

Grupo de valor	Se realiza encuesta	Observaciones	Consideraciones Generales
Pensionados	Si		Información recolectada del 26 de octubre de 2017 al 30 de noviembre de 2017. Las bases utilizadas son las consignadas en el documento: Entregable Bases de Datos y se alimentaron de información correspondiente a los sistemas de la Entidad, información suministrada por el actuario del FONCEP, encuestas y entrevistas.
Cesantías	Si	Excepto para los usuarios de cesantías	
Cuotas partes	Si		
Bonos Pensionales	Si		
Cartera FAVIDI	No	Considerando que al ser una relación de cobro, la respuestas podrían estar sesgadas	
Otros grupos de interés	No	Considerados como grupos de interés diferentes a clientes, ya que no acceden a los servicios que ofrece FONCEP	

La segunda etapa para una segmentación consiste en estudiar y entender al cliente a través de sus diferentes dimensiones para lo cual se planea y realiza un estudio



2

Entender a los clientes a través de sus dimensiones



Para FONCEP esta etapa consistió en el análisis de la información interna y en el diseño de un estudio de las necesidades y comportamientos, así como la fortaleza de la relación de la entidad con sus diferentes “clientes” (Reportero, Antropólogo, Detective). La realización del estudio consiste en cinco pasos:

1. Identificación y validación de grupos a los cuales se iba a realizar encuesta
2. **Definición del tamaño de la muestra**
3. Preparación y validación del set de preguntas dirigidas a cada grupo de clientes
4. Preparación y validación de los mecanismos para recolectar las preguntas
5. Ejecución del estudio con los diferentes grupos de clientes y recopilación de resultados

Paso 2: Tamaño de muestra al 95% de confianza

Grupo de valor	Observaciones	Total de registros a ser considerados	Muestra
Pensionados	Se consideraron los 4523 registros contactables según la “base de actualización de datos”	4523	354
Cesantías	Según base entregada de 32 entidades	32	30
Cuotas partes	Según base entregada de 112 entidades *	112	87
Bonos Pensionales	Según base entregada de 6 entidades	6	6

* Para cuotas partes por cobrar se tomó el archivo de “Base actuarial” en la pestaña “resumen Cuotas Partes por pagar”. Se destaca que al comparar este archivo con el “CONSOLIDADO OCTUBRE 2017” hay una diferencia de 179 entidades. Para cuotas partes por pagar, se tomó el archivo “CONSOLIDADO OCTUBRE 2017” en la pestaña “CONSOLIDADO CXP OCTUBRE 2017”.

La segunda etapa para una segmentación consiste en estudiar y entender al cliente a través de sus diferentes dimensiones para lo cual se planea y realiza un estudio



2 Entender a los clientes a través de sus dimensiones



Para FONCEP esta etapa consistió en el análisis de la información interna y en el diseño de un estudio de las necesidades y comportamientos, así como la fortaleza de la relación de la entidad con sus diferentes “clientes” (Reportero, Antropólogo, Detective). La realización del estudio consiste en cinco pasos:

1. Identificación y validación de grupos a los cuales se iba a realizar encuesta
2. Definición del tamaño de la muestra
3. Preparación y validación del set de preguntas dirigidas a cada grupo de clientes
4. Preparación y validación de los mecanismos para recolectar las preguntas
5. Ejecución del estudio con los diferentes grupos de clientes y recopilación de resultados

Paso 3: Set de preguntas

Preguntas encuestas

Protocolo de encuestas telefónica

Paso 3: Mecanismos de recolección

Grupo de valor	Observaciones
Pensionados	Oficinas, correo electrónico (Survey Monkey), Teléfono
Cesantías	Correo electrónico (Survey Monkey)
Cuotas partes	Visitas presenciales, correo electrónico (Survey Monkey)
Bonos Pensionales	Visitas presenciales, correo electrónico (Survey Monkey)

La segunda etapa para una segmentación consiste en estudiar y entender al cliente a través de sus diferentes dimensiones para lo cual se planea y realiza un estudio



2 Entender a los clientes a través de sus dimensiones



Para FONCEP esta etapa consistió en el análisis de la información interna y en el diseño de un estudio de las necesidades y comportamientos, así como la fortaleza de la relación de la entidad con sus diferentes “clientes” (Reportero, Antropólogo, Detective). La realización del estudio consiste en cinco pasos:

1. Identificación y validación de grupos a los cuales se iba a realizar encuesta
2. Definición del tamaño de la muestra
3. Preparación y validación del set de preguntas dirigidas a cada grupo de clientes
4. Preparación y validación de los mecanismos para recolectar las preguntas
5. **Ejecución del estudio con los diferentes grupos de clientes y recopilación de resultados**

Paso 5: Ejecución y recopilación de resultados

Grupo de valor	No. encuestas efectivas	Tamaño de Muestra	% tamaño muestra	% Representatividad*
Pensionados	455	354	129%	-
Cesantías	20	30	65%	91%
Cuotas partes	3	87	3%	24%*
Bonos Pensionales	4	6	66%	94%

El porcentaje de **representatividad** se calcula en función del **tamaño de la relación** que tiene FONCEP con cada una de las entidades en mención, si se logra una representatividad mayor al 90% la información recolectada se puede usar como un proxy para la toma de decisiones relacionadas con el objetivo de la segmentación.

* Se realizó la debida diligencia, sin embargo considerando la falta de información de contacto de las entidades y el tiempo estipulado para la ejecución del proyecto no se alcanzó el porcentaje de representatividad, esto se validó en diferentes escenarios y fue acordado con el supervisor del contrato.

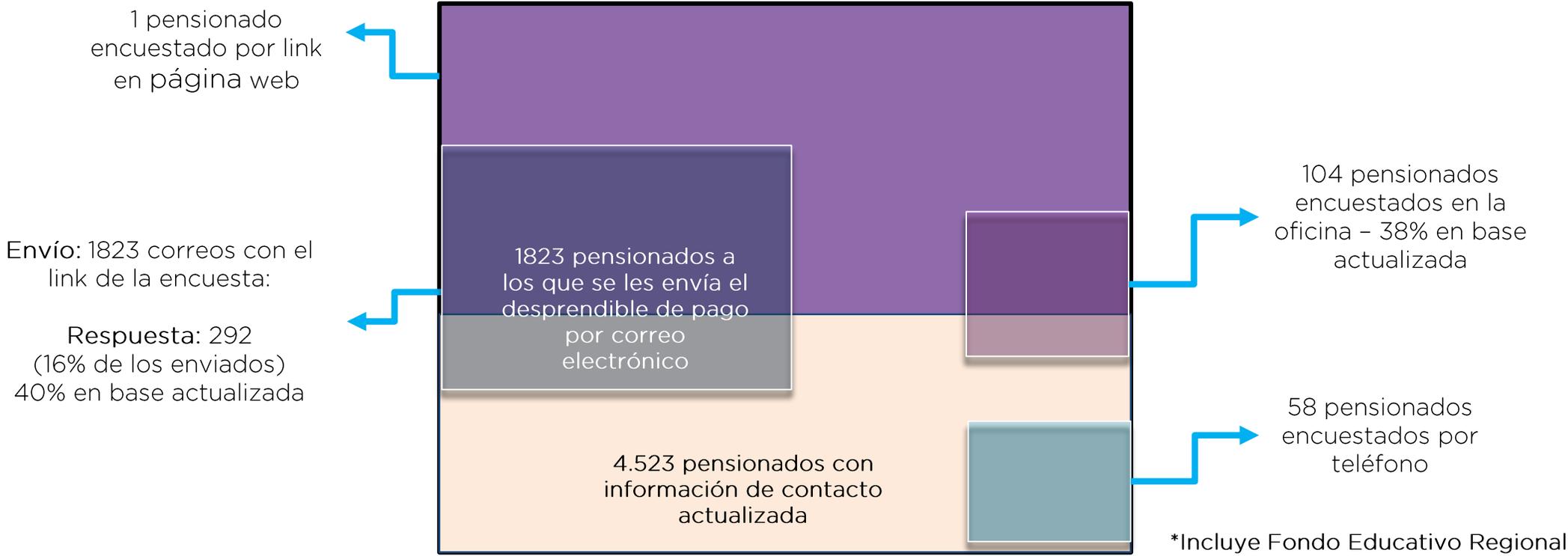
La segunda etapa para una segmentación consiste en estudiar y entender al cliente a través de sus diferentes dimensiones para lo cual se planea y realiza un estudio

2 Entender a los clientes a través de sus dimensiones 

Paso 5: Ejecución y recopilación de resultados

Para el caso de pensionados la base y la recolección de información se realizó de la siguiente manera:

Base total de 12 mil pensionados



La segunda etapa para una segmentación consiste en estudiar y entender al cliente a través de sus diferentes dimensiones para lo cual se planea y realiza un estudio

2 Entender a los clientes a través de sus dimensiones

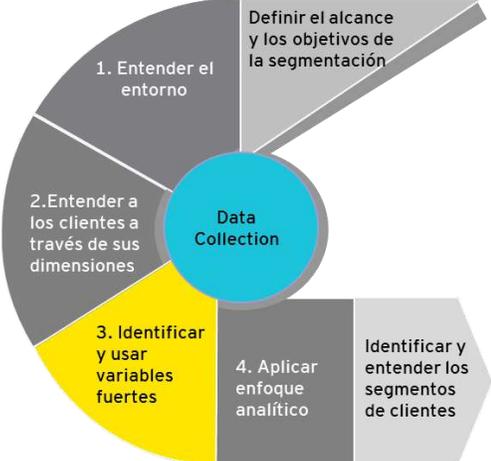


Paso 5: Ejecución y recopilación de resultados

Para los demás grupos de valor sujetos a estudio, se realizó la debida diligencia en la ejecución del estudio, encontrando hallazgos importantes en los temas relacionados con los datos de contactabilidad y en la fortaleza de la relación de FONCEP con algunos de sus grupos de valor.

Grupo de valor	Observaciones respecto a la información recolectada
Cesantías	El área de cesantías realizó 3 refuerzos, tanto por teléfono como por correo electrónico, a las entidades que no contestaron a la encuesta planteada, logrando una mejora significativa en el número de encuestas recolectadas. La representatividad que se logró en este grupo fue del 91 %.
Cuotas partes	En la etapa de entendimiento, el FONCEP informó que la comunicación con estas entidades se realizaba por correo electrónico y teléfono, sin embargo al gestionar las encuestas y no recibir la respuesta esperada, se indicó que la relación con la mayoría de estas entidades era a través de oficio físico. La información de las personas de estas entidades con las que FONCEP interactúa es muy deficiente, existe una base de datos con teléfonos y nombres de representantes legales, en donde se encontraron casos de personas que ya no estaban en esas funciones desde hace más de 10 años. El área misional inició una campaña para recopilar esta información. Tres días antes del cierre de este documento se siguieron informando cambios a las bases originalmente entregadas y no hay claridad de cuál es la base que contiene la información real.
Bonos Pensionales	Se realizaron encuestas en las oficinas de las entidades en mención, logrando una representatividad del 94 %.

La tercera etapa tres permite identificar y usar las variables que pueden explicar o discriminar a los clientes alineándose con el objetivo de su clasificación



3 Identificar y usar variables fuertes

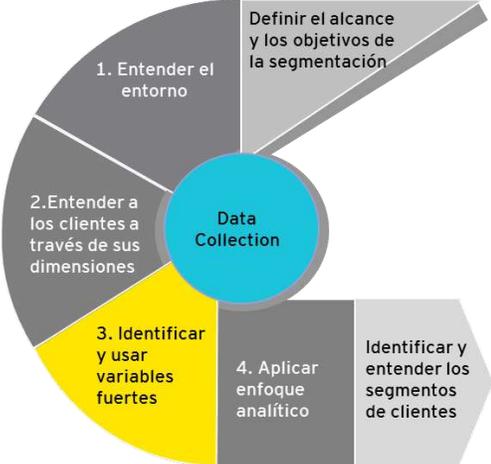
Para el FONCEP esta etapa consistió en la identificación de las variables candidatas a ser tomadas en cuenta para la caracterización de cada uno de los grupos de valor.

Estas variables se componen por aquellas que son propias de la información del FONCEP y aquellas que se recolectaron a través de la ejecución de las encuestas.

Pensionados (1/3)

Tipo de Variable	Nombre Variable	Fuente
Geográfica	País	Base FONCEP
Geográfica	Departamento	Base FONCEP
Geográfica	Municipio	Base FONCEP
Demográfica	Edad	Base FONCEP
Demográfica	Género	Base FONCEP
Demográfica	Afiliación EPS	Base FONCEP
Demográfica	Estado Civil	Base FONCEP
Demográfica	Con quien vive	Encuestas
Demográfica	Número de hijos y nietos	Encuestas

La tercera etapa tres permite identificar y usar las variables que pueden explicar o discriminar a los clientes alineándose con el objetivo de su clasificación



3 Identificar y usar variables fuertes



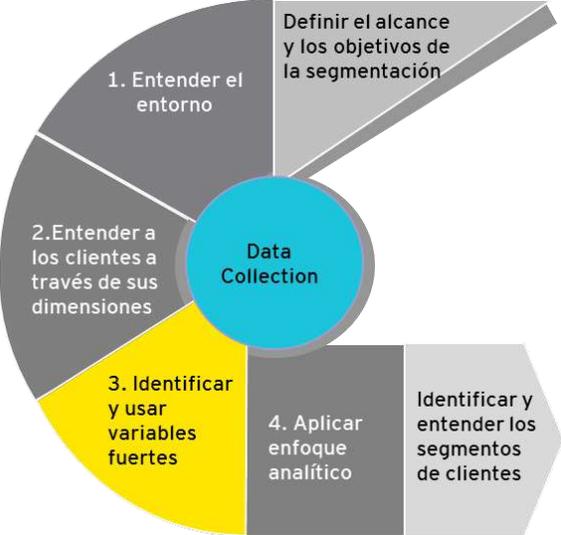
Para FONCEP esta etapa consistió en la identificación de las variables candidatas a ser tomadas en cuenta para la caracterización de cada uno de los grupos de valor.

Estas variables se componen por aquellas que son propias de la información de FONCEP, y aquellas que se recolectaron a través de la ejecución de las encuestas

Pensionados (2/3)

Tipo de Variable	Nombre Variable	Fuente
Demográfica	Tipo Pensión	Base FONCEP
Demográfica	Estrato Socio Económico	Encuestas
Demográfica	Fuente de ingreso	Encuestas
Demográfica	Mesada Pensional	Base FONCEP
Demográfica	Tiempo como pensionado	Base FONCEP
Demográfica	Tipo de pago mesada	Base FONCEP
Comportamentales	Frecuencia de Visitas	Encuestas / Línea 195
Comportamentales	Canal Utilizado	Encuestas / Digiturno
Comportamentales	Tipo de trámite	Digiturno

La tercera etapa tres permite identificar y usar las variables que pueden explicar o discriminar a los clientes alineándose con el objetivo de su clasificación



3 Identificar y usar variables fuertes

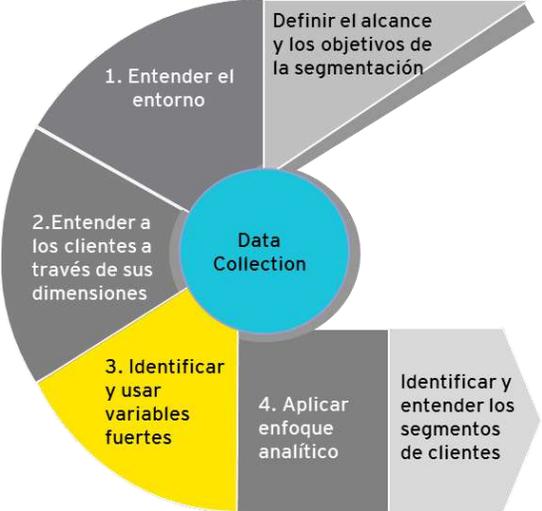
Para FONCEP esta etapa consistió en la identificación de las variables candidatas a ser tomadas en cuenta para la caracterización de cada uno de los grupos de valor.

Estas variables se componen por aquellas que son propias de la información de FONCEP, y aquellas que se recolectaron a través de la ejecución de las encuestas.

Pensionados (3/3)

Tipo de Variable	Nombre Variable	Fuente
Intrínsecas	Beneficios Adicionales	Encuestas
Intrínsecas	Canal de Preferencia	Encuestas
Intrínsecas	Pertenencia a asociación	Base FONCEP
Intrínsecas	Asistencia a eventos (Día del Pensionado)	Base FONCEP

La tercera etapa tres permite identificar y usar las variables que pueden explicar o discriminar a los clientes alineándose con el objetivo de su clasificación



③ Identificar y usar variables fuertes ✓

Para el FONCEP esta etapa consistió en la identificación de las variables candidatas a ser tomadas en cuenta para la caracterización de cada uno de los grupos de valor.

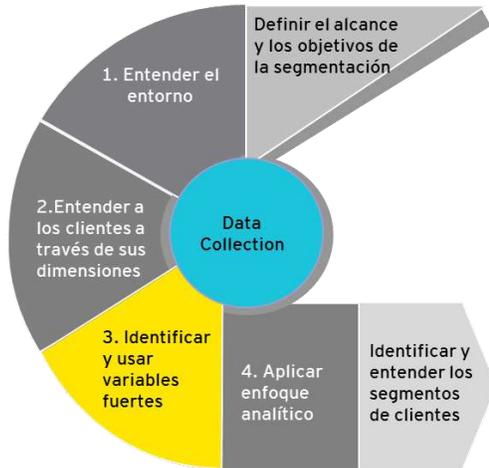
Estas variables se componen por aquellas que son propias de la información del FONCEP y aquellas que se recolectaron a través de la ejecución de las encuestas

Entidades (1/2) - Cesantías

Para las entidades se definió el primer nivel de caracterización de acuerdo al procedimiento usado, dentro de las variables de comportamiento organizacional

Tipo de Variable	Nombre Variable	Fuente
Comportamiento Organizacional	Tipo de Proceso	Base FONCEP
Tipología organizacional	Número de Afiliados	Base FONCEP / Encuesta
Tipología organizacional	Monto administrado	Base FONCEP

La tercera etapa tres permite identificar y usar las variables que pueden explicar o discriminar a los clientes alineándose con el objetivo de su clasificación



3 Identificar y usar variables fuertes



Para FONCEP esta etapa consistió en la identificación de las variables candidatas a ser tomadas en cuenta para la caracterización de cada uno de los grupos de valor.

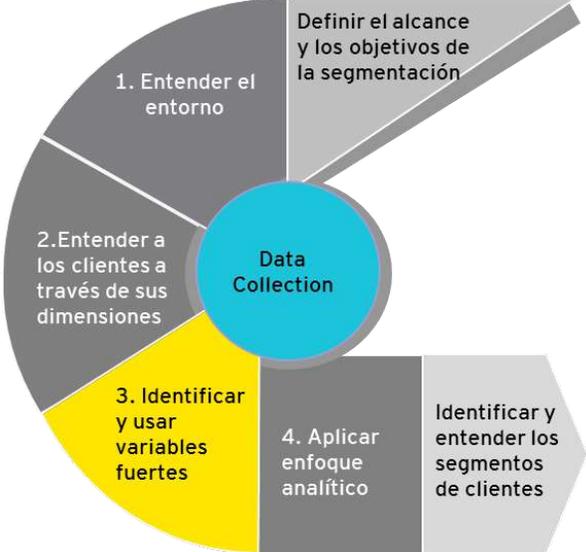
Estas variables se componen por aquellas que son propias de la información de FONCEP, y aquellas que se recolectaron a través de la ejecución de las encuestas

Entidades (2/2) – Bonos y Cuotas partes

Para las entidades se definió el primer nivel de caracterización de acuerdo al procedimiento usado, dentro de las variables de comportamiento organizacional

Tipo de Variable	Nombre Variable	Fuente
Comportamiento Organizacional	Tipo de Proceso	Base FONCEP
Comportamiento Organizacional	Tipo de Relación*	Base FONCEP / Encuestas
Geográfica	Ciudad	Base FONCEP
Tipología organizacional	Número de Afiliados	Base FONCEP / Encuesta
Tipología organizacional	Monto deuda	Base FONCEP
Tipología organizacional	Situación legal cartera	Base FONCEP

La tercera etapa tres permite identificar y usar las variables que pueden explicar o discriminar a los clientes alineándose con el objetivo de su clasificación



3 Identificar y usar variables fuertes



Para el FONCEP esta etapa consistió en la identificación de las variables candidatas a ser tomadas en cuenta para la caracterización de cada uno de los grupos de valor.

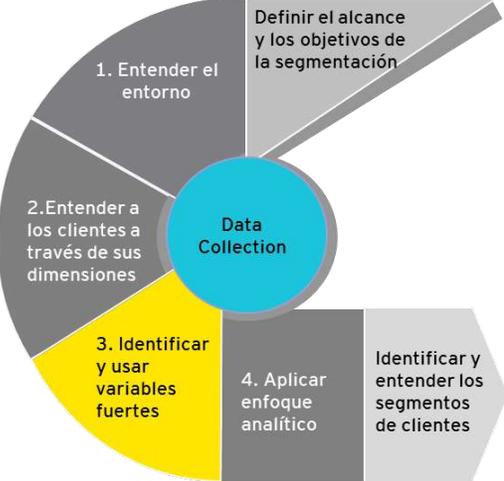
Estas variables se componen por aquellas que son propias de la información del FONCEP y aquellas que se recolectaron a través de la ejecución de las encuestas.

Cartera FAVIDI

Para la cartera FAVIDI, se tomó el estado de la cartera como base para la caracterización

Tipo de Variable	Nombre Variable	Fuente
Comportamentales	Estado de la cartera	Base FONCEP
Intrínsecas	Documentación	Base FONCEP

La tercera etapa permite identificar y usar las variables que pueden explicar o discriminar a los clientes alineándose con el objetivo de su clasificación



3 Identificar y usar variables fuertes

Para el FONCEP esta etapa consistió en la identificación de las variables candidatas a ser tomadas en cuenta para la caracterización de cada uno de los grupos de valor.

Estas variables se componen por aquellas que son propias de la información de FONCEP y aquellas que se recolectaron a través de la ejecución de las encuestas.

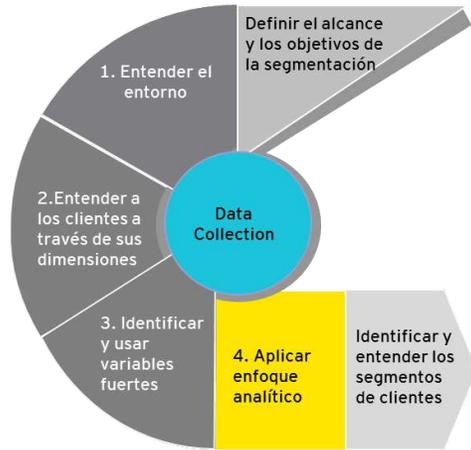
Otros grupos de interés

Para los Grupos de Interés diferentes a “clientes” con los que se relaciona FONCEP, se propone tratarlos como stakeholders del Modelo de Servicio. Para estos, se realizó una caracterización general que incluye los siguientes grupos

- 1 Alcaldía
- 2 Secretaría de Hacienda Distrital
- 3 Junta Directiva

- 4 Proveedores
- 5 Entes de Control
- 6 Trabajadores

En la cuarta etapa se define y se aplica el enfoque analítico correspondiente.



4 Aplicar enfoque analítico



El enfoque analítico que se usó para el FONCEP, se dividió en dos tipos:

1. El enfoque aplicado a pensionados
2. El enfoque aplicado para entidades

Enfoque Analítico - Pensionados

El enfoque analítico usado para Pensionados toma en consideración tres tipos de análisis:

ANOVA

El análisis de la varianza es una técnica estadística que permite contrastar la hipótesis nula de que las medias de K poblaciones ($K > 2$) son iguales, frente a la hipótesis alternativa que por lo menos una de las poblaciones difiere de las demás en cuanto a su valor esperado.

Para el caso de pensionados del FONCEP, se realizó el análisis de varianza usando las diferentes variables de necesidades de la encuesta versus sus datos demográficos.

Árboles de decisión

Los árboles de decisión son una técnica de Data Mining (Minería de Datos) que prepara, sondea y explora los datos para obtener información.

Es muy utilizada para identificar segmentos, descubrir las relaciones entre grupos y predecir eventos futuros.

A través de los árboles de decisión se identificaron las tres particiones de segmentos de pensionados planteadas

Análisis de datos

Se realizó el análisis de datos principalmente a través de la herramienta *Power BI*, que permite entender los datos de manera muy visual.

A través de esta información se recopiló la información de las encuestas y se identificaron las necesidades y características de cada segmento de pensionados.

En la cuarta etapa se define y se aplica el enfoque analítico correspondiente.

4 Aplicar enfoque analítico



ANOVA

Principales resultados análisis ANOVA

Interés mail

ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Mesada en SMMLV	Between Groups	61,822	1	61,822	8,144	,005
	Within Groups	2968,216	391	7,591		
	Total	3030,038	392			
Edad (años)	Between Groups	167,672	1	167,672	1,523	,218
	Within Groups	43051,570	391	110,106		
	Total	43219,242	392			

Facilidad de movilidad hacia FONCEP

ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Mesada en SMMLV	Between Groups	9,404	1	9,404	1,233	,267
	Within Groups	3035,240	398	7,626		
	Total	3044,644	399			
Edad (años)	Between Groups	1056,612	1	1056,612	10,025	,002
	Within Groups	41948,686	398	105,399		
	Total	43005,297	399			

Interés página web

ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Mesada en SMMLV	Between Groups	24,383	1	24,383	3,190	,075
	Within Groups	3019,211	395	7,644		
	Total	3043,594	396			
Edad (años)	Between Groups	53,458	1	53,458	,488	,485
	Within Groups	43235,812	395	109,458		
	Total	43289,270	396			

Interés contacto por teléfono

ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Mesada en SMMLV	Between Groups	5,478	1	5,478	,721	,396
	Within Groups	3008,733	396	7,598		
	Total	3014,210	397			
Edad (años)	Between Groups	1,906	1	1,906	,017	,895
	Within Groups	43376,418	396	109,536		
	Total	43378,324	397			

En la cuarta etapa se define y se aplica el enfoque analítico correspondiente.

4 Aplicar enfoque analítico

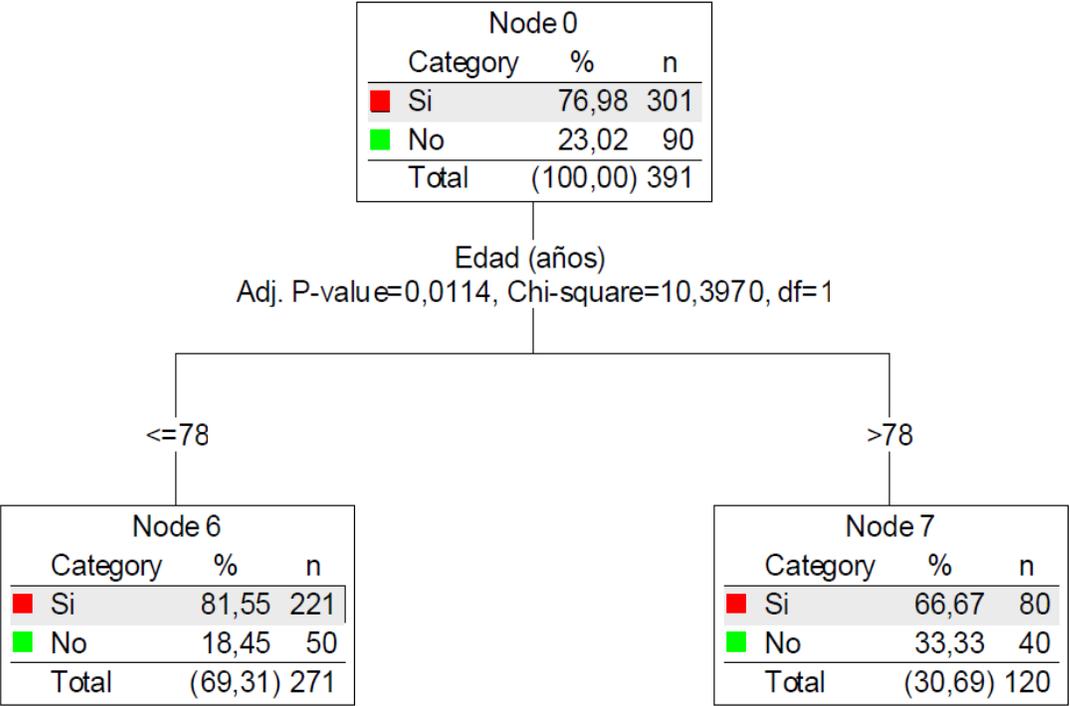
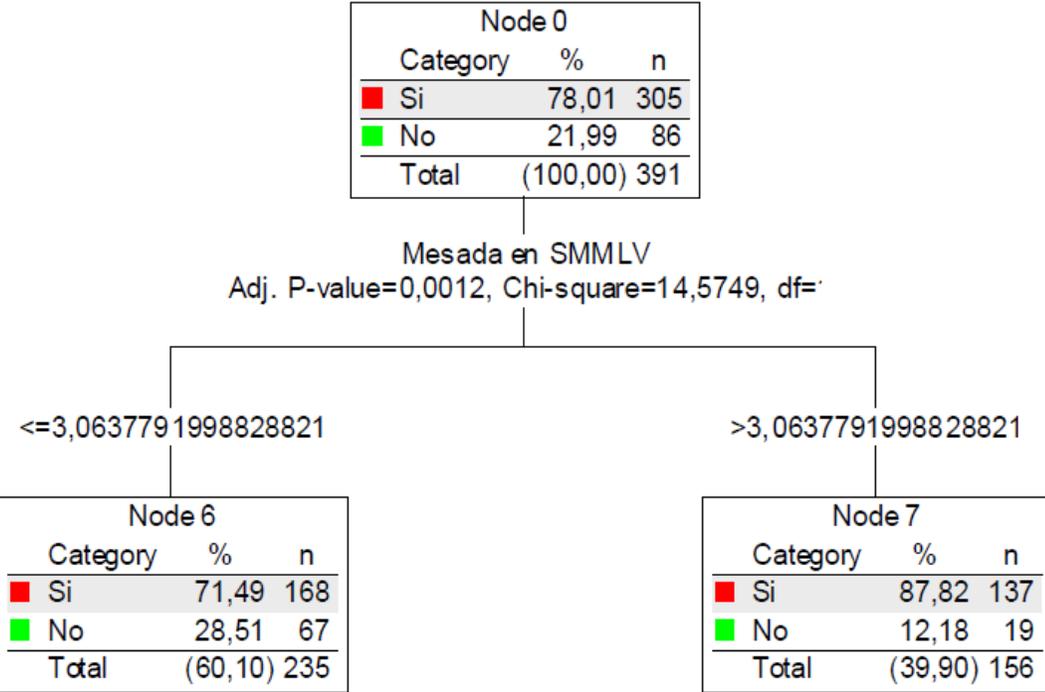


Árboles de decisión

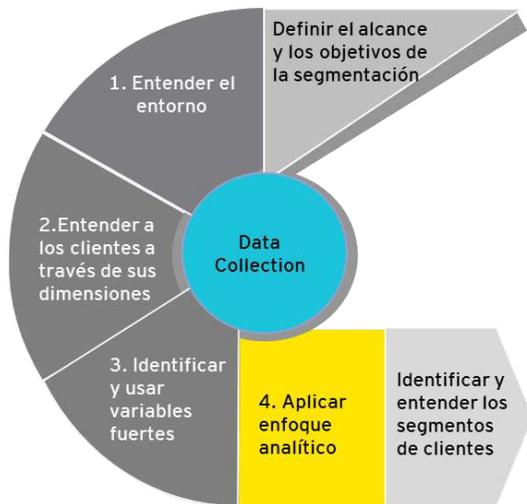
Principales resultados árboles de decisión

¿Le interesa realizar trámites y/o recibir información por este medio (email)?

En terminos generales ¿es fácil movilizarme a las oficinas de FONCEP?



En la cuarta etapa se define y se aplica el enfoque analítico correspondiente.



4 Aplicar enfoque analítico



El enfoque analítico que se usó para FONCEP, se dividió en dos tipos:

1. El enfoque aplicado a pensionados
2. El enfoque aplicado para Entidades

Enfoque Analítico - Entidades

El enfoque analítico usado para **entidades** toma en consideración el último punto de la metodología anterior: Análisis de datos

Análisis de datos

Se realizó el análisis de datos, principalmente, a través de la herramienta *Power BI*, que permite entender los datos de manera muy visual.

A través de esta información se recopiló la información de las encuestas y se identificaron las necesidades y características de cada grupo de interés

Fuentes de información

- <http://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/los-abuelitos-en-el-universo-digital-52059>
- <https://www.ucc.edu.co/bogota/prensa/2016/Paginas/Adultos-mayores-le-dicen-me-gusta-a-la-tecnologia.aspx>
- <https://colombiadigital.net/actualidad/noticias/item/8539-tercera-edad-y-era-digital-mitos-y-verdades.html>
- https://www.prensa.com/tecnologia/TECNOLOGIA-ABUELO-EDUCACION-INFORMATICA-SOCIEDAD-FAMILIA_0_4318818254.html
- <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Adulto-mayor-vida-y-dignidad.aspx>
- Value proposition Design

GRACIAS

www.foncep.gov.co



FONCEP.BOGOTA



@foncep



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS