





Caracterización de la Ciudadana y de Grupos de Valor

Vigencia 2025

Caracterización de la Ciudadanía y Grupos de Valor 2025



Este informe identifica quiénes son nuestros ciudadanos y grupos de valor, sus características y necesidades, para mejorar acceso, servicios y participación en la gestión pública.

Caracterización de la Ciudadanía y Grupos de Valor 2025

Objetivo: Reconocer necesidades de ciudadanía y grupos de valor para diseñar estrategias que fortalezcan la relación y mejoren la atención.

Propósitos específicos:

- ✓ Identificar características clave.
- ✓ Mejorar canales de atención y comunicación.
- ✓ Promover interacción cercana y efectiva.



Caracterización de la Ciudadanía y Grupos de Valor 2025



Nuestra Historia

En 1950 nació ICETEX, la primera institución en el mundo en ofrecer apoyo económico para acceder a la educación superior.

Creada por Gabriel Betancur Mejía, su modelo pionero ha inspirado a más de 60 países en América, Europa, África y Asia.

Hoy seguimos abriendo caminos incluyentes y apoyando proyectos de vida.

Acompañar Portafolio
ajustado a necesidades

Modernizar Innovación y
tecnología.



Humanizar Atención cálida
y empática.

Conectar Redes nacionales
e internacionales.

Nuestra oferta institucional

Crédito educativo: Ciclo de oportunidades.

Becas: Exoneración parcial o total de matrícula.

Fondos en administración: Recursos de terceros gestionados por ICETEX



Caracterización de la Ciudadanía y Grupos de Valor 2025

Grupos de Valor en la Entidad



En el marco del MIPG, el Manual de Calidad del ICETEX clasifica a sus grupos de interés en dos categorías:

Grupos externos: Gobierno, aliados, IES, ciudadanía, gremios, proveedores, inversionistas, medios, veedurías, estudiantes..

Grupos internos: La junta directiva y los colaboradores de la entidad

Caracterización de la Ciudadanía y Grupos de Valor 2025

Grupo de valor caracterizado

El grupo de estudiantes, beneficiarios y usuarios es el foco de esta caracterización.

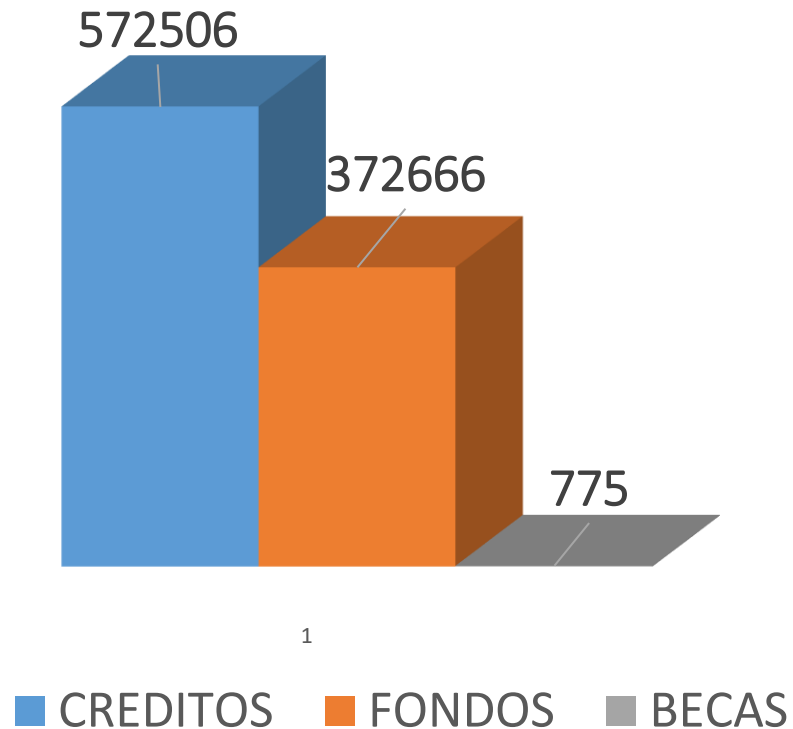
Metodología: análisis de bases de datos 2025 para identificar variables clave, complementado con un estudio cualitativo basado en el Modelo de Experiencia ICETEX, que evalúa percepciones, emociones y reacciones en la interacción con servicios y canales.



Estudiantes, beneficiarios y usuarios

Caracterización de la Ciudadanía y Grupos de Valor 2025

Distribución de la oferta institucional



Fuente: Reporte Cartera C&ctex a sep_2025

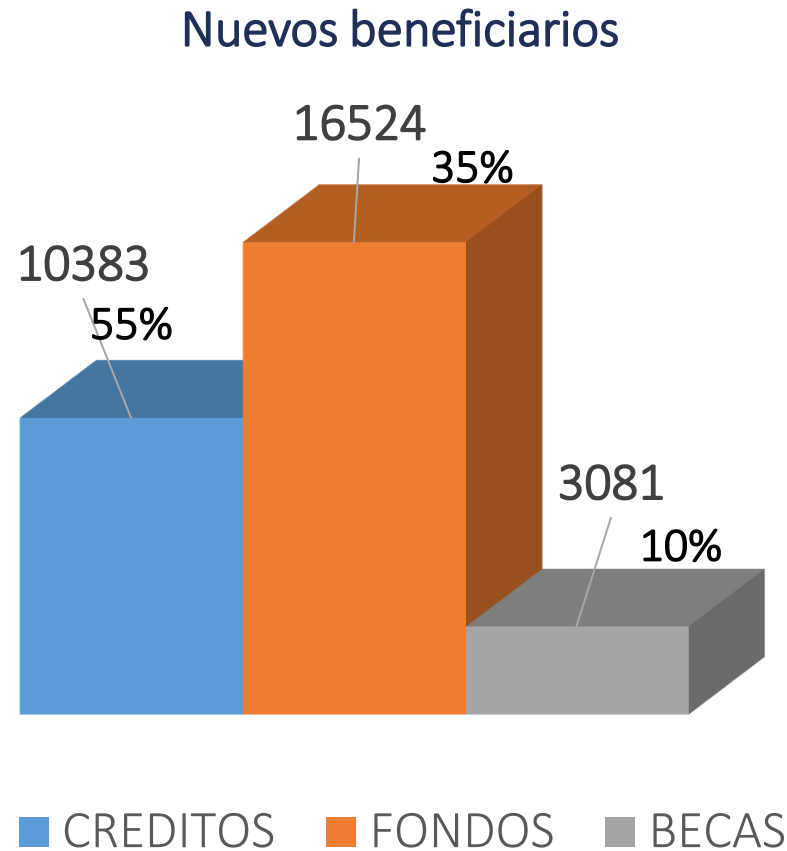
La población total de beneficiarios es de 945.947 personas, distribuidas así:

53% en época de estudios

46% en época de amortización

1% en trámite de terminación del crédito o en periodo de gracia

Caracterización de la Ciudadanía y Grupos de Valor 2025



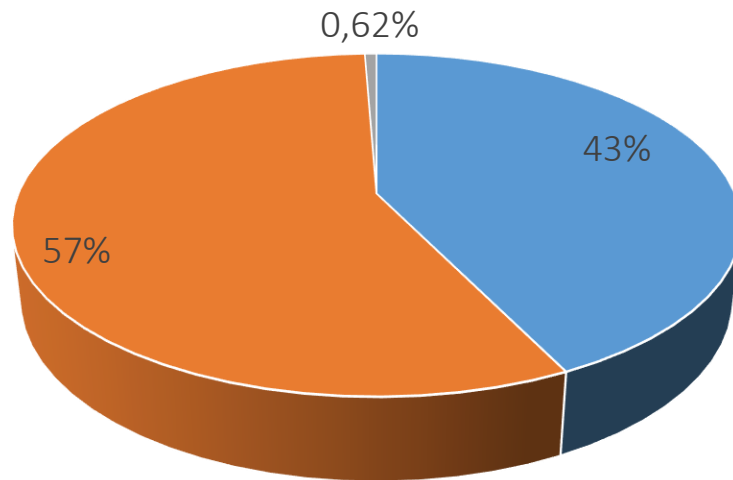
Fuente: Reporte Cartera C&ctex a sep_2025



Caracterización de la Ciudadanía y Grupos de Valor 2025

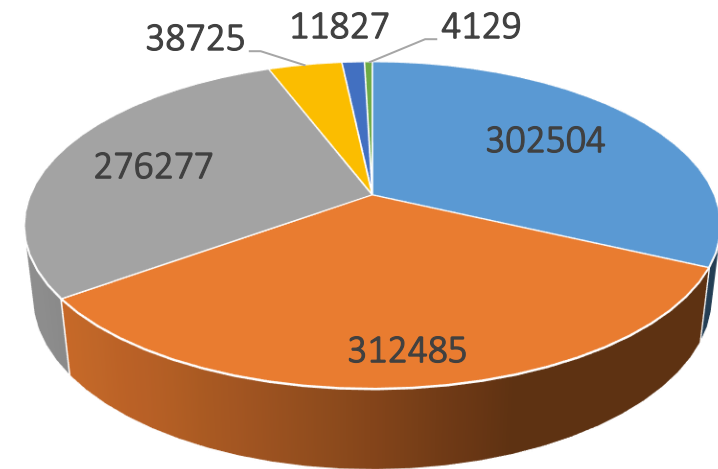
Información sociodemográfica

Distribución por género



■ Hombres ■ Mujeres ■ Transgenero

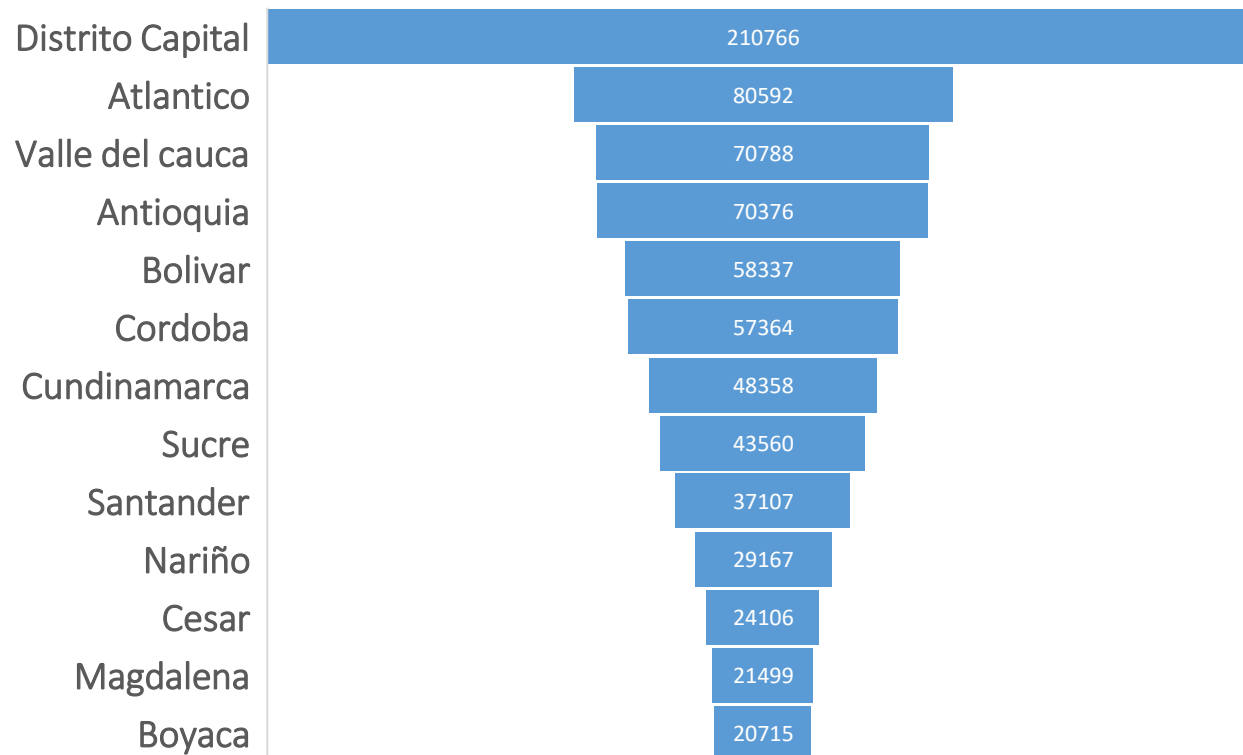
Distribución por estrato



■ Estrato 1 ■ Estrato 2 ■ Estrato 3
■ Estrato 4 ■ Estrato 5 ■ Estrato 6

Caracterización de la Ciudadanía y Grupos de Valor 2025

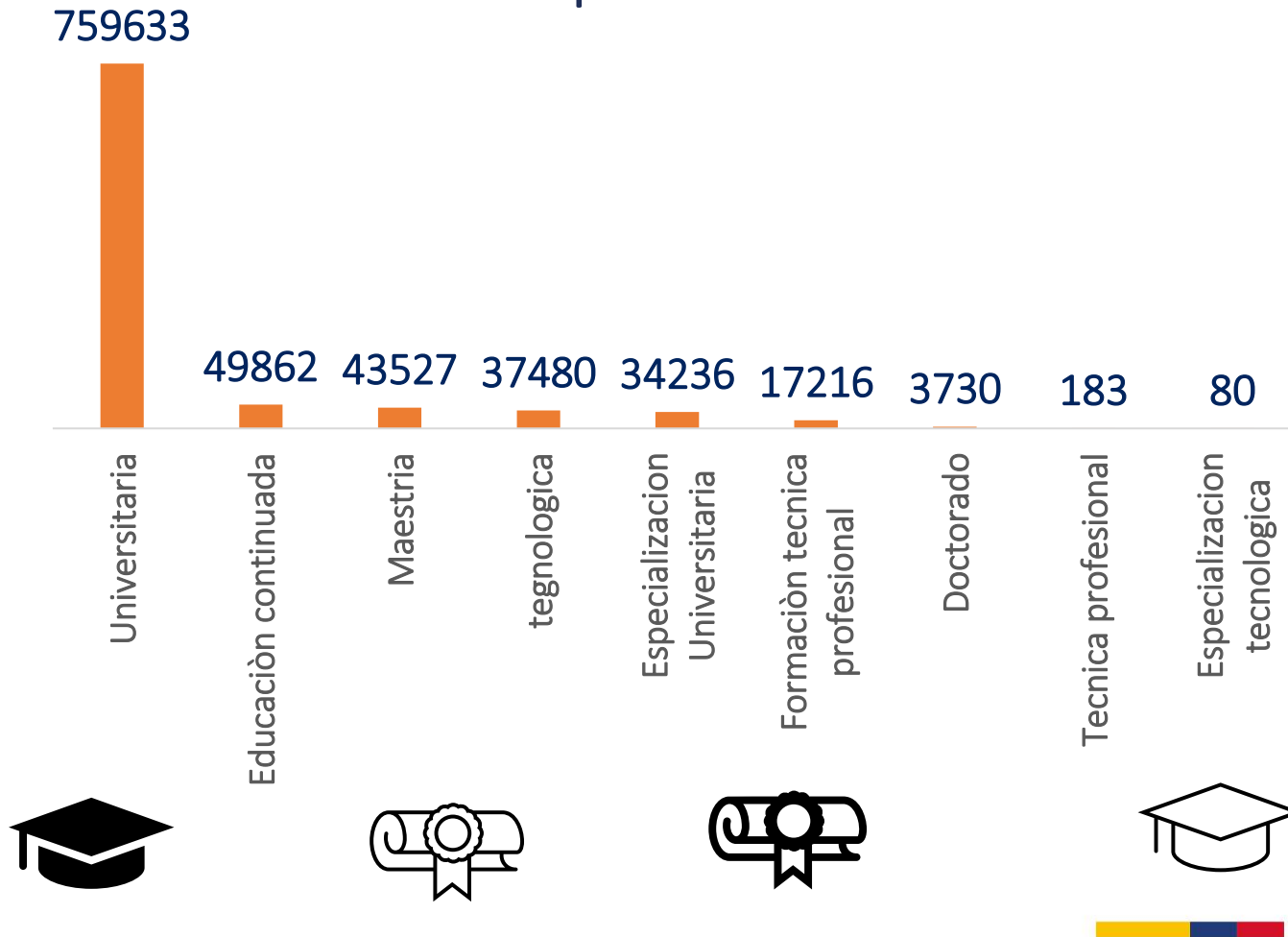
Distribución por territorios



La regionalización es clave en la financiación de la educación superior. Aunque los beneficiarios del ICETEX están en los 32 departamentos del país, el 82% se concentra en 12 departamentos y en Bogotá, donde se encuentra la mayor oferta de programas académicos.

Caracterización de la Ciudadanía y Grupos de Valor 2025

Distribución por oferta académica



Del total de beneficiarios activos el 80% financiaron sus estudios a nivel universitario, 5% para educación continuada, 4.6% para Maestrías, 5.8% a nivel Técnico y Tecnológico, 3.6% para Especializaciones y menos del 1% para Doctorados (0.39%).

Caracterización desde la experiencia de usuario-Canales de atención



Canales de Atención

Metodología

El estudio se enfocó en estudiantes, beneficiarios y usuarios, aplicando un enfoque integral de experiencia del cliente. Se analizaron 22.160 registros del CRM y se realizaron encuestas a 1.818 beneficiarios y 460 colaboradores del proveedor de atención.

- ✓ **Análisis de opiniones**
- ✓ **Trabajo conjunto**
- ✓ **Herramientas de comprensión del servicio**
- ✓ **Análisis por perfiles**

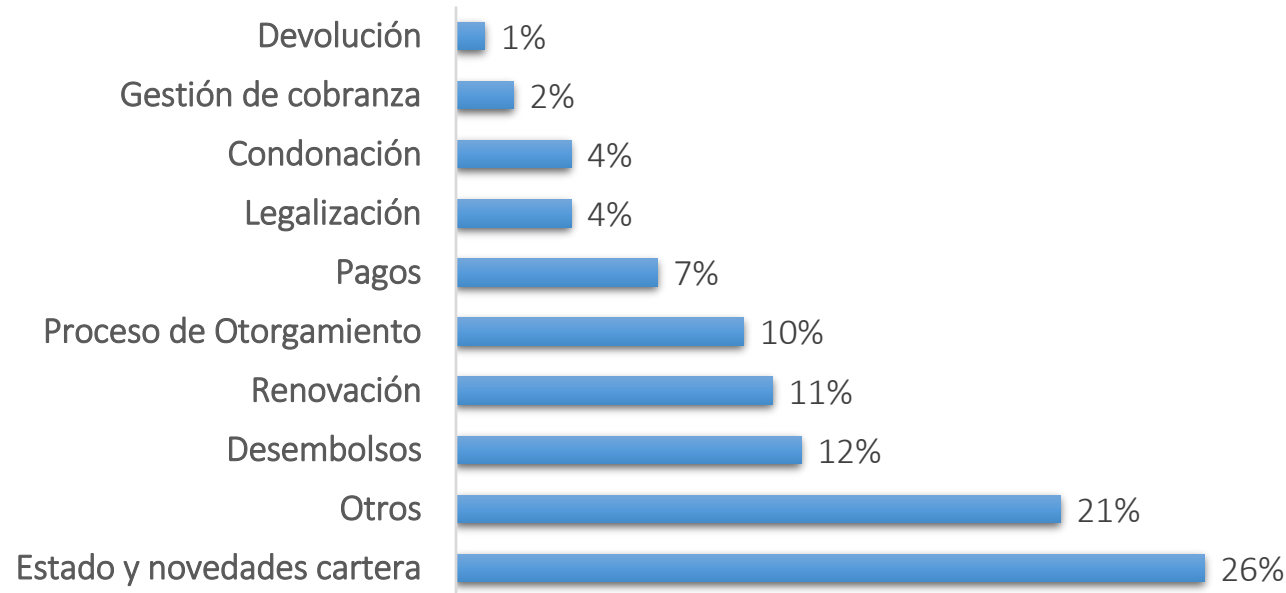
Caracterización de la Ciudadanía y Grupos de Valor 2025



Caracterización de la Ciudadanía y Grupos de Valor 2025

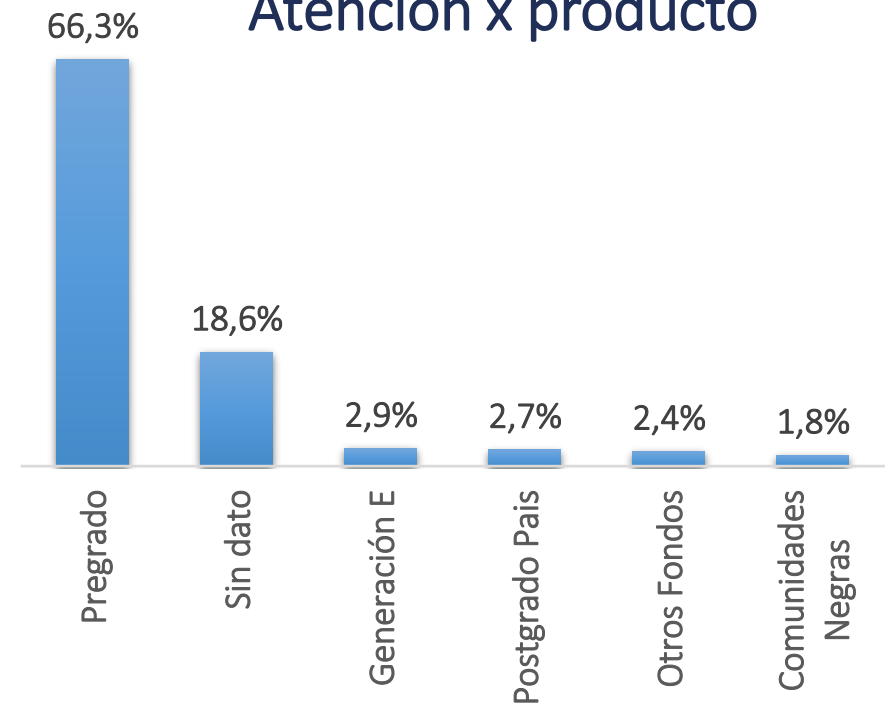
Principales motivos de consulta en los canales de atención

Motivos de consulta



Relación sociodemográfica: Jóvenes (18–28 años) predominan en *Desembolsos* y *Renovaciones*; adultos (+35) en *Pagos* y *Cartera*.

Atención x producto



Socio-demografía: *Pregrado:* jóvenes urbanos 18–25 años.

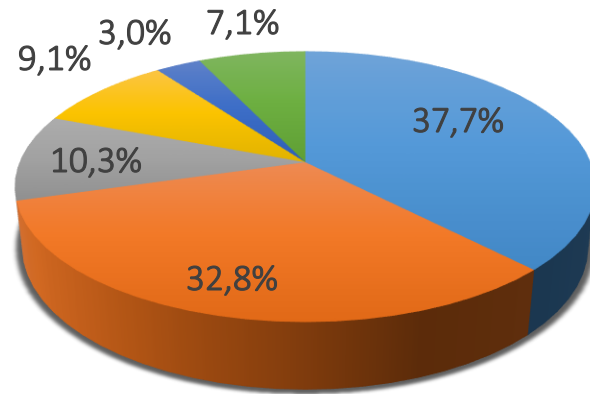
Posgrado/Exterior: 27–40 años.

Fondos étnicos y víctimas: atención diferencial.

Caracterización de la Ciudadanía y Grupos de Valor 2025

Análisis por canales de atención

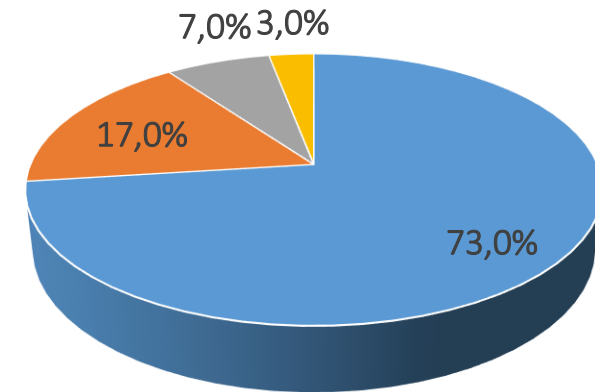
Atención por canales de atención



- Telefonico
- Online
- Ventana Digital
- Centros de Experiencia presencial
- Canal IES
- Otros

Sociodemografía: Jóvenes: digitales.
Adultos: telefónico. Rurales: IES y Mesa Legalización.

Atención x tipo de municipio



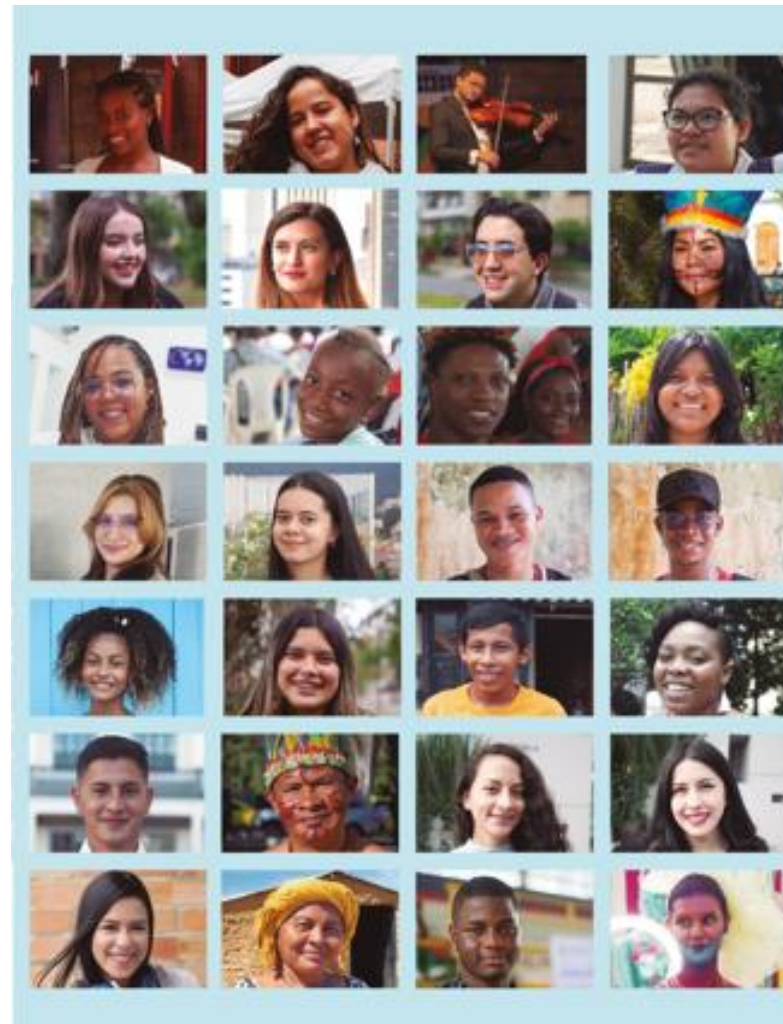
- Ciudades y aglomeraciones
- Inintermedio
- Rural
- Rural disperso

En zonas urbanas, el uso de canales digitales es mayor; en zonas rurales predomina la atención asistida.

Análisis desde los Arquetipos de Experiencia al Cliente

Los arquetipos son perfiles basados en evidencia y análisis multicanal que reflejan patrones de comportamiento, expectativas y emociones.

Conectan datos estadísticos con factores cualitativos que influyen en satisfacción, reincidencia y percepción del servicio.



Caracterización de la Ciudadanía y Grupos de Valor 2025

Características desde los Arquetipos de Experiencia al Cliente

Juanita Pérez
21 años Bogotana
Estudiante Universitaria
Soltera
Estrato Social 1 - 2
Beneficiaria
Persistente y pragmática



Carolina Torres
21 años, vive en Córdoba
Estudiante Universitaria
Soltera
Estrato Social - 2
Beneficiario
Le gusta la inmediatez y soluciones efectivas



Caracterización de la Ciudadanía y Grupos de Valor 2025

Características desde los Arquetipos de Experiencia al Cliente



Andrés Suarez

20 años Medellín

Estudiante Universitario

Recién Graduado

Soltero

Estrato Social 2 - 3

beneficiario

Amante de las redes sociales y la autogestión



Sofia Martínez

24 años - Bogotá

Estudiante Universitaria

Soltera

Estrato Social - 1

Beneficiario

Soñadora y enfocada en las soluciones

Conclusiones sobre la caracterización del usuario ICETEX



El enfoque de Experiencia del Cliente (CX) permitió caracterización integral.



Cobertura nacional y enfoque territorial.



Beneficiarios: mayoría mujeres, estratos 1–3, pregrado.



Bogotá, Atlántico, Valle y Antioquia concentran 46%.