

Facultad de
Administración
y Economía



ENERO 2015

Presentación Resultados

Estudio Cuali-Cuantitativo de Experiencia

Usuaria Digital en Servicio ChileAtiende IPS

Preparado para:



Diseño Metodológico

Cualitativo

- Entrevistas En Profundidad
- Observaciones en Sucursal
- Focus Groups

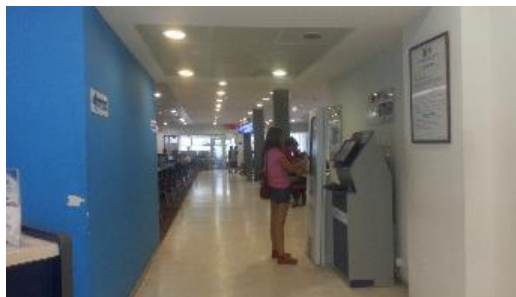
Cuantitativo

- Encuesta Nacional
- Test de Usabilidad
www.ips.gob.cl y
www.chileatiende.cl

Desk Research
Experiencias
Internacionales

Diseño Metodológico

Observación No Participante	Entrevistas semiestructuradas	Grupos de discusión
-Providencia: 4 usuarios -Puente Alto: 7 usuarios -Estación Central: 8 usuarios -Concepción: 12 usuarios -Valparaíso: 4 usuarios -San Carlos: 12 usuarios -Villa Alemana: 10 usuarios -Santo Domingo: 4 usuarios	12 entrevistas funcionarios 6 entrevistas usuarios 2 entrevistas dirigentes juntas de Vecinos	2 grupos de discusión <i>Aplicación de Test de Usabilidad a 16 Usuarios</i>



Diseño Metodológico

Tamaño de la Muestra Encuesta Nacional

El tamaño de la muestra corresponde 3.000 casos de acuerdo a la siguiente distribución:

Región	N° Atenciones Presenciales Julio 2014	Peso Poblacional	N° de Sucursales a Seleccionar	Entrevistas por Sucursal	Entrevistas por región
XV	9421	0,014	1	30	30
I	14183	0,022	2	30	60
II	24225	0,037	4	30	120
III	15922	0,025	2	30	60
IV	40572	0,062	6	30	180
V	85012	0,131	13	30	390
RM	202093	0,311	31	30	930
VI	38276	0,059	6	30	180
VII	51640	0,079	8	30	240
VIII	75392	0,116	12	30	360
IX	33313	0,051	5	30	150
XIV	16461	0,025	3	30	90
X	33195	0,051	5	30	150
XI	3990	0,006	1	30	30
XII	6178	0,010	1	30	30
Total Atenciones	649873		100		3.000

Diseño Metodológico

Margen de Error

El margen de error de la muestra, se detalla en la siguiente tabla para los diversos imperativos muestrales del estudio:

Región	Entrevistas por región	Error Muestral
XV	30	$\pm 17,9$
I	60	$\pm 12,7$
II	120	$\pm 8,9$
III	60	$\pm 12,7$
IV	180	$\pm 7,3$
V	390	$\pm 5,0$
RM	930	$\pm 3,2$
VI	180	$\pm 7,3$
VII	240	$\pm 6,3$
VIII	360	$\pm 5,2$
IX	150	$\pm 8,0$
XIV	90	$\pm 10,3$
X	150	$\pm 8,0$
XI	30	$\pm 17,9$
XII	30	$\pm 17,9$
Total Atenciones	3000	$\pm 1,8$

Zona	Entrevistas por Zona	Error Muestral
Norte (XV,I,II,III,IV y V regiones)	840	$\pm 3,4$
RM	930	$\pm 3,2$
Centro (VI,VII y VIII)	780	$\pm 7,3$
SUR (IX, XIV,X,XI y XII)	450	$\pm 4,6$
Total Atenciones	3000	$\pm 1,8$

Conclusiones

Problemas y oportunidades presentes en el modelo de atención

Existe un gran compromiso con el modelo Ips Chileatiende por parte de los directivos y ejecutivos de atención que se evidencia en una postura alineada con foco en el usuario, una atención cercana y humana.

Sin embargo, falta conocimiento acerca de las potencialidades y servicios que brinda ChileAtiende. En cierta medida podemos hablar de “Invisibilidad de Chileatiende”.

Existe baja complementariedad de los canales, explicado por el gran desconocimiento del canal digital y por que el canal preferido es el presencial.

La atención de múltiples servicios correspondientes a las instituciones en convenio, al no estar uniformados (formato único) o no tener disponibles todos los trámites en línea, dificulta el uso del canal digital.

No existe un buen uso del Módulo Facilita en sucursales. Presenta problemas de conocimiento y de uso, dado que por lo general su uso es asistido. Lo positivo es que la experiencia es evaluada satisfactoriamente.

Invisibilidad de ChileAtiende

- ❑ **La sucursal no siempre es reconocida o es asociada al IPS.** Muchos de los usuarios que llegan a la sucursal lo hacen por primera vez, y desconocen la institución y sus servicios.
- ❑ Para muchos usuarios adultos mayores, su visita a la sucursal **es la continuidad de lo que era el INP.** Esta confusión no recae solamente en los usuarios, ya que a nivel institucional tampoco existe una homogeneidad en las nomenclaturas.
- ❑ Algunas sucursales poseen señalética como **ChileAtiende**, mientras que otras, como en Providencia, figura en la entrada “**Instituto de Previsión Social**”.
- ❑ La **Web es visitada por medio del buscador o de otra institución**, y no realizan una asociación directa con la Web ChileAtiende. Sólo un 39% declara conocer el sitio.
- ❑ **El contact center no es conocido** por gran parte de los usuarios entrevistados, no existe una asociación directa, por parte de los usuarios, con el número telefónico.

La complementariedad de los canales de atención no está presente en los puntos de contacto con el usuario.

- ❑ Si bien, el modelo de Atención de ChileAtiende sienta sus bases en la capacidad de los distintos canales de ejercer roles diferenciados y complementar sus funciones para una atención integral a los usuarios, **la mayoría de los usuarios no percibe este modelo único de atención.**
- ❑ Si bien **los canales no presenciales (digital y remoto) si asumen la complementariedad del modelo**, ésta se restringe mayoritariamente a la derivación a la sucursal para concluir un trámite o abordar consultas complejas.
- ❑ Sin embargo, **en las sucursales no existe un incentivo verdadero a estimular el uso de los otros canales bajo el mecanismo de la complementariedad:** Al llegar a la sucursal, no existe un protocolo de atención en los ejecutivos que derive a los usuarios a la Web o el call-center. **El 84% de los usuarios volvería a hacer el trámite en la sucursal. Sólo si no hubiese otro canal para hacer un trámite, el 72% accedería a la web.**
- ❑ Solo **está presente la multi-canalidad de la atención en la señalética**, que no es suficientemente perceptible en los usuarios.

Problemas en la integración de múltiples servicios en la misma plataforma.

- ❑ La capacidad de ChileAtiende de gestionar servicios de una cantidad creciente de instituciones juega a favor y en contra:
 - ✓ A favor, los usuarios agradecen informarse y realizar múltiples trámites en una misma plataforma.
 - ❖ En contra, se produce una expectativa muy alta en los usuarios, que piensan que pueden realizar cualquier tipo de trámite en ChileAtiende.
 - ❑ No está claro qué se puede realizar en ChileAtiende y bajo que canal de contacto. Esta confusión se traslada como ya se ha dicho, a la página web de chileatiende, la cual entrega información sobre más de 2.480 servicios.
- “... el ciudadano ha mal entendido que Chile Atiende o el IPS Chile Atiende hace de todo” (Jefe sucursal Alameda)*

El Módulo Facilit@ no cumple óptimamente su función

- ☐ Mala ubicación de los módulos, están en lugares poco visibles o accesibles directamente por el usuario.
- ☐ Su uso queda supeditado a la derivación del anfitrión, está definido de esta forma desde los protocolos institucionales, los que pueden explicar igualmente que no se incentive que los usuarios lleguen directamente al módulo Facilita.
- ☐ El Módulo resulta incómodo en sus dispositivos de teclado, mouse y pantalla para los mismos ejecutivos de auto atención, evidenciándose dificultades de manejo igualmente en los casos en que los usuarios realicen sus operaciones de manera autónoma.
- ☐ Problemas de sistema en los módulos o en impresoras. En Concepción, Puente Alto, San Carlos y Villa Alemana existen dificultades de este tipo, representando la mitad de las sucursales observadas.
- ☐ Problemas en la interfaz: no hay links directos para los trámites más frecuentes y los formularios demandan demasiado tiempo al usuario o al ejecutivo de auto atención.

¿Quiénes son l@s usuarios de Sucursales? ¿Son usuarios potenciales del Canal Digital?

Tipologías Cuantitativas	Sub Tipologías Cualitativas	Características
Rezagados Tecnológicos	Jóvenes con acceso limitado a las TICs Los trabajadores tradicionales Los pensionados tradicionales	Est@s usuari@s representan el 38% de la población atendida en sucursales. Tienen barreras estructurales ya sea por falta de educación digital o acceso a infraestructura digital. La principal diferencia en estos tres perfiles es que en los jóvenes sí hay un mayor acercamiento a los medios digitales y por lo tanto, resultaría más fácil lograr una mayor digitalización de sus consultas y trámites
Usuari@s en Tránsito a la Adopción Digital	Jóvenes con acceso limitado a las TICs, jóvenes y adultos moderados y adulto emprendedor	Usuarios/as en Transito a la Adopción Digital, representan 33% de l@s usuari@s. Sus barreras no tienen que ver con variables de tipo estructural como el grupo anterior, sino que se relacionan principalmente con temas de seguridad y confianza en la tecnología
Tecnológicos Cotidianos	Los jóvenes y adultos conectados El adulto mayor conectado	Representan un 29% de l@s usuari@s del canal sucursal. Tienen un uso cotidiano de las TIC's. Las diferencias entre ambos perfiles, son principalmente etarias y económicas, las cuales determinan las expectativas y actitudes frente a las TICs. La mayoría de los adultos mayores conectados son de una posición económica más alta, y son más críticos con la forma en que se inserta la tecnología en la vida diaria.
MAYOR POTENCIAL		

Recomendaciones

Medidas para evitar la confusión de los tipos de alcances y servicios ofertados en ChileAtiende:

Para solventar estos problemas, se recomienda **revisar la manera en que se integran los servicios, avanzando hacia una mayor transparencia y claridad frente al usuario sobre la categorización de los servicios que aparecen en la Web y en la Sucursal**, explicando los diferentes alcances de ChileAtiende en cada uno de ellos. La mayor incomodidad de cara al usuario es tener que llegar al lugar que no corresponde a realizar su trámite, luego esta información debería ser explicada a modo de advertencia, con un formato destacado.

Medidas internas para fortalecer complementariedad de los canales de atención:

Desde el punto de vista interno, **la complementariedad de los canales de atención debe ser estimulada en cada uno de los tres puntos de atención a los usuarios.**

La sucursal debería generar un modelo de derivación al canal digital y call center para completar las gestiones que quedaron pendientes. Esto debe ser de manera acompañada por parte de los ejecutivos, ya que la señalética resulta insuficiente. A la salida o entrada de la sucursal, los usuarios podrían llevarse un instructivo donde aparezca el tipo de trámites que pudieran ser resueltos de manera no presencial.

El contact-center podría trabajar de manera más ligada al trabajo del canal digital, favoreciendo mayor digitalización, a partir de las siguientes medidas, indicadas por directivos o ejecutivos del canal.

- ✓ **Elaboración de un catastro de trámites online en todas las instituciones, insertarlos en la web y generar un soporte en línea o telefónico**

“Creo que es bastante más complejo, porque tiene que ver con la calidad de información y la calidad de los procesos que tienen los distintos trámites por detrás. Ahí hace falta que se haga un levantamiento por el estado de las instituciones de gobierno, de cuáles son los tramites que se pueden realizar en línea y generar proyectos de modernización asociados a ponerlos en una plataforma web” (Dirección Canal remoto)

- ✓ **Generar una línea dentro del contact center que funcione como mesa de ayuda o soporte de la Web ChileAtiende.**

“Creo que afectaría de manera positiva, porque de alguna manera nosotros podríamos apoyar al canal digital, transformándonos en la mesa de ayuda de esos sistemas de manera de poder dar soporte telefónico a las personas para que lo usen. Y generar un impacto en las sucursales, porque descomprime la demanda presencial, genera ahorro a los usuarios respecto de traslado y tiempo de espera, la verdad es que genera un círculo virtuoso en todo sentido” (Dirección Canal remoto)

- ✓ **Mayor canalización a la Web desde el Call Center, acompañando al usuario en su vínculo inicial con la web, e indicando como proceder en línea. Esto como capacidad resolutoria del call center, y generaría una mayor digitalización y aprovechamiento de las gestiones online.**

Medidas para mejorar el uso del módulo Facilit@

Para generar **una real auto atención**, es posible analizar en función de los perfiles qué tipo de usuario podría llevar a cabo una atención de este tipo, y de esta forma, sería posible saltarse la derivación inicial por parte del anfitrión, generando mayor descongestión.

Los usuarios denominados “tecnológicos” podrían autoatenderse directamente en estos módulos, si el usuario es informado en la Web o a la entrada de la sucursal. Estas medidas sólo serían posibles si se solucionan los problemas de ubicación, de sistema y de interfaz del módulo Facilita..

Para su clasificación, puede consultarse por la actitud que más discrimina en el estudio “Realiza usted Transferencias de dinero o pago de servicios por Internet”. La Respuesta afirmativa la debieran dar en su mayoría los usuarios tecnológicos.

Por otro lado, en base a la experiencia observada en sucursal, la rapidez de las atenciones sería más factible si se revisan los formularios, **se permite o indica el uso de atajos** (como los que realizaba el ejecutivo de autoatención de Villa Alemana), **se generan mayor cantidad de links directos**, y se facilita la emisión de varios certificados sin la necesidad de completar cada vez los datos del usuario.

Igualmente, el sistema tiene un limitado tiempo de espera, se reinicia rápidamente, en muchas ocasiones mientras el usuario o ejecutivo se encuentra en la mitad de un formulario. **Este tiempo de “reinicio” debería ser revisado.**

¿Cuál es el ideal que debe alcanzar el Canal Digital de IPSChileAtiende?

Recomendaciones a partir de la revisión de experiencias internacionales:

- ✓ Página Web centrada sólo en servicios (e-service).
- ✓ Con un Motor de Búsqueda como eje central de la visita. Que permita en la búsqueda avanzada, filtrar la consulta por ciclo de vida, género y nacionalidad, y arroje resultados en orden alfabético.
- ✓ Con Formularios Descargables pero a su vez con la posibilidad de ser llenados y tramitados online.
- ✓ Con la posibilidad de crear una cuenta usuaria personalizada.
- ✓ Con un Layout y Diseño que converse con las reparticiones públicas para las cuales provee el servicio de “Ventanilla única”.
- ✓ Con posibilidad de acceder a RRSS en las cuáles se responda a consultas más específicas sobre el uso de servicios en la web.
- ✓ Con versiones compatibles en distintos soportes tecnológicos pasando por smartphones, tablets y Smart tv. En esta línea el módulo facilit@, debe ser 100% compatible con el sitio web.

En Síntesis desde un punto de vista informático, comunicacional y operacional...

COMUNICACIONAL

Decidir si se quiere o no continuar con la marca “Chileatiende”

Desarrollar un plan de comunicación interna y externa de los servicios que efectivamente brinda IPS en sus canales

Uniformar diseño y presentación de los servicios de las instituciones en convenio

INFORMÁTICO

Más que un portal, el canal digital debe ser un “Gran Motor de Búsqueda de Servicios del Estado”.

Todo el diseño debe responder al modelo “Ventanilla Única”.

La web y los módulos presenciales de acceso a la web deben estar “Tecnológicamente Alineados”.

OPERACIONAL

Promover la complementariedad de los canales Presenciales y Remotos.

Desarrollar e implementar protocolos de derivación desde el canal sucursal hacia el canal digital.

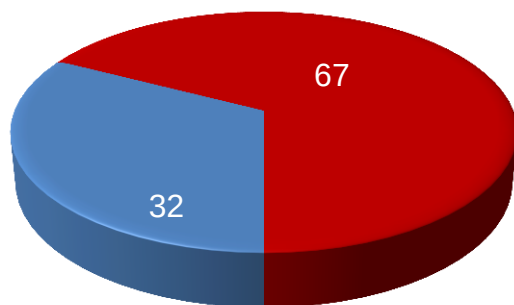
Promover la función de mesa ayuda del contact center para el uso de la web de Servicios de IPS.

Principales Resultados:

Todos los Resultados se expresan en valores
porcentuales

Descripción de la muestra (ponderado)

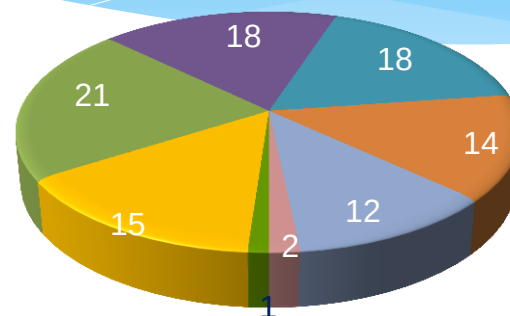
GÉNERO%



HOMBRE

MUJER

GRUPO ETARIO%



Menos - 17

18 - 24

25 - 34

35 - 44

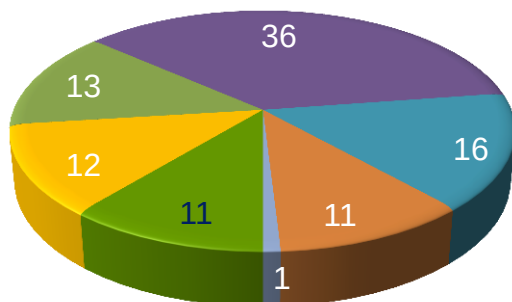
45 - 54

55 - 64

65 - 98

NS/NR

NIVEL EDUCACIONAL
JEFE HOGAR%



Básica incompleta o inferior

Básica completa

Media incompleta

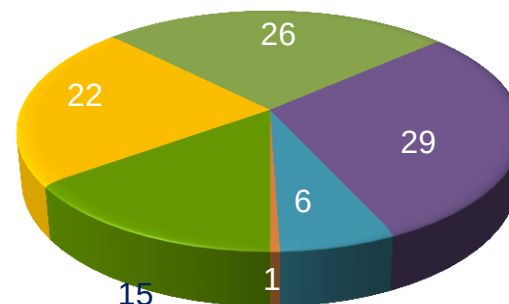
Media completa o Técnica incompleta

Universitaria incompleta o Técnica completa

Universitaria completa

Posgrado (Magister, Doctorado o equivalente)

OCUPACIÓN PRINCIPAL
JEFE HOGAR%



Trabajos menores ocasionales e informales.

Oficio menor, obrero no calificado.

Obrero calificado.

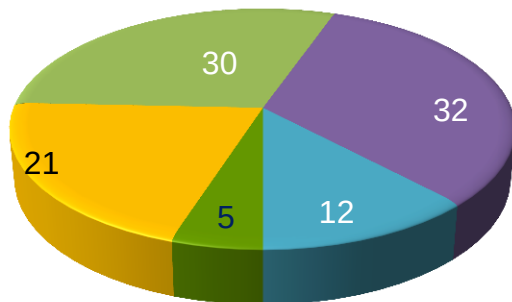
Empleado administrativo medio y bajo.

Ejecutivo medio (gerente, sub-gerente).

Alto ejecutivo (gerente general).

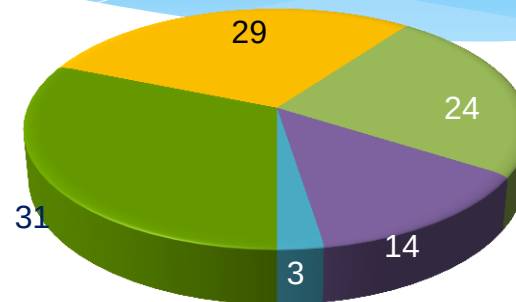
Descripción de la muestra (ponderado)

GSE%



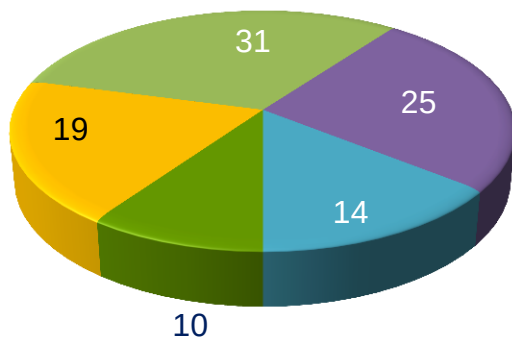
■ ABC1 ■ C2 ■ C3 ■ D ■ E

TIPO DE SUCURSAL%



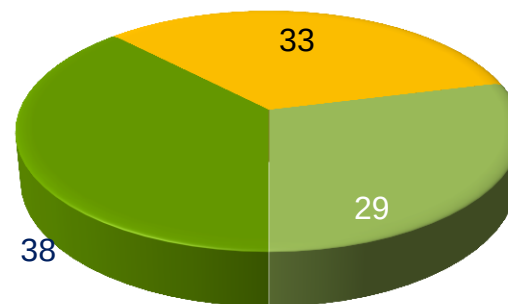
■ Tipo A ■ Tipo B ■ Tipo C ■ Tipo D ■ Tipo E

ZONA GEOGRÁFICA%



■ NORTE ■ CENTRO NORTE ■ RM ■ CENTRO SUR ■ SUR

TIPOLOGÍAS%

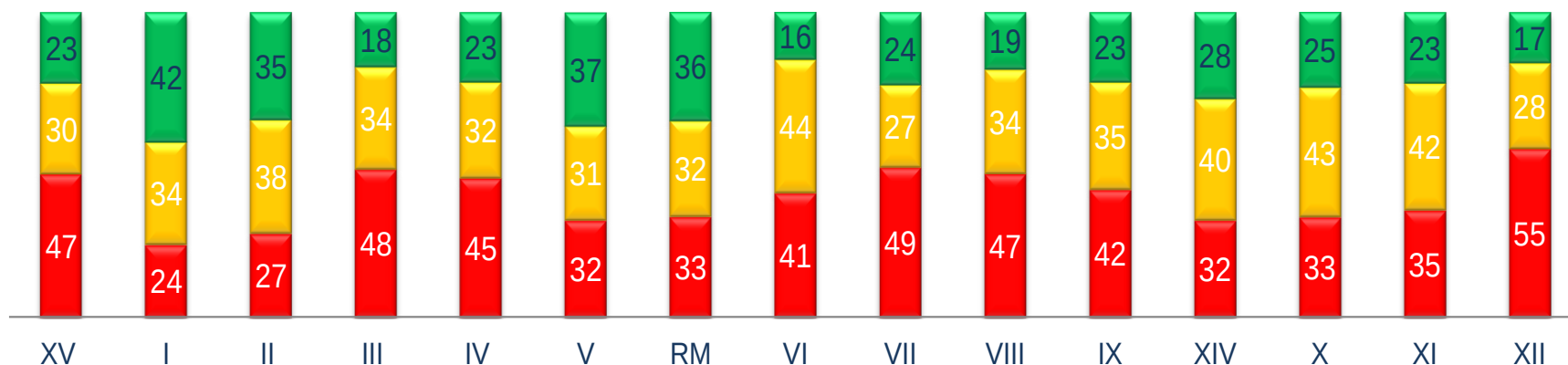


■ Rezagados ■ En tránsito ■ Tecnológicos

Tipologías por Zona y Región

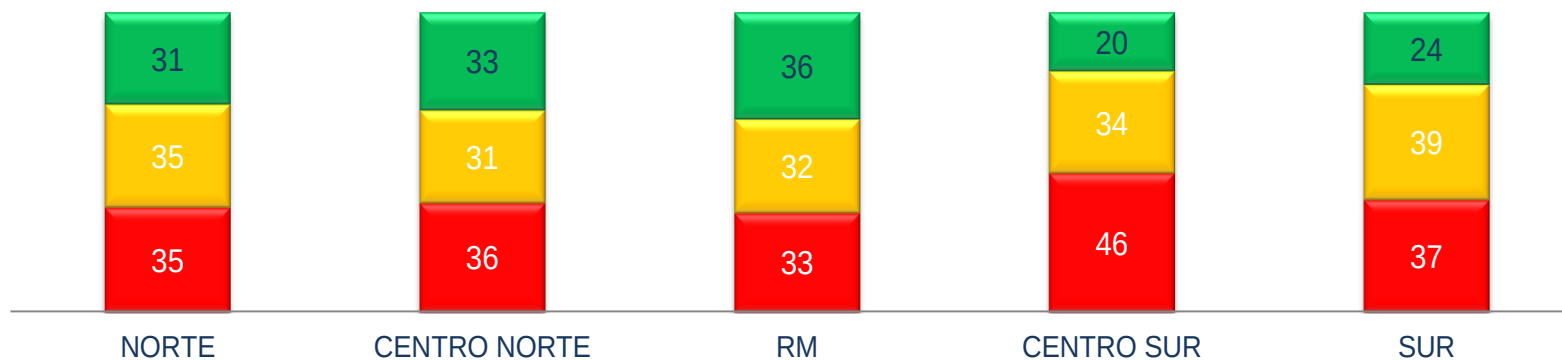
TIPOLOGÍAS POR REGIÓN%

■ TECNOLÓGICO ■ EN TRÁNSITO ■ REZAGADO



TIPOLOGÍAS POR ZONA GEOGRÁFICA%

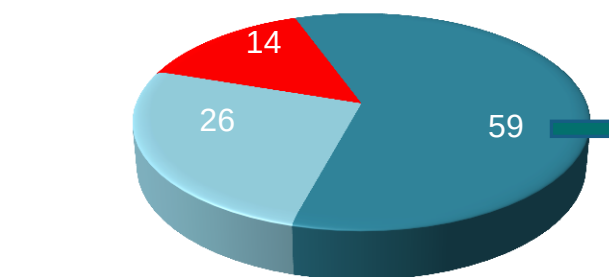
■ TECNOLÓGICO ■ EN TRÁNSITO ■ REZAGADO



Análisis descriptivos

Alta proporción de uso de Internet. Pero un 40% no utiliza la web.

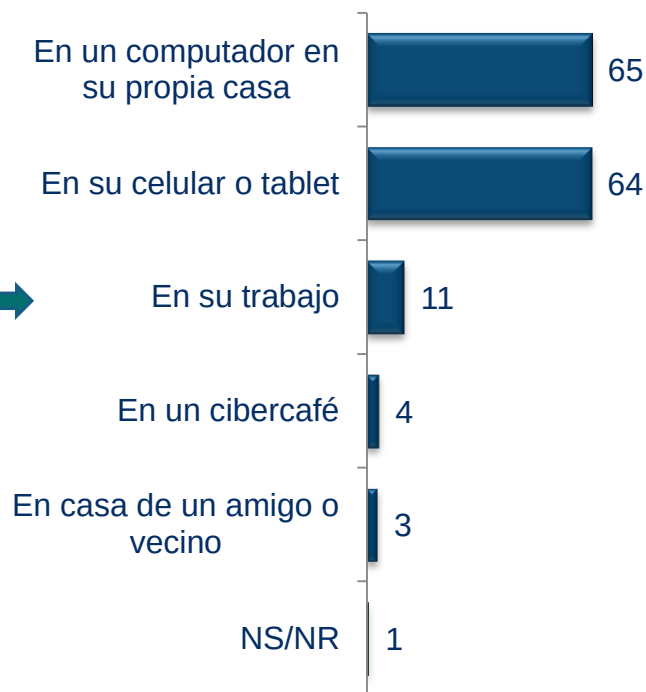
¿Ud. Utiliza Internet frecuentemente?%
Base: Total.



■ Sí
■ No

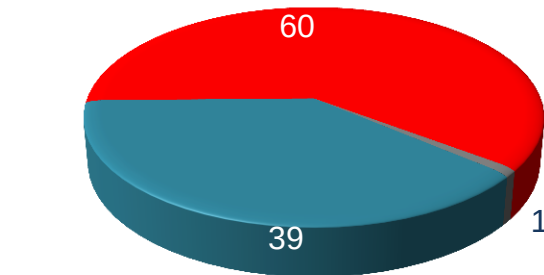
■ Nunca en mi vida he accedido a internet

¿Cómo accede a Internet?%
Base: Utiliza frecuentemente.



La mayoría accede sólo. Quienes piden ayuda la solicitan a sus hijos.

En general, cuando usted accede a Internet ¿lo hace sólo/a o pide ayuda?%
Base: Usa Internet



■ Pide Ayuda
■ Lo hace Solo
■ NS/NR

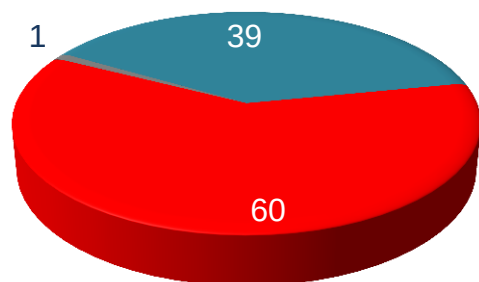
Cuando pide ayuda para acceder a internet ¿a quién recurre la mayoría de las veces?
Base: Pide ayuda

		TIPOLOGÍAS		
		REZAG. Base: (97)	TRÁNS. (77)	TECNO (16)
A sus hijos	74	75,0	72,0	82,1
A otro familiar	8	7,9	7,6	6,9
A algún amigo o vecino	7	4,7	8,0	11,0
A sus nietos	5	5,8	4,2	0
A sus hermanos	3	2,9	4,0	0
A un compañero de trabajo o estudios	2	2,1	2,1	0
NS/NR	2	1,7	2,0	0

Muy bajo nivel de conocimiento y uso. Mayor nivel de conocimiento y uso de sitio web ChileAtiende.

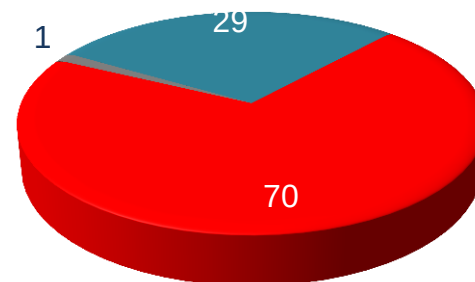
“...En este momento está todo detenido....No está ni si quiera detenido, no existe. Tú ves ahora en los medios?, nadie está hablando de ChileAtiende como publicidad...”

¿Conoce el sitio web de ChileAtiende?%
Base: Total



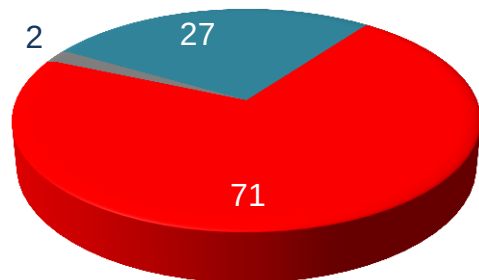
■ Sí ■ No ■ NS/NR

¿Utiliza o ha utilizado el sitio web de ChileAtiende?%
Base: Total



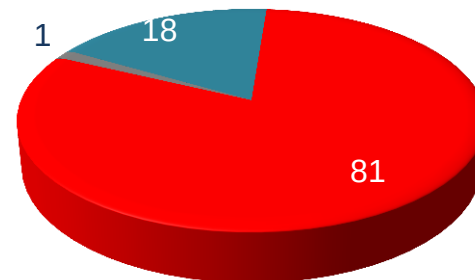
■ Sí ■ No ■ NS/NR

¿Conoce el sitio web de IPS?%
Base: Total



■ Sí ■ No ■ NS/NR

¿Utiliza o ha utilizado el sitio web de IPS? %
Base: Total

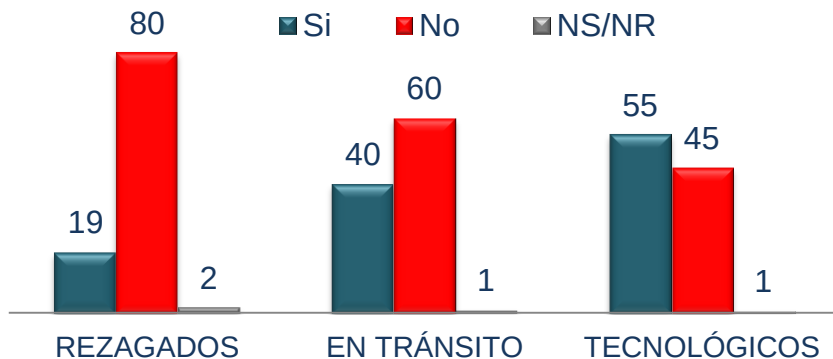


■ Sí ■ No ■ NS/NR

Muy bajo nivel de conocimiento y uso entre los usuarios/as TECNOLÓGICOS

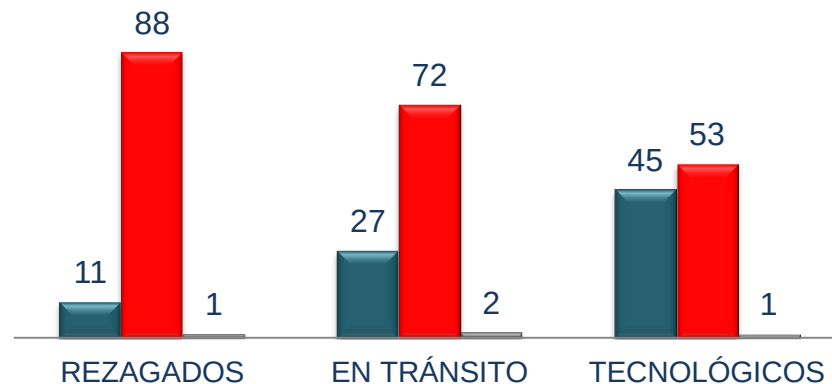
P4.1a ¿Conoce el sitio web de ChileAtiende?

Base: Total



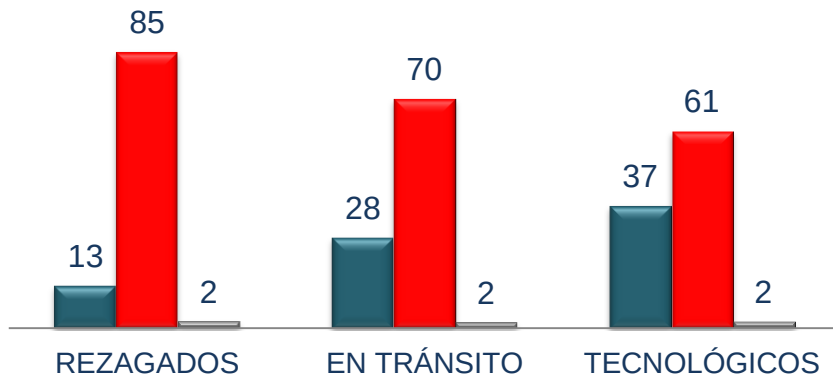
P4.2a ¿Utiliza o ha utilizado el sitio web de ChileAtiende?

Base: Total



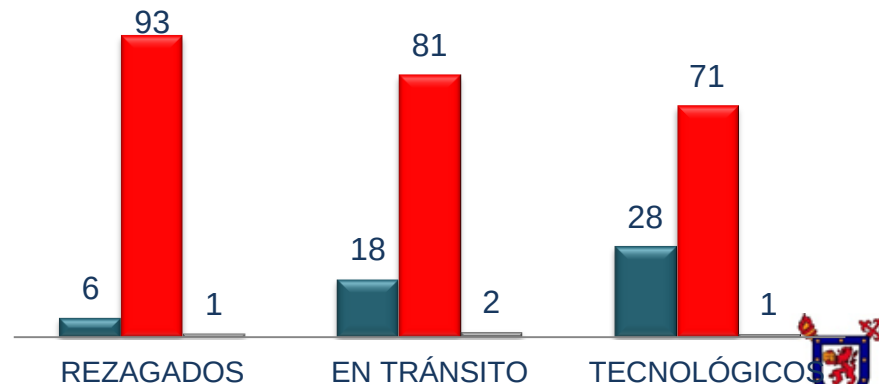
P4.1b ¿Conoce el sitio web de IPS?

Base: Total



P4.2b ¿Utiliza o ha utilizado el sitio web de IPS?

Base: Total



No usan sitios webs por desconocimiento y debiera haber más publicidad para que aumente uso.

P4.3 ¿Por qué no utiliza los sitios web de ChileAtiende o de IPS?

Base: No Utiliza sitios
Web ChileAtiende o IPS

TIPOLOGÍAS

REZAG. TRÁNS. TECNO
Base: (1063) (741) (448)

No los conozco



Prefiero la atención
personal (cara a
cara)



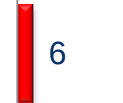
No sé utilizar estos
sitios web



No necesito usar
estos sitios web



No me gusta usar
internet



NS/NR



P4.4 ¿Qué deberían hacer u ofrecer estos sitios web para que usted decida utilizarlos?

Base: No Utiliza sitios
Web ChileAtiende o IPS

TIPOLOGÍAS

REZAG. TRÁNS. TECNO
Base: (1053) (740) (441)

Hacer más publicidad en otros
medios (Radio, TV, etc.)



Hacer más clara la información
en el sitio web



Entregar mayor cantidad de
información en el sitio web



Realizar invitaciones o
promociones por el sitio web



Agilizar el tiempo de respuesta a
las solicitudes hechas

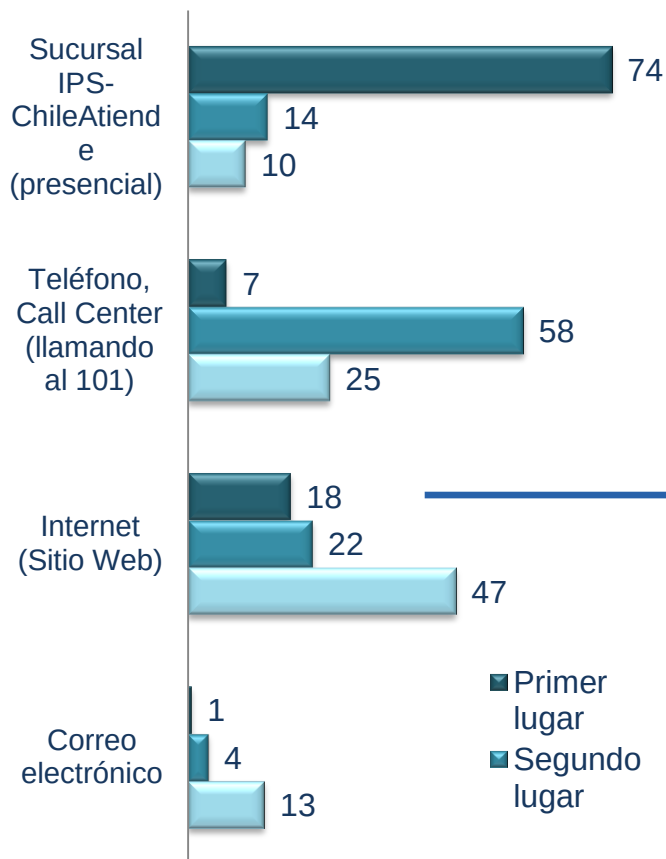


NS/NR



La sucursal es el canal más usado. Quienes usan internet como primera opción, lo hacen por rapidez y accesibilidad desde cualquier lugar y desde casa.

Pensando cuando usted necesita realizar alguna consulta, solicitud o trámite en IPS-ChileAtiende.
¿Cuál de los siguientes medios utilizaría en Primer y Segundo Lugar...%
Base: Total

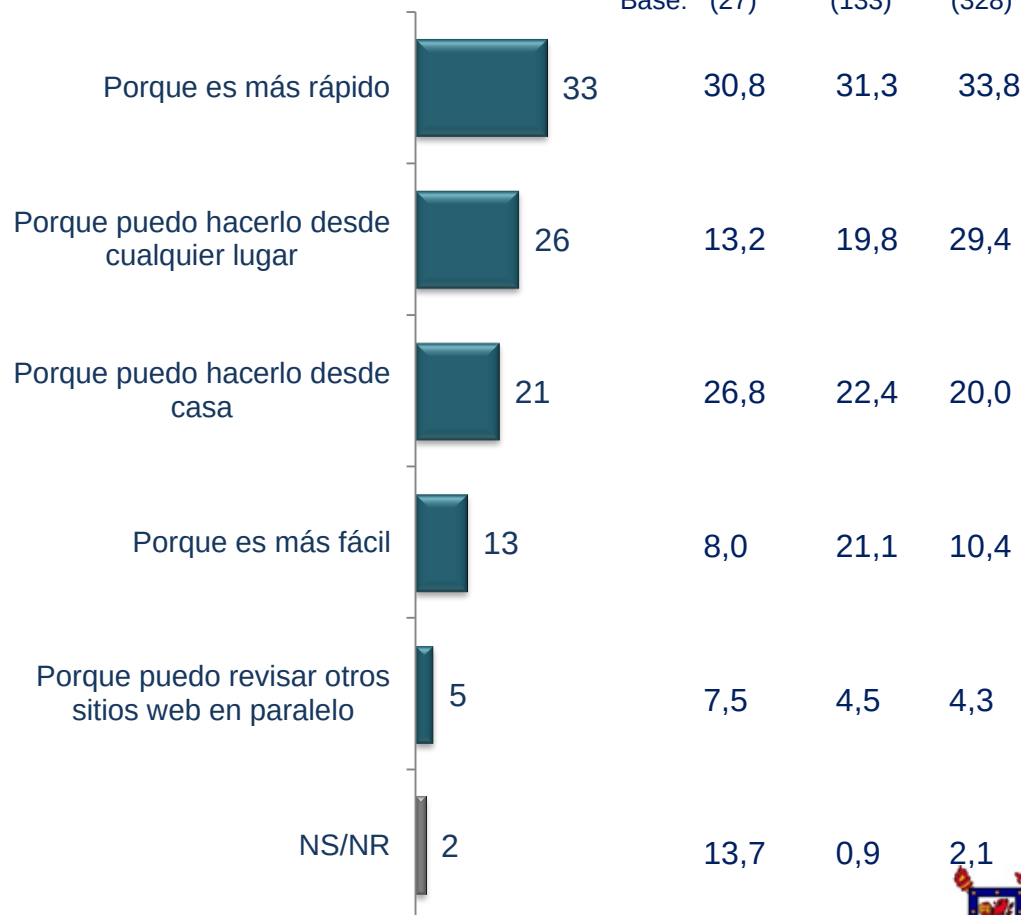


P8 ¿Por qué utilizaría Internet (Sitio Web) en 1º lugar?

Base: Utiliza Internet en Primer Lugar

TIPOLOGÍAS

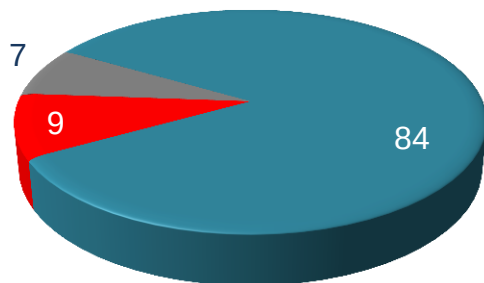
REZAG. (27) TRÁNS. (133) TECNO (328)



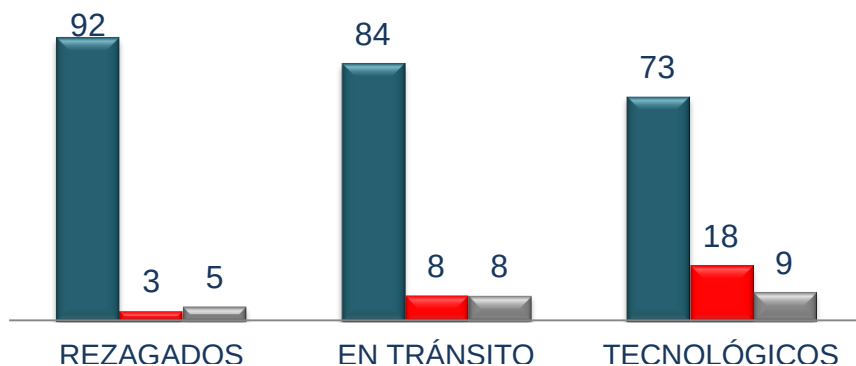
NS/NR 2

Volverían a realizar trámite a la sucursal por preferencia de atención cara a cara y la seguridad que ella otorga

Considerando su experiencia HOY ¿Volvería a realizar este mismo trámite en una sucursal o lo realizaría por otro medio? %
Base: Total



■ Sí, volvería a usar la sucursal
■ No, usaría otro medio
■ NS/NR



P11.1 ¿Por qué volvería a usar la sucursal?

Base: Sí, volvería a la sucursal

TIPOLOGÍAS

REZAG. TRÁNS. TECNO
Base: (1069) (850) (603)

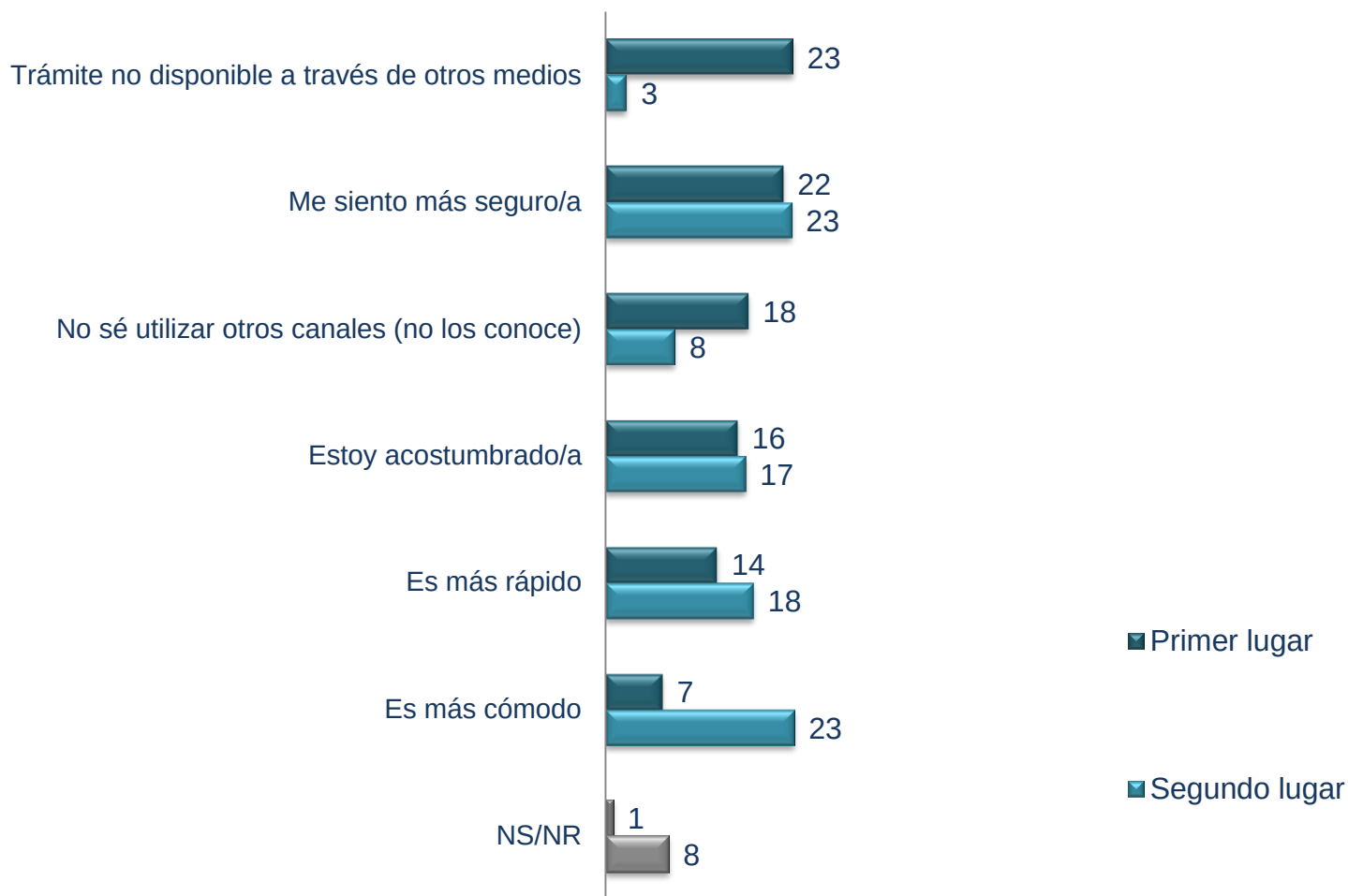
Prefiero la atención personal (cara a cara)	36	41,4	35,2	29,9
Realizar el trámite en sucursal me da seguridad	26	25,0	28,7	25,7
La atención en sucursal es más rápida	18	17,0	17,1	18,9
Venir a la sucursal es más cómodo	14	12,7	15,7	15,5
Otras razones	4	3,1	2,2	8,8
NS/NR	1	0,8	1,0	1,3

Trámite no disponible por otro canal y la seguridad en su realización, justifican la visita a la sucursal.

Pensando en la consulta, solicitud o trámite en específico que REALIZÓ HOY.

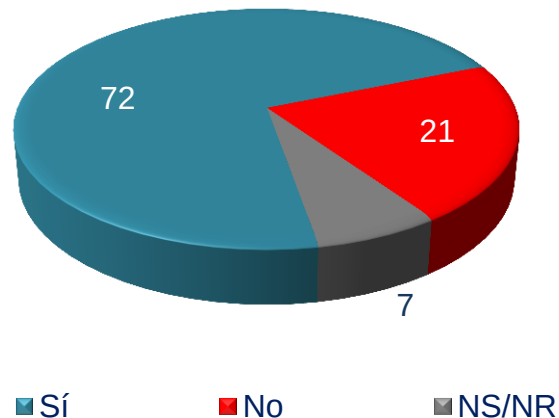
¿Cuál diría usted es la principal razón de por qué vino a la sucursal y no realizó el trámite por otros canales ?%....

Base: Total



Alta disposición a la realización del trámite -si estuviera disponible- en Sitio Web. Hay barreras asociadas a desconocimiento de cómo hacerlo, confianza en el canal y seguridad de los datos personales.

Considerando que su trámite no está disponible por otros medios. Si estuviera disponible a través de internet ¿Lo realizaría a través del Sitio Web?
Base: Si el Trámite no estuviera disponible a través de otros medios



P13.1 ¿Por qué no lo realizaría a través del Sitio Web en internet?
Base: No lo realizaría a través del Sitio Web

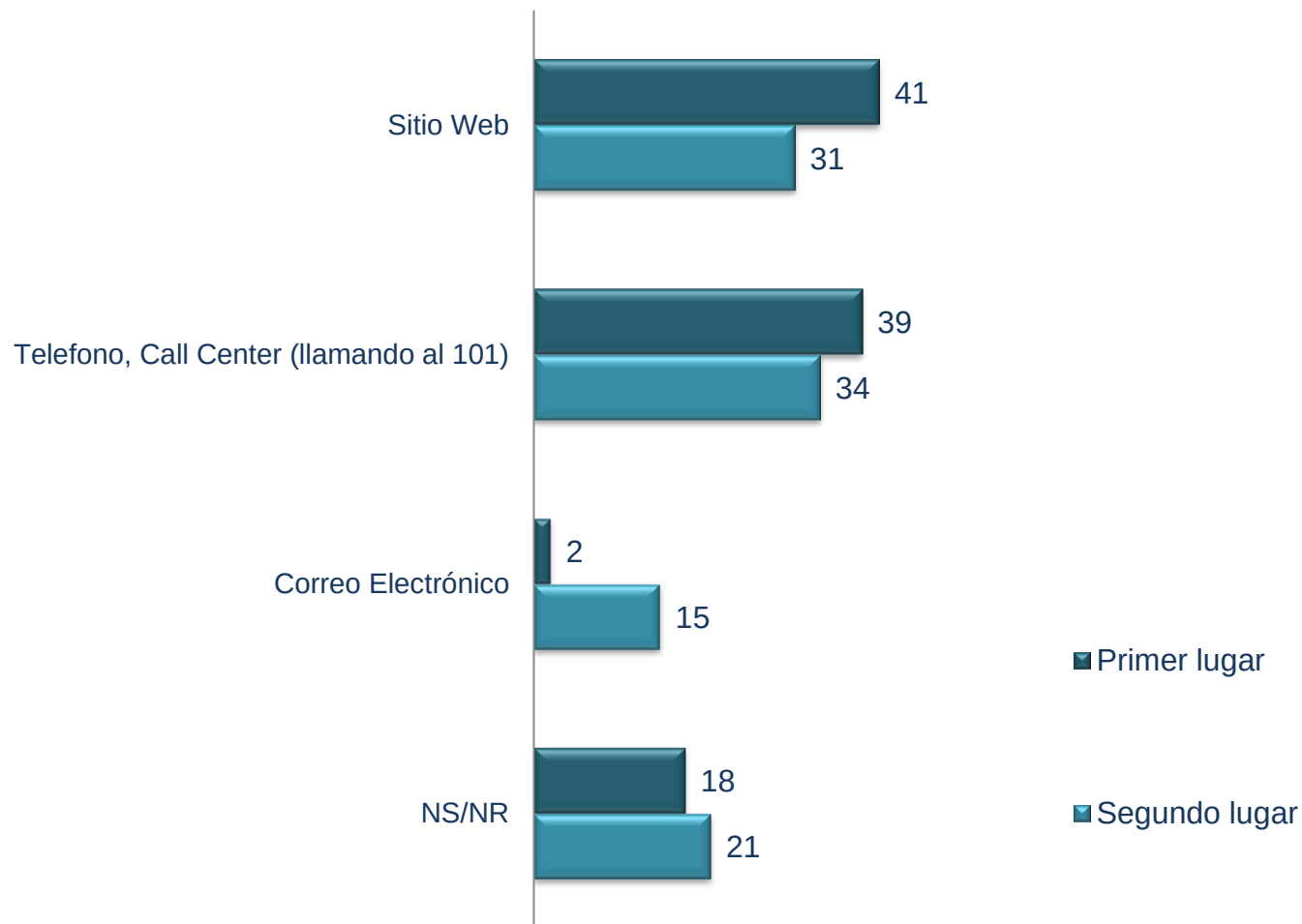
TIPOLOGÍAS

REZAG. TRÁNS. TECNO
Base: (81) (56) (23)



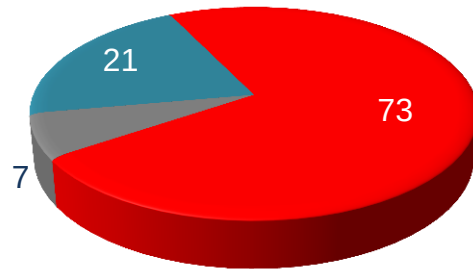
Sitio Web y Call Center serían las alternativas –a la sucursal- más usadas, si el trámite estuviera disponible allí.

Considerando que utilizaría otro medio para realizar su consulta, solicitud o trámite. ¿Cuál de los siguientes medios utilizaría en...
Base: Trámite disponible mediante otros medios



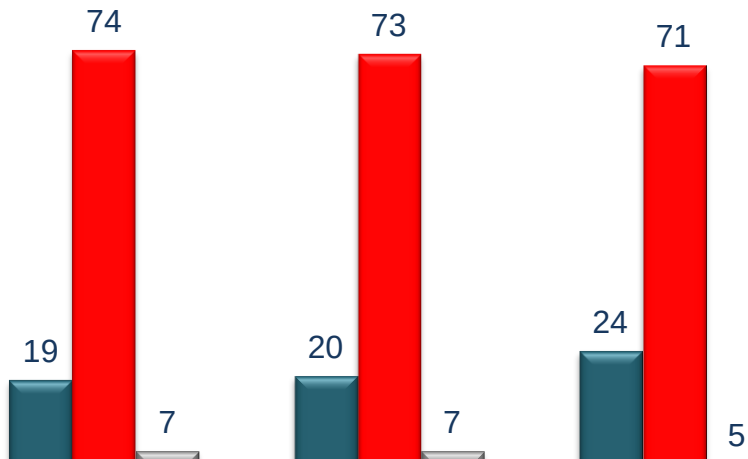
2 de cada 10 declara usar el Facilit@. La razón de no uso es desconocimiento.

¿Utiliza o ha utilizado el Modulo Facilit@ de esta sucursal?%
Base: Total



¿Utiliza o ha utilizado el Modulo Facilit@ de esta sucursal?%
Base: Total

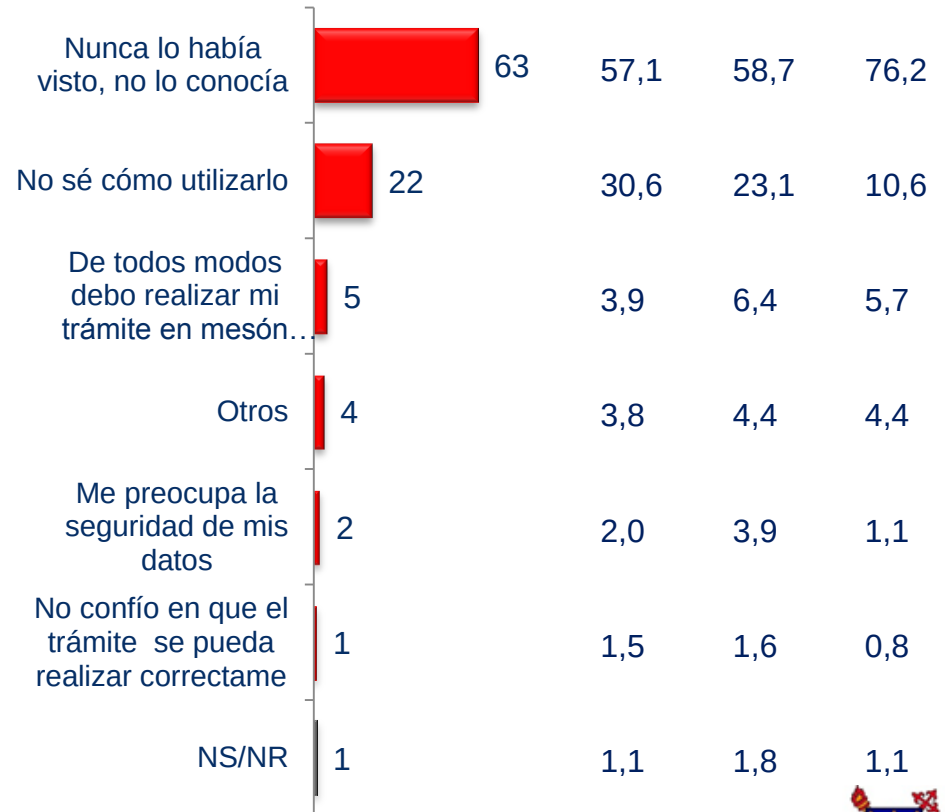
■ Sí ■ No ■ NS/NR



¿Por qué razón no ha utilizado el Modulo Facilit@ de esta sucursal?%
Base: No utiliza o ha utilizado Modulo Facilit@ de esta sucursal

TIPOLOGÍAS

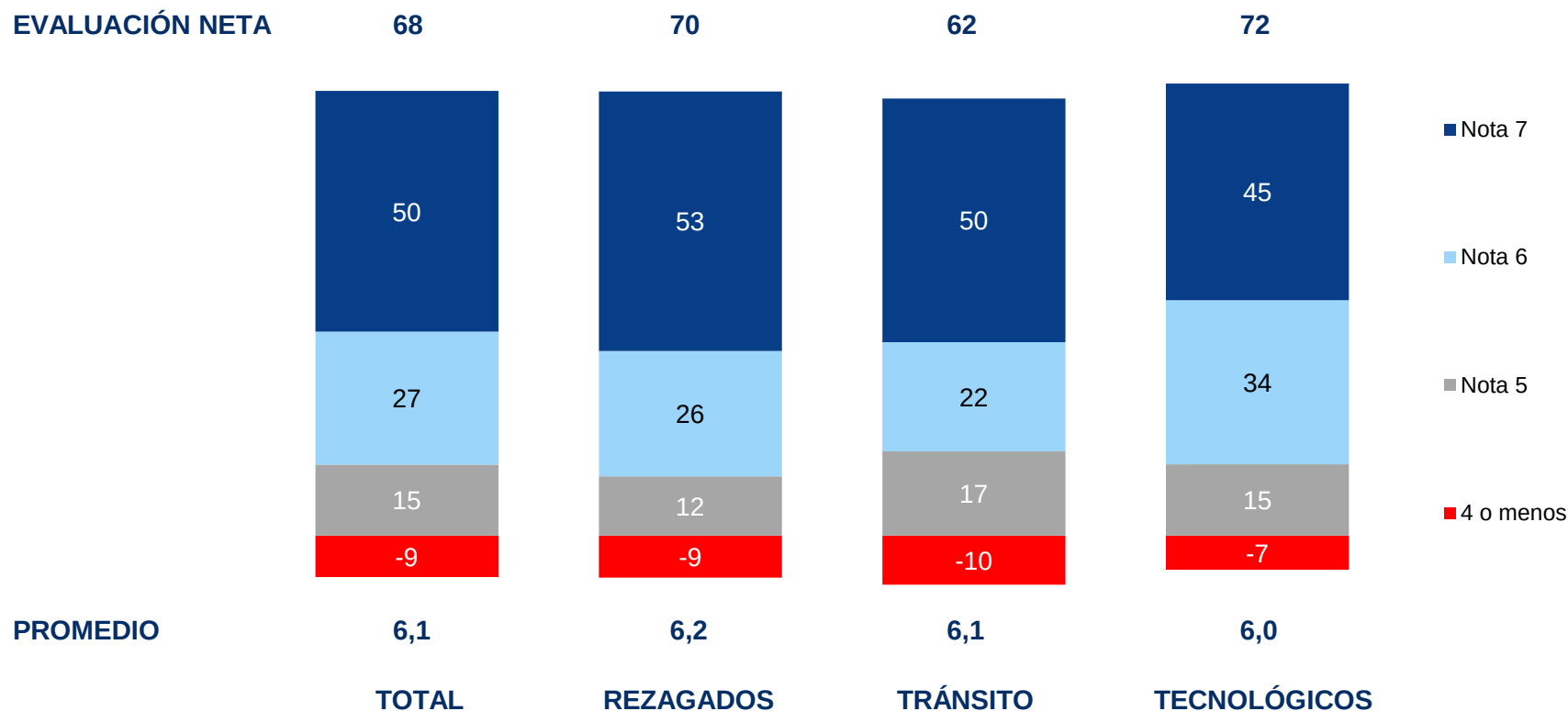
REZAG. TRÁNS. TECNO
Base: (848) (725) (570)



Evaluación más baja de Módulo Facilit@, en segmento de usuarios/as en TRÁNSITO

¿Cómo evalúa su satisfacción con la experiencia de uso del Módulo Facilit@?

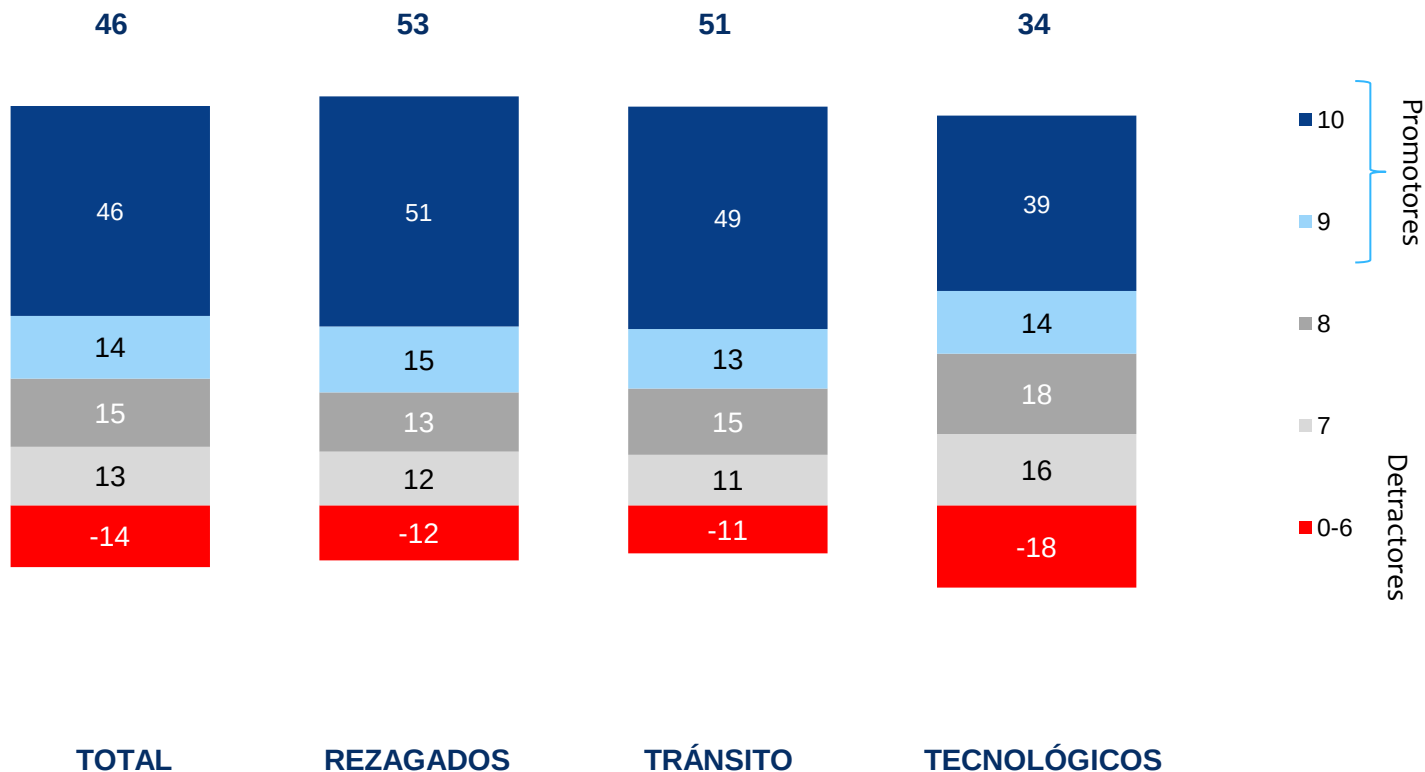
Base: Utiliza o ha utilizado Modulo Facilit@



Menor nivel de recomendación de IPS-ChileAtiende entre usuarios/as TECNOLÓGICOS.

¿Qué tan probable es que usted recomiende los servicios de IPS-ChileAtiende a un familiar, amigo o colega?
Base Total

NPS



Bajo uso de Redes Sociales en general y más bajo aún, en relación con ChileAtiende e IPS. Facebook y Whatsapp las más usadas.

P19 ¿Cuáles de estas redes sociales ha utilizado?

P20 ¿Con cuál de estas redes sociales se ha comunicado con ChileAtiende?

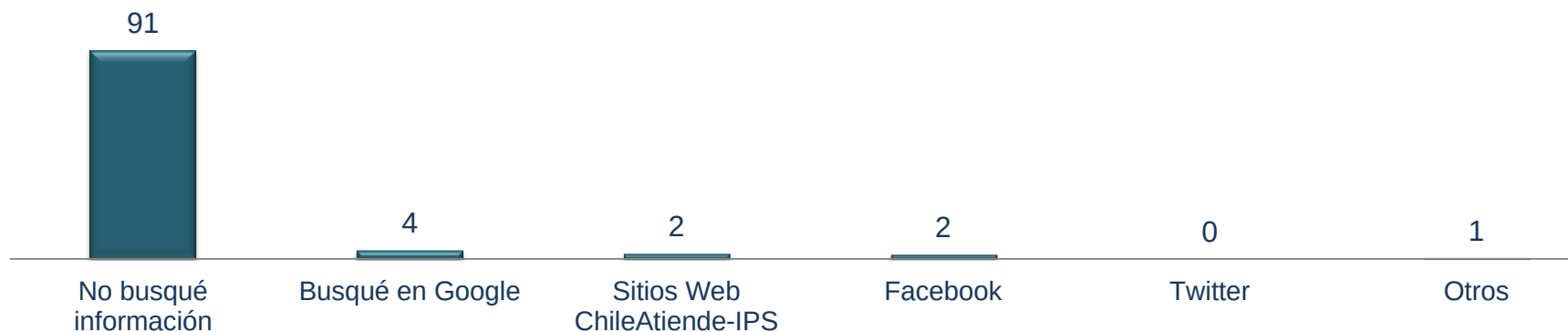
P21 ¿Con cuál de estas redes sociales se ha comunicado con IPS?

Base: Total



P22 Hoy en la sucursal mientras esperaba para su trámite. ¿Buscó información en alguno de estos medios?

Base: Total



Análisis de cluster

Especificaciones del Análisis de Cluster

Para responder a los objetivos específicos de la investigación se procedió a la realización de un análisis de cluster con el total de la muestra analizada.

El análisis de cluster es procedimiento estadístico multivariable que nos permite identificar segmentos o grupos de usuarios/as homogéneos al interior de cada cluster (intra grupo) y heterogéneos entre los grupos (extra grupos).

Estas distinciones intra y extra grupo se definen, a partir, de las características o perfiles en distintas variables claves de la segmentación, ellas han sido definidas por el modelo estadístico como variables que agrupan y discriminan a los usuarios.

A partir del análisis de segmentación se conformaron tres grupos de usuarios/as que posee una vinculación con la tecnología y disposición al uso de la misma de una manera diferenciada y específica.

Grupo 1 Rezagados Tecnológicos.

Grupo 2 Usuarios en Tránsito a la Adopción Digital.

Grupo 3 Tecnológicos Cotidianos .

Set de Ítems utilizados para el Análisis de Cluster

SECCIÓN	PREG.	VARIABLE
ACTITUD HACIA LA TECNOLOGÍA	23.A	"Nunca transfiero dinero por Internet porque me da mucha desconfianza"
	23.B	"Por lo general prefiero comunicarme a través de Whatsapp que hablar por teléfono"
	23.C	"La tecnología me hace la vida más fácil"
	23.D	"Ojalá todos los servicios públicos tuvieran disponibles sus trámites por internet"
	23.E	"No me interesa nada que tenga que ver con Internet, prefiero relacionarme cara a cara con quien necesite comunicarme"
	23.F	"Utilizaría mucho más los servicios que ofrece internet, pero tengo temor a las estafas, como por ejemplo el robo de claves bancarias"
	23.G	"Nunca he sido hábil con el uso de la tecnología"
	23.H	"Considero que Internet es útil, pero es difícil para mí entender cómo funciona"
	23.I	"Me encantaría poder acceder a Internet, pero no tengo los recursos"
	23.J	"Soy el primero en acceder a nuevas tecnologías"
	23.K	"Algunos servicios públicos tienen módulos electrónicos para hacer varios trámites, pero no los uso porque no sé cómo hacerlo"
	23.L	"La tecnología no es confiable"
	23.M	"Cuando necesito hacer un trámite en un servicio público, prefiero ir a una sucursal para asegurarme de hacer correctamente el trámite"
	23.N	"Prefiero mil veces que una persona y no una máquina me entregue un comprobante por un servicio o trámite realizado"
	23.O	"Es mucho más cómodo que a uno le paguen su sueldo/pensión/subsidio o Bono en una cuenta vista, como la Cuenta RUT, para luego retirarlo por un cajero automático"
	23.P	"Cuando se trata de usar aparatos tecnológicos pido ayuda"
	23.Q	"Prefiero guardar mi dinero en la casa, que tenerlas en una cuenta en el banco y sacarla por un cajero automático"
	23.R	"El problema de hacer trámites en servicios públicos por internet es que las páginas web son muy complicadas"
	23.S	"Me han dicho que hacer trámites por internet es más rápido, pero nunca seré capaz de entender cómo funcionan"

Caracterización de los usuarios/as por tipologías.

Tecnológicos poseen la mayor proporción de hombres y poseen principalmente entre 18 y 44 años.

GÉNERO POR TIPOLOGÍAS%

■ Hombre ■ Mujer



GRUPO ETÁREO POR TIPOLOGÍAS%

■ Menos de 17 ■ 18 - 24 ■ 25 - 34 ■ 35 - 44 ■ 45 - 54 ■ 55 - 64 ■ 65 - 98



Los GSE más bajos pertenecen en mayor proporción a Rezagados. No se observan diferencias por tipo de sucursal

GRUPO SOCIOECONÓMICO POR TIPOLOGÍAS%

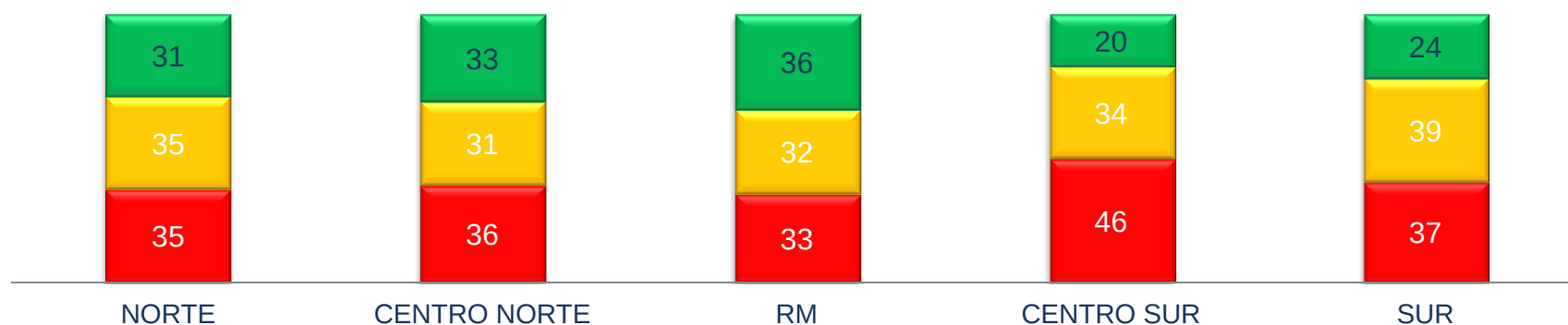
■ ABC1 ■ C2 ■ C3 ■ D ■ E



Mayor proporción de tecnológicos en RM, I, II y V Región, respecto de los otros grupos de usuarios/as.

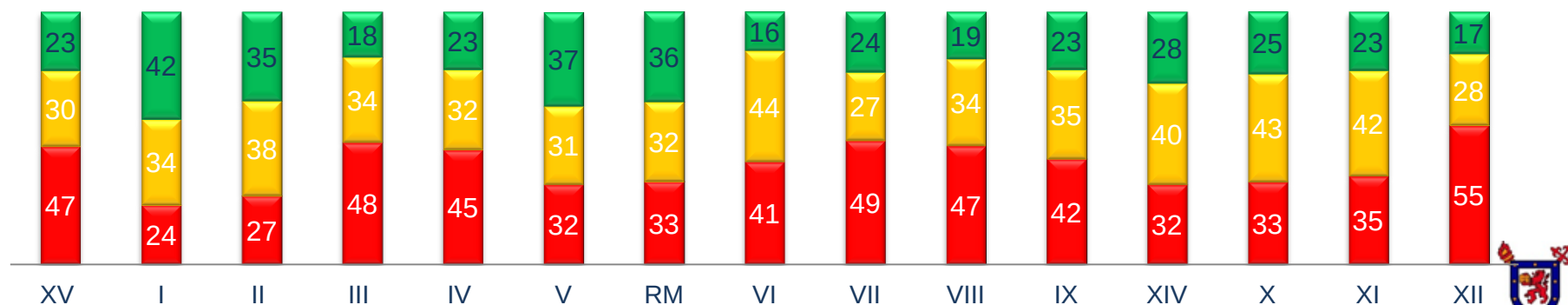
TIPOLOGÍAS POR ZONA GEOGRÁFICA%

■ TECNOLÓGICO ■ EN TRÁNSITO ■ REZAGADO



TIPOLOGÍAS POR REGIÓN%

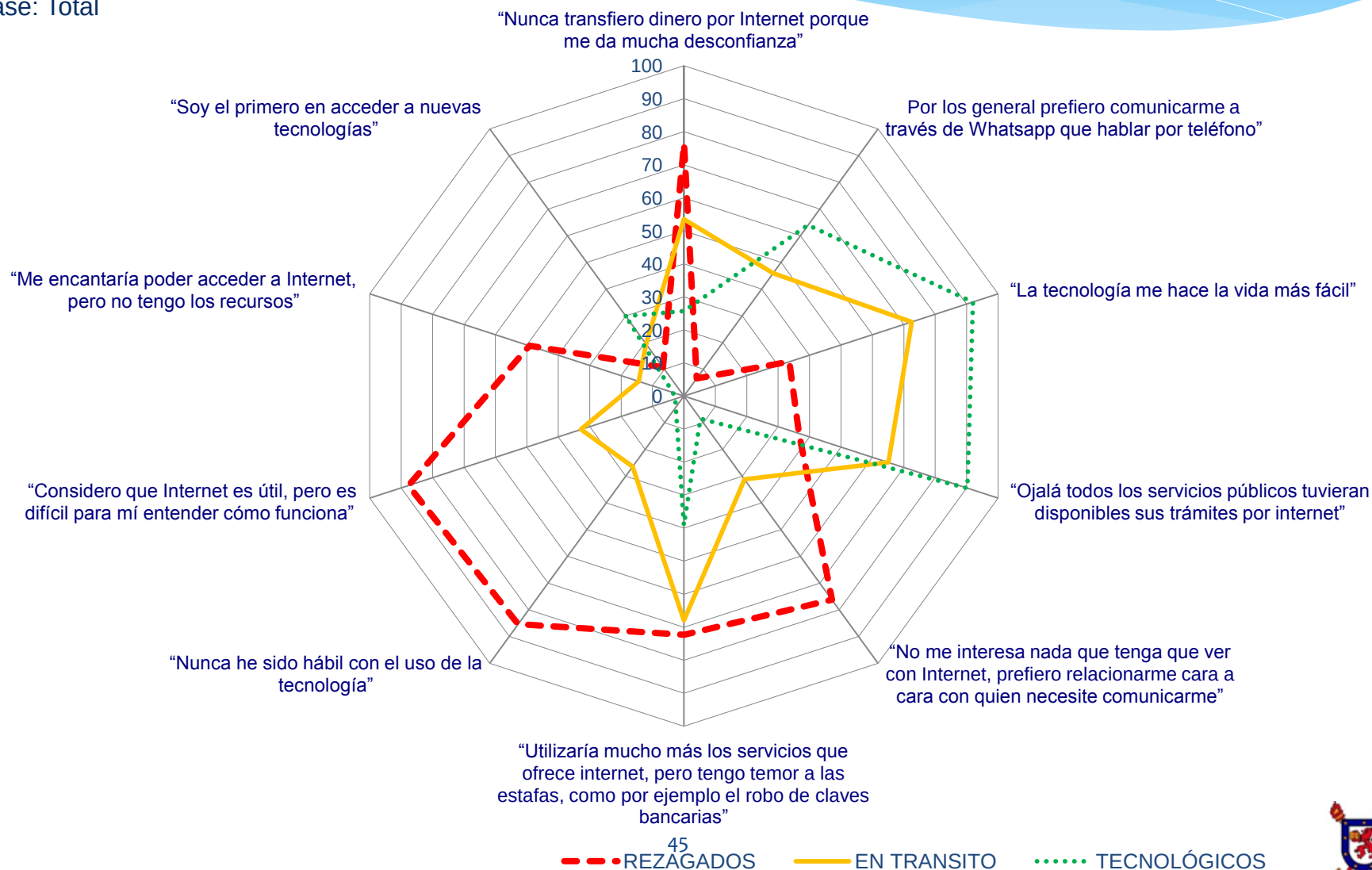
■ TECNOLÓGICO ■ EN TRÁNSITO ■ REZAGADO



Perfil Psicográfico Análisis de Cluster

P23 Nivel de Acuerdo

Base: Total

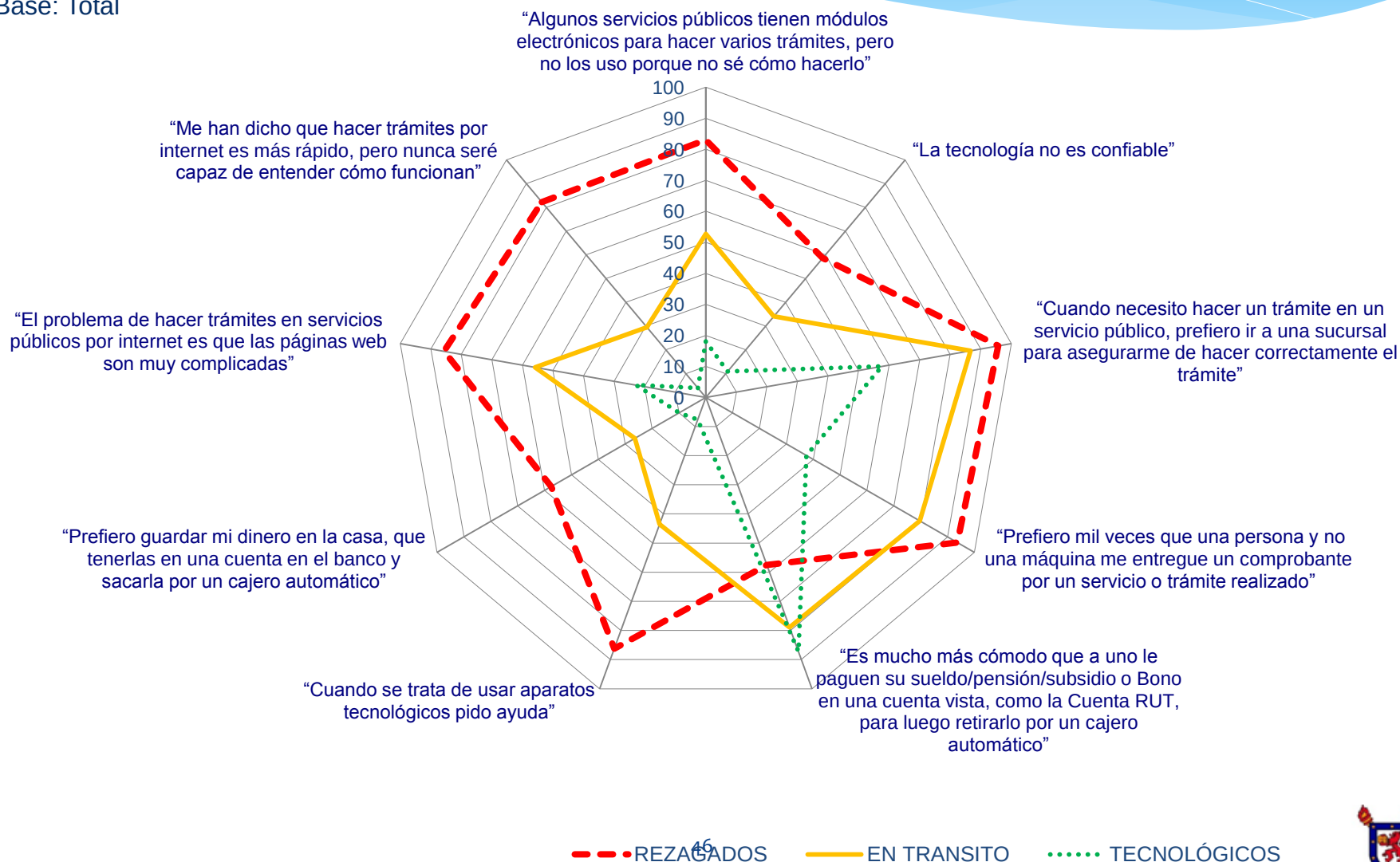


Perfil Psicográfico Análisis de Cluster

P23 Nivel de Acuerdo

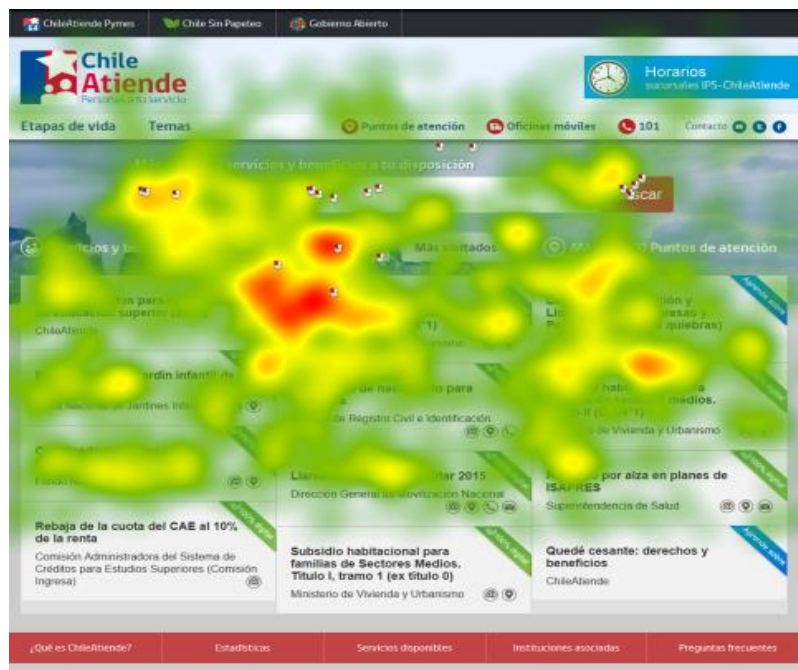
Perfil Psicográfico Análisis de Cluster % (2 de 2)

Base: Total



Test de Usabilidad: Mucha información Confunde

Rezagados



Tecnológicos Cotidianos



Facultad de
Administración
y Economía



Muchas Gracias!!!