



INFORME DE SATISFACCIÓN CON LOS CANALES DE ATENCIÓN CIUDADANA

Proveedor: Área de Información y Estudios

Fecha: Abril de 2018

Tabla de Contenido

1. Resumen.....	3
2. Introducción	3
3. Satisfacción con el canal de atención telefónica	6
4. Satisfacción con el canal de atención web.....	10
5. Satisfacción con el canal de atención presencial	14
6. Comparación en los niveles de satisfacción de los tres canales de atención	20
7. Conclusiones y recomendaciones	21
ANEXO1	23
ANEXO 2	25
ANEXO 3	26
ANEXO 4	28
ANEXO 5	29

1. RESUMEN

El presente documento presenta los resultados de la encuesta de satisfacción a usuarios de los canales de atención de la unidad SIAC durante el año 2017. El canal mejor evaluado es el presencial (127 encuestas) con un 98% de satisfacción neta. En segundo lugar, el canal de atención telefónica (516 encuestas) que presenta una satisfacción neta de un 85,4%. El tercer lugar corresponde al canal de atención web (221 encuestas), que registra una satisfacción neta de un 63,4%. A partir de los resultados, se efectúan propuestas para perfeccionar el servicio entregado, esperando mejorar la evaluación de los usuarios en las próximas mediciones.

2. INTRODUCCIÓN

El Servicio Integral de Información y Atención Ciudadana (SIAC), forma parte del área de Estudios e Información de la Comisión del Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales ChileValora. El servicio, es un espacio de consulta referido a distintos aspectos de ChileValora. Para ello, las personas interesadas pueden efectuar sus consultas mediante 3 vías: telefónica, formulario web o presencial. En conjunto con las actividades de consulta, se efectúan actividades de monitoreo, generando información estadística y de gestión que permitan adoptar medidas correctivas y planes de acción para mejorar el servicio.

La metodología utilizada por la Unidad SIAC, está basada en las normativas legales que rigen los espacios de atención ciudadana de los Órganos del Estado: el Decreto Supremo N°680, sobre la creación y funcionamiento de las oficinas de atención ciudadana; la ley N° 19.880, que establece las normas específicas para los Servicios Públicos en el tratamiento de las solicitudes de las personas en diferentes espacios de atención; el instructivo Presidencial N° 4, el cual asegura el cumplimiento de los derechos que la Ley entrega a los usuarios (as); ley N° 20.500 Participación Ciudadana, la ley N° 19.628 Protección de la Vida Privada o Datos de Carácter Personal; la ley N° 20.285 de Acceso a la Información Pública; la Política para la Participación Ciudadana en el Marco de la Corresponsabilidad.

La normativa legal, guía los mecanismos y procedimientos de atención, que se han ido implementando de forma paulatina y sistemática en los diversos canales de atención, como, asimismo, los instrumentos de registro y los plazos de respuesta, además de la difusión y sistematización de información vinculada con los espacios de atención ciudadana de ChileValora, lo que permite garantizar el ejercicio no discriminatorio de los derechos ciudadanos.

Como se señaló anteriormente, la Unidad SIAC cuenta con tres canales de atención: Telefónico, web y presencial, mediante los cuales la ciudadanía puede formular sus consultas referidas a ChileValora. En este contexto, se aplica anualmente la encuesta de satisfacción a usuarios, con propósito de medir el nivel de satisfacción de éstos, respecto de cada uno de los canales de atención. Sus objetivos específicos son los siguientes

- Medir y analizar el nivel de satisfacción con el canal telefónico de atención a usuarios.
- Medir y analizar el nivel de satisfacción con el canal web de atención a usuarios.
- Medir y analizar el nivel de satisfacción con el canal presencial de atención a usuarios.
- Identificar puntos de potencial mejora para próximas mediciones, efectuando propuestas pertinentes.

Es importante destacar que aquello que se mide, es lo que se considera la satisfacción neta con una serie de atributos relacionados con la atención que se presta a la ciudadanía. Así, a cada persona encuestada se le solicita que evalúe el servicio brindado en cada uno de los atributos con una nota de 1 a 7, donde esta última nota expresa el máximo de satisfacción. Luego, la satisfacción neta se estima restando al porcentaje de personas que evaluaron el servicio con nota 7 y 6, el porcentaje de personas que evaluó con nota 4 o menos. En definitiva:

$$\text{SATISFACCIÓN NETA} = (\% \text{ nota } 7 + \% \text{ nota } 6) - (\% \text{ nota } 4 \text{ o menos})$$

La encuesta de satisfacción a usuarios ha sido aplicada en años anteriores, en sus versiones telefónica y web. La primera aplicación se efectuó en el año 2014, donde se obtuvieron resultados insatisfactorios. La satisfacción neta con la atención telefónica fue de 13,9%, mientras que para la versión web el registro fue negativo alcanzando un -10%. Para la medición del año 2016 se obtuvieron mejoras importantes¹: la satisfacción general neta con la atención telefónica fue de 73%, en tanto que la satisfacción con la atención web registró 53%.

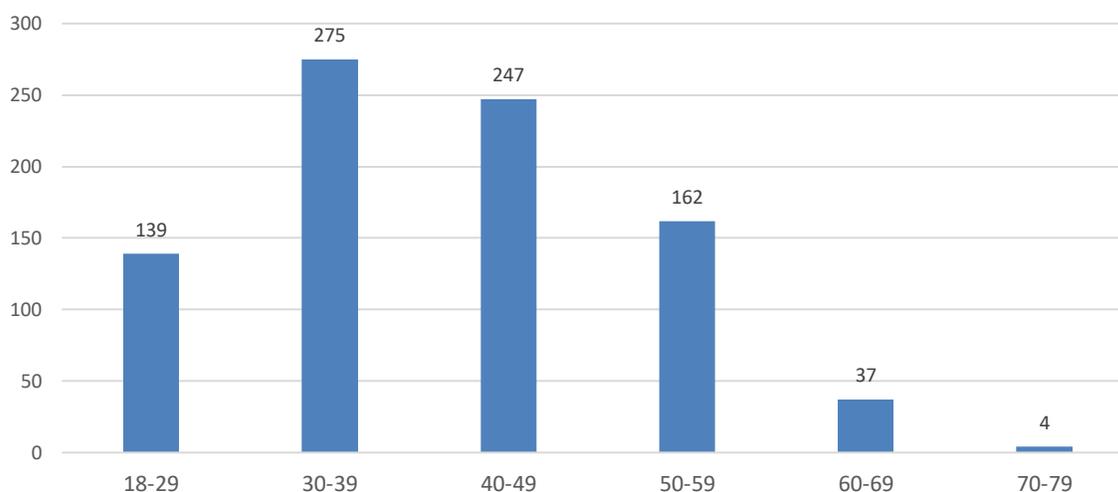
Esta importante mejora, se explica principalmente por la internalización de los servicios de atención. En efecto, para el año 2014 no se contaba con una Unidad de Atención Ciudadana y la atención se hacía sólo a través de canales remotos (telefónico y Web). El canal de atención telefónica estaba a cargo de un servicio de Call Center externo, mientras que las consultas hechas a través del canal Web, si bien estaban a cargo de ChileValora, no contaban con un profesional con dedicación exclusiva. Dada la evaluación negativa obtenida, se optó por internalizar el servicio, lo que permitió entregar respuestas de mejor calidad. Para 2017, se

¹. Para mayor información, consultar anexos 4 y 5.

presentan mejoras respecto de la evaluación de 2016, aunque su variación, comparada con la experimentada entre los años 2014 y 2016, es más moderada, dada la alta base de comparación.

En su versión 2017, la encuesta fue aplicada a 864 usuarios distintos que se contactaron con el SIAC a través de alguno de los tres canales. Mientras que el caso de los usuarios de los canales remotos la encuesta se aplicó a una muestra, en el caso del canal presencial ésta se administró a todos quienes visitaron ChileValora. En síntesis, a 516 atendidos mediante el canal telefónico; a 221 atendidos a través del Canal Web y a 127 personas que solicitaron información en forma presencial. Los encuestados se distribuyen de la siguiente forma: 663 hombres y 201 mujeres. La distribución por rango etario es la siguiente.

Gráfico 1. Encuestados/as en los tres canales de atención



Por último, los encuestados/as de los canales telefónico/web se distribuyen de la siguiente forma: 42% con 12 o menos años de escolaridad y 58% con 12 años o más.

La Unidad SIAC efectuó la implementación las encuestas, y desarrolló el análisis de información en conjunto con la Unidad de estudios. El estudio pretende difundir y retroalimentar a la Secretaría Ejecutiva, Jefes (as) de Áreas y funcionarios (as) del Servicio, sobre la evaluación que hace el público de ChileValora respecto de los 3 canales de atención. En términos generales, el público que consulta a la Unidad respecto de diversos aspectos de la comisión se compone de: empleados/as, empleadores/as, entidades de capacitación, entidades de formación técnica (IFT), candidatos a evaluadores, centros de certificación entre otros.

Además del resumen y la presente introducción el informe se estructura en secciones en la que se describen los resultados de cada uno de los canales de atención (puntos 3 al 5), además de una sección en la cual se

realiza un análisis comparado de la satisfacción de los tres canales (6), finalizando con una sección de conclusiones y recomendaciones (7).

3. SATISFACCIÓN CON EL CANAL DE ATENCIÓN TELEFÓNICA

La primera vía mediante la cual el público se informa sobre ChileValora es la atención telefónica de la Unidad SIAC. Para ello, los interesados/as llaman al 600 300 19 99. Horarios: 9:00 a 13:00 horas/14:00 a 18:00 horas, de lunes a jueves, día viernes: 9:00 a 13:00 horas y 14:00 a 17:00 horas.

3.1. Metodología

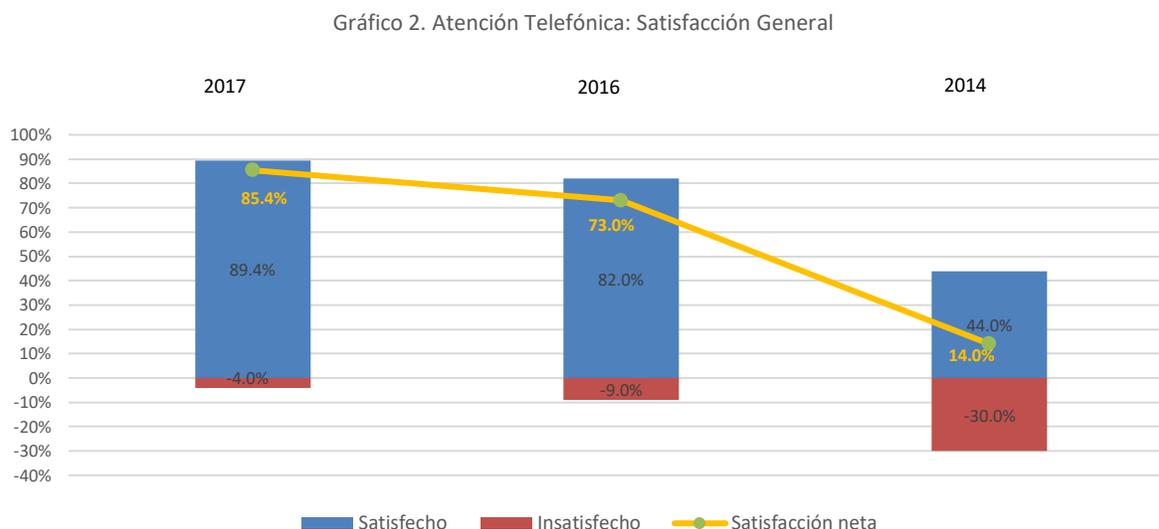
La unidad de análisis de la encuesta, son las personas individualizadas que solicitaron información del sistema de certificación a la Unidad SIAC, utilizando el canal de atención telefónica y dentro de los horarios de atención de la Unidad, en el período ubicado entre los meses de enero y noviembre de 2017. Para delimitar correctamente el universo a partir de la definición de la unidad de análisis fue necesario, por una parte, filtrar las llamadas válidas, esto es, aquellas que efectivamente corresponden a solicitudes de información vinculadas a ChileValora y, por la otra, una vez realizado lo anterior, identificar a la persona que realiza la consulta, toda vez que una misma persona puede llamar más de una vez por una misma consulta o realizar más de una llamada por consultas distintas.

El muestreo no fue del tipo probabilístico, sino por cuotas, establecidas en torno a la variable zona de residencia del individuo, respetando la distribución entre la región metropolitana (43%) y el resto de las regiones (57%), de quienes llaman solicitando información por el canal telefónico. La estrategia de recolección de información consistió en contactar y entrevistar, respetando las cuotas establecidas por zona de residencia, a un 50% de quienes habían llamado a la Unidad SIAC, transcurridos 15 a 20 días hábiles después de haber efectuado su consulta. Con este ajuste, se buscó mejorar la tasa de respuesta y evitar los sesgos de recordación. De allí entonces que el período de aplicación de la entrevista se extendiera desde el 23 de febrero de 2017 al 30 de noviembre de 2017.

La estrategia anterior permitió contactar y entrevistar a 516 de 995 individuos que solicitaron información en el período, lo que equivale a un 52% de quienes se comunicaron con ChileValora a través del canal telefónico, 222 (43%) de ellos habitantes de la región metropolitana y 294 (58%) del resto de las regiones. Por último, si el muestreo hubiera tenido carácter probabilístico, el tamaño alcanzado permitiría asegurar un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 3%.

3.2. Resultados canal de atención telefónica

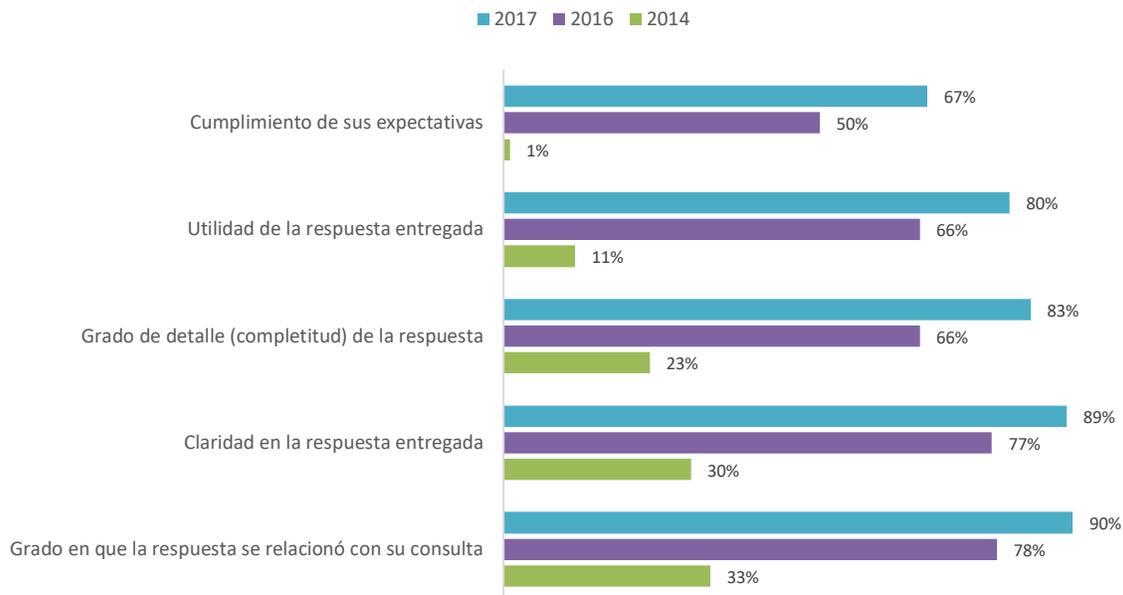
En el siguiente gráfico es posible constatar la evolución positiva de la satisfacción neta alcanzada con el servicio de atención telefónica.



Así, entre 2014-2016 la satisfacción neta registrada mejoró considerablemente: 59 puntos porcentuales. En 2017 continúa su aumento, de 12,4 puntos en este caso. Por contraparte, se puede apreciar también la considerable disminución de la insatisfacción, 26 puntos porcentuales entre 2014-2017.

Junto con el nivel de satisfacción general, el instrumento utilizado, mide la satisfacción alcanzada con una serie de atributos vinculados a la calidad de la respuesta entregada por el (la) ejecutiva de atención telefónica. En el gráfico que sigue se aprecia la evaluación que hacen los entrevistados de todos ellos, más precisamente la satisfacción neta y su evolución en el tiempo.

Gráfico 3. Evolución de la satisfacción neta alcanzada en atributos vinculados a la calidad de la respuesta



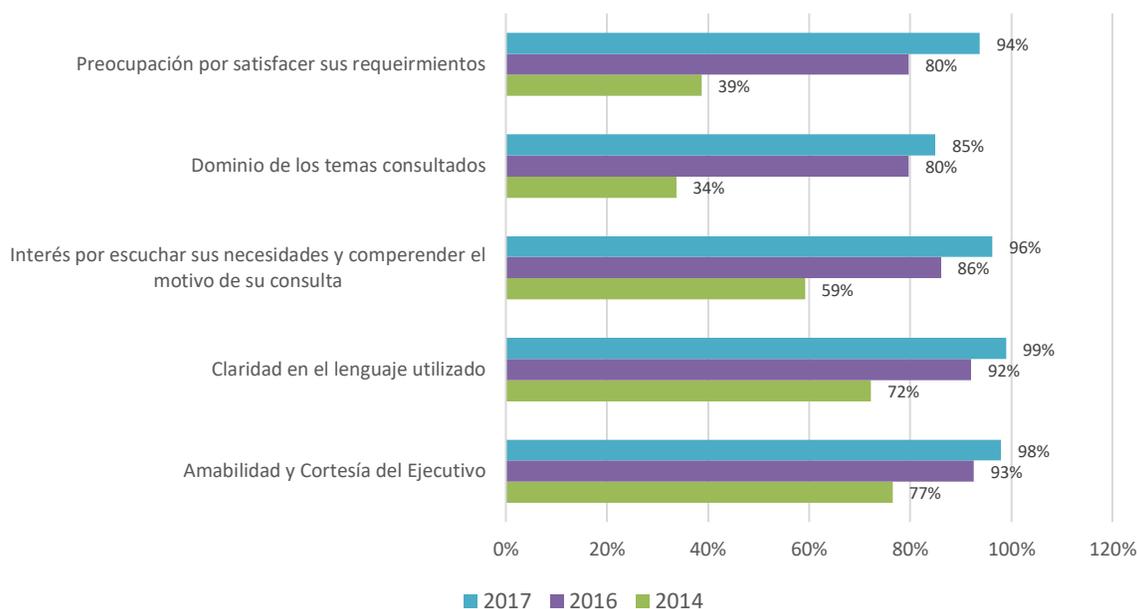
Para el año 2017, la satisfacción neta de los atributos asociados a la calidad de la respuesta es alta, 4 atributos alcanzan o superan el 80% de satisfacción neta (dos de ellos se sitúan en torno del 90%). Únicamente, “Cumplimiento de expectativas” no llega al 70% de satisfacción neta. Sin embargo, al realizar un análisis comparado tanto con la medición efectuada en el año 2016, como la del 2014 (antes de la creación de la unidad SIAC), es posible observar mejoras sustantivas en cada uno de los atributos y especialmente en cuanto al cumplimiento de las expectativas.

Para complementar la información recabada, la ejecutiva de la unidad SIAC -quien efectuó las encuestas telefónicas- dio cuenta de las observaciones y comentarios efectuados por los encuestados/as. Su propósito era sumar a la información entregada a través de las preguntas cerradas, las observaciones y comentarios que los usuarios hacían para justificar su evaluación y cuyos registros constan en las grabaciones de las respuestas emitidas. Sobre el particular, las observaciones registradas permiten formular como hipótesis, que el bajo nivel de satisfacción neta alcanzado en el cumplimiento de las expectativas, comparados con los otros cuatro atributos que miden calidad, situación aparentemente contradictoria, no se explicaría por la calidad de la respuesta sino porque, para una parte de los entrevistados, el contenido de la respuesta a su consulta no les resulta plenamente satisfactorio por motivos que escapan al control del ejecutivo(a). Ello ocurría, por ejemplo, cuando el perfil no se encuentra disponible en el catálogo de competencias laborales, cuando no existe un

centro evaluador para el perfil, o cuando éstos no contestan oportunamente los requerimientos de los usuarios, puestos que ellos tienden a identificar a los centros y a ChileValora como un todo.

Junto con la calidad de la respuesta, la encuesta evalúa una serie de atributos relacionados con la calidad de la atención brindada por la ejecutiva. Sus resultados se aprecian en el gráfico siguiente.

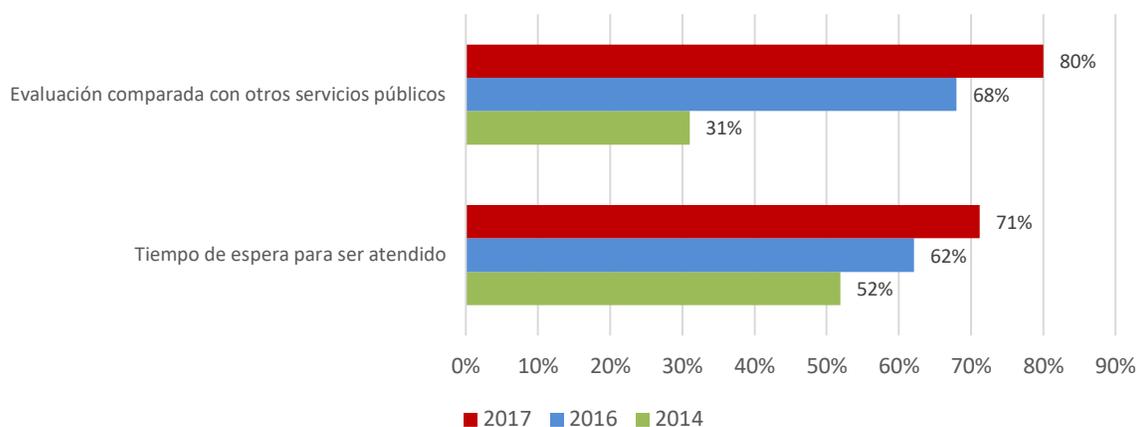
Gráfico 4. Evolución de la satisfacción neta alcanzada en atributos vinculados a la calidad de la atención de la ejecutiva



Aun cuando a lo largo de las tres mediciones efectuadas, comparados con la calidad de la respuesta, los niveles de satisfacción neta con la atención de la ejecutiva siempre fueron altos, en la medición efectuada el 2017 en todos los atributos de esta dimensión se supera el 80% de satisfacción neta. Se destacan: “Amabilidad y Cortesía del ejecutivo” y “Claridad en el lenguaje utilizado”, con satisfacción neta muy cercana al 100% y niveles prácticamente nulos de insatisfacción. A su vez, en todos los atributos de esta dimensión, se aprecia una evolución positiva en la satisfacción neta desde el año 2014 (antes de la existencia del SIAC) hasta el año 2017. Los registros grabados de las encuestas, dan cuenta de las razones por las cuales se obtienen estos altos niveles de satisfacción en esta dimensión, destacándose entre otros aspectos, el conocimiento que las ejecutivas muestran de los temas consultados, lo oportuno de sus respuestas y la comunicación directa que se establece con la ejecutiva y su excelente disposición.

Por último, en el gráfico siguiente es posible observar los resultados vinculados con la accesibilidad y la satisfacción comparada con otros servicios públicos que cuentan con oficinas de atención ciudadana.

Gráfico 5. Atención Telefónica: Accesibilidad y Satisfacción comparada



La accesibilidad es medida específicamente por el atributo “Tiempo de espera para ser atendido”. La satisfacción neta alcanzada llega a un 71%, mostrando un crecimiento de 9 puntos porcentuales respecto de la medición anterior y casi 20 puntos respecto de la primera, antes de la creación del SIAC, cuando el servicio se encontraba externalizado. La comparación relativa con otros servicios públicos es positiva, puesto que el nivel de satisfacción neta alcanza el 80%. En efecto, en los comentarios registrados en las grabaciones, el hecho que más se menciona y que haría la diferencia, sería la atención personalizada, que en el caso del canal telefónico remite al tiempo y dedicación que el ejecutivo destina al quien consulta a través del teléfono.

4. SATISFACCIÓN CON EL CANAL DE ATENCIÓN WEB

El segundo canal de atención ciudadana lo constituye el portal de consultas que se encuentra en nuestra página Web en el que los ciudadanos pueden hacernos llegar sus consultas vía correo electrónico, a través del enlace consultas@chilevalora.cl, llenando previamente un formulario de identificación. A continuación, se describe brevemente la estrategia metodológica utilizada.

4.1. Metodología

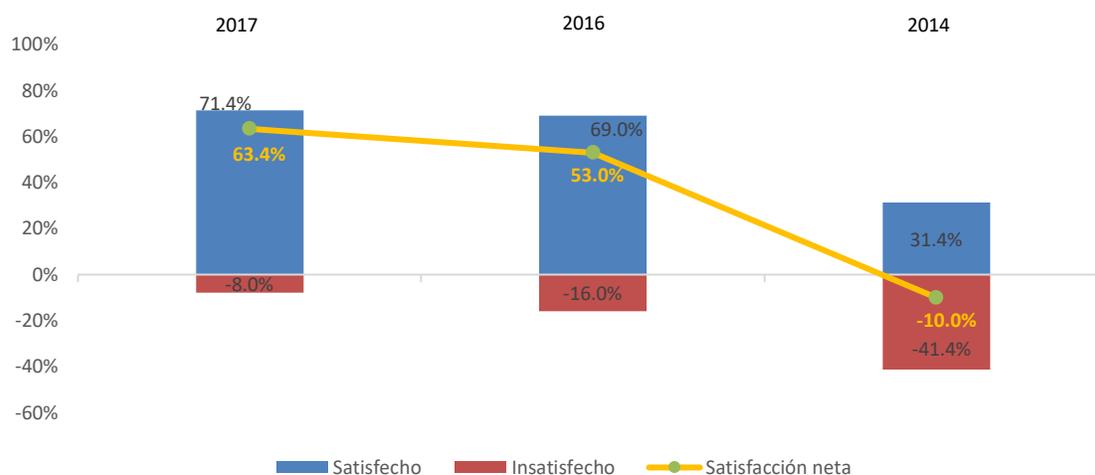
La unidad de análisis en este caso es el individuo que realiza la consulta. Al igual que en el caso de las llamadas telefónicas, para delimitar correctamente el universo fue necesario, por una parte, filtrar los correos que efectivamente corresponden a solicitudes de información vinculadas a ChileValora y, por la otra, una vez realizado lo anterior, identificar a la persona que realiza la consulta, toda vez que una misma persona puede realizar más de una consulta por el canal Web o una misma consulta puede dar lugar a varias iteraciones de correo.

El muestreo no fue del tipo probabilístico, sino por cuotas, establecidas en torno a la variable zona de residencia del individuo, respetando la distribución entre la región metropolitana (36%) y el resto de las regiones (64%), de quienes escribían. La estrategia de recolección de información consistió, al igual que en el caso del canal telefónico, en contactar y entrevistar, respetando las cuotas establecidas por zona de residencia, a un 50% de quienes habían escrito a la Unidad SIAC. No obstante, no fue posible hacerlo a lo largo del año y el proceso de levantamiento de la información se efectuó entre el 14 de agosto y el 23 de noviembre de 2017. La muestra efectiva fue de 221 individuos de los 517 que constituyeron el universo muestral, 78 de la región metropolitana (35%) y 143 del resto de las regiones (65%). El tamaño muestral equivale al 43% del total. Si la muestra tuviera un carácter probabilístico, el nivel de confianza alcanzado sería de un 95% y el margen de error del 5%.

4.2. Resultados canal de atención Web

En el siguiente gráfico siguiente se constata la favorable evolución de la satisfacción neta alcanzada con el servicio de atención de consultas vía canal Web.

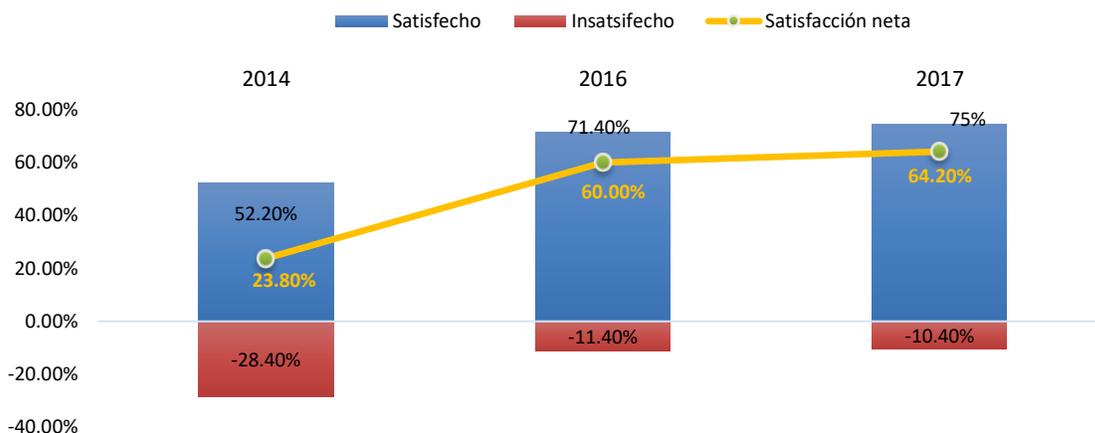
Gráfico 6. Atención Web: Satisfacción General



Respecto de la satisfacción general con atención vía canal Web, ésta aumenta de forma considerable entre 2014-2017, pasando de ser negativa (2014) a superar el 60% (2017). Entre las dos últimas mediciones crece en 10,4 puntos porcentuales. En la misma línea, es preciso mencionar la importante disminución de los niveles de insatisfacción. Estos disminuyeron 33,4 puntos porcentuales entre 2014-2017.

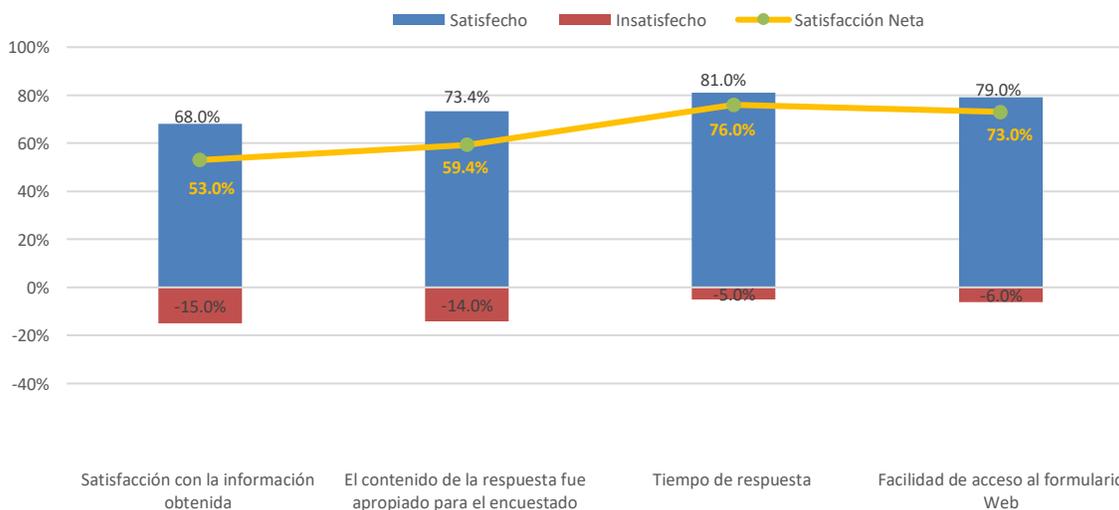
Además de la satisfacción general el instrumento midió la satisfacción alcanzada con una serie de atributos vinculados a la calidad de la respuesta entregada por el (la) ejecutiva de atención. Sin embargo, la encuesta en su versión 2017 fue modificada de manera de hacer más pertinentes las preguntas respecto del canal de atención por lo que, a diferencia del canal telefónico, no es posible hacer comparaciones interanuales salvo en lo que respecta a uno de los atributos, a saber: la claridad de la respuesta entregada. Como es posible apreciar, respecto de la última medición, la satisfacción neta crece en 4 puntos porcentuales.

Gráfico 7. Satisfacción neta con la claridad en la respuesta entregada mediante el canal web. Período 2014-2017



En el gráfico siguiente se observan los niveles de satisfacción neta alcanzados con los cuatro atributos restantes vinculados con la calidad de la respuesta.

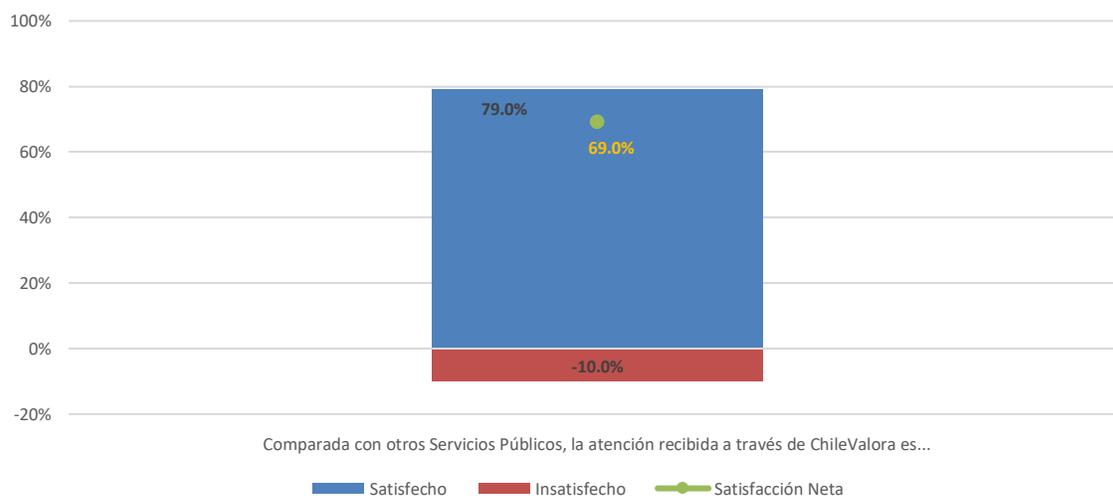
Gráfico 8. Atención Web: Satisfacción neta de cuatro atributos relacionados con la calidad de la respuesta



Los atributos con mayores niveles de satisfacción neta son el tiempo de respuesta y la facilidad de acceso al formulario Web, con 76% y 73% respectivamente. Por el contrario, los que cuentan con menores niveles de satisfacción neta son los atributos que dicen relación con la información obtenida y el contenido de la respuesta, con un 53% y 59% respectivamente. En síntesis, se valora mejor la accesibilidad al sistema y la oportunidad de la respuesta, aunque el contenido de la misma no es del todo satisfactorio. Ahora bien, los comentarios realizados por los entrevistados y registrados en las grabaciones permiten establecer como hipótesis que una parte relevante de la insatisfacción se genera, al igual que con el canal telefónico, porque quien consulta no obtiene la información que desea, por ejemplo, cuando el perfil sobre el que solicita información no existe y debe buscar uno que sea equivalente en el registro público del catálogo. Refuerza esta hipótesis, el hecho que una parte importante de dichos entrevistados en los registros de las grabaciones obtenidas argumenta valorar la calidad de la información entregada.

Respecto de la satisfacción comparada con otros servicios públicos, se registra un buen nivel de satisfacción neta (prácticamente de 70%), aunque considerando el 10% de insatisfacción registrada, es posible afirmar que existe margen de mejora para próximas mediciones.

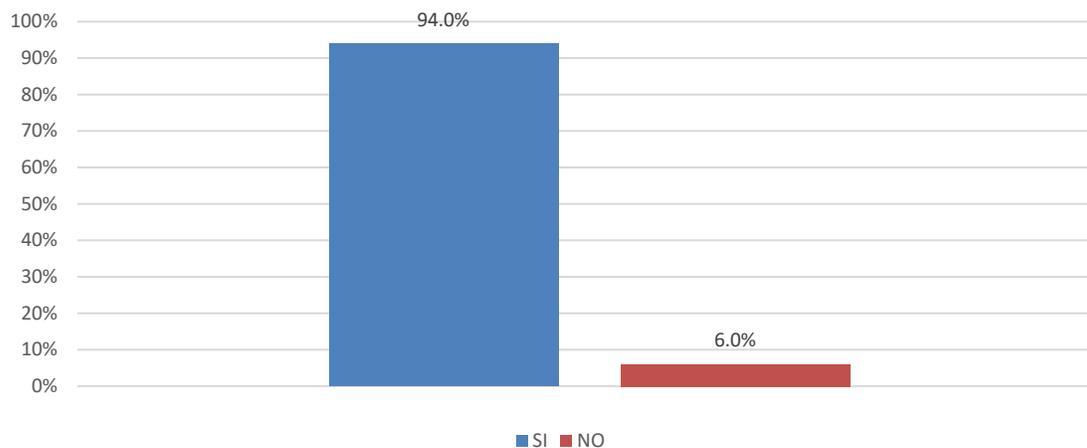
Gráfico 9. Atención Web: Satisfacción Comparada



Con todo, y más allá de los espacios de mejora, podría afirmarse que aunque los niveles de satisfacción alcanzados por quienes nos escriben a través del canal Web pueden ser considerados aún regulares, la

ciudadanía valora positivamente dicho canal, toda vez que la amplia mayoría de los entrevistados señaló que volvería a contactarse con ChileValora a través de dicho medio en caso que fuese necesario.

Gráfico 10: Atención Web: ¿Volvería a tomar contacto con ChileValora?



Así, si bien, aunque la consulta web tiene un carácter más “impersonal” que las vías telefónica o presencial, es una herramienta de utilidad para quienes, por algún motivo, no pueden llamar por teléfono o asistir personalmente.

5. SATISFACCIÓN CON EL CANAL DE ATENCIÓN PRESENCIAL

El público de ChileValora interesado en efectuar consultas asociadas al funcionamiento de la comisión puede asistir presencialmente a la Unidad SIAC. Dicha atención se verifica en Miraflores 130, piso 8. Su horario de atención es de 9:00 a 18:00 horas, de lunes a jueves y de 9:00 a 17:00 horas para los días viernes. Todas las personas que hacen su consulta en forma presencial, son consideradas para la encuesta de satisfacción. En síntesis, el 100% de quienes nos visitan son encuestados.

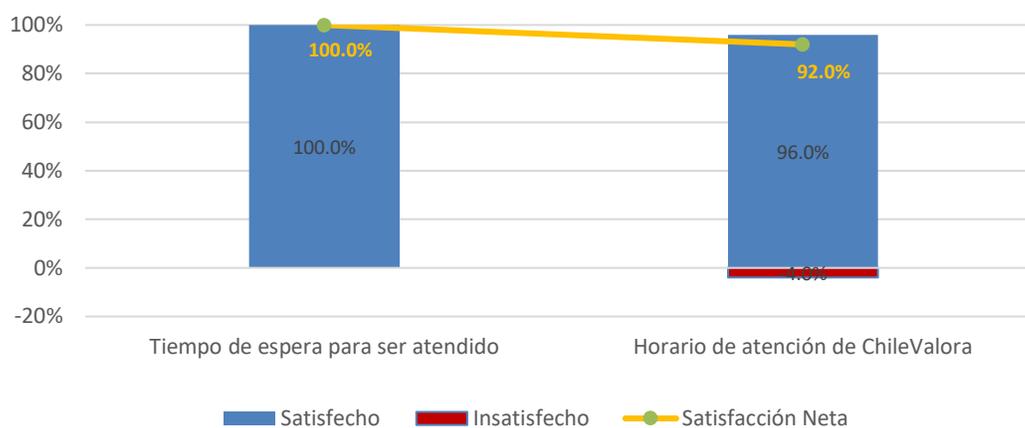
5.1 Metodología

La unidad de análisis en este caso es el individuo que realiza la consulta. Ahora bien, en caso de que sean dos o más individuos quienes consultan, a todos ellos se les aplica la encuesta. Por ello, la medición tuvo un carácter censal. Así, fueron entrevistadas las 127 personas que realizaron consultas presenciales en las oficinas de ChileValora entre enero y diciembre de 2017.

5.2. Resultados del Canal de atención presencial

Los atributos de la atención presencial asociados a la oportunidad de la atención se aprecian en el siguiente gráfico.

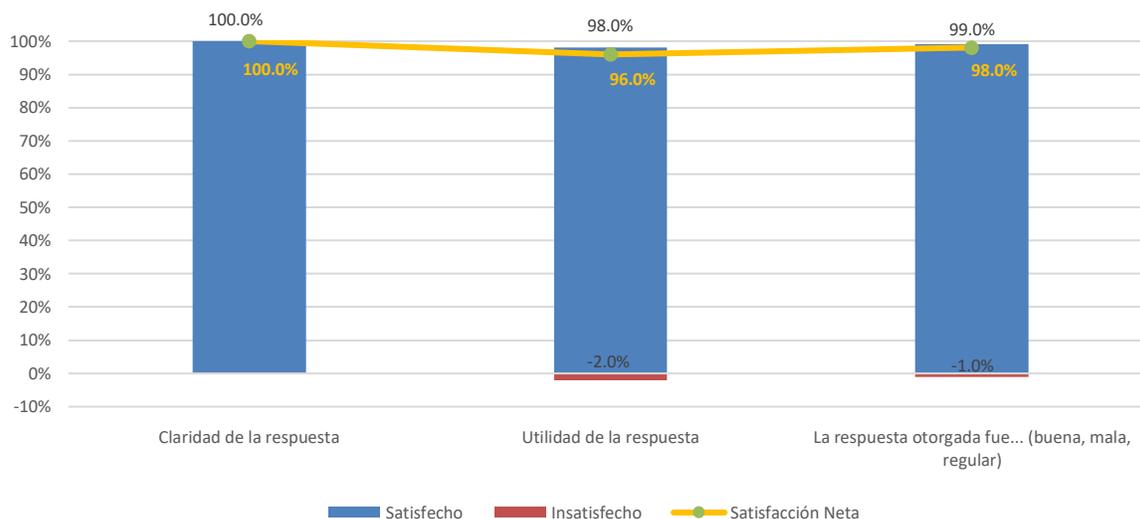
Gráfico 11. Atención Presencial: Satisfacción neta con atributos relacionados con la Oportunidad de la Atención



Tal como se puede observar la satisfacción neta con el tiempo de espera es del 100%. El horario de atención, es el atributo con más baja calificación y sin embargo alcanza un 92%. Estas cifras dan cuenta de la alta aprobación de los usuarios respecto del acceso al canal de atención.

Esta valoración positiva se repite en el caso de aquellos atributos que se relacionan con la calidad de la respuesta, los que pueden observarse en el gráfico siguiente.

Gráfico 12. Atención presencial: Satisfacción neta en atributos relacionados con la Utilidad de la Respuesta



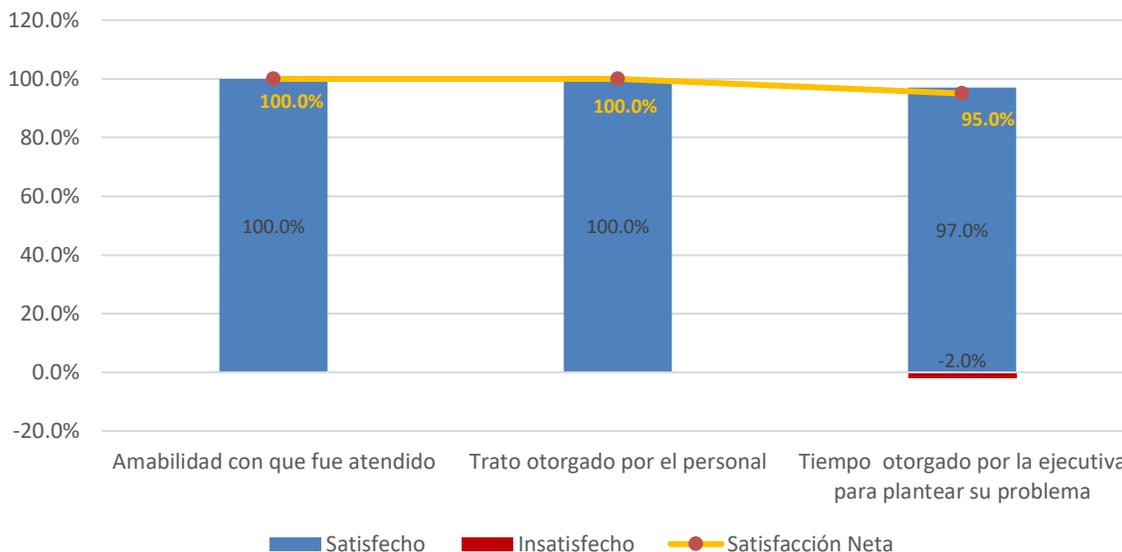
Los atributos asociados con la calidad de la respuesta presentan muy altos niveles de satisfacción neta: “claridad de la respuesta” llega a 100%, utilidad de la respuesta al 96% y un 98% consideró que la respuesta otorgada fue buena². En este sentido, es posible inferir que la interacción presencial con las ejecutivas de atención, contribuye a mejorar los niveles de satisfacción de quienes consultan. Esto podría explicarse por la naturaleza del contacto cara a cara, el que permite entregar una respuesta más detallada y ofrecer una atención más personalizada.

En el gráfico de página siguiente se aprecia la evaluación de quienes concurren a las oficinas de ChileValora de la atención otorgada por los ejecutivos.

² Escala de medida de preguntas: 1-3. (1) Mala. (2) Regular y (3) Buena.

Satisfacción NETA= (% Buena) – (% Regular + % Mala). Fórmula aplicada para preguntas de la encuesta de satisfacción presencial, en “respuesta otorgada por el personal”.

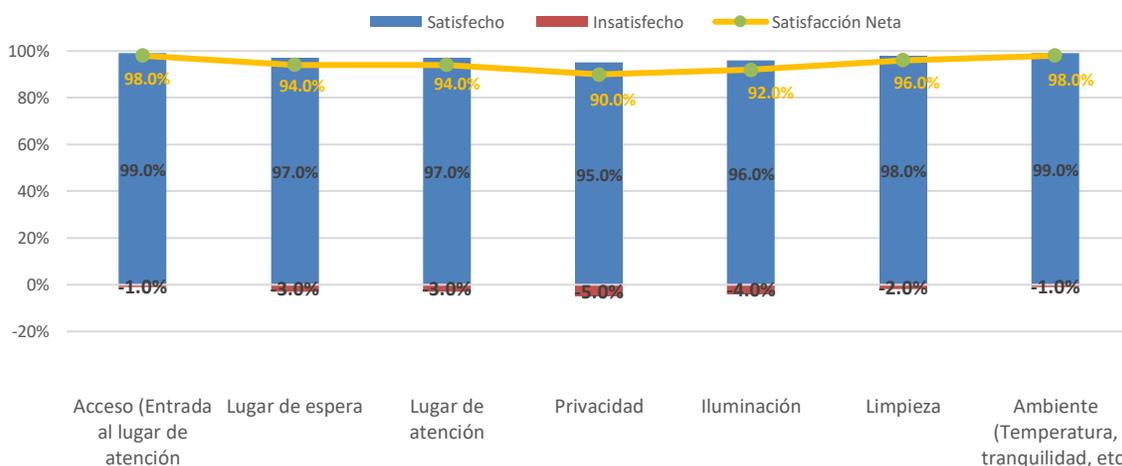
Gráfico 13. Atención presencial: Satisfacción neta an atributos relacionados con la Atención otorgada por el personal



Los atributos asociados a “atención otorgada por el personal”³ llegan a 100% de satisfacción neta, salvo en aquel que dice relación con el tiempo otorgado por la ejecutiva para plantear su problema que registra un 95% de satisfacción neta.

En el gráfico que sigue se observan los niveles de satisfacción alcanzados con la dimensión infraestructura.

Gráfico 14. Atención presencial: Infraestructura



³ Escala de medida de preguntas: 1-3. (1) Mala. (2) Regular y (3) Buena.

Satisfacción NETA= (% Buena) – (% Regular + % Mala). Fórmula aplicada para preguntas de la encuesta de satisfacción presencial, en “atención entregada por el personal”.

Los atributos asociados a “infraestructura”⁴ presentan niveles de satisfacción neta muy altos, destacando “Acceso” y “Ambiente” que casi alcanzan el 100%. En el marco de esta alta valoración el atributo privacidad es aquel que obtiene menor valoración, siendo un tema pendiente el poder dotar al SIAC de un espacio específicamente acondicionado para la atención de usuarios.



Los atributos asociados a “satisfacción con respuesta/atención recibida”⁵ se complementan con resultados anteriores, confirmando la aprobación y buena percepción de los usuarios para con el servicio. Lo afirmado, se cumple tanto en el plano de la respuesta (contenidos) como de la atención (cercanía/empatía) de la ejecutiva.

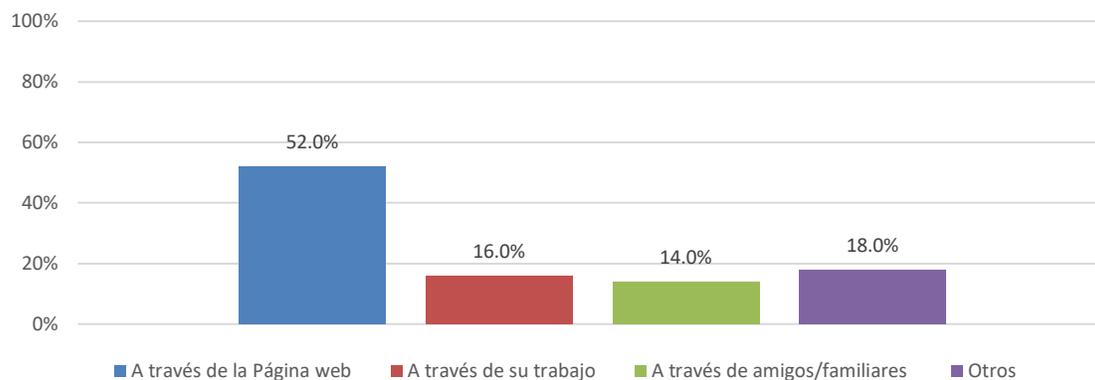
⁴ Escala de medida de preguntas: 1-3. (1) Mala. (2) Regular y (3) Buena.

Satisfacción NETA= (% Buena) – (% Regular + % Mala). Fórmula aplicada para preguntas de la encuesta de satisfacción presencial, en “infraestructura”.

⁵ Escala de medida de preguntas: 1-3. (1) Mala. (2) Regular y (3) Buena.

Satisfacción NETA= (% Buena) – (% Regular + % Mala). Fórmula aplicada para preguntas de la encuesta de satisfacción presencial, en “satisfacción con respuesta/atención recibida”.

Gráfico 15. Atención presencial: ¿A través de que medio se enteró de la oficina de atención de ChileValora?

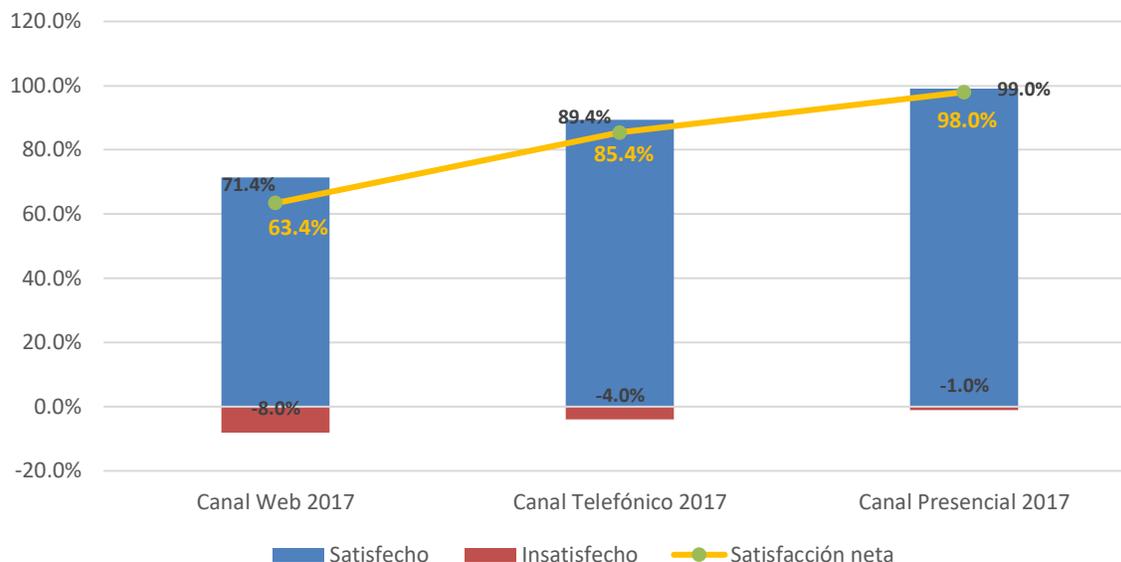


Al observar los resultados, llama la atención del “bajo” porcentaje de la alternativa “a través de su trabajo” considerando que el trabajo debiese ser una instancia importante para que el trabajador pueda enterarse de la existencia de la oficina de atención de ChileValora. En esta línea, es rescatable el porcentaje de “amigos/familiares”, que casi iguala al porcentaje de la categoría “trabajo”. El resultado de “a través de la página web” da cuenta de la importancia del sitio web de ChileValora como fuente de información para los participantes.

6. COMPARACIÓN EN LOS NIVELES DE SATISFACCIÓN DE LOS TRES CANALES DE ATENCIÓN

Por último, en el gráfico que sigue es posible apreciar, de manera comparada, los niveles de satisfacción neta alcanzados por los tres canales de atención

Gráfico 16. Comparación entre los niveles de satisfacción neta alcanzado en los tres canales



El gráfico permite constatar dos cuestiones relevantes. En primer lugar, los altos niveles de satisfacción neta alcanzados tanto por el canal presencial como el telefónico. El nivel logrado por el canal Web, si bien presenta mejorías ostensibles respecto de las mediciones anteriores (ver el capítulo correspondiente en este informe), alcanza niveles de satisfacción que podrían considerarse aun regular y por tanto hay espacios de mejoras. Con todo, los niveles obtenidos son altos si se les compara con otros servicios públicos⁶. El segundo aspecto a considerar, dice relación con la brecha de satisfacción entre los tres canales. Este hecho no sólo se aprecia en el caso particular de ChileValora, sino también, en otros servicios⁷. Al respecto, puede hipotetizarse que dichas brechas dicen relación con la interactividad o, si se quiere, la fluidez que brinda el canal para la comunicación entre el usuario y el o la ejecutiva de atención. Puesto así, una conversación cara a cara o efectuada a través de canal telefónico, no sólo permite una inmediatez en la respuesta, sino también, una mejor y más oportuna comprensión de aquello que el otro dice o intenta expresar, sea éste el ejecutivo o el usuario.

⁶ Al respecto ver. SENCE. "Reporte de resultados Encuesta de satisfacción de canales de atención Año 2016". Donde la satisfacción neta obtenida por el canal presencial alcanza a 80,2%, la del canal telefónico un 70,9% y la lograda por el canal de atención Web es de un 52%. Disponible en: http://www.sence.cl/601/articles-7444_archivo_01.pdf

⁷ ver la medición reportada por Sence

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones:

- Los resultados correspondientes a la satisfacción general con el servicio de atención SIAC se ordenan de la siguiente forma: i) Atención presencial: 98% de Satisfacción General ii) Telefónica (85,4 %) y iii) Atención Web (63,4%)
- La evaluación de la atención telefónica crece de forma importante en 2017 respecto de 2016, mejorando la satisfacción general neta en 12,4 puntos porcentuales. La evaluación de la atención vía canal Web, también lo hace respecto de la medición anterior, aunque de forma más moderada, puesto que avanza 4 puntos.
- Para el año 2017, la satisfacción neta de los atributos asociados a la calidad de la respuesta es alta en el canal telefónico, 4 atributos alcanzan o superan el 80% de satisfacción neta (dos de ellos se sitúan en torno del 90%). El único que llega a un nivel inferior, alcanzando sólo un 70% es el cumplimiento de las expectativas. Cabe hacer notar que el incumplimiento de expectativas, no necesariamente dicen relación con procesos que ChileValora controla o que se relacionan con la atención brindada, como por ejemplo, perfiles que no se encuentran en el catálogo, o perfiles que no cuentan con centros de evaluación y certificación, interesados en ser evaluadores que no entienden las incompatibilidades que establece la ley entre dicho estatus y ser además relator de cursos de Sence, etc.
- También el caso de la atención telefónica, la satisfacción neta alcanzada en 4 de los 5 atributos relacionados con la calidad de la atención brindada por la ejecutiva, supera el 90% mientras que en el quinto llega al 85%.
- En el caso de la evaluación de la atención web, de 7 atributos que miden satisfacción neta, solo 2 superan el 70%, por ello, es preciso señalar que es posible obtener mejoras en próximas mediciones (ver recomendaciones).
- El atributo “tiempo de respuesta” (Canal de atención Web), registra satisfacción neta de 75,6%, evaluación que, si bien es positiva, podría mejorar. Sin embargo, es preciso mencionar que existen requerimientos que son derivados a otras áreas del servicio, lo que extiende los tiempos de solución de la consulta. La unidad SIAC cumple con la normativa legal de atender la consulta en 48 horas, pero en caso de derivación, son las áreas las responsables de otorgar respuesta a las consultas más

complejas o reclamos. Según esto, es posible afirmar que este factor externo disminuye la satisfacción neta para “tiempo de respuesta”, dado que la solución puede demorar algunos días más en ser resuelta para el usuario.

Recomendaciones:

- Hacer un seguimiento telefónico a los correos enviados, de manera de verificar con el usuario que realizó la consulta vía formulario Web, la recepción de la respuesta y, eventualmente la aclaración de la misma por vía telefónica. Esto, en la medida que la tasa de crecimiento de consultas (por los distintos canales) siga siendo de un nivel moderado como hasta ahora.

ANEXO1

II ENCUESTA DE SATISFACCIÓN TELEFÓNICA

P_1. En cuanto a la respuesta entregada por el EJECUTIVO DE ATENCIÓN a su consulta/reclamo /sugerencia, y utilizando una escala de 1 a 7, donde 1 es “muy insatisfecho” y 7 “muy satisfecho” ¿Cuál es su nivel de satisfacción con los siguientes aspectos de la respuesta?

ATRIBUTOS		Escala						
1	Grado en que la respuesta se relaciona con lo consultado (pertinencia).	1	2	3	4	5	6	7
2	Claridad de la respuesta entregada.	1	2	3	4	5	6	7
3	Grado de detalle (completitud) de la respuesta recibida.	1	2	3	4	5	6	7
4	Utilidad de la respuesta entregada (Responde su necesidad)	1	2	3	4	5	6	7
5	Cumplimiento de sus expectativas frente a la respuesta recibida	1	2	3	4	5	6	7

P_2. Con la misma escala de 1 a 7 anteriormente señaladas, ¿Cómo calificaría usted los siguientes atributos de la atención brindada por EJECUTIVO DE ATENCION?

ATRIBUTOS		Escala						
1	Amabilidad y cortesía del ejecutivo	1	2	3	4	5	6	7
2	Claridad del lenguaje utilizado	1	2	3	4	5	6	7
3	Interés por escuchar sus necesidades y comprender el motivo de su consulta	1	2	3	4	5	6	7
4	Dominio de los temas consultados	1	2	3	4	5	6	7
5	Preocupación por satisfacerlo en sus requerimientos	1	2	3	4	5	6	7

P_3. Con la misma escala de 1 a 7 anteriormente señaladas, ¿Cómo calificaría el tiempo que tuvo que esperar para ser atendido (a)?

Escala de evaluación						
1	2	3	4	5	6	7

P_4. De acuerdo a lo que usted conoce o ha oído hablar de cómo operan las consultas a través de otros

Escala de evaluación						
Mucho peor	Peor	Un poco peor	Ni mejor ni peor	Un poco mejor	Mejor	Mucho mejor
1	2	3	4	5	6	7

servicios públicos, la atención recibida a través de ChileValora es (LEER ALTERNATIVAS DE RESPUESTA)

P_5. Considerando todos los aspectos evaluados y su experiencia en el proceso de atención. Utilizando la misma escala de 1 a 7, ¿Cuán satisfecho(a) se encuentra usted con la atención prestada por ChileValora?

Escala de evaluación							
Muy insatisfecho	Insatisfecho	Un poco insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Regular	Satisfecho	Muy satisfecho	No sabe/ No responde
1	2	3	4	5	6	7	

¡¡GRACIAS!!

ANEXO 2

	Encuesta de Satisfacción Ciudadana “Atención Virtual”	
---	--	---

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

P_1. En cuanto a la respuesta entregada por el EJECUTIVO DE ATENCIÓN a su consulta/reclamo /sugerencia, y utilizando una escala de 1 a 7, donde 1 es “muy insatisfecho” y 7 “muy satisfecho” ¿Cuál es su nivel de satisfacción con los siguientes aspectos de la respuesta?

ATRIBUTOS		Escala						
1	Claridad de la respuesta entregada.	1	2	3	4	5	6	7
2	¿El contenido de la respuesta fue apropiada para usted?	1	2	3	4	5	6	7
3	¿Cómo calificaría el Tiempo de respuesta?	1	2	3	4	5	6	7
4	¿Está satisfecho (a) con la información obtenida?	1	2	3	4	5	6	7
5	¿Le fue fácil acceder a la información virtual (formulario Web)?	1	2	3	4	5	6	7

P_2. De acuerdo a lo que usted conoce o ha oído hablar de cómo operan las consultas a través de otros Servicios Públicos, la atención recibida a través de ChileValora es (LEER ALTERNATIVAS DE RESPUESTA)

Escala de evaluación						
Mucho peor	Peor	Un poco peor	Ni mejor ni peor	Un poco mejor	Mejor	Mucho mejor
1	2	3	4	5	6	7

P_3. Considerando todos los aspectos evaluados y su experiencia en el proceso de atención. Utilizando la misma escala de 1 a 7, ¿Cuán satisfecho(a) se encuentra usted con la atención prestada por ChileValora?

Escala de evaluación							
Muy insatisfecho	Insatisfecho	Un poco insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Regular	Satisfecho	Muy satisfecho	No sabe/ No responde
1	2	3	4	5	6	7	

P_4. ¿Volvería a tomar contacto con ChileValora?

SI	NO
----	----

ANEXO 3

 * Comisión Sistema Nacional. Certificación de Competencias Laborales	ENCUESTA PRESENCIAL DE SATISFACCIÓN USUARIOS (AS)	
--	--	---

Región	N° de encuesta realizada	Fecha de entrevista		
		Día	Mes	Año

Instrucciones:

- Es necesario completar **toda** la información solicitada.
- Marcar con una **(X)** al interior del cuadrado correspondiente.

1. Sexo	1. () Masculino 2. () Femenino
2. Edad 3. Nacionalidad 4. Nivel Educacional	_____ años _____ _____
5. Motivo de su visita	() Consulta () Petición () Reclamo () Opinión () Sugerencia 1. () Fiscalía 2. () Relaciones Institucionales 3. () Información y Estudios 4. () Competencias Laborales 5. () Centros y Evaluadores 6. () Otro especifique _____ _____ _____

6. Oportunidad de la Información (Ítems referidos a los tiempos de entrega de la información solicitada y adecuación al horario de atención)			
Respecto al tiempo utilizado	Poco	Normal / suficiente	Mucho
El tiempo que tuvo que esperar para ser atendido fue:			
Respecto al Horario de Atención			
El Horario de atención de ChileValora le parece:			

7. Utilidad de la Respuesta (ítems referido a la capacidad del personal de ChileValora para entregar una respuesta clara, oportuna y satisfactoria para el usuario (a).	Buena	Regular	Mala

Usted calificaría la claridad de la respuesta como:			
Usted calificaría la utilidad de la respuesta como:			
Usted considera que la respuesta otorgada fue :			

8. La atención otorgada por el personal de ChileValora (ítems referido a la disposición, voluntad de la funcionaria (o) para ayudar a los usuarios (as) y proveerlos de un servicio eficiente)	Buena	Regular	Mala
El tiempo que tuvo para plantear su problema le pareció:			
La Amabilidad con que fue atendido usted la califica de :			
El Trato otorgado por el personal lo definiría como :			

9. Infraestructura (ítems referido al lugar físico de atención, el acceso y privacidad)	Bueno	Regular	Malo
Acceso (entrada al lugar de atención)			
Lugar de espera			
Lugar de atención			
Privacidad			
Iluminación			
Limpieza			
Ambiente (temperatura, tranquilidad, etc.)			

10. Satisfacción Global: (ítems que evaluará la atención en general recibida en la oficina de atención ciudadana de ChileValora.	Buena	Regular	Mala
Su nivel de satisfacción con la respuesta recibida es :			
Su nivel de satisfacción con la atención recibida es :			

11. A través de qué medio se enteró de la oficina de atención de ChileValora:

- _____ A través de la página web
- _____ A través de su trabajo
- _____ A Través de amigos / familiares
- _____ Otros: Especifique

12. Observaciones, sugerencias y/o comentarios:

Nombre :
 Rut :
 Teléfono :
 Correo Electrónico :

Firma _____

ANEXO 4

Resultados Encuesta de Satisfacción con el canal de atención Telefónico: años 2014-2016

PREGUNTA	Satisfacción Neta 2016	Satisfacción Neta 2014
Satisfacción General	73%	14%
Grado en que la respuesta se relacionó con su consulta	78%	33%
Claridad de la respuesta entregada	77%	30%
Grado de detalle (completitud) de la respuesta	66%	23%
Utilidad de la respuesta entregada (responde a su necesidad)	66%	11%
Cumplimiento de expectativas	50%	-1%
Amabilidad y Cortesía de la ejecutiva	93%	77%
Claridad en el lenguaje utilizado	92%	72%
Interés por escuchar sus necesidades y comprender el motivo de su consulta	86%	59%
Preocupación por satisfacer sus requerimientos	80%	39%
Dominio de los temas consultados	80%	34%
Tiempo de espera para ser atendido	62%	52%
Evaluación comparada con otros servicios públicos	68%	31%

ANEXO 5

Resultados Encuesta de Satisfacción con el canal de atención web: años 2014-2016

PREGUNTA	Satisfacción Neta 2016	Satisfacción Neta 2014
Satisfacción general con la atención virtual	53%	-10%
Grado en que la respuesta se relaciona con lo consultado	64%	29%
Claridad en la respuesta entregada	60%	24%
Amabilidad y cortesía brindada por la oficina virtual	96%	No medido en 2014
Interés de la Oficina virtual por responder a sus necesidades y comprender el motivo de su consulta	66%	No medido en 2014
Dominio de los temas consultados	64%	No medido en 2014
Preocupación por querer satisfacerlo en sus requerimientos	64%	No medido en 2014
Comparación con otros servicios públicos	56%	-7%